

NATURAL GAS CONSUMPTION AND ECONOMIC GROWTH NEXUS: PANEL CAUSALITY METHOD FOR MIKTA COUNTRIES

DOĞALGAZ TÜKETİMİ VE EKONOMİK BÜYÜME ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ: MIKTA ÜLKELERİ ÖRNEĞİ

Anıl LÖGÜN

Dr. Res. Asst., Atatürk University, FEAS, Econometrics, ORCID: 0000-0003-2543-3964, logunanil@gmail.com

Buket AYDIN

Res. Asst., Atatürk University, FEAS, Economics, ORCID: 0000-0002-6204-0505, buketaydin@atauni.edu.tr

Rahman AYDIN

Dr. Res. Asst., Bitlis Eren University, FEAS, Economics, ORCID: 0000-0003-0440-7468, rahmnaydn@gmail.com

ABSTRACT

This study investigates the relationship between economic growth (EG) and natural gas consumption (NGC) in Mexico, Indonesia, South Korea, Turkey and Australia (MIKTA) with panel data analysis. The study was conducted between 1986 and 2018 using panel cointegration tests, a common correlated effects mean group (CCEMG) estimator and panel causality tests. From the results of the study, it was concluded that there is a long-term relationship between NGC and EG. The CCEMG estimation results show that NGC on EG differs across countries. The panel causality results show bidirectional causality between EG and NGC for MIKTA countries. The results confirm the feedback hypothesis for MIKTA.

Keywords: MIKTA, Energy, EG, Panel Data Analysis.

JEL Codes: P48, Q43, F43.

Kabul Tarihi /

Accepted: 30.06.2022

İletişim /

Correspondence:

Rahman Aydın

Benzerlik Oranı /

Similarity Score: %24

Makale Türü / Article

Type: Araştırma

Makalesi / Research

Article

ÖZET

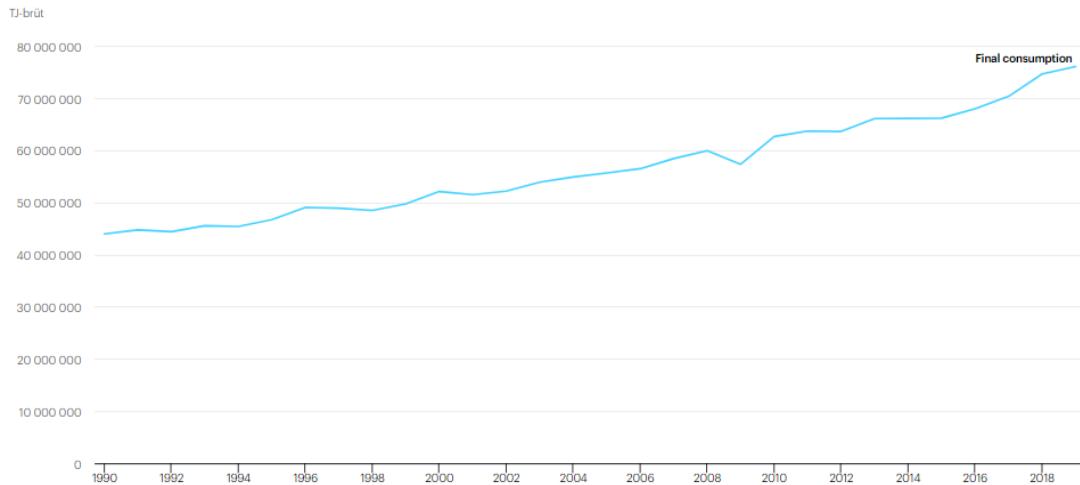
Bu çalışma, Meksika, Endonezya, Güney Kore, Türkiye and Avustralya'da (MIKTA) doğal gaz tüketimi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi panel andri analizi ile incelemektedir. Çalışma, panel eşbütünleşme testleri, ortak korelasyonlu etkiler ortalama grubu (CCEMG) tahmincisi and panel nedensellik testleri kullanılarak 1986'dan 2018'e kadar uzanmaktadır. Çalışma sonucunda doğal gaz tüketimi ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. CCEMG tahmin sonuçları doğal gaz tüketiminin ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin ülkeler kapsamında farklı olduğunu göstermektedir. Panel nedensellik sonuçları MIKTA ülkeleri için doğal gaz tüketimi and ekonomik büyüme arasında çift yönlü nedensellik olduğunu göstermiştir. Sonuçlar MIKTA için geri bildirim hipotezini onaylamaktadır.

Keywords: MIKTA, Enerji, Ekonomik Büyüme, Panel Veri Analizi.

JEL Kodları: P48, Q43, F43.

1. INTRODUCTION

After the Industrial Revolution, energy use grew with increased production, and technology became widespread with industrialization. The technology factor, which replaced physical labor, was considered the driving force behind production. Industrialization, urbanization and rising population rates drove up energy demand. Primary energy sources comprised a significant share of increasing energy demand, especially in developing countries, and accordingly, natural gas consumption (NGC) increased significantly. Figure 1 shows global NGC for the 1990–2019 period.



Source: IEA, <https://www.iea.org/data-and-statistics/data-browser?country=WORLD&fuel=Natural%20gas&indicator=NatGasCons> (Date accessed: 01.05.2022)

Figure 1. World NGC, 1990-2019

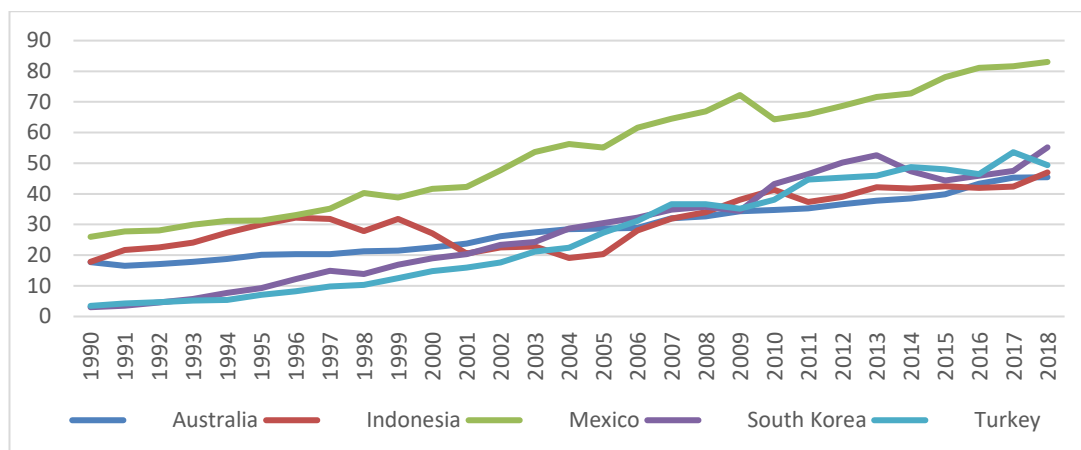
Figure 1 shows an increasing NGC trend for the relevant period. The increase in NGC and in industry and technology developments over the years, shows parallelism with the increase in natural gas usage areas. However, there were decreases in natural gas demand during periods of economic contraction. For example, there was a sudden decrease in world NGC in 2009, an effect of the 2008 global financial crisis.

Energy is an essential factor for the production of goods and services, and has a direct impact on economic growth (EG). However, the link between EG and energy remains unclear (Arora and Shi, 2016). Apergis and Payne (2010) examined the relationship between energy consumption (EC) and EG using four different hypotheses. Hypotheses-1 is the growth hypothesis, which suggests a one-way causal relationship from EC to EG. It is assumed that EC has a direct or complementary effect on EG. Hypothesis-2 is the conservation hypothesis, which posits a unidirectional causal relationship from EG to EC. It also argues that EC is explained by EG. Hypothesis-3 is the feedback hypothesis, which points to a bidirectional, causal relationship between EG and EC. Hypothesis-4 is the neutrality hypothesis, which argues that EC does not have a significant effect on EG; in other words, there is no relationship between EG and EC.

The grouping of Mexico, Indonesia, South Korea, Turkey and Australia (MIKTA) was established to leverage regional power, especially in the areas of finance, economy, security, environment and sustainable development. These countries, which are in different regions of the world, also have different cultures. Capitalizing on these features, MIKTA aimed to be a regional power that could act as a bridge between developed and developing countries. Additionally, MIKTA is an example of interregional unification, encouraging and developing business collaboration on different issues (mikta.org). For example, MIKTA generates ideas

and introduces reforms on the future of natural gas (Haug, 2017), and cooperation between MIKTA countries is expected to increase in the future (Colakoglu, 2016).

The MIKTA countries' share of global NGC reached 3% in 1990, 5% in 2000 and 7% in 2018. Figure 2 shows the NGC amounts of MIKTA countries between 1990 and 2018. Although there are periodic decreases, an increasing NGC trend can be seen between 1980 and 2018. An examination of the NGC amount during the last period—2018—shows that Mexico consumed 83 billion cubic meters of natural gas, Indonesia 46.9 billion, South Korea 55.1 billion, Turkey 49.3 billion and Australia approximately 45 billion. The breakdown of NGC shares among MIKTA countries are Mexico 2.5%, Indonesia 1.4%, South Korea 1.7%, Turkey 1.5% and Australia 1.4%.



Source: International Energy Agency, IEA

Figure 2. NGC of MIKTA Countries for the Period 1990 – 2018 (billion cubic meters)

This study investigates the relationship between NGC and EG for MIKTA countries between 1986 and 2018. The panel causality method was used in the research. Numerous studies have examined the relationship between NGC and EG. However, a specific examination of MIKTA countries has not yet been conducted and will make an essential contribution to the literature. Information about MIKTA countries and the energy sector is provided in the first part of the study. The second part examines the relationship between NGC and EG using different hypotheses. The third section outlines the model for the study and the estimation methods. The results and policy recommendations are discussed in the fourth and fifth sections.

2. LITERATURE

The relationship between EG and NGC during different periods has been investigated in many studies. Ordinary least squares (OLS) and causality analysis were used in some studies because the time dimension was not long enough. Zafar et al. (2019) investigated the relationship between renewable and non-renewable EC and EG for APEC countries from 1990 to 2015. For the study that used the panel data approach, different results were obtained for each country; according to the findings, renewable and non-renewable energy affects EG. Li et al. (2019) investigated the relationship between NGC and EG in thirty cities in China from 2000 to 2014. For this study, analysis was performed with the help of the Cobb-Douglas production function and panel OLS. According to the analysis results, the marginal effect of NGC on EG was significant. Azam et al. (2021) investigated the effects of nuclear EC, renewable EC and NGC on carbon dioxide emissions and gross domestic product from 1990 to 2014, determining that NGC leads to EG. In addition, the results indicated that NGC has a positive effect on EG in the long run, but the coefficient is negative.

In addition to panel data approaches, time series approaches examining a single country are also included in the literature (Lim and Yoo, 2012; Shahbaz et al., 2013; Solarin and Shahbaz, 2015; Bulkani et al., 2021). Işık (2010) investigated the relationship between NGC and EG in Turkey from 1977 to 2008 with the help of the autoregressive distributed lag (ARDL) model. The analysis results revealed that NGC positively affects EG in the short term, although there is a negative relationship between NGC and EG in the long run. Erdoğan et al. (2019) investigated the relationship between NGC and EG in Turkey from 1983 to 2017 using time-varying causality tests with Hacker and Hatemi-J. From the causality analysis results, the researchers concluded that the neutrality hypothesis is valid. Based on the causality test results for different sub-periods, the growth hypothesis was considered valid for the 1996 to 2010, 1997 to 2011 and 2001 to 2015 periods. They also concluded that the conservation hypothesis was valid in Turkey for the 2000 to 2014 period. Shahbaz et al. (2019) explored the relationship between EG and NGC in Pakistan from 1972 to 2011 using the Granger causality test, ARDL and the Johansen cointegration test. The cointegration tests showed a long-term relationship between capital, labor, NGC and EG variables. The Granger causality test results determined that the feedback hypothesis was valid in Pakistan for the research period. Ummalla and Samal (2019) investigated the effects of natural gas and renewable EC on carbon dioxide emissions and EG in China and India between 1965 and 2016. The ARDL cointegration test and the Granger causality approach were used in the study. According to the results of the analysis for India, there was no causal relationship between NGC and EG in the short run. However, the short-term results for China indicated that NGC is the cause of EG. Based on the long-term causality analysis results, it was concluded that the feedback hypothesis was valid for both countries. Galadima and Aminu (2020) investigated the relationship between Nigeria's EG and NGC with a nonlinear OLS and the Hatemi-J asymmetric causality test. Accordingly, it was determined that there is a two-way causal relationship between NGC and EG variables. The researchers also concluded that the feedback hypothesis is valid for Nigeria.

Table 1. Summary of Studies on NGC and EG

Author(s)	Period	Country(s)	Method	Findings
Kum, Ocal and Aslan (2012)	1970-2008	G-7 countries	Granger causality test with Bootstrap correction	Italy → the growth hypothesis England → the conservation hypothesis France, Germany and USA → The feedback hypothesis Canada and Japan → neutrality hypothesis is valid
Lim and Yoo (2012)	1991Q1–2008Q2	South Korea	Granger Causality Test, Johansen – Juselius Cointegration Test	The feedback hypothesis is valid.
Shahbaz, Lean and Farooq (2013)	1972-2010	Pakistan	ARDL cointegration test, Johansen Cointegration Test	The growth hypothesis is valid.
Bildirici and Bakırtaş (2014)	1980-2011	BRICS-T Countries	ARDL cointegration test, Granger causality test	Brazil, Turkey, Russia → Feedback hypothesis South Africa, China and India → The neutrality hypothesis is valid.
Doğan (2015)	1995-2012	Turkey	ARDL cointegration test, Granger causality test	The feedback hypothesis is valid.
Lach (2015)	2001Q1-2009Q4	Poland	Toda-Yamamoto and nonlinear	In the short run → The growth hypothesis The long run → The conservation hypothesis is valid

			Granger causality tests,	
Öztürk and Al-Mulali (2015)	1980-2012	Gulf Arab States Cooperation Council	Pedroni panel cointegration test, Panel Granger causality test	The feedback hypothesis is valid.
Solarin and Shahbaz (2015)	1971-2012	Malaysia	ARDL, Bayer-Hanck cointegration test, Granger causality test	The feedback hypothesis is valid.
Balitskiy, Bilan, Strielkowski and Štreimikienė (2016)	1997-2011	EU member 26 countries	Pedroni cointegration test, Panel EKK and Panel GMM regressions, Panel causality test	The growth hypothesis is valid.
Chang et al. (2016)	1965-2011	England and other countries	Panel causality test	England → the conservation hypothesis For all other countries → the neutrality hypothesis is valid.
Solarin and Öztürk (2016)	1980-2012	OPEC	Panel Granger causality test	Iraq, Kuwait, Libya, Nigeria and Saudi Arabia → The growth hypothesis, Algeria, Iran, United Arab Emirates, Andnezuela → conservation hypothesis Equator → The feedback hypothesis Angola and Qatar → The neutrality hypothesis
Aydın (2018)	1994-2015	10 countries with the most NGC	Kao cointegration test, Pedroni cointegration test, Panel Granger causality test	England and Germany → Conservation hypothesis For Thailand → the feedback hypothesis USA, Russia, Mexico, China, Japan, Canada and India → The neutrality hypothesis is valid
Zhi-Guo, Cheng and Dong-Ming (2018)	1991-2015	Northeast Asian countries	Pedroni cointegration test, Kao cointegration test, Panel causality test	Japan and Korea → Neutrality hypothesis China → The growth hypothesis is valid
Fadiran, Adebuseyi and Fadiran (2019)	1991-2016	12 countries in Europe	Panel cointegration test, Dumitrescu-Hurlin panel Granger causality test	Austria, Bulgaria and Switzerland → The growth hypothesis United Kingdom and Italy → conservation hypothesis is valid.
Sinaga, Saudi, Roespinoedji and Razimi (2019)	1980-2017	Indonesia	ARDL cointegration test	The feedback hypothesis is valid.
Etokakpan, Solarin, Yorucu, Bekun and Sarkodie (2020)	1980-2014	Malaysia	ARDL cointegration test, Granger causality test	The growth hypothesis is valid.
Cui et al. (2021)	1989-2020	Chine	Wavelet Coherence	The feedback hypothesis is valid.
Sohail et al. (2021)	1965-2019	Pakistan	Gregory-Hansen Co-integration Analysis	The growth hypothesis is valid
Galadima et al. (2022)	1981-2019	Nigeria	ARDL cointegration test	The growth hypothesis is valid

3. DATA AND METHOD

In this study, the relationship between NGC and EG for MIKTA countries was examined from 1986 to 2018 using annual data. The causal relationship between MIKTA country variables was investigated using the panel causality test. The 2010 fixed price gross domestic product values of countries for EG were obtained from the World Bank database. NGC values were obtained from the International Energy Agency (IEA) website for dry NGC (billion cubic meters).

3.1. Cross Sectional Dependence and Panel Unit Root Tests

In order to apply panel cointegration and causality tests, it is important to determine the integrated levels of the series. To achieve this, panel unit root tests were used. Panel unit root tests, which test whether the series has a unit root, need to be selected correctly. Therefore, the concept of cross-sectional dependence (CSD) is important in panel data series. In this study, Pesaran's (2004) approach was used first to test whether the series has CSD.

Pesaran's (2007) panel unit root test, which considers CSD, is one of the most widely used approaches in the literature. Pesaran's (2007) CIPS test, one of the second generation approaches, was used because the series in our study had CSD. This test was based on the standard Augmented Dickey-Fuller (ADF) equation, based on the cross-sectional mean of the lagged leandls and the difference in the series. The cross-sectional ADF (CADF) equation developed by Pesaran (2007) was arranged as follows:

$$\Delta y_{it} = \alpha_i + b_i y_{i,t-1} + c_i \bar{y}_{t-1} + \sum_{j=0}^p d_{ij} \Delta \bar{y}_{t-j} + \sum_{j=1}^p \delta_{ij} \Delta y_{i,t-j} + \varepsilon_{it} \quad (3.1.1)$$

In this equation, \bar{y}_t represents the average of the units in N observation numbers and time t. The first difference delay values of y_{it} and \bar{y}_t were selected with the help of information criterion. Based on this equation, Im, Pesaran, and Shin produced a statistic that considers CSD. The CIPS statistics were obtained by averaging the CADF statistics as follows:

$$CIPS = \frac{\sum_{i=1}^N CADF_i}{N} \quad (3.1.2)$$

3.2. Homogeneity Test

The Swamy (1970) test can be performed in panel data models where the cross-section size may be larger than the time series size. Testing slope homogeneity in this test depends on the distribution of individual slope estimates obtained from the pooled estimator. Pesaran and Yamagata (2008) introduced an approach where the cross-section size (N) can be larger than the time series size (T) for panel data models. The basis of this approach is based on Swamy's test of slope homogeneity. Pesaran and Yamagata (2008) proposed a standardized version of this test ($\tilde{\Delta}$) for testing slope homogeneity.

$$\tilde{S} = \sum_{i=1}^N (\hat{\beta}_i - \tilde{\beta}_{WFE})' \frac{x_i' M_T x_i}{\tilde{\sigma}_i^2} (\hat{\beta}_i - \tilde{\beta}_{WFE}) \quad (3.2.1)$$

In Equation (3.2.1.), $\hat{\beta}_i$ is the EKK estimator, $\tilde{\beta}_{WFE}$ is the weighted fixed effects estimator, and M_T is the unit matrix. The $\tilde{\Delta}$ test statistic proposed by Pesaran and Yamagata (2008) is the same as in equation (3.2.2).

$$\tilde{\Delta} = \sqrt{N} \left(\frac{N^{-1} \tilde{S} - k}{\sqrt{2k}} \right) \quad (3.2.2)$$

Under the null hypothesis with the $(N,T) \rightarrow \infty$ condition, the error terms will be normally distributed when $(\sqrt{N}/T) \rightarrow \infty$. Pesaran and Yamagata (2008) can be consulted for detailed theoretical information about this approach.

$$\tilde{\Delta}_{adj} = \sqrt{N} \left(\frac{N^{-1} \tilde{S} - E(\tilde{z}_{it})}{\sqrt{\text{var}(\tilde{z}_{it})}} \right) \quad (3.2.3)$$

Here, the mean is $E(\tilde{z}_{it}) = \mathbf{k}$ and the variance is expressed as $\text{var}(\tilde{z}_{it}) = \frac{2k(T-k-1)}{T} + 1$. Accordingly, since the small sample characteristics of the $\tilde{\Delta}$ test may cause deviation, normally distributed errors can be obtained using the $\tilde{\Delta}_{adj}$ statistic (Chang et al., 2016).

3.3. Panel Cointegration Tests

Panel cointegration approaches indicate the existence of a long-term relationship between variables and for this reason, many panel cointegration approaches are used in the literature. Westerlund's (2007) cointegration approaches were preferred in this study. Westerlund (2007) suggested panel tests that reveal the long-run relationship between error correction dependent and integrated variables. This cointegration test, based on four different panel tests, may include unit-specific short-term dynamics and unit-specific slope parameters. The tests reveal whether the panel as a whole, and at least one unit, is cointegrated. Westerlund (2007) suggests that the panel approach can be applied to bootstrap tests for variables with CSD. In this approach, G_τ and G_α group mean tests, and P_τ and P_α panel statistics, are calculated as follows (Persyn and Westerlund, 2008):

$$G_\tau = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \frac{\hat{\alpha}_i}{SE(\hat{\alpha}_i)}, \quad G_\alpha = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \frac{T\hat{\alpha}_i}{\hat{\alpha}_i(1)}$$

$$P_\tau = \frac{\hat{\alpha}}{SE\hat{\alpha}}, \quad P_\alpha = T\hat{\alpha}$$

In these calculations, $\hat{\alpha}_i(1) = 1 - \sum_{j=1}^{p_i} \hat{\alpha}_i$ was obtained and $SE(\hat{\alpha}_i)$ was the standard error of the $\hat{\alpha}_i$ error correction parameter. Critical values were gained from the study of Westerlund (2007).

3.4. Correlated Effects Mean Group Estimator

Pesaran (2006) proposed a new approach that filters the effects of unobserved common factors by using cross-section of unit-specific estimators. The auxiliary regression equations established within the scope of this approach are estimated by the least squares method. These are the estimations that are made when the variables are tested for cointegration.

The variance of the correlated effects mean group (CCEMG) estimator can be calculated whether the slope coefficients are homogeneous or heterogeneous. The CCEMG estimator can be obtained by considering the coefficients obtained from the cross-section ranges of the β_i slope coefficients in the random coefficient equation and the range group estimator. The CCEMG estimator was obtained by taking the simple range of the unit of the common correlated effect estimator (CCE) (Pesaran, 2006).

$$\hat{b}_{MG} = N^{-1} \sum_{i=1}^N \hat{b}_i \quad (3.4.1)$$

In Equation (3.4.1.), the CCEMG estimator is obtained asymptotically unbiased if $N \rightarrow \infty$ and $T \rightarrow \infty$ or T are constant.

3.5. Panel Granger Causality Test

In this study, the panel Granger causality approach was employed to investigate the relationship between NGC and EG for MIKTA countries. For this purpose, the panel vector autoregression (VAR) model was used. The panel VAR models created within the scope of this study are as follows:

$$gdp_t = \delta_0 + \sum_{i=1}^{n_1} \theta_i \Delta gdp_{t-i} + \sum_{j=1}^{n_2} \beta_j gas_{t-j} + \epsilon_{1t} \quad (3.5.1)$$

$$gas_t = \mu_0 + \sum_{i=1}^{n_1} \phi_i \Delta gdp_{t-i} + \sum_{j=1}^{n_2} \gamma_j gas_{t-j} + \epsilon_{2t} \quad (3.5.2)$$

Through a causal analysis of the panel VAR equations, the existence of a causal relationship between the variables and the direction of the causality can be determined. The empirical results will play a significant role in the policy recommendations that are formed (Saidi and Mbarek, 2016; Hussain et al., 2020).

4. RESULTS

The study examined whether the variables had CSD with the help of Breusch-Pagan LM and Pesaran (2004) CD tests. According to the results shown in Table 2, the variables had a CSD at the 1% significance level. Using the Pesaran (2007) CIPS test, which takes into account the CSD, the variables were analyzed for a unit root. In the panel unit root test results shown in Table 3, it was observed that lgas and lgdp variables had unit roots at the level and at other lag lengths, except for the case where the lgas variable did not have a delay (k=0). The variables became stationary when the first difference was taken.

Table 2. Cross Sectional Dependence Analysis Results

Variables	CD test statistic	Breusch-Pagan LM
lgas	15.88*** (0.00)	253.67*** (0.00)
lgdp	17.80*** (0.00)	316.81*** (0.00)

Note: *** denotes significance at 1% significance level. The logarithmic transformation of the variables was done.

The homogeneity test of the coefficients can be done with the null hypothesis that the coefficients are homogeneous, and with the alternate hypothesis that they are heterogeneous. Table 4 shows the test statistics for the Pesaran and Yamagata (2008) approach for MIKTA. According to the analysis results, the null hypothesis that the coefficients are homogeneous could not be rejected. This means that the coefficients are homogeneous and do not change according to the units.

Table 3. Results of Panel Unit Root Test and Homogeneity Tests

Variables	k=1	k=2	k=3
lgas	-1.15 (0.13)	0.64 (0.74)	0.83 (0.80)
lgdp	-0.39 (0.35)	-0.90 (0.19)	-0.51 (0.31)
Δ lgas	-6.58*** (0.00)	-3.54*** (0.00)	-2.98*** (0.00)
Δ lgdp	-3.00*** (0.00)	-2.18** (0.01)	-1.50* (0.07)
Homogeneity tests	Statistic	p-value	
$\tilde{\Delta}$	1.24	0.22	
$\tilde{\Delta}_{adj}$	1.30	0.19	

Note: ***, **, * significance at the 1%, 5% and 10% levels, respectively. Δ denotes the first difference of the series.

In order to examine the long-term relationship between NGC and EG for MIKTA, the results of the cointegration test from Westerlund's (2007) approach, which considers CSD, are shown in Table 4. The Akaike information criterion value was used as the appropriate lag length for this test. The results of the analysis show that the G_{α} statistic was significant at the 1% significance level, and the P_{α} statistic was significant at the 5% significance level. Accordingly, it can be said that there is a long-term relationship between NGC and EG for MIKTA countries.

Table 4. Results of Panel Cointegration Tests

Tests	Statistics	Probability
G_{τ}	-1.704	0.498
G_{α}	-9.375**	0.008
P_{τ}	-1.539	0.495
P_{α}	-11.492*	0.011

Note: **, * significance at the 1%, 5% leandls, respectively.

The CCEMG estimation results from the study are shown in Table 5. According to the estimation results for the whole panel, the effect of NGC on EG was negative and significant at the 5% significance level. According to the CCEMG estimation results for the units, the Indonesia and Mexico coefficients were significant at the 5% and 10% significance levels, respectively. The effect of NGC on EG was negative for those two countries. The estimation results for these two countries emphasize that NGC harms EG. In addition, these results suggest that Indonesia and Mexico should show a tendency to develop policies based on natural gas. The CCEMG estimation coefficients for NGC on EG for Austria and South Korea were negative but insignificant. According to the Turkey CCEMG estimation results, the effect of NGC on EG was positive but insignificant.

Table 5. Results of CCEMG Estimator

Dependent variable: Gdp		
Country	Coefficient	p-value
Australia	-0.021	0.910
Indonesia	-0.117**	0.018
South Korea	-0.031	0.536
Mexico	-0.134*	0.067
Turkey	0.011	0.793
All panel	-0.059	0.039

Note: **, * significance at the 5%, and 10% leandls, respectively.

The panel causality test was used to determine which hypothesis was valid for MIKTA countries. According to the panel causality test results in Table 6, NGC at the 1% significance level was the cause of EG for MIKTA. In studies conducted during different periods in South Korea, findings supporting the feedback hypothesis were obtained (Oh and Lee, 2004; Lim and Yoo, 2012). Salahuddin and Khan (2013) examined the relationship between EG, EC and carbon dioxide emissions for Australia from 1965 to 2007. According to the Granger causality analysis results, the feedback hypothesis was valid for Australia. Lin and Benjamin (2018) investigated the relationship between EC, foreign direct investment and EG for the period 1990 to 2014 for Mexico, Indonesia, Nigeria and Turkey (MINT). In the panel cointegration and causality analysis results, the findings supported the feedback hypothesis for each MINT country.

Table 6. Results of Panel Causality Test

	Test statistic	Prob.	Decision
gdp - gas	3.23*	0.07	EG is the cause of NGC
gas - gdp	16.60**	0.00	NGC is the cause of EG

Note: **, * significance at the 1%, and 10% leandls, respectively. The lag length is chosen as 1 according to the Bayesian Information criteria.

As can be seen in Table 6, EG was significant at the 10% significance level and the cause of NGC. Lee and Yoo (2016) analyzed the relationship between EC, carbon dioxide emissions and EG for Mexico from 1971 to 2007 with the help of time series methods. According to the findings, there was a causal relationship between EG and EC in Mexico. These findings explain the growth and development of the Mexican economy, as well as the increase in EC in different sectors. Alam et al. (2017) investigated the effect of NGC on EG in fifteen countries from 1990 to 2012. The findings from the panel study, which included Argentina, Indonesia, Mexico and Turkey, supported the short-term feedback hypothesis.

5. CONCLUSION

The relationship between NGC and EG was investigated for MIKTA countries using annual data from 1986 to 2018. Within the scope of this analysis, whether or not the variables had CSD was tested using the Breusch-Pagan LM and Pesaran (2004) CSD approaches. The Pesaran (2007) CIPS test was used for the variables with CSD, which takes this into account. According to the results of the CIPS test, analyzed with different lags, all the variables were stationary when the first difference was taken.

A panel causality test was conducted for the NGC and EG variables. According to the causality test results, there was a two-way causal relationship between NGC and EG for MIKTA. The results of the analysis revealed that the NGC and EG variables affect each other in MIKTA countries. This complementary relationship may indicate energy-saving policies that reduce NGC, which can impact EG. In addition, the negative impact of country EG may also impact NGC. At the same time, the results of the analysis support the feedback hypothesis for MIKTA.

The results of this study aim to contribute to the existing literature. We think the findings obtained in the study are valuable within the scope of the MIKTA countries examined. Future research on this subject examining the impact of the pandemic within the scope of both MIKTA countries and other country groups could be interesting. The research would improve knowledge about the impact of the pandemic on natural gas markets and consumption, as well as the impact on country EG.

REFERENCES

- Alam, M. S., Paramati, S. R., Shahbaz, M., and Bhattacharya, M. (2017). Natural gas, trade and sustainable growth: empirical evidence from the top gas consumers of the deandloping world. *Applied Economics*, 49(7), 635-649.
- Apergis, N., and Payne, J. E. (2010). Natural gas consumption and economic growth: a panel inandstigation of 67 countries. *Applied Energy*, 87(8), 2759-2763.
- Arora, V., and Shi, S. (2016). Energy consumption and economic growth in the United States. *Applied Economics*, 48(39), 3763-3773.
- Aydin, M. (2018). Natural gas consumption and economic growth nexus for top 10 natural Gas–Consuming countries: A granger causality analysis in the frequency domain. *Energy*, 165, 179-186.
- Azam, A., Rafiq, M., Shafique, M., Zhang, H., and Yuan, J. (2021). Analyzing the effect of natural gas, nuclear energy and renewable energy on GDP and carbon emissions: A multi-variate panel data analysis. *Energy*, 219, 119592.
- Balitskiy, S., Bilan, Y., Strielkowski, W., and Štreimikienė, D. (2016). Energy efficiency and natural gas consumption in the context of economic deandloping in the European Union. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 55, 156-168.
- Bildirici, M. E., and Bakirtas, T. (2014). The relationship among oil, natural gas and coal consumption and economic growth in BRICTS (Brazil, Russian, India, China, Turkey and South Africa) countries. *Energy*, 65, 134-144.
- Bulkani, B., Sonedi, S., and Putra, C. A. (2021). The Natural Gas Consumption and Economic Deandloping Nexus: Fresh Evidence from Indonesia. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 11(1), 607.
- Chang, T., Gupta, R., Inglesi-Lotz, R., Masabala, L. S., Simo-Kengne, B. D., and Weideman, J. P. (2016). The causal relationship between natural gas consumption and economic growth: evidence from the G7 countries. *Applied Economics Letters*, 23(1), 38-46.
- Colakoglu, S. (2016). The Role of MIKTA in Global Goandrnance: Assessments and Shortcomings. *Korea Obserandr*, 47(2), 267-290.
- Cui, L., Weng, S., Kirikkaleli, D., Bashir, M.A., Rjoub, H. and Zhou, Y. (2021). “Exploring the role of natural resources, natural gas and oil production for economic growth of China. *Resources Policy*, 74, 102429.
- Dogan, E. (2015). Revisiting the relationship between natural gas consumption and economic growth in Turkey. *Energy Sources, Part B: Economics, Planning, and Policy*, 10(4), 361-370.
- Erdoğan, S., Gedikli, A., and Kırca, M. (2019). A note on time-varying causality between natural gas consumption and economic growth in Turkey. *Resources Policy*, 64, 101504.
- Etokakpan, M. U., Solarin, S. A., Yorucu, V., Bekun, F. V., and Sarkodie, S. A. (2020). Modeling natural gas consumption, capital formation, globalization, CO2 emissions and economic growth nexus in Malaysia: Fresh evidence from combined cointegration and causality analysis. *Energy Strategy Reviews*, 31, 100526.
- Fadiran, G., Adebusuyi, A. T., and Fadiran, D. (2019). Natural gas consumption and economic growth: Evidence from selected natural gas andhicle markets in Europe. *Energy*, 169, 467-477.
- Galadima, M. D., and Aminu, A. W. (2020). Nonlinear unit root and nonlinear causality in natural gas-economic growth nexus: Evidence from Nigeria. *Energy*, 190, 116415.
- Galadima, M. D., Aminu, A.W., Adam, I.M., Adamu, I.M. and Suleiman, H.H. (2022). Short-term Dynamics and long-term relationship between natural gas consumption and economic growth in Nigeria: An ARDL approach with breaks. *Environmental Science and Pollution Research*. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-19457-8>

- Haug, S. (2017). Exploring ‘Constructiand Engagement’: MIKTA and Global Deandlopment. *Rising Powers Quarterly*, 2(4), 61-68.
- <http://mikta.org>
- <https://www.bp.com>
- <https://www.iea.org/data-and-statistics/data> (Accessed, 01 May 2022)
- Hussain, J., Khan, A., and Zhou, K. (2020). The impact of natural resource depletion on energy use and CO2 emission in Belt and Road Initiatiand countries: a cross-country analysis. *Energy*, 199, 117409.
- IEA, (2020). IEA Gas 2020 Analysing the impact of the Covid-19 pandemic on global natural gas markets. (Accessed, 22 April 2021)
- Isik, C. (2010). Natural gas consumption and economic growth in Turkey: a bound test approach. *Energy Systems*, 1(4), 441-456.
- Kum, H., Ocal, O., and Aslan, A. (2012). The relationship among natural gas energy consumption, capital and economic growth: Bootstrap-corrected causality tests from G-7 countries. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 16(5), 2361-2365.
- Lach, Ł. (2015). Oil usage, gas consumption and economic growth: Evidence from Poland. *Energy Sources, Part B: Economics, Planning, and Policy*, 10(3), 223-232.
- Lee, S. J., and Yoo, S. H. (2016). Energy consumption, CO2 emission, and economic groth: Evidence from Mexico. *Energy Sources, Part B: Economics, Planning, and Policy*, 11(8), 711-717.
- Li, Z. G., Cheng, H., and Gu, T. Y. (2019). Research on dynamic relationship between natural gas consumption and economic growth in China. *Structural Change and Economic Dynamics*, 49, 334-339.
- Lim, H. J., and Yoo, S. H. (2012). Natural gas consumption and economic growth in Korea: A causality analysis. *Energy Sources, Part B: Economics, Planning, and Policy*, 7(2), 169-176.
- Lin, B., and Benjamin, I. N. (2018). Causal relationships between EC, foreign direct inandstment and economic growth for MINT: Evidence from panel dynamic ordinary least square models. *Journal of Cleaner Production*, 197, 708-720.
- Oh, W., and Lee, K. (2004). Causal relationship between energy consumption and GDP revisited: the case of Korea 1970–1999. *Energy economics*, 26(1), 51-59.
- Ozturk, I., and Al-Mulali, U. (2015). Natural gas consumption and economic growth nexus: Panel data analysis for GCC countries. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 51, 998-1003.
- Saidi, K., and Mbarek, M. B. (2016). Nuclear energy, renewable energy, CO2 emissions, and economic growth for nine deandloped countries: Evidence from panel Granger causality tests. *Progress in Nuclear Energy*, 88, 364-374.
- Salahuddin, M., and Khan, S. (2013). Empirical link between economic growth, energy consumption and CO2 emission in Australia. *The Journal of Deandloping Areas*, 81-92.
- Shahbaz, M., Arouri, M., and Teulon, F. (2014). Short-and long-run relationships between natural gas consumption and economic gworth: Evidence from Pakistan. *Economic Modelling*, 41, 219-226.
- Shahbaz, M., Lean, H. H., and Farooq, A. (2013). Natural gas consumption and economic growth in Pakistan. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 18, 87-94.
- Sinaga, O., Saudi, M. H. M., Roespinoedji, D., and Razimi, M. S. A. (2019). The Dynamic Relationship between Natural Gas and economic growth: Evidence from Indonesia. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 9(3), 388-394.

- Sohail, HM., Li Z., Murshed, M., Alvarado, R. and Mahmood, H. (2021). An analysis of the asymmetric effects of natural gas consumption on economic growth in Pakistan: A non-linear autoregressive distributed lag approach. *Environmental Science and Pollution Research*, 29(4), 5687-5702.
- Solarin, S. A., and Ozturk, I. (2016). The relationship between natural gas consumption and economic growth in OPEC members. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 58, 1348-1356.
- Solarin, S. A., and Shahbaz, M. (2015). Natural gas consumption and economic growth: The role of foreign direct investment, capital formation and trade openness in Malaysia. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 42, 835-845.
- Ummalla, M., and Samal, A. (2019). The impact of natural gas and renewable energy consumption on CO₂ emissions and economic growth in two major emerging market economies. *Environmental Science and Pollution Research*, 26(20), 20893-20907.
- Zafar, M. W., Shahbaz, M., Hou, F., and Sinha, A. (2019). From nonrenewable to renewable energy and its impact on economic growth: the role of research and development expenditures in Asia-Pacific Economic Cooperation countries. *Journal of cleaner production*, 212, 1166-1178.
- Zhi-Guo, L., Cheng, H., and Dong-Ming, W. (2018). Empirical research on the relationship between natural gas consumption and economic growth in the Northeast Asia. *Energy and Environment*, 29(2), 216-231.

YEŞİL TAHVİL İHRACI DUYURULARINA PAY PİYASASI YATIRIMCILARININ TEPKİSİ: TÜRKİYE'DEKİ BANKALARIN YEŞİL TAHVİL İHRAÇLARINA İLİŞKİN OLAY ÇALIŞMASI REACTION OF INVESTORS TO THE GREEN BOND ISSUANCE ANNOUNCEMENTS: EVENT STUDY ON GREEN BOND ISSUES OF BANKS IN TURKEY

Gamze GÖÇMEN YAĞCILAR

*Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF, Finans ve Bankacılık, ORCID: 0000-0002-5009-4696,
gamzeyagcilar@sdu.edu.tr*

Fatime YILMAZ

*Yüksek Lisans Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, SBE, Finans ve Bankacılık, ORCID: 0000-0001-
9634-9618, yilmazfatime86@gmail.com*

**Kabul Tarihi /
Accepted: 27.09.2022**

**İletişim /
Correspondence:
Gamze Göçmen
Yağcılar**

**Benzerlik Oranı /
Similarity Score: %11**

**Makale Türü / Article
Type: Araştırma
Makalesi / Research
Article**

ÖZET

Yeşil tahviller ihraççı şirket ve kurumlar tarafından iklim değişikliği ve çevre ile ilişkili, sürdürülebilir, yeşil projeleri finanse etmek için çıkarılan bir finansal araçtır. Pay piyasası yatırımcılarının, elde edilen fonun sürdürülebilir yatırımlarda kullanılması yönüyle geleneksel tahvillerden ayrılan bu yeni finansman biçimini önemli görüp görmediğinin incelenmesi gerekmektedir. Bu çalışma, yeşil tahvil ihracı duyurusuna pay piyasası yatırımcısının tepkisini incelemektedir. Çalışmada BİST'te işlem gören ve yeşil tahvil ihracı gerçekleştiren bankalar kapsama alınmıştır. Yeşil tahvil ihracının yatırımcılar nezdinde karşılık bulup bulmadığını değerlendirmek amacıyla Olay Çalışması yönteminden yararlanılmıştır. Borsada işlem gören altı banka tarafından gerçekleştirilen dokuz ihracın yalnızca üç tanesi kümülatif anormal getiriye yol açmıştır. Günlük anormal getiriler ise ilgili olaya doğrudan bağlanamayacak kadar düzensiz ve olay gününden uzak bulunmuştur. Yatırımcıların en belirgin tepkiyi Yapı Kredi Bankasının 21.01.2020 tarihindeki ihracına verdiği görülmüştür. Diğer taraftan İş Bankasının 21.08.2019 ve Akbank'ın 22.06.2021 tarihindeki ihraçları da anlamlı pozitif CAR değerleri meydana getirmiştir. Pek çok piyasada ihraçların pozitif piyasa tepkisiyle karşılaşmış olmasının aksine Türkiye'de yeşil tahvil ihraçlarının hissedar değerine belirgin bir katkı sağladığına dair bulgu elde edilememiştir.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Tahviller, Sürdürülebilir Finans, Banka Pay Senetleri

JEL Kodları: G14, G30, Q56

ABSTRACT

Green bonds are financial instruments issued by companies and institutions to finance sustainable, green projects related to climate change and the environment. It is necessary to examine whether the equity markets consider this new form of financing, which differs from traditional bonds, as important in terms of using the obtained funds in sustainable investments. This study examines the reaction of the stock market to the green bond issuance announcement. Banks traded on BIST and issuing green bonds are included in the study. The Case Study method was used to evaluate whether the green bond issuance was rewarded by the investors. Of the nine issuances by six listed banks, only three resulted in cumulative abnormal returns. Daily abnormal returns, on the other hand, were too irregular and far from the event day to be directly related to the relevant event. It has been seen that the investors gave the most obvious reaction to Yapı Kredi Bank's issue on 21.01.2020. On the other hand, the issuances of İşbank on 21.08.2019 and Akbank on 22.06.2021 also created significant positive CAR values. Contrary to the positive market reaction of issuances in many markets, there is no evidence that green bond issuances make a significant contribution to shareholder value in Turkey.

Keywords: Green Bonds, Sustainable Finance, Bank Shares

JEL Codes: G14, G30, Q56

1. GİRİŞ

İnsan kaynaklı iklim değişikliğinin yol açtığı çevresel ve ekonomik sorunlar, uluslararası kuruluşları çeşitli tedbirler almaya itmiştir. Bu bağlamda 1992 yılında kabul edilen Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi öncü bir rol oynamış, sözleşme kapsamında 1997 yılında Kyoto Protokolü kabul edilmiş, 2015 yılında imzalanan Paris İklim Anlaşması ile emisyonların azaltılmasına yönelik çalışmalar hız kazanmıştır. İklim değişikliği ile mücadelenin en önemli boyutlarından birini, karbon salınımını arttırarak sera etkisine yol açan geleneksel üretim tekniklerinin ve fosil yakıtların kullanımının yerine sürdürülebilir üretim tekniklerinin ve enerji kaynaklarının konulması oluşturmaktadır. Ne var ki düşük karbonlu sürdürülebilir ekonomiye geçiş doğrultusunda gerçekleştirilmesi gereken dönüşümler önemli maliyetler gerektirebilmekte, dolayısıyla iklimin finansmanı konusunu gündeme getirmektedir.

Sürdürülebilir, doğa dostu, düşük emisyonlu projelerin finansmanı, getirdiği riskler ve maliyetler nedeniyle bu alanda yatırım yapmak isteyen firmalar için sorun teşkil edebilmektedir. Örneğin Kandır ve Yakar (2017, s. 87) yenilenebilir enerji yatırımlarının yüksek başlangıç yatırımı gerektirmesinin yanı sıra geleneksel enerji yatırımları ile rekabet etmek zorunda kalmalarına vurgu yapmaktadır. Bu noktada, giderek yaygınlaşan Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) anlayışının bir gereği olarak bu tür yatırımların finansmanında bankalar öncü bir rol üstlenmişler ve sürdürülebilir yatırımlara kaynak sağlama amacıyla “yeşil tahvil” olarak adlandırılan inovatif finansal ürün ihraçlarına başlamışlardır.

Mocanu, Constantin ve Cernat-Gruici (2021), geleneksel tahvil ihracı duyuruları ile kıyaslandığında yeşil tahvil duyurularının iki tip bilgiyi açığa vurduğunu belirtmektedir: hem tahvil ihracı hem de firmanın çevreyi koruma taahhüdüne dair bir sinyal. Benzer şekilde bankalar da yeşil tahvil ihraç ederek, topladıkları kaynakların işletmelerin sürdürülebilir yatırım projelerini finansmanında kullanılacağını, dolayısıyla çevresel duyarlılıklarını ilan etmiş olmaktadır. Glavas (2020) özellikle Paris Anlaşması sonrasında pay piyasası yatırımcılarının yeşil tahvillere ilgisinin arttığını ve ihraçları firma değerlemelerinde dikkate almaya başladıklarını belirtmiştir. Bu çerçevede çalışmanın amacı, bankalar tarafından ihraç edilen yeşil tahvillerin, bankaların pay piyasasındaki yatırımcıları tarafından fiyatlanıp fiyatlanmadığını araştırmaktır. Böylelikle BİST pay piyasası yatırımcılarının çevresel, sosyal ve kurumsal yönetim (ESG) konularındaki farkındalıkları, duyarlılıkları ya da ihraççı bankaya ilişkin algıları konusunda da bir fikir sahibi olunması hedeflenmektedir. Bu amaçla olay çalışması yönteminden yararlanılmış ve bankaların yeşil tahvil ihracına ilişkin duyurularına pay fiyatlarının anlamlı bir tepki verip vermediği tespit edilmeye çalışılmıştır. Chen, Weber ve Saravade’ye (2022:11) göre pay piyasasında pozitif tepkinin oluşumu, yeşil tahvillerin yatırımcılar için yeşil finansın geleceği hakkında sinyal verme kabiliyetine sahip olduğuna dair anlayışı pekiştirmesinin yanı sıra, ihraççının piyasadaki finansal ve çevresel performansı hakkında bilgi iletmesine de hizmet etmesi açısından da önemlidir. Ancak bankaları kapsayan bu çalışmadan elde edilen bulgular, yatırımcıların bu ihraçlara anlamlı tepkiler vermediğini göstermiştir. Analiz sonuçlarına göre yatırımcıların yeşil tahviller ve dolayısıyla finanse edilecek firmalarla ilgili farkındalıklarının olmadığı ya da alım satım kararlarına bunu yansıtmadıkları anlaşılmaktadır.

Çalışmanın bundan sonraki kurgusu şu şekildedir: İkinci bölümde yeşil tahvil kavramı açıklanmış ve tarihsel gelişimine yer verilmiş, üçüncü bölümde literatür araştırması sunulmuş, dördüncü bölümde metodoloji açıklanmış ve beşinci bölümde bulgular paylaşılmıştır. Sonuç ve değerlendirme bölümüyle çalışma tamamlanmıştır.

2. SÜRDÜRÜLEBİLİR FİNANS ÇERÇEVESİNDE YEŞİL TAHVİLLER

2.1. Yeşil Tahvillerin Kavramsal Açıklaması:

Liu vd. (2022), çevresel sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak ve ekonomik kalkınma ile iklim değişikliği arasındaki iç çatışmaları hafifletmek için yeşil finansın önemli bir araç haline geldiğine vurgu yapmıştır. Çevre ve iklim değişikliği konularında pozitif etkileri olan projeleri

finanse etmek amacıyla uygulamaya geçirilen yeşil tahviller (Bitlis, 2016), çevresel bir perspektife odaklanan yatırımların sürdürülebilir faaliyetlere yönlendirilmesi, ihraççıların ekolojik geçiş yollarını finanse etmelerine yardımcı olan yeni bir borçlanma aracı olma özelliği taşımaktadır (Lebelle, Lajili Jarjir ve Sassi, 2020). Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü'ne (OECD) göre yeşil tahviller şu şekilde tanımlanmaktadır (OECD, 2015): “Yeşil tahviller, çevresel faydalar sağlayan yeşil projeleri finanse etmek için kullanılan borçlanma araçlarıdır. Yeşil tahvil, yeşil projeleri, varlıkları veya ticari faaliyetleri finanse etmek veya yeniden finanse etmek için toplanan fonları kullanma taahhüdü ile normal tahvilden farklıdır. Yeşil tahviller, projeler veya yeniden finansman amaçları için sermayeyi artırmak, sermayeyi serbest bırakmak ve artan kredilendirmeye yol açmak için kamu veya özel aktörler tarafından önceden ihraç edilebilir.”

Zhou ve Cui'ye (2019) göre yeşil tahvil ihracı, halka açık şirketlerin çevre dostu işletmelere dönüşme kararlılığını ve sosyal sorumluluklarını göstermeye elverişlidir. Yeşil tahvil ihracının, bir şirketin finansman maliyetlerini azaltması, kaynak kullanım verimliliğini artırması ve böylece şirketin topluma ürün ve hizmet sunmasına, sosyal sorumluluklarını yerine getirmesine yardımcı olması beklenir (Zhou ve Cui, 2019).

Chiesa ve Barua (2019) çevresel yönü dışında, yeşil tahviller ve standart tahvillerin kavramsal olarak birbirleriyle çok benzediğini belirtmişlerdir. Bununla birlikte, Bitlis (2016) ana özelliği ihracı ile elde edilen kaynağın yeşil projelerde kullanılması olan yeşil tahvillerin, standart tahvillere göre bir takım üstünlükleri bulunduğunu ifade etmiştir: i) Düz fiyatlandırma ilkesi dolayısıyla yatırımcılara ek maliyet getirmemektedir. ii) Rücu hakkı bulunmaktadır. iii) Aynı ihraççının çıkardığı standart tahvillerle aynı özelliklere ve ödeme kriterlerine sahiptir. iv) Sağladığı çevresel katkılar sayesinde yatırımcı açısından ek değer oluşturmaktadır.

Bir projeyi “yeşil” olarak belirlemek için standart bir yaklaşım 2014 yılına kadar mevcut olmayıp, 2014 yılında 13 bankadan oluşan bir grup, yeşil tahvil piyasasının geliştirilmesinde bütünlüğü teşvik etmenin yanı sıra şeffaflığı ve açıklamayı tavsiye eden, gönüllülük esasına dayalı bir kılavuz niteliğindeki Yeşil Tahvil İlkelerini (GBP) hazırlamışlardır (Baulkaran, 2019). Bu ilkeler dört unsurdan oluşmaktadır (Green Bond Principles, 2014): Birincisi, elde edilen kaynağın yenilenebilir enerji, enerji etkinliği, sürdürülebilir atık yönetimi, sürdürülebilir toprak kullanımı, biyo-çeşitliliğin korunması, temiz ulaştırma, temiz su gibi yatırım alanlarında kullanılmasıdır. İkincisi, projelerin değerlendirme ve seçilme süreçleri, yapılacak yatırımın yeşil tahvil ile finansmana uygun olup olmadığını tespit edebilmelidir. Üçüncüsü, yeşil tahvilden sağlanan kaynağın yönetimi ile ilişkili olarak alt portföylere taşınması ve sağlanan kaynağın mutlaka uygun projelerle ilişkilendirilmesi sağlanmalıdır. Dördüncü ilke ise raporlama ile ilgili olup, sağlanan kaynağın hangi yatırımlarda kullanıldığının ve bu şekilde sağlanan pozitif çevresel etkilerin raporlanması önerilmektedir.

2.2. Yeşil Tahvillerin Dünya'daki ve Türkiye'deki Gelişimi:

Dünyada “iklim duyarlılığı tahvili” olarak adlandırılan ilk yeşil tahvil 2007 yılında Avrupa Yatırım Bankası (EIB) tarafından ihraç edilmiştir. Yeşil tahvil adıyla ilk ihraç ise 2008 yılında Dünya Bankası tarafından gerçekleştirilmiştir; 2013 yılından itibaren reel sektör firmalarının, bankaların ve devlet kurumlarının ihraççı olarak bu piyasaya katılımı ile yıllık ihraç sayıları artmaya başlamıştır (Menteşe, 2021:99). Öncü yeşil tahvil ihraçlarından bazılarını Tang ve Zhang (2020) özetlemiştir: Aralık 2016'da Polonya, Ocak 2017'de Fransa ilk yeşil devlet tahvillerini ihraç etmiş; ABD devlet kurumu Fannie Mae 2017'de yeşil ipoteğe dayalı menkul kıymetler (MBS) ihracını gerçekleştirmiştir. İlk İslami yeşil tahvil ise Haziran 2017'de Malezya tarafından “yeşil sukuk” olarak piyasaya sürülmüştür. Günümüzde uluslararası kuruluşlar, kalkınma bankaları, ticari bankalar, banka dışı finansal kuruluşlar ve şirketler de bu piyasaya ihraççı olarak katılarak, piyasanın büyümesine katkı sağlamaktadır (Tang ve Zhang, 2020).

İklim Tahvilleri Girişiminin (Climate Bonds Initiative/CBI) verilerine göre yeşil tahvil piyasasında yıllık ihraç 2021'de ilk kez yarım trilyon sınırını aşmış ve 2020'ye göre %75 artışla 522.7 milyar ABD doları seviyesine ulaşmıştır. Avrupa en verimli ihraç bölgesi olurken, Asya-

Pasifik en güçlü yıllık büyümeyi yaşamıştır (%129). ABD, %63 artış gösteren hacmiyle 81.9 milyar ABD dolarına ulaşarak yeşil tahvil kaynağı olarak lider konumunu sürdürmüştür. ABD kümülatif toplamı 304 milyar USD seviyesi ile en büyük ülkedir ve ikinci ülke olan (199 milyar ABD doları) Çin'den %50'den fazladır (CBI, 2022).

Türkiye'deki seyrine bakıldığında ilk yeşil tahvil ihracının Türkiye Sınai Kalkınma Bankasının (TSKB), 2016 yılında gerçekleştirdiği yeşil/sürdürülebilir tahvil ihracı olduğu bilinmektedir. Bankanın 2017 yılında ihraç ettiği Sermaye Benzeri Sürdürülebilir Tahvil ise dünyada ilk olma özelliğine sahiptir. 2021 yılında ise 350 milyon ABD doları, 5 yıl vadeli sürdürülebilir tahvil ihracı gerçekleştirmiştir. Sağlanan kaynağın, TSKB'nin Sürdürülebilirlik Çerçevesi kapsamında yer alan projelerinin yeniden finansmanı ve yeni sürdürülebilirlik yatırımlarının finansmanı için kullanılacağı belirtilmiştir (TSKB, 2021).

2017 yılında Garanti BBVA tarafından 150 milyon ABD tutarında Yeşil Mortgage ürününün piyasaya sunulması ile sağlanan kaynak, enerji verimliliği yüksek binaları kapsayan çevre dostu projelerin finansmanında kullanılmıştır. Banka 2019 yılında da 5 yıl vadeli 50 milyon ABD doları tutarında yeşil tahvil ihraç etmiştir. Banka tarafından, Yeşil Tahvil Prensipleri ile uyumlu olarak elde edilen kaynağın iklim değişikliğine çözüm üreten projelerin finansmanına aktarıldığı belirtilmiştir (Garanti BBVA, 2020).

Yapı Kredi Bankası 2020 yılında yenilenebilir enerji projelerinin finansmanında kullanılmak üzere beş yıl vadeli 50 milyon dolar tutarındaki ilk yeşil tahvil ihracını gerçekleştirmiştir (Yapı Kredi Bankası, 2020).

QNB Finansbank tarafından 2021 yılında 3 yıl vadeli 50 milyon ABD doları tutarında yeşil tahvil ihraç edilmiştir. Banka elde edilen kaynağın, portföyündeki uluslararası olarak sertifikalandırılmış yeşil bina projelerinde kullanılacağını bildirmiştir (Bloomberght, 2021).

İş Bankası, ilk yeşil tahvil ihracını 21 Ağustos 2019 tarihinde gerçekleştirmiştir. Türk bankaları tarafından gerçekleştirilen ilk %100 yeşil Euro-tahvil işlemi olma özelliğine sahip ihracın tutarı 50 milyon ABD doları ve vadesi 10 yıldır. (İş Bankası, 2019).

Akbank'ın ilk yeşil tahvili Ağustos 2020'de ihraç edilmiştir ve 50 milyon ABD doları değerindedir. 2021 yılı Nisan ayında ise ilk sürdürülebilirlik temalı sendikasyon kredisi ile Türkiye ekonomisine 675 milyon ABD doları destek sağlanmıştır. 22 Haziran 2021'de ise 10 yıl vadeli 500 milyon ABD doları tutarında sürdürülebilir sermaye benzeri tahvil ihracını gerçekleştirmiştir (Akbank, 2021).

Ziraat Bankası 2021 yılında uluslararası piyasalarda 5 yıl vadeli, 600 milyon USD tutarlı sürdürülebilir Eurobond ihracı gerçekleştirmiştir. Bu ihracın özelliği ise, Türkiye'de sermayesinin tamamı kamuya ait bir finansal kuruluş tarafından gerçekleştirilen ilk "Sürdürülebilir Eurobond" olmasıdır. Sağlanan fonların büyük ölçüde yenilenebilir enerji ve istihdamın sürekliliğini sağlamaya yönelik çevresel ve sosyal temalı krediler yoluyla kullanılacağı belirtilmiştir (Ziraat Bankası, 2021).

3. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Farklı ülkeleri kapsayan ve olay çalışması yönteminin uygulandığı çalışmaların çoğunda yeşil tahvil ihraçlarının piyasada pozitif tepkiyle karşılandığına dair bulgular elde edilmiştir. Glavas (2020) Ocak 2013-Ağustos 2018 döneminde 22 ülkeden 780 işletmeyi; Flammer (2018) 1 Ocak 2013-31 Aralık 2017 döneminde Avrupa, Amerika ve Asya'dan 368 işletmeyi; Pederson ve Thun (2019) Kasım 2013-Ekim 2019 Avrupa pay piyasalarında listelenen firmaları; Zhou ve Cui (2019), 2016'dan 2019'a kadar Çin anakarasında listelenen 70 Çinli şirket tarafından ihraç edilen 144 yeşil tahvili; Tang ve Zhang (2020), 2007-2017 yılları arasında 28 ülkedeki firmaları incelemiştir. Çalışmaların tamamında yeşil tahvil duyurularının firma değeri üzerinde pozitif etkisinin bulunduğu tespit edilmiştir. Verma ve Bansal (2021) Hintli şirketlerin; Chen, Weber ve Saravade (2022) 2016-2019 yılları arasında Çin ve Hong-Kong pay piyasalarında işlem gören firmaların yeşil tahvil ihraçlarının pay senedi fiyatı üzerinde önemli bir pozitif etkiye sahip olduğunu göstermiştir.

Roslen, Yee ve Ibrahim (2017), olay çalışması yöntemini kullanarak çok ülkeli bir örneklem için yeşil tahvilin hissedarlar tarafından nasıl algılandığına dair genel bir bakış sunmaya çalışmışlardır. Elde edilen sonuçlar, özellikle, ihraççılar tarafından yeşil tahvil duyurularının yapılmasından bir gün sonra hissedarların genellikle olumlu tepki verdiğini ayrıca, yeşil tahvil piyasasına yatırım yapan hissedarların, yatırımlarının getirisinin gelecekte değerli olacağını öngördüklerini göstermiştir.

Zhou ve Cui (2019) yeşil tahvil ihracı duyurularının sadece şirketlerin pay senedi fiyatları, şirketlerin karlılığı ve operasyonel performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olmadığını, aynı zamanda inovasyon kapasitesi üzerinde de etkili olduğunu ve şirketlerin kurumsal sosyal sorumluluğunu iyileştirebileceğini göstermiştir. Tang ve Zhang (2020), yeşil tahvil duyurularının, tamamen düşük borç maliyetinden kaynaklanmayacağını, bununla birlikte, firma yeşil tahvil ihraç ettikten sonra, özellikle yerli kurumlarda kurumsal sahipliğin arttığını göstermiştir. Yeşil tahvil ihracının firmaların pay senetlerinde pozitif anormal getiriye yol açtığını bulan diğer çalışmalardan birinde Flammer (2020) borsa tepkisinin sadece sertifikalı yeşil tahviller için önemli olduğunu bulmuş olup, bu, sertifikasyonun yeşil tahvil piyasasında önemli bir yönetim aracı olduğunu göstermiştir. Xi ve Jing (2022) Çin borsalarında yürüttükleri çalışmalarında yeşil tahvillerin müteakip ihracının pay senedi fiyat etkisinin ilk ihraçtan daha önemli olduğunu, mali olmayan şirketlerin mali şirketlerden daha belirgin olduğunu, kamu ihracının özel ihraçtan daha belirgin olduğunu, devlet tarafından sahip olunan şirketlerin, devlete ait olmayan şirketlerden daha kayda değer olduğunu, küçük ölçekli şirketlerin, büyük ölçekli şirketlerden daha belirgin olduğunu ve yüksek özsermaye konsantrasyonuna sahip şirketlerin, düşük öz sermaye konsantrasyonuna sahip olanlardan daha net olduğunu göstermişlerdir.

Baulkaran (2019) çoğunluğu Avrupalı olmak üzere Çin, ABD ve Avustralya'dan toplam 54 firmayı kapsayan çalışmasında, yeşil tahvil ihracı duyurusuna borsa tepkisini analiz ederek yeşil tahvil ihraç etmenin hissedarlar için değer yaratıp yaratmadığını incelemiştir. Ek olarak, makalede, regresyon analizini kullanarak, yeşil tahvil ihracına piyasa tepkisini açıklayan hem tahvil hem de firma özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Olay çalışmasından elde edilen sonuçlar anlamlı pozitif CAR değerlerini göstermiştir. Bu sonuç hissedarların bu finansman biçimini değer artırıcı olarak gördükleri şeklinde yorumlanmıştır.

Wang vd. (2020) Çin borsaları üzerine gerçekleştirdikleri çalışmalarında, Olay çalışması yaklaşımıyla, piyasa modeline göre ayarlanan anormal getiriler (AR) ve kümülatif anormal getiriler (CARs) kullanılarak yeşil tahvil ihracı duyurularındaki hisse senedi piyasası tepkisi değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlar geleneksel tahvillere kıyasla yeşil tahviller için önemli ve güçlü bir pozitif fiyat etkisi olduğunu ve yeşil etkinin, en çok ihraççılar ve sigortacılar güçlü bir sosyal itibara sahip olduğunda ve tahvil yatırımcıları uygun yatırım çıkarları gösterdiğinde belirgin hale geldiğini göstermiştir. Tahvil piyasası tepkisini de destekler şekilde, borsa yatırımcıları da yeşil tahvil ihraçlarının duyurularını oldukça olumlu fiyat tepkileriyle karşılamıştır.

Diğer taraftan Lebelle, Jarjir ve Sassi (2020) çalışmalarında, 2009'dan 2018'e kadar 145 firma tarafından ihraç edilen 475 yeşil tahvile olay çalışması metodolojisi uygulayarak, piyasanın yeşil tahvil ihraçlarının duyurusuna olumsuz tepki verdiğini; özellikle, pay senedi piyasasının yeşil tahvilin ilan edildiği gün ve ertesi gün tepki verdiğini göstermiştir. Mocanu, Constantin ve Cernat-Gruici (2021), 15 farklı borsada işlem gören 27 firma tarafından gerçekleştirilen 44 sürdürülebilir tahvil ihracı üzerinde incelemeler yapmışlardır. Yazarlar olay çalışması neticesinde yeşil tahvillerle benzer şekilde sürdürülebilir tahvil ihracının karlılık beklentisinin bozulmasına yol açtığı için küçük ve negatif tepkiyle karşılaştığını bulmuşlardır. Wu'nun (2022) çalışması ise Çin piyasası için Ocak 2016-Haziran 2019 dönemini ve 146 yeşil tahvil ihracını; küresel piyasalar için Şubat 2016-Haziran 2018 dönemini kapsamaktadır. Olay çalışmasından elde edilen bulgular ilk yeşil tahvil ihracının firmaların piyasa değerini düşürdüğünü, sonraki ihraçlarda ise herhangi bir tepkinin gerçekleşmediğini göstermiştir.

Türkiye’de yeşil tahvil ihracının hissedar değerine etkisi üzerine yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak sürdürülebilirlik uygulamaları çerçevesinde yapılan çalışmalarda piyasanın genellikle anlamlı bir tepkisinin olmadığı görülmüştür. Bu çalışmalardan birinde Çıtak ve Ersoy (2016) firmaların BIST Sürdürülebilirlik Endeksi’nde yer almasına yönelik piyasa tepkisini ölçmeyi amaçlamışlardır. Sürdürülebilirlik endeksinin hesaplanmaya başlandığı 4 Kasım 2014 tarihi olay günü olarak belirlenmiş; olay penceresi içindeki bütün günler için, endekste yer alan firmalar için anlamlı anormal getirilere rastlanmamıştır. Böylece sürdürülebilirlik endeksine alınmanın, yatırımcıların yatırım kararlarını kısa vadede etkilemediği sonucuna varılmıştır. Diğer taraftan, sürdürülebilirlik endeksinde yer alan firmaların açıklanmasından önce piyasada tepki oluşmazken, açıklama tarihinden sonrasındaki üç günlük dönemde, endekste yer alan firmaların tamamının pay senetlerinde anlamlı pozitif getiriler meydana geldiği görülmüştür.

Duranay ve Yağcılar (2020) BİST Sürdürülebilirlik Endeksinde yer almak üzere değerlendirmeye alınan şirketlere yönelik yatırımcı tepkisinin yönünü ve şiddetini araştırmışlardır. Olay çalışması yöntemi kullanılan çalışmada olay günleri 27.10.2017 ve 26.10.2018 olup, sürdürülebilirlik endeksine dahil edilmenin kesin bir pozitif ya da negatif tepkiyle karşılandığına dair bir bulgu elde edilememiştir. Ancak, endekse giremeyen firmalarda anlamlı negatif getiriler oluşmuştur.

Bumin ve Demir (2021) ise BİST’te işlem gören bankaların kamuoyu ile paylaştıkları sürdürülebilirliğe ilişkin açıklamalarının bu bankaların pay senedi fiyatları üzerindeki etkisini incelemişlerdir. BIST Sürdürülebilirlik Endeksine dahil olan 9 bankanın 2018 ve 2021 yılları arasında yapmış oldukları 27 adet sürdürülebilirlik açıklamasının yapıldığı tarihten on gün öncesinde ve on gün sonrasında bu bankaların pay senedi fiyatlarındaki değişim, olay çalışması yöntemiyle analiz edilmiştir. Bulgular, sürdürülebilirlik uygulamalarına ilişkin açıklamaların, bankaların pay senedi getirileri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını ve BIST Sürdürülebilirlik Endeksinde yer alan bankaların sürdürülebilirlik açıklamalarının, pay senedi yatırımcılarının yatırım kararları için bir kriter olmadığını göstermiştir.

4. VERİ SETİ VE YÖNTEM

Çalışmada borsada işlem gören ve yeşil tahvil ihracı gerçekleştiren bankalar kapsama alınmıştır. Bu bankalardan Garanti Bankası 20.12.2019; Yapı Kredi Bankası 21.01.2020; QNB Finans Bank 11.06.2021; İş Bankası 21.08.2019; Akbank 05.08.2020 ve 22.06.2021; Türkiye Sınai Kalkınma Bankası (TSKB) ise 18.08.2016, 28.03.2017 ve 14.01.2021 tarihlerinde yeşil tahvil ihracı gerçekleştirmişlerdir. Olay çalışması yönteminde kullanılmak üzere bankaların olay gününden önceki 216 ve sonraki 15 günlük kapanış fiyatları kullanılmıştır. Veriler tr.investing.com internet sitesinden elde edilmiştir.

Yeşil tahvil ihracının yatırımcılar nezdinde karşılık bulup bulmadığını değerlendirmek amacıyla Olay çalışması yönteminden yararlanılmıştır. Olay çalışması yöntemi, yeni bilginin piyasalarda anlık olarak oluşturduğu tepkileri gözlemleyebilme olanağı sağlayan bir yöntemdir. Yeni bilgi yatırımcılar tarafından anlamlı bulunuyorsa derhal fiyatlara yansiyacak, bu da ilgili pay senedinin fiyatının, piyasa modeli doğrultusunda beklenen değerinden sapmasına, yani anormal getiriler oluşmasına yol açacaktır.

Piyasa modeli kullanılarak anormal getirilerin hesaplanma aşamaları aşağıdaki gibidir:

1. Adım: İlk olarak pay senetlerinin T+15;T-216 aralığında 231 günlük kapanış fiyatları kullanılarak Denklem (1) yoluyla günlük gerçekleşen getiriler hesaplanmıştır.

$$R_{it} = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}} \quad (1)$$

2. Adım: 200 günlük tahmin penceresi (T-16;T-216) için Denklem (2) ile gösterilen piyasa modeli analiz edilmiş, yani pay getirileri BİST-100 endeksinin getirisi ile regresyona tabi tutulmuştur.

$$R_{it} = \alpha_i + \beta_i R_{mt} + \varepsilon \quad (2)$$

3. Adım: Denklem (2)'nin çözümü ile elde edilen β katsayısı, olay penceresi (T-15;T+15) için beklenen getirilerin hesaplanması amacıyla Denklem (3)'te kullanılmıştır.

$$E(R)_{it} = \alpha_i + \beta_i R_{mt} \quad (3)$$

4. Adım: Olay penceresi içerisinde gerçekleşen getiriler ile piyasa modeli ile tahmin edilen beklenen getiriler arasındaki fark hesaplanmış, böylece anormal getiriler (AR) oluşturulmuştur (Denklem (4)).

$$AR_{it} = R_{it} - E(R)_{it} \quad (4)$$

5. Adım: AR değerlerinin istatistiksel anlamlılığını değerlendirebilmek amacıyla Denklem (5)'te gösterilen t istatistiği hesaplanmıştır. T istatistiği, AR değerlerinin, piyasa modelinin çözümüyle elde edilen standart hatalara (σ) bölünmesiyle hesaplanmaktadır.

$$t(AR) = \frac{AR_{it}}{\sigma_i} \quad (5)$$

6. Adım: Yatırımcıların yeni bilgiye günlük tepkilerini gözlemlemek için AR değerleri kullanılmaktadır. Ancak bazı durumlarda piyasa tepkisi günlük fiyat hareketleri ile ölçülemeyebilir ve anormal getirileri belirli bir elde tutma süresinin neticesinde oluşabilir. Bu etkiyi gözlemlemek için kümülatif anormal getirilerin (CAR) hesaplanması gerekmektedir. CAR değerlerinin ve t istatistiklerinin hesaplanmasında Kothari ve Warner (2007, s. 11) takip edilmiştir. Denklem (6) CAR değerlerini, Denklem (7) t istatistiklerini hesaplamak için kullanılmıştır. Denklem (8) ise t istatistiğinin hesaplanmasında kullanılan varyans değerinin formülünü gösterirken, L gün sayısıdır.

$$CAR(t_1, t_2) = \sum_{t=t_1}^{t_2} AR_t \quad (6)$$

$$t(CAR) = \frac{CAR(t_1, t_2)}{\sqrt{\sigma^2(t_1, t_2)}} \quad (7)$$

$$\sigma^2(t_1, t_2) = L\sigma^2(AR_t) \quad (8)$$

AR ve CAR değerlerinin %1, %5 ve %10 anlamlılık seviyelerinde anlamlı kabul edilebilmesi için, t istatistiklerinin kritik değerler olan $\pm 2,57$; $\pm 1,96$ ve $\pm 1,645$ 'ten mutlak değerce büyük olması gerekmektedir.

5. BULGULAR

Olay penceresi içerisinde getirilerde günlük olarak meydana gelen tepkilere bakıldığında hiçbir olayda olay günü ve izleyen ilk beş günde anlamlı bir anormal getiri meydana gelmemiştir. Bunun tek istisnası Akbank 1 olayı olup, yalnızca T+4 gününde %5 anlamlılık seviyesinde pozitif anormal getiri görülmektedir. Akbank 1 olayında T+4 günü dışında; İş Bankası, Akbank 2, TSKB 2 ve TSKB 3 olaylarında ise olay penceresi boyunca herhangi bir anormal getiriye rastlanmamıştır. Garanti Bankasında T-5 ve T+12; QNB Finans Bank'ta T+6 ve T+8; TSKB 1 olayında ise T-10, T-11 ve T+12 günlerinde anlamlı anormal getiriler gerçekleşmiştir. Gün sayısı bağlamında ise en fazla anormal getiriye Yapı Kredi Bankası olayında rastlanmaktadır. T-7, T-3, T-2, T+12 ve T+14 günlerinde pozitif; T+6 ve T+15 günlerinde negatif anormal getiriler meydana gelmiştir. T-7 günündeki yüksek anormal getirinin, 14 Ocak 2020 tarihinde yeşil tahvil ihracına yönelik Kamu Aydınlatma Platformuna (KAP) yapılan özel durum açıklaması ile ilişkili olduğu düşünülmektedir.

Tablo 1. Günlük Anormal Getiriler (AR) Tablosu

Olay Penceresi	Garanti 20.12.2019	Yapı Kredi 21.01.2020	QNB Fin. 11.06.2021	İş Bankası 21.08.2019	Akbank 2 5.08.2020	Akbank 1 22.06.2021	TSKB 1 18.08.2016	TSKB 2 28.03.2017	TSKB 3 14.01.2021
T+15	-0,003	-0,054***	0,001	0,023	0,011	0,001	-0,004	0,006	-0,008
T+14	-0,005	0,035**	0,002	-0,003	-0,004	0,015	-0,015	0,000	0,001
T+13	-0,001	0,000	0,004	-0,005	-0,008	-0,004	0,005	-0,002	-0,014
T+12	0,040***	0,050***	0,002	-0,004	0,019	0,005	0,033***	-0,009	0,002
T+11	-0,010	-0,012	-0,008	-0,012	-0,016	-0,004	-0,018	0,000	0,014
T+10	0,000	0,003	-0,042	-0,010	-0,012	-0,003	0,010	0,018	-0,010
T+9	-0,001	-0,015	0,018	0,024	0,005	0,008	0,003	-0,010	-0,032
T+8	-0,010	-0,012	0,105***	0,013	0,012	-0,012	0,003	-0,012	-0,015
T+7	-0,002	0,005	0,041	0,002	0,002	0,005	0,007	-0,003	-0,035
T+6	-0,003	-0,028**	-0,070**	-0,012	0,013	0,007	0,014	0,002	0,051
T+5	0,002	0,020	0,014	0,007	-0,006	0,001	-0,019	0,015	-0,011
T+4	-0,002	0,014	-0,001	0,002	0,027**	0,016	0,004	0,010	0,049
T+3	-0,003	0,010	0,014	0,004	-0,015	0,008	-0,008	0,004	-0,012
T+2	-0,004	0,012	0,000	-0,001	-0,016	0,003	0,007	-0,007	-0,016
T+1	-0,010	0,005	-0,013	0,000	0,002	0,002	0,006	0,010	0,017
T=0	0,000	0,007	-0,008	0,009	-0,007	0,004	-0,006	-0,005	-0,010
T-1	-0,002	-0,005	-0,018	-0,024	0,008	0,002	-0,017	-0,006	-0,008
T-2	-0,004	0,041***	-0,021	0,012	-0,002	0,021	0,010	-0,007	0,040
T-3	-0,003	0,032**	0,024	0,001	-0,013	-0,015	-0,007	0,008	-0,015
T-4	-0,016	-0,002	0,013	-0,025	0,007	-0,002	-0,003	-0,012	-0,024
T-5	0,032**	-0,013	0,009	-0,027	-0,012	0,015	0,003	0,003	0,021
T-6	-0,009	0,009	-0,007	-0,020	-0,003	0,001	-0,010	-0,005	0,006
T-7	0,000	0,056***	0,042	0,008	-0,010	-0,004	-0,016	-0,003	-0,015
T-8	0,013	-0,012	0,005	-0,016	0,004	0,008	0,017	-0,002	-0,002
T-9	-0,003	0,005	-0,010	0,004	0,013	0,009	-0,004	0,004	-0,011
T-10	0,000	-0,010	-0,012	-0,002	-0,005	0,004	-0,032***	-0,004	-0,015
T-11	-0,003	0,009	0,003	-0,002	-0,003	0,008	0,033***	0,002	-0,031
T-12	0,016	-0,011	-0,037	-0,006	0,005	0,001	-0,011	0,000	-0,010
T-13	-0,006	-0,001	0,020	-0,008	-0,005	0,001	0,008	-0,015	-0,013
T-14	-0,013	0,004	-0,041	-0,009	-0,019	-0,005	-0,001	0,002	-0,034
T-15	0,004	0,004	0,007	0,000	0,011	0,012	-0,001	-0,004	0,017

NOT: *, ** ve *** sembolleri sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık seviyelerinde istatistiksel olarak anlamlı olan AR değerlerini ifade etmektedir.

Tablo 1’de sunulan bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, yeşil tahvil ihraçlarına yatırımcılar tarafından en çok tepki gösterilen olayın Yapı Kredi Bankasına ait olduğu dikkat çekmektedir. Olay gününün öncesinde anlamlı pozitif anormal getiriler gerçekleşmiş ve pozitif getiri eğilimi olay günü sonrasında da istatistiksel olarak anlamlı olmamakla birlikte devam etmiştir. T+6 ve T+15 günlerindeki negatif AR değerlerinin, hızlı fiyat artışları sonrasında meydana gelen düzeltme hareketlerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Diğer bankalar için ise yeşil tahvil ihracının borsada tepki oluşturduğuna dair kesin bir izlenim oluşmamaktadır.

Tablo 2. Kümülatif Anormal Getiriler (CAR) Tablosu

Olay Penceresi	Garanti 20.12.2019	Yapı Kredi 21.01.2020	QNB Fin. 11.06.2021	İş Bankası 21.08.2019	Akbank 1 5.08.2020	Akbank 2 22.06.2021	TSKB 1 18.08.2016	TSKB 2 28.03.2017	TSKB 3 14.01.2021
(-5;+5)	-0,012	0,122**	0,013	-0,040	-0,029	0,054*	-0,030	0,012	0,030
(0;-10)	0,008	0,108	0,017	-0,079	-0,021	0,043	-0,063	-0,029	-0,033
(0;-15)	0,005	0,114	-0,032	-0,105**	-0,032	0,060*	-0,036	-0,044*	-0,104
(0;-5)	0,006	0,060	-0,001	-0,053	-0,020	0,025	-0,019	-0,020	0,004
(0;+5)	-0,019*	0,069***	0,007	0,022**	-0,016	0,034**	-0,017	0,027	0,016
(-10;+10)	-0,027	0,123	0,084	-0,049	-0,009	0,078	-0,038	-0,002	-0,048

NOT: *, ** ve *** sembolleri sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık seviyelerinde istatistiksel olarak anlamlı olan CAR değerlerini ifade etmektedir.

Tablo 2'ye bakıldığında genel olarak bankaların pay senetlerinde olay günü ve izleyen beş günde günlük anormal getiri görülmezken, kümülatif olarak değerlendirildiğinde Tablo 2'de Yapı Kredi, İş Bankası ve Akbank 2 yeşil tahvil ihraçlarının pozitif CAR değeri meydana getirdiği anlaşılmaktadır. Garanti Bankası için ise beş günlük kümülatif getirilerin %10 anlamlılık seviyesinde negatif olduğu gözlenmektedir. Ayrıca (-5;+5) aralığında Yapı Kredi için %5 ve Akbank 2 için %10 anlamlılık seviyesinde pozitif CAR değerleri görülmektedir. Yapı Kredi Bankasının yeşil tahvil ihracı, olayın gerçekleşmesinden önce başlayarak pay fiyatlarının yükselmesinde etkili olmuş ve bu etki sonraki birkaç günde de devam etmiştir. Yapı Kredi gibi Akbank 2 olayında da tüm olay penceresi boyunca CAR değerlerinin pozitif olduğu görülmektedir. Olay öncesi 15 günlük pencere içerisinde İş Bankası ve TSKB 2 için negatif kümülatif anormal getiriler dikkat çekmektedir. QNB, Akbank 1, TSKB1 ve TSKB 3 olaylarında kümülatif anormal getiriler istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

Tablo 2'de yer alan bulgulardan hareketle, yeşil tahvil ihracının beş gün öncesinden başlamak üzere, bazı bankalara yatırım yapan yatırımcıların takip eden süreçte piyasanın üzerinde kazanç elde etmeleri beklenebilir. Ancak bu sonucu tüm bankalara genelleme imkânı bulunmadığı gibi, yatırımcıların yeşil tahvil ihracını yatırım kararlarını etkileyebilecek önemli bir faktör olarak gördüklerini de söylemek mümkün olmamaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Etkin bir piyasada rasyonel yatırımcıların yeni bilgiyi derhal fiyatlara yansıtması beklenir. Ancak yeni bilginin işletmenin kazanç gücü, nakit akışları ya da riski üzerinde etkili olması önemlidir. Aksi takdirde pay fiyatları üzerinde etkili olması beklenemez. Yeşil tahviller nitelik itibarıyla geleneksel tahvillerden ayrı bir yatırım/finansman aracı olmayıp, geleneksel tahvillerin tüm özelliklerini taşımakta, risk ya da maliyet yönünden ihraç eden kuruluşa farklı bir avantaj ya da dezavantaj getirmemektedir. Öyleyse yeşil tahvil ihracının pay senetlerinde neden anormal getiriye neden olacağı sorusu akla gelebilir. Yeşil tahvil ihracının borsada pay fiyatlamasını etkileme potansiyeli ekonomik nedenlerden değil, yatırımcı duyarlılıklarından kaynaklanmaktadır.

Yeşil tahviller sürdürülebilir yatırımların finansmanında kullanılmak üzere ihraç edilen borçlanma araçlarıdır. Ekonomik yönden geleneksel tahvillerden önemli bir farkı bulunmazken, finansman sağlanan projeler bakımından ayrılmaktadır. Dolayısıyla çevre ve sürdürülebilirlik konularında hassasiyeti olan yatırımcıların ilgisini çekebilmektedir. Bu çalışmada da benzer bir yatırımcı ilgisinin yeşil tahvil ihraç eden bankaların pay senetlerinde yoğunlaşabileceği düşüncesiyle yola çıkılmıştır. Yeşil tahvillerin ihraç edildikleri günler etrafında günlük ve kümülatif anormal getiri oluşumları araştırılmıştır. Ne var ki elde edilen bulgular yatırımcıların bankaların yeşil tahvil ihraçlarına, pay getirilerini etkileyecek güçte bir duyarlılığının olmadığını göstermektedir. Borsada işlem gören altı banka tarafından gerçekleştirilen dokuz ihracın yalnızca üç tanesi kümülatif anormal getiriye yol açmıştır. Günlük anormal getiriler ise ilgili olaya doğrudan bağlanamayacak kadar düzensiz ve olay

gününden uzak bulunmuştur. Yapı Kredi Bankasının 21.01.2020 tarihindeki ihracı yatırımcılar tarafından en çok fiyatlanan olay olurken bunu 0;+5 gün aralığında anlamlı pozitif CAR değerleri üreten İş Bankası (21.08.2019 tarihli) ve Akbank (22.06.2021 tarihli) ihraçları izlemektedir.

Elde edilen bulguların, konuya ilişkin uluslararası literatürde ortaya konulan sonuçlarla uyumlu olmadığı görülmektedir. Yapılan çalışmalarda büyük ölçüde olumlu piyasa tepkisine dair kanıtlar sunulmuş, sınırlı sayıda çalışmada ise negatif tepkiler ortaya konulmuş ve bu da yeşil tahvil ihracı ile gerçekleştirilecek yatırımlar nedeniyle gelir beklentisinin bozulmasına bağlanmıştır. Türkiye piyasasını ve bankacılık sektörünü merkeze alan bu çalışmanın bulguları ise yatırımcıların yeşil tahvil ihraçlarına negatif ya da pozitif belirgin bir tepki göstermediğini ortaya koymaktadır. Bu sonuç, Türkiye’de sürdürülebilir finans alanında yapılan çalışmalardan elde edilen bulgular ile tutarlı görünmektedir (örneğin Çıtak ve Ersoy, 2016; Duranay ve Yağcılar, 2020; Bumin ve Demir, 2021).

Pederson ve Thun (2019) Paris anlaşmasının hedeflerine ulaşmak ve küresel ısınmayı önlemek için firmaların çevresel ayak izlerini azaltmaları gerektiğini, yeşil tahvillerin de firma değerini düşürmeden işletmelerin çevre dostu projelere yatırım yapmalarına imkân sağladığını belirtmişlerdir. Nitekim literatür incelendiğinde pek çok piyasada bu ihraçların pozitif piyasa tepkisiyle karşılaştığı görülmüştür. Bu bağlamda Türkiye’de yeşil tahvil ihraçlarının hissedar değerine belirgin bir katkı sağladığına dair bulgu elde edilememiş olması, yatırımcıların bu konudaki duyarlılıklarının düşük olduğu, iklim değişikliği ile mücadele ve sürdürülebilirlik kapsamındaki diğer çevresel projelerin önemine ilişkin bilinç düzeyinin yetersiz olduğu şeklinde yorumlanabilir. Yatırımcıların iklim ve çevre programlarına odaklanan firmalara ve bunların finansmanı için kaynak temin etmeye yönelik bankalara yatırım yapmak suretiyle destek olmaları, ihraççılar açısından bir teşvik unsuru da oluşturabilir. Bu noktada yeşil tahvillerin yatırımcılar nezdinde bilinirliğinin artırılması ve çevresel konularda bilinçlendirme faaliyetlerine ağırlık verilmesi, pozitif piyasa duyarlılığının gelişmesini sağlayabilir ve yeşil tahvil piyasasının etkinliğinin artmasına katkıda bulunabilir.

Bundan sonraki çalışmalarda araştırmanın kapsamı genişletilerek, yeşil tahvil ihraç eden farklı sektörlerden firmalar incelemeye alınarak, piyasa tepkisi karşılaştırmalı olarak ortaya konulabilir. Ayrıca yeşil tahvil ihraçları sonrasında anlamlı AR ve CAR değerleri ile karşılaşan firmaların özelliklerinin tespit edilmesinin de literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Adeyemo, M.O. (2018). Measuring The Effect Of Online Advertising On Consumers Choice: Coca Cola Company Case Study. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Ajzen, I., ve Fishbein, M. (1975). İlişkilendirme Süreçlerinin Bayes Analizi. Psikolojik Bülten, 82 (2), 261.

Ashill, N. J. ve Yavas, U. (2005). Dimensions Of Advertising Attitudes: Congruence Between Turkish And New Zealand Consumers. Marketing Intelligence & Planning.

Aytaç, M.B. (2021), "Ends justify the means! Attitude toward ambush marketing", Marketing Intelligence & Planning, Vol. 39 No. 3, pp. 485-499.

Barrio-García, S. ve Luque-Martínez, T. (2003). Modelling Consumer Response To Differing Levels Of Comparative Advertising. European Journal Of Marketing.

Bauer, R. A. ve Greyser, S. A. (1968). Advertising In America, The Consumer View.

Brackett, L. K. ve Carr, B. N. (2001). Cyberspace Advertising Vs. Other Media: Consumer Vs. Mature Student Attitudes. Journal Of Advertising Research, 41(5), 23-32.

Bınark M. ve Bayraktutan, G. (2013). Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik., Kalkedon Yayınları, İstanbul.

Burnett, G. (2000). Information Exchange In Virtual Communities: A Typology. Information Research, 5(4).

Cesur, Z., Memis, S., Gökkaya, Ö., ve Demir, B. (2016). Sosyal Medya Üzerinde Gösterilen Reklamların Ahlak Kavramı Açısından Değerlendirilmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma/Evaluating The Advertisements Shown Through Social Media In Terms Of The Concept Of Morality: A Review On University Students. Turan: Stratejik Arastirmalar Merkezi, 8(32), 274.

Clow, K.E. ve Baack, D. (2018). Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications. United Kingdom: Pearson Education.

Çelikten, M.O. (2014). Sosyal Medyanın Etkisi-Kozmetik Ürünlerin Satın Alınmasında Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Nuh Naci Yazgan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

De Pelsmacker, P., Geuens, M. ve Anckaert, P. (2002). Media Context And Advertising Effectiveness: The Role Of Context Appreciation And Context/Ad Similarity. Journal of Advertising, 31(2), 49-61.

D'souza, C., ve Taghian, M. (2005). Green Advertising Effects On Attitude And Choice Of Advertising Themes. Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics, 17(3).

Ducoffe, R. H. (1996). Advertising Value ve Advertising On The Web. Journal Of Advertising Research, 36(5), 21-35.

Gana, A. (2017), Consumer Attitudes ve Beliefs Towards Online Advertising Within The Cultural Context A Study On Algerian And Turkish University Students. Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Gitangali, K ve Mishra, A (2016). Effects Of Online Advertising On Consumers. Journal Of Humanities And Social Sciences, 12(9:1).35-41.

Goldfarb, A. (2014). What is different about online advertising?. Review of Industrial Organization, 44(2), 115-129.

Jalilvand, M. R., Samiei, N., Dini, B., ve Manzari, P. Y. (2012). Examining The Structural Relationships Of Electronic Word Of Mouth, Destination İmage, Tourist Attitude Toward Destination And Travel İntention: An İntegrated Approach. Journal Of Destination Marketing & Management, 1(1-2), 134-143.

Jin, S.V., Muqaddam, A. ve Ryu, E., (2019), İnstafamous And Social Media İntluencer Marketing. Mareting Intelligence & Planning.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., ve Tatham, R. L. (2006). Multivariate data analysis (Vol. 6).

Hunt, S.D. ve Vitell, S. (1986), A General Theory of Marketing Ethics. Journal of Macromarketing. 6(1): 5-16.

Kalan, Ö. (2016). Yeni Medyada Reklam ve Etik Sorunlar. Atatürk İletişim Dergisi, (10), 71-90.

Kaya, İ. (2015). Etik Değerlere Yatkinlık Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. Journal of International Social Research, 8(41).

Koç, E. (2019). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım. Seçkin Yayınları. Sekizinci Baskı, Ankara.

Ling, K. C., Piew, T. H., ve Chai, L. T. (2010). The Determinants Of Consumers' Attitude Towards Advertising. Canadian Social Science, 6(4), 114-126.

MacKenzie, SB ve Lutz, RJ (1989). Bir Reklam Ön Testi Bağlamında, Reklama Yönelik Tutumun Yapısal Öncüllerinin Ampirik Bir İncelemesi. Pazarlama Dergisi, 53 (2), 48-65.

Mesci, A. (2017). İnternette Reklamcılık (2. Baskı). Pusula Yayınları, İstanbul.

Nakip M. ve Yaraş E. (2017). SPSS Uygulamalı Pazarlama Araştırma Teknikleri. Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Njau, J. N., & Karugu, W. (2014). Influence of e-marketing on the performance of small and medium enterprises in Kenya: Survey of small and medium enterprises in the manufacturing industry in Kenya. International Journal of Business & Law Research, 2(1), 62-70.

Petrovici, D. ve Marinov, M. (2007). Determinants And Antecedents Of General Attitudes Towards Advertising: A Study Of Two EU Accession Countries. European Journal Of Marketing.

Pollay, R. W. ve Mittal, B. (1993). Here's The Beef: Factors, Determinants, And Segments İn Consumer Criticism Of Advertising. Journal Of Marketing, 57(3), 99-114.

Ramaprasad, J. ve Thurwanger, M. L. (1998). South Asian Female College Students Attitudes Toward And Beliefs About Advertising: Measuring Across Cultures. International Communication Division.

Rodgers, Shelly (2004), The Effects of Sponsor Relevance on Consumer Reactions to Internet Sponsorships, JA, 32 (4), 67-76.

Smit, E. G. ve Neijens, P. C. (2000). Segmentation Based On Affinity For Advertising. Journal Of Advertising Research, 40(4), 35-43.

Şahin, E. (2018). Sosyal Medya Reklamlarının Etik Sorunsalı Çerçevesinde Gizli Reklam Uygulamaları. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.

Tan, S. J., ve Chia, L. (2007). Are We Measuring The Same Attitude? Understanding Media Effects On Attitude Towards Advertising. *Marketing Theory*, 7(4), 353-377.

Tchai, T (2011). Online Advertising Development ve Their Economic Effectiveness. *Australian Journal Of Business And Management Research* 1(6), 121-133

Tsang, M. M., Ho, S. C., ve Liang, T. P. (2004). Consumer Attitudes Toward Mobile Advertising: An Empirical Study. *International Journal Of Electronic Commerce*, 8(3), 65-78.

Uzun, R. (2016). Reklam Etiği: Sorunlar ve Sorumluluklar (3. Baskı). Dipnot Yayınları, Ankara.

Wang, C., Zhang, P., Choi, R. ve D'Eredita, M. (2002). Understanding Consumers Attitude Toward Advertising. *AMCIS 2002 Proceedings*, 158.

Wang, Y., Sun, S., Lei, W. ve Toncar, M. (2009). Examining beliefs and attitudes toward online advertising among Chinese consumer. *Journal of International Direct Marketing*, 3(1), 52-66.

Wolin, L.D.; Korgaonkar,P. ve Lund, D. (2002). Beliefs, Attitudes And Behavior Towards Web Advertising, *Journal Of Advertising Research*, 21(1), 87-113.

Yılmaz, R. ve Erdem, M.N. (2016). 150 Soruda Geleneksel ve Dijital Reklamcılık. Umuttepe Yayınları, Kocaeli.

EXTENDED ABSTRACT

Environmental and economic problems caused by human-induced climate change have pushed international organizations to take various measures. In this context, the United Nations Framework Convention on Climate Change, adopted in 1992, played a leading role; the Kyoto Protocol was accepted in 1997 within the scope of the agreement, and the efforts to reduce emissions gained momentum with the Paris Climate Agreement signed in 2015. With the Paris Climate Agreement, efforts to reduce emissions have accelerated. One of the most important dimensions of the fight against climate change is the replacement of traditional production techniques and fossil fuels, which cause greenhouse effect by increasing carbon emissions, with sustainable production techniques and energy resources. However, the transformations that need to be realized in line with the transition to a low-carbon sustainable economy may require significant costs, thus bringing the issue of climate finance to the agenda.

The financing of sustainable, nature-friendly, low-emission projects can pose a problem for companies that want to invest in this field due to the risks and costs it brings. At this point, banks have taken a leading role in financing such investments as a requirement of the ever-widening Corporate Social Responsibility (CSR) understanding and they have started issuing innovative financial products called “green bonds” in order to provide resources for sustainable investments.

The aim of the study is to investigate whether the green bonds issued by the banks are priced by the investors of the banks in the equity market. Thus, it is aimed to have an idea about the awareness and sensitivity of BIST stock market investors on environmental, social and corporate governance (ESG) issues or their perceptions of the issuer bank. For this purpose, the event study method was used and it was tried to determine whether the share prices gave a meaningful reaction to the announcements of the banks regarding the issuance of green bonds. In an efficient market, rational investors are expected to reflect new information on prices immediately. However, it is important that the new information has an impact on the earnings power, cash flows or risk of the business. Otherwise, it cannot be expected to have an effect on share prices. Green bonds are not a separate investment/financing tool from traditional bonds, they carry all the features of traditional bonds and do not bring any advantage or disadvantage to the issuing institution in terms of risk or cost. So, the question of why the issuance of green bonds will cause abnormal returns in stocks may come to mind. The potential for green bond issuance to affect share pricing in the stock market is not due to economic reasons but to investor sentiments.

While there is no significant difference from traditional bonds in terms of economy, it differs in terms of financed projects. Therefore, it can attract the attention of investors who are sensitive to environmental and sustainability issues.

No study has been found on the effect of green bond issuance on shareholder value in Turkey. However, in studies conducted within the framework of sustainability practices, it has been observed that the market generally does not have a meaningful reaction. In the study, six banks traded in the stock market and issuing green bonds are included. The number of green bonds issued by these six banks is nine. In order to be used in the event study method, the closing prices of the banks for the 216 days before the event day and the 15 days after the event were used. The data were obtained from the tr.investing.com website.

The Event study method was used to evaluate whether the green bond issuance was rewarded by the investors. The event study method is a method that provides the opportunity to observe the instantaneous reactions of new information in the markets. If the new information is found meaningful by the investors, it will be reflected in the prices immediately, which will cause the price of the relevant stock to deviate from the expected value in line with the market model, in other words, abnormal returns will occur.

Considering the daily reactions in returns within the event window, no significant abnormal returns occurred on the day of the event and in the first five days following the event. The only exception to this is the Akbank 1 event, and only on the T+4 day a positive abnormal return is seen at the 5% significance level. In the case of Akbank 1, except for the T+4 day; in the events of İşbank, Akbank 2, TSKB 2 and TSKB 3, no abnormal returns were observed during the event window. T-5 and T+12 in Garanti Bank; T+6 and T+8 at QNB Finans Bank; In the case of TSKB 1, significant abnormal returns occurred on days T-10, T-11 and T+12. In the context of the number of days, the highest abnormal return is seen in the case of Yapı Kredi Bank. On days T-7, T-3, T-2, T+12 and T+14 positive; on days T+6 and T+15 negative abnormal returns occurred. The high abnormal return on the T-7 day is thought to be related to the material event disclosure made to the Public Disclosure Platform (KAP) for green bond issuance on 14 January 2020.

When the findings are evaluated in general, it is noteworthy that Yapı Kredi Bank has the most reaction to green bond issuances by investors. Significant positive abnormal returns were realized before the event day and the positive return trend continued after the event day, although it was not statistically significant. Negative AR values on T+6 and T+15 days are thought to be due to the correction movements that occurred after rapid price increases. For other banks, there is no definite impression that the issuance of green bonds creates a reaction in the stock market.

While there is no abnormal daily return in the stocks of banks on the day of the event and the following five days in general, when evaluated cumulatively, it is understood in Table 2 that Yapı Kredi, İş Bankası and Akbank 2 green bond issuances create a positive CAR value. For Garanti Bank, on the other hand, it is observed that the five-day cumulative returns are negative at the 10% significance level. In addition, positive CAR values are seen in the range (-5; +5) at a significance level of 5% for Yapı Kredi and 10% for Akbank 2. Yapı Kredi Bank's green bond issuance, which started before the event took place, was effective in increasing the share prices and this effect continued in the next few days. Like Yapı Kredi, it is observed that CAR values are positive throughout the entire event window in the Akbank 2 event. Negative cumulative abnormal returns for İşbank and TSKB 2 within the 15-day window before the event are noteworthy. Cumulative abnormal returns in QNB, Akbank 1, TSKB1 and TSKB 3 events were not statistically significant.

According to these findings, it can be expected that investors who invested in some banks, starting five days before the green bond issuance, will earn above the market in the following period. However, it is not possible to generalize this result to all banks, and it is not possible to say that investors see the issuance of green bonds as an important factor that can affect their investment decisions. Findings from this study involving banks showed that investors did not respond significantly to these issuances. According to the results of the analysis, it is understood that the investors do not have awareness about green bonds and thus the companies to be financed or they do not reflect this in their buying and selling decisions.

Pederson and Thun (2019) stated that companies should reduce their environmental footprints in order to achieve the goals of the Paris agreement and prevent global warming, and green bonds allow businesses to invest in environmentally friendly projects without reducing the value of the company. As a matter of fact, when the literature is examined, it has been seen that these issuances have faced a positive market reaction in many markets. In this context, the lack of evidence that green bond issuances make a significant contribution to shareholder value in Turkey can be interpreted as the low sensitivity of investors in this regard and the insufficient level of awareness regarding the importance of other environmental projects within the scope of combating climate change and sustainability. Investors' support by investing in companies that focus on climate and environmental programs and banks that seek to obtain funds for their financing can also create an incentive for issuers. At this point, increasing awareness of green bonds in the eyes of investors and focusing on awareness-raising activities on environmental issues can improve positive market sensitivity and contribute to increasing the efficiency of the green bond market.

SAĞLIK ALANINDA LİDERLİK KARAKTERİSTİKLERİ VE İŞ TATMİNİ: İZMİR İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

LEADERSHIP CHARACTERISTICS AND JOB SATISFACTION IN HEALTH: A RESEARCH IN İZMİR

Nurdan KARAMAN

Öğrenci, ORCID: 0000-0003-1917-4863, karaman-nur@hotmail.com

Nezih Metin ÖZMUTAF

Prof. Dr., İKÇÜ, İİBF, İşleme, ORCID: 0000-0003-1330-409X, nezih.metin.ozmutaf@ikcu.edu.tr

**Kabul Tarihi /
Accepted: 19.12.2022**

**İletişim /
Correspondence: Nurdan
Karaman**

**Benzerlik Oranı /
Similarity Score: %16**

**Makale Türü / Article
Type: Araştırma
Makalesi / Research
Article**

ÖZET

Bu araştırmanın temel amacı, sağlık çalışanlarının algıları kapsamında liderlik karakteristiklerinin iş tatminine yönelik etkisinin belirlenmesidir. Bu çerçevede literatür taraması sonucu özgün olarak oluşturulan anket, Eylül 2020–Aralık 2021 tarihleri arasında İzmir ilinde yer alan sağlık sektöründe çalışan insan kaynağı çerçevesinde 252 sağlık çalışanına yüz yüze ve online olarak uygulanmıştır. Faktör analizi bulguları sonucunda iş tatmini faktörü, stratejik liderlik karakteristiği faktörü ve bütünleştirici liderlik karakteristiği faktörü şeklinde üç temel faktör belirlenmiştir. Üç faktör de sağlık çalışanları tarafından ileri düzeyde önemsenmektedir. Stratejik liderlik karakteristiği faktörü ve bütünleştirici liderlik karakteristiği ile iş tatmini faktörü arasında pozitif yönde yüksek bir etki; stratejik liderlik karakteristiği faktörü ile bütünleştirici liderlik karakteristiği arasında pozitif yönde düşük seviyede bir etkileşim belirlenmiştir. Ayrıca, sağlık çalışanlarında uygulamada genel olarak liderlik algısının yüksek seviyede olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Sağlık çalışanları, liderlik karakteristikleri, iş tatmin.

Jel Kodları: M19 - Diğer, I10 - Sağlık

ABSTRACT

The main purpose of this research is to determine the effect of leadership characteristics on job satisfaction within the scope of perceptions of health care professionals. In this context, the questionnaire, which was originally created as a result of the literature review, was applied face-to-face and online to 252 health workers within the framework of the human resources working in the health sector in Izmir between September 2020 and December 2021. As a result of the factor analysis findings, three basic factors were determined as job satisfaction factor, strategic leadership characteristic factor and integrative leadership characteristic factor. All three factors are highly regarded by healthcare professionals. A high positive effect between the strategic leadership characteristic factor and the integrative leadership characteristic and the job satisfaction factor; A low level of positive interaction was determined between the strategic leadership characteristic factor and the integrative leadership characteristic. In addition, it has been determined that the perception of leadership in general in healthcare workers is at a high level.

Keywords: Healthworkers, leadership characteristics, jobsatisfaction

Jel Kods: M19- Other, I10- Health

1. GİRİŞ

Liderlik, grup olarak olumlu bir değişim isteyen insanlar arasında ilişkisel, etik, sürekli ve dinamik bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Liderlik, aynı zamanda, organizasyon ve meslekte sağlık sistemlerinin uygulanması ve yenilenmesinin önemli rolleri ile başkaları üzerinde etki süreci ile de ilişkilidir; bu ise kanıta dayalı uygulamada ve sonuç olarak sağlanan bakımın kalitesinde bir artışa yol açacaktır (Fernandes vd., 2018: 2). Liderler, dönüştürücü, karizmatik veya vizyon sahibi olma karakteristikleri çerçevesinde, başkalarına kendi çıkarlarının ötesinde grup veya kuruluş için en iyi olana geçmeleri için ilham verirler. Yöneticiler liderlik karakteristikleri çerçevesinde yön, destek, rehberlik ve yardım sağlayarak etkisiz davranış kalıplarının ortadan kaldırılmasına ve onları yenileriyle değiştirerek bir kuruluşun çevresine uyum sağlamasına yardımcı olurlar (Taylor vd., 2014: 566).

Hastalar ve hizmet sağlayıcılardaki değişiklikler, tıbbi gelişmeler, bilgi teknolojisi ve geri ödeme dahil olmak üzere sağlık hizmetlerinde meydana gelen değişimler, hemşirelik liderleri için çok büyük zorlukları da beraberinde getirmektedir. Bu değişiklikleri yönetmek ve hedeflerin stratejik olarak yürütülmesini sağlamak, yeterli hazırlıkla başlayan güçlü bir liderlik gerektirmektedir. Hemşire yöneticiler genellikle pozisyonları için klinik uzmanlıklarına dayalı olarak seçilirler. Ancak insan kaynakları yönetimi, bütçe hazırlama ve izleme, üst düzey meslektaşları yönetme ve günlük uygulamada teknolojiyi kullanma gibi konularda kendilerine güvenleri yoktur. Başarılı liderlik için gerekli karakteristikler, yalnızca klinik uzmanlığı değil, aynı zamanda duygusal ve kültürel zekanın da birlikte etkin kullanımını gerektirdiği belirtilebilir. Liderlik karakteristiği olarak, hemşire liderler için iletişim, çatışma çözme, rol geçişi, zamanlama, bütçe ve bordro yönetimi, performans değerlendirme ve personel danışmanlığı birincil gelişimsel ihtiyaçlar olarak tanımlanabilir (Fennimore ve Wolf, 2011: 204). Etkili liderliğin sağlık kuruluşları ve sağlık sistemleri için yüksek kaliteli bakım ve finansal başarı sağlamaları konusunda gerekli olduğu giderek daha fazla kabul görmektedir. Bu nedenle, sağlık hizmetleri liderleri ve tıbbi liderlerin, yönetim liderliği, sağlık yönetimi, hemşirelik liderliği, tıbbi liderlik ilkeleri ve kavramları hakkında yeterli bir anlayışa sahip olmaları gerekmektedir (Al Mosawi, 2019: 344).

Çalışan, özellikle üretim alanında, işletmenin misyon ve vizyonunu uygulama sürecinde önemli bir unsurdur. Örgütsel standartları karşılamak için çalışanların, tam potansiyellerine ulaşmalarını engelleyebilecek problemler olmadan özgürce çalışmalarına izin veren bir çalışma ortamına ihtiyaçları vardır. Onlara bu ortamı sağlayacak ve onları doğru şekilde motive edecek uygun yöneticilerin olması gerekmektedir. Her çalışanın kendi iş tatminini ölçmek için farklı kriterleri vardır. Bu kriterler yönetim tarzı, ödemeler, çalışma saatleri ve programı, faydalar, stres seviyesi ve esnekliktir. İş tatmini, verimlilik, motivasyon, iş performansı ve yaşam tatmini ile ilişkilidir, yani bu durum çalışanların özel hayatları için de geçerlidir. Unutulmamalıdır ki iş tatmini, çalışanın işletmedeki güvenlik duygusunu etkiler. Memnun bir çalışan şirkette kendini daha iyi hisseder, işini daha iyi yapar ama her şeyden önce iş geleceği ve şirkette çalışması söz konusu olduğunda kendini güvende hisseder (Dziuba vd., 2020: 18). İş tatmini çalışma çağındaki kişinin, motivasyonu, performansı, iş verimliliği ve özellikle de ruh sağlığı açısından en önemli görevlerden birini oynamaktadır. Bireyin çalışma koşullarının değerlendirilmesi, iş tatmininin ölçü birimi olan tutumlara yansır (Hajdukova vd., 2015: 471).

Günümüzde çalışanlar artık çalıştıkları örgütleri sadece gelir elde ettikleri bir yer olarak görmemekte aynı zamanda sosyal ve psikolojik fayda elde ettikleri bir yer olarak görmektedirler. Çalışanların yaptıkları işle ilgili olarak duygu ve düşüncelerinin tespit edilmesi iş tatminini etkileyen unsurların belirlenmesi açısından önemli olacaktır. Bu çalışmada sağlık alanında çalışanların liderlik karakteristikleri ve iş tatmini ile ilgili algılarının belirlenmesi hedeflenmiştir.

2. LİTERATÜR ÖZETİ

2.1. Liderlik

Her alanda olduğu gibi sağlık alanında da bireyleri belirli hedeflere ulaştırabilmek için ve bu hedefleri gerçekleştirmede onların sağlayacakları katkıları, kişisel ihtiyaç ve çıkarlarının neler olduğunu bilerek, arzu ve cesaretlerini artırmak gerektiği belirtilebilir. Uygulamada, grubu oluşturan bireylerin etik ve mesleki değerler, bakış açısı, amaçlar ve hedeflerine yönelmek gerekebilecektir (Eren, 2010: 435).

Drucker' a göre yönetim, insanların ve insan kurumlarının davranışlarıyla ilgilenen sosyal bir disiplin, yönetici ise insanları geliştirmek için hedefler koyan, organize eden, motivasyonu sağlayan, iletişimi geliştiren kişidir. Yönetici, her işte dinamik, hayat veren unsurdur. Yönetici olmadan "üretim kaynakları" kaynak olarak kalır ve asla üretim olmaz. Yönetim, hedeflere ulaşmak için insanların birlikte uyumlu bir şekilde çalışmasını ve kaynakları verimli kullanmasını sağlamaktır (Emilian vd.,2009: 90). Yönetimin yanı sıra liderlik kavramı da, bir organizasyonun performansı ile ilgili olarak muhtemelen en çok tartışılan kavramlardan biridir. Yönetim gibi, liderlikle de ilgili çok sayıda tanım vardır. Yukl, liderliği, görev hedeflerini ve stratejilerini etkilemeyi, bu hedeflere ulaşmak için görev davranışında bağlılığı ve uyumu etkilemeyi, grup muhafazası ve kimliğini etkilemeyi ve bir organizasyonun kültürünü etkilemeyi içerecek şekilde tanımlar (Yukl, 1989: 253). Başka bir görüş ise, liderliğin vizyon, fikir ve yön etrafında döndüğü ve günlük uygulamadan ziyade yön ve hedefler konusunda insanlara ilham vermekle daha çok ilgisi olduğu yönündedir (Emilian vd.,2009: 92). Liderlik bireysel, grup ve organizasyonel düzeyde arzu edilen birçok çıktıya yol açmakta olup organizasyonu daha verimli ve yüksek performans çıktılarına yönltebilmektedir (Uysal vd., 2012: 75).

Yönetim denildiğinde liderlik akla gelen önemli bir kavramdır. Yöneticilik ve liderlik kavramları arasında bazı farklılıklar ve benzerlikler bulunmaktadır. İki kavram arasındaki benzerlikler öncelikle hem yöneticilik hem de liderlik insanları belirli hedeflere yöneltirler. Bu hedeflere yöneltme işini güç kullanarak yapmaktadırlar. Ancak, kullandıkları bu güç kaynakları da farklıdır. Yönetici gücünü formallikten, liderlik ise informallikten almakla birlikte birbirlerini amaç ve hedefler doğrultusunda tamamlarlar. Liderlik doğrudan insan davranışlarına odaklanır (Akdemir, 2014: 281). O halde yöneticilik ve liderlik kapsamında birlikte çalışılan kişiler açısından yakın ilişki söz konusudur. Ayrılan yönler açısından; yönetici bir işletme içinde önceden belirlenmiş prosedürler ve teknikler yardımı ile işletmeyi belirlenmiş hedeflere ulaştıracak faaliyetlerin gerçekleştirilmesini sağlar. Liderlik ise yöneltme çerçevesinde, işletmenin değişimlere adaptasyonunu sağlayabilmesi için gerekli yenilik ve dönüşümleri yaparak işletmeye yeni bir vizyon vermekle ilişkilidir (Koçel, 2011: 572-573).

Değişime ve yeniliklere adaptasyonu sağlayabilmek ve bu değişim ve yenilikleri kendi işletmelerinde uygulayabilmek için yöneticilerin yönetim bilgisi ve yeteneği yanında, liderlik karakteristiklerine de sahip olmaları gerekmektedir. Günümüzde liderlik; verilen standart görevleri yerine getiren, ortaya çıkan sorunları çözme yeteneğine sahip olmaktan çok değişime açık, var olan rutinlerin dışına çıkabilen ve vizyon sahibi olabilen yöneticiler olarak adlandırılmaktadır (Tengilimoğlu, 2005: 25).Liderlik post modern ve çağdaş yaklaşımların temel aldığı kavramlardan birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Liderlik, liderin yaptıkları ile ilgili olan bir süreçtir. Liderlik, belirli koşullar altında belirli bireysel veya grup amaçlarını gerçekleştirmek amacıyla başkalarının faaliyetlerini etkilemesi ve yönlendirmesi süreci olarak tanımlanmaktadır. Lider ise başkalarını belirli bir amaç doğrultusunda davranmaya yönlendiren kişidir veya bir grup insanın kendi bireysel ve grup amaçlarını gerçekleştirmek amacıyla izledikleri, onun isteği ve talimatları doğrultusunda davrandıkları kişidir (Koçel, 2011: 569). Bir başka tanıma göre liderlik, grup olarak olumlu bir değişim arzulayan kişiler arasında ilişkisel, etik, sürekli ve dinamik bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Fernandes vd.,2018: 2).

Liderlik çok boyutlu, sofistike ve koşullara göre değişim gösterebilen bir konu olduğu için, liderlik karakteristiklerini de barındıran çerçevede çeşitli teoriler ve onları tanımlayıcı yaklaşımlar ortaya konulmuştur. Özellikle liderlik yaklaşımlarının günümüzde ve gelecekte çok farklı boyutlarıyla devam edeceği ve bu çerçevede de çeşitli liderlik karakteristiklerinin ortaya konulacağı belirtilebilir.

Sağlık alanında da önemini koruyan temel liderlik teorileri özellikler teorisi, davranışsal liderlik teorisi ve durumsal liderlik teorisi şeklindedir. Sağlık alanında yöneticinin sahip olduğu karakteristik özellikler önemlidir. Özellikler teorisine göre lider fiziksel ve kişisel özellikleri bakımından izleyenlerinden farklıdır (Koçel, 2011: 575-576). Ayrıca, bu teoriye göre zeka, güvenilirlik, doğruluk, kavramsal yetenek, empati, dinleme ve etik karakteristiklere sahip olmak bir liderin liderlik yeteneğini ortaya koymaktadır (Bektaş, 2016: 44; Yukl, 1989: 260). Bireysel karakteristik özelliklere ilave olarak sağlık alanında yöneticinin işe mi yoksa çalışana mı odaklandığının öne çıktığını belirleyen liderlik davranışları da önemlidir. Bu çerçevede, liderin izleyenleri ile iletişim şekli, amaçları belirleme yöntemi, liderin yetki devredip etmemesi, planlama ve kontrol etme işlevlerinin yerine nasıl getirildiği şeklinde belirtilmektedir (Gün ve Aslan, 2018: 218). Bu bağlamda, bir yöneticinin talepleri vekısıtlamaları ne kadar iyi anladığı, taleplerle ne kadar başa çıktığı, engellerin üstesinden ne kadar iyi geldiği ve fırsatları ne kadar iyi tanıdığı önemlidir (Yukl, 1989: 261-262). Sağlık alanı çok dinamik bir alan olduğu için koşulların da liderlik kapsamında esas alınması kaçınılmazdır. Bu çerçevede, durumsal yaklaşım, hem liderlik karakteristik özelliklerinin hem de davranışsal boyutun koşullara göre değişim gösterebileceğini belirtir (Özmutaf, 2019: 127).

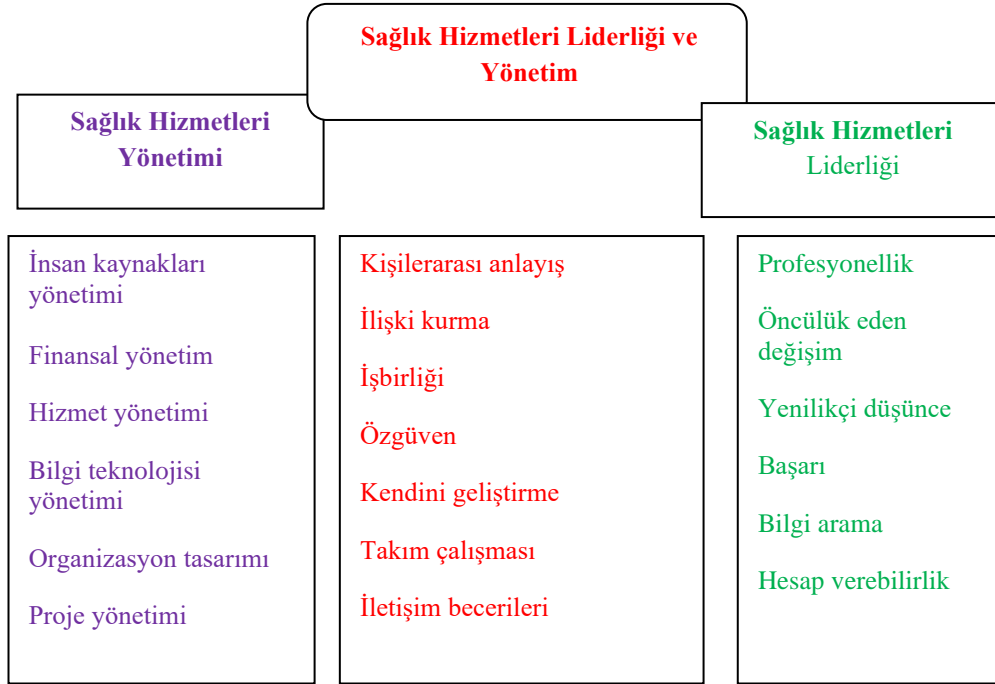
Benzer şekilde, sağlık alanında önemini koruyan ve sürekli yararlanan ve liderlik karakteristiklerini içeren başlıca liderlik yaklaşımları arasında ise, çekicilik çerçevesinde etkileyciliği içeren karizmatik liderlik (Özmutaf, 2019: 145-147), vizyon sahibi olmayı içeren vizyoner liderlik, vizyon ve vizyonun gerçekleştirilmesi, değişim, yenilik ve güçlendirme, çözümsellik, motive etme harekete geçirme, vb. kapsamında idealize etki, ilham vericilik, entelektüel uyarım, bireysel etkiyi içeren dönüşümcü liderlik (Bektaş, 2016: 46; Al Sawai, 2013: 1; İntepeler ve Barış, 2018: 98; Taylor vd., 2013: 567; Serinkan ve İpekçi, 2005: 287), formallik, kural, prosedür, motivasyon, ödülü koşula bağlayan ve cezayı da önemseyen çerçevede etkileşimci liderlik (Worthy, Dawson ve Tavakoli, 2020: 69; Uysal vd., 2012: 78; Brunelle ve L'Écuyer, 2018: 26), orijinal bir çerçevede dönüşümcülüğü ve karizmatikliği de içerebilen yapıda, örgütsel vatandaşlığa teşvik edici ve performansı maksimize edici otantik liderlik (Kesken ve Ayyıldız, 2008: 736-737; Galea, 2017: 28; Rego, Lopes ve Nascimento, 2015: 130) belirtilebilir.

2.2. Sağlık Alanında Liderlik

Yukarıda ortaya konulan liderlik teori ve yaklaşımlarından da faydalanılarak sağlıkla ilgili bazı temel noktaları içeren sağlıkta liderlik yaklaşımları da ifade edilmektedir. Çünkü, sağlık hizmetleri birden fazla sağlık uzmanlarının bir arada çalışmasını gerektiren stratejik ve spesifik öneme sahip bir alandır. Hizmetin üretiminden sorumlu farklı bilgi ve beceriye sahip olan disiplinler, sağlığı geliştirmek ve hasta bireylerin yeniden sağlığına kavuşması için, işbirliğinde bulunmak ve uzmanlıklarını birbirleri ile paylaşmak zorundadırlar. Profesyonel iş gücünün yönetimi oldukça zordur. Bu sebeple liderlik uygulamaları açısından diğer önemli bir nokta ise takım çalışması kavramıdır. Günümüzde sağlık bakımı; hizmete erişim, satın alınabilirlik ve kalite gibi yönetsel konularla yüz yüze bulunmaktadır (Budakoğlu, 2015: 235-236). Sağlık hizmetlerindeki klinik liderlerin karakteristik olarak daha geniş hasta popülasyonunun ihtiyaçlarını göz önünde bulundurması, yalnızca en iyi kaynakları sağlayandır, aynı zamanda klinik kaliteyi sunan kararlar alması ve başarılı olma ihtimali olan hizmet iyileştirmelerini uygulamaları gerekmektedir (Al-Sawai, 2013: 2). Klinik liderlerin, karakteristik çerçevede iyi klinik kararlar vermeye ve hasta merkezli bakım yaklaşımına dayalı değişimi uygulamak için tüm ortamlarda liderlik uzmanlığına sahip olması gerektiği söylenebilir. Güçlü liderler, organizasyonel gelişimin anahtarlarıdır. Bu anahtar karakteristik rollerden bazıları şunlardır (Oliver, 2006: 40):

- Öğretim,
- İlham veren güven,
- Güçlendirici,
- Performansı iyileştirmek / klinik denetimi desteklemek,
- Bireysel katkıları ödüllendirme ve takdir etme,
- Hizmetin ihtiyaçlarını klinik temelli ortamdan tanımak,
- Liderlik ve hizmetleri geliştirmek için değişimi uygulamak,
- Kuruluşu desteklemek ve gerektiğinde ulusal kabul görmüş girişimleri / hükümet girişimlerini bilgilendirmek, desteklemek ve geliştirmek için üst yönetim ile ekip üyeleri / çalışanlar arasında bir köprü sağlamak.

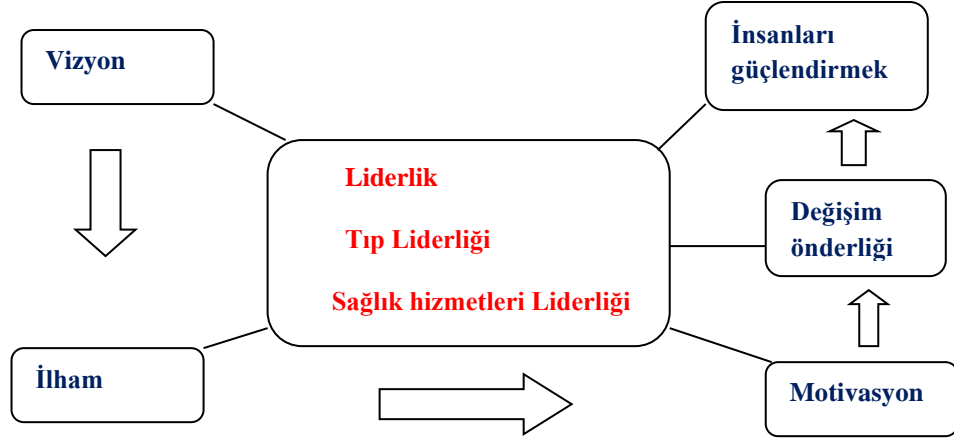
Tıp ve sağlık hizmetleri ortamındaki çeşitli liderlik türleri arasındaki örtüşme ve tıbbi liderliği uygulamak için tıbbi bilgiye olan mutlak ihtiyaç, tıbbi liderliği karakteristik olarak ayırt edici kılan ve onu sağlık hizmetleri liderliğiyle ilgili diğer disiplinlerden ayıran şeydir (Al Mosawi, 2019: 345). Sağlık hizmeti ve liderlik arasında iki disiplin olarak örtüşen alanlar bulunmaktadır. Bu alanları şekil 1.'deki gibi özetlemek mümkündür (Al Mosawi, 2019: 347):



Şekil 1. Sağlık Hizmetleri ve Liderlik

Kaynak: AlMosawi, A. J. (2019). Leadership in Medicineand Healthcare: An Overview of the Emerging Concepts and Principles. *Lupine Online Journal of Medical Sciences*, C. 4, S. 1.

Tıp ve sağlık hizmetleri liderliğinin ortak karakteristik bileşenlerini ve genel olarak liderliği de yine Şekil 2' deki gibi açıklamak mümkündür (Al Mosawi, 2019: 350).



Şekil 2. Sağlık Alanında Liderlik

Kaynak: AlMosawi, A. J. (2019). Leadership in Medicineand Healthcare: An Overview of the Emerging Concepts and Principles *Lupine Online Journal of Medical Sciences*, C. 4, S. 1.)

Sağlık organizasyonlarının geleceğe güvenle bakabilmesi ve sağlık bakım hizmetlerinin yüksek kalitede sunulabilmesi için iyi bir organizasyon kültürü ve ikliminin yaratılması önem arz etmektedir. Bu kapsamda, sağlık alanında liderliğin etkili bir şekilde sunulabilmesi için bazı lider karakteristiklerine yönelik öneriler ileri sürülmektedir. Bunlar; çok yönlü takımlar ve ihtiyaçları tanımlayarak sağlık bakım hizmetlerine liderlik yapmak, vizyonu paylaşmak, takım bağlılığı, ilham verici amaç paylaşımı, organizasyon politikalarını ve sistemleri anlayarak hizmetleri birleştirmek ve yetenekleri geliştirmek şeklinde özetlenebilir (Özmutaf, 2019: 162-164).

Sağlıkta liderlik insan odaklılığı da merkezine alır. Örneğin, bu çerçevede hemşire liderlik karakteristikleri çerçevesinde şefkat, çatışma çözme becerileri, başkalarını motive etme yeteneği dahil olmak üzere kişilerarası beceriler ve destekleyici davranışlar ile risk alma, güven, ekip çalışmasına özen gösterme, yaratıcılık, kendi ve diğerlerinin (çalışan, hasta ve hasta yakınları vb.) davranışları öne çıkabilmektedir (Fennimore ve Wolf, 2011: 204-205; Vesterinen vd.,2012:1).

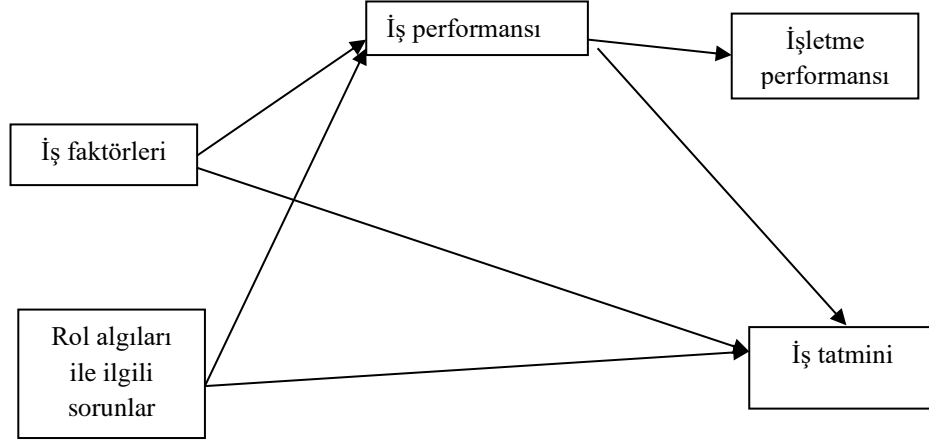
2.3. İş Tatmini ve İş Tatminine Etki Eden Etmenler

İş tatmini liderlik süreçleriyle ilişkili bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. İş tatmini çalışanların organizasyonun amaçlarına istekli ve verimli bir şekilde katkı yapmalarını sağlamaktır. Çalıştığı iş yerinden memnun olan, örgüt içinde tüm ihtiyaçlarını karşılayabilen çalışanların işteki başarı seviyelerinin iş tatmini düşük çalışanların iş başarı seviyelerinden daha yüksek olduğu ileri sürülmektedir (Tengilimoğlu, 2005: 27). İş tatmini insanın psikolojik iyiliğinin veya ruh sağlığının bir göstergesi olarak görülmektedir (Arnold vd.'den aktaran Hajdukova vd., 2015: 472). Doğru iş tatmininin bir kişiyi daha iyi performans göstermeye teşvik ve motive ettiği ve emeğin verimli kullanılması için bir ön koşul olduğu varsayılmaktadır (Pauknerova'dan aktaran Hajdukova vd., 2015: 472).

İşteki tatmini belirleme ve ifade etmenin yolu ise tutumlardır. Tutumlar, insanlarla, öznelerle, fenomenlerle ve olaylarla olan ilişkileri değerlendirmekte ve insan kişiliğinde önemli bir rol oynamaktadır (Hajdukova vd., 2015: 472). Vroom, iş tatmini tanımında çalışanın işyerindeki rolüne odaklanır. Bu nedenle, iş tatminini, bireylerin şu anda meşgul oldukları iş rollerine yönelik duyuşsal yönelimleri olarak tanımlar (Vroom'dan aktaran Azırı, 2011: 77). İş tatmini, çalışanların işlerine karşı sahip oldukları olumlu veya olumsuz duyguların bir kombinasyonunu temsil eder. İş tatmini, bir çalışanın işteki başarı duygusudur. Genellikle doğrudan üretkenlikle ve kişisel refahla bağlantılıdır. İş tatmini kişinin hoşlandığı bir işi yapmak, onu iyi yapmak ve çabalarının karşılığını almak anlamına gelmektedir. İş tatmini, kişinin işiyle ilgili coşku ve mutluluğu ifade eder. İş tatmini, farkına varma, gelir, terfi

ve diğer hedeflerin yerine getirilme hissine yol açan başarıya götüren kilit unsur olarak görülmektedir (Azırı, 2011: 78).

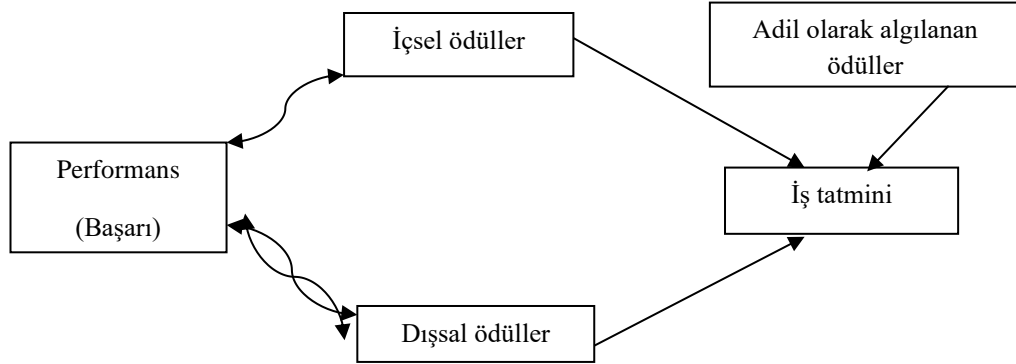
Christen, Iyer ve Soberman (2006), Şekil 3'deki unsurlarında dahil edildiği bir iş tatmini modeli sunmaktadırlar:



Şekil 3. İş Tatmini Modeli

Kaynak: Christen, M., Iyer, G. ve Soberman, D. (2006). Job Satisfaction, Job Performance and Effort: A Reexamination Using Agency Theory. *Journal of Marketing*, C. 70, S. 137-150

Lawler ve Porterise (1967), önceki modelden farklı olarak, ödüllerin iş tatmini üzerindeki etkisine özel bir önem veren Şekil 4' deki iş tatmini modelini sunmaktadırlar.



Şekil 4. İş Tatmini Modeli

Kaynak: Lawler, E. E. III ve Porter, L.W. (1967). The Effect of Performance on Job Satisfaction. *Industrial Relations*, C.7,S.1.

Bu model ilk olarak, performansın ödüllere yol açtığını gösterir ve iki tür ödül ile bunların performansla bağlantısını birbirinden ayırmaktadır. Dışsal ödüller ile kastedilen, ödeme, terfi, statü ve güvenlik ödülleri gibi organizasyonel olarak kontrol edilen ve genellikle daha düşük seviyeli ihtiyaçları karşılayan ödüllerdir. Dışsal ödülleri doğrudan performansa bağlamanın zorluğu nedeniyle bağlantı nispeten zayıftır. İçsel ödüller için bunun tam tersi doğru olabilir, içsel veya dahili olarak aracılık edilen ödüller, daha az rahatsız edici etkiye tabidir ve bu nedenle, muhtemelen iyi performansla daha doğrudan ilişkili olacaktır. Bu modelde bağlantı yarı dalgalı bir çizgi ile belirtilmiştir. Muhtemelen en iyi içsel ödül, değerli bir şeyi başarmış olma hissidir. Kendini gerçekleştirme ihtiyaçlarını veya daha yüksek seviyeli büyüme ihtiyaçlarını karşılayan ödüllerden herhangi biri, içsel ödüllerin iyi örnekleridir. Model ayrıca, içsel ve dışsal ödüllerin doğrudan iş tatmini ile ilişkili olmadığını, ilişkinin

beklenen adil ödüllerle yönetildiğini göstermektedir. Bu değişken, bir bireyin iş performansının bir sonucu olarak alması gerektiğini düşündüğü ödül düzeyini veya miktarını ifade etmektedir. Böylece, bir bireyin memnuniyeti, hem aldığı ödüllerin sayısı ve miktarının hem de adil bir ödül seviyesi olarak gördüğü şeyin bir fonksiyonu olmaktadır. Bu model, performans ile ödüller arasındaki eksik ilişki ve beklenen adil ödüllerin önemi nedeniyle, iş tatmini ile iş performansı arasında düşük ama pozitif bir ilişki olacağını öngörüyor gibi görünmektedir (Lawler ve Porter, 1967: 23-24).

İş tatminine etki eden etmenler açıklanırken iş tatmini ve tatminsizliği birlikte ele alınmaktadır (Azırı, 2011: 81). Bu bağlamda, iş tatminine etki eden etkenleri bireysel ve örgütsel olarak gruplamak mümkündür. Bunlar aşağıda yer almaktadır:

i. Bireysel etmenler: Cinsiyet bağlamında kadınların erkeklere göre iş tatminlerinin yüksek olduğu bu çerçevede kadınların iş ortamında erkeklere göre daha fazla sosyal oldukları belirtilmektedir (Mishra, 2013: 45). Yaş ilerledikçe kariyer gelişiminin pozitif gelişmesi de sağlandığında işteki tatmin düzeyinin de artış gösterdiği görülmüştür (Hoş ve Oksay, 2015: 10). Eğitim düzeyi arttıkça beklentilerin de artması nedeniyle, iş tatmin düzeyinin eğitim düzeyi düşük bireylere göre eğitimi yüksek bireylerde daha düşük düzeyde olduğu ortaya konulmuştur (Mishra, 2013: 46; Hoş ve Oksay, 2015: 11). Statüsü yükselen bireylerin, özellikle de üst basamaklarda yer alan yöneticilerin iş tatminlerinin göreceli olarak daha yüksek olduğu belirtilmektedir (Özaydın ve Özdemir, 2014: 255).

ii. Örgütsel etmenler: Yöneticinin, çalışana daha fazla odaklanması iş tatminini olumlu etkilerken, işe daha fazla odaklanması ise iş tatminini göreceli olarak olumsuz etkileyebilmektedir (Hoş ve Oksay, 2015: 12). İşin doğası, çekiciliği, kariyer gelişimine uygunluğu vb. de iş tatminini etkileyebilmektedir. Ücret seviyesi yeterlidüzeyde olan bireylerin iş tatminlerinin de olumlu düzeyde olduğu ifade edilmektedir (Özaydın ve Özdemir, 2014: 257). Bu çerçevede, hiyerarşide üst basamaklara doğru ücret arttığı için bu etkilenim daha da yüksek olabilecektir (Hoş ve Oksay, 2015: 11). İş ortamındaki olumsuzluklar (belirsizlik, yüksek risk, kazalar, işten çıkarılma korkusu, güvensizlik vb.) iş tatminini negatif yönde etkilemektedir (Şimşir ve Seyran, 2020: 29).

2.4. Sağlık Alanında İş Tatmini

İş tatmini, bir çalışanın işten ne kadar memnun olduğunu ölçmek için kullanılır. Yüksek iş tatmini, personelin çalışma isteğini artırabildiği için organizasyonun başarısı ve ilerlemesi için de faydalıdır. Ayrıca daha düşük ciro ve yüksek kaliteli hizmete yol açabilir. Düşük iş memnuniyetine sahip sağlık personeli, tıbbi sorunlardan muzdarip olabilir ve bireysel çalışan sağlığı, sağlık personelinin genel istikrarını etkileyebilir. Memnun olmayan çalışanların kuruluştan ayrılma olasılığı daha yüksektir ve bunun sonucunda kalan çalışanlar düşük kaliteli hizmet gibi verimsiz faaliyetlerde bulunabildiği gibi ekipmanada zarar verebilir. İş tatmini ile ilişkili olarak yürütülen bir çalışmada iş tatmininin mesleki başarı, ifade özgürlüğü ve takdir ile ilişkili olduğu ortaya konmuştur. Yine başka bir çalışmada yaş, eğitim geçmişi, hizmet yılı ve gelirin doktorlar arasında iş tatmini ile önemli ölçüde ilişkili olduğunu ortaya koymuştur (Lu vd., 2016: 1).

Sağlık hizmeti kalitesiyle ilgili olarak, çalışmaların çoğu hastalara odaklanmış ve sağlık çalışanlarının sağlık hizmetisunumunun kalitesini nasıl değerlendirdiklerine daha az odaklanmıştır. Bununla birlikte, sağlık hizmetleri, sağlık çalışanları ile hastalar arasında düzenli etkileşimler gerektiren yüksek emek ve yoğun bir iştir. Sonuç olarak, yüksek kaliteli hizmet sunmak için çalışanların iç kalite ve memnuniyetle ilgili değerlendirmeleri esastır. Son zamanlarda yapılan birkaç çalışma, çalışan memnuniyetinin hasta memnuniyeti ve hasta bakımının kalitesi ile bağlantılı olduğunu da göstermiştir (Goula vd., 2022: 3).

İş tatmini olgusu yalnızca motivasyonu değil aynı zamanda kariyer, sağlık ve iş arkadaşlarıyla olan ilişkisi üzerinde de etkisi olan işe karşı bir tutumdur. Sağlık çalışanlarında iş doyumunun kalite, etkinlik ve iş verimliliği üzerinde ve aynı zamanda sağlık hizmetlerinin maliyetleri üzerinde büyük etkisi vardır. Sağlık çalışanlarında mesleki doyum, hastalar ve bir

bütün olarak sağlık sistemi için öneminin yanı sıra işe devamsızlık, insan ilişkileri ve iş organizasyonu ile doğrudan ilişkilidir. Stres, tükenmişlik ve karmaşık vardiyalı çalışma, sağlık çalışanlarının refahının önemli belirleyicileridir ve aynı zamanda mesleki memnuniyetlerini de etkiler. Dünya çapında yapılan araştırmalar, sağlık çalışanlarının iş tatmini üzerinde cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, iş deneyimi, işin örgütlenme şekli, çalışma koşulları, ödeme, çalışma saatleri, terfiler vb. gibi birçok faktörün etkili olduğunu göstermiştir (Nikic vd., 2008: 9).

2.5. Sağlık Alanında Liderlik ve İş Tatmini İlişkisi

Sağlık alanında liderliğe iş tatmini ile birlikte verilecek önemin öncelikle insan odaklı stratejik bir konu olduğu belirtilebilir. Diğer bir deyişle, liderliğin stratejik karakteristiklerinde; stratejik liderlik, sağlık alanında kurum felsefesi (milyon, vizyon, değerler, ilkeler), stratejik analizler, stratejiler, amaçlar ve hedefler, hizmet kalitesi, paydaşlar, stratejik bilgi sistemleri, sağlık hizmetlerinde sürdürülebilir rekabet üstünlüğü, kıt kaynakların verimli ve etkin kullanımı, itibar ve imaj, işsel ve örgütsel bağlılık vb.'nin tamamı çıkış noktası olarak insan kaynakları, insan ve onun sürdürülebilir sağlığına odaklanmaktadır (Johansen, 2015: 13; Brigl vd., 2002: 2; Supic vd., 2010: 8; Li vd., 2002: 3). O nedenle, gerek sağlık hizmeti veren personelin gerekse sağlık hizmeti alan bireylerin ortak paydalarında, sağlık alanında stratejik sürdürülebilirliği içeren sağlık hizmeti kalitesinin sağlanmasının da sağlık çalışanlarının iş tatmini ve bunun sağlık hizmeti alanlardaki tatmine yansımaları ile gerçekleşeceği ifade edilebilir. İş tatmini yüksek sağlık personelinin yaratacakları sağlık hizmetleri de stratejik bağlamda istenen performans düzeylerine ulaşabilecektir.

İnsana odaklanan sağlık alanında iş tatmini, bireylerin işleriyle ilgili olarak oluşturdukları bir davranış olarak belirtilebilir. İş tatmini, sağlık çalışanları ve diğer alanlardaki çalışanların örgüte katkılarının tamamını ve örgütten ayrılma niyetlerini değerlendirmek için kullanılacak önemli bir davranıştır. Örgüt, iş tatminini etkileyen faktörleri ölçebilirse, çalışanların moralini güçlendirebilecek ve örgütleri için olumlu sonuçlar sağlayabilecektir (Palupi, CahjonoveSatyawati, 2017: 401).

Liderlik ve iş tatmini arasındaki ilişki ile ilgili olarak Malezya'daki büyük kamu ve özel hastanelerden 200 hemşire ve tıbbi asistan örneklemeyle yürütülen ve dönüşümcü liderlik ile iş tatmini arasındaki ilişkide iş güçlendirmenin aracılık rolünün değerlendirildiği bir çalışmada, çalışan güçlendirmenin dönüşümcü liderlik ve iş tatmini arasındaki ilişkiye aracılık ettiği bulunmuştur. Bir başka çalışmada Litvanya Vilnius'taki Yönetim ve Ekonomi Üniversitesindeki araştırmacılar tarafından Litvanya'daki yükseköğretim kurumlarında liderlik tarzları dolayısıyla bu bağlamdaki karakteristiklerini iş tatmini üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmada Öğretim üyeleri ve denetçiler de dahil olmak üzere 72 personelden oluşan bir örneklemeden elde edilen veriler analiz edildikten sonra, liderlik tarzının iş tatmini üzerinde önemli bir pozitif etkisi olduğu bulunmuştur. Yapılan araştırmalarda etkileşimci liderliğin iş tatminini önemli ölçüde etkilemediği, buna karşın dönüşümcü liderliğin iş tatmini üzerinde önemli bir pozitif etki gösterdiği sonucuna varılmıştır (Bedoya, 2021:117-118).

Dönüşümcü liderlik, çalışanların iş tatminini arttırmada önemli bir rol oynar. Çünkü dönüşümcü liderler, takipçilerini daha yüksek insan ihtiyaçlarını karşılamaya teşvik ederler. Kamu sektörü çalışanlarının içsel olarak motive olma olasılıklarının daha yüksek olduğu göz önüne alındığında, dönüşümcü liderlik, kamu kuruluşlarında çalışanların iş memnuniyetini arttırmada kilit bir rol oynamaktadır. Burns (1978), Maslow'un saygı ve kendini gerçekleştirme insanların en yüksek iki ihtiyacını oluşturduğu bir ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisine dayanan dönüşümcü liderlik fikrini geliştirmiştir. Bu teori, liderlik ve çalışan iş tatmini ile ilgili bakış açılarına doğrudan uygulanabilir; iş artık çalışanların kendi üst düzey ihtiyaçlarını elde etmelerine yol açabileceğinden, başarılı dönüşümcü liderlik örgütsel performansı iyileştirdiği için iş memnuniyetini de artırabilir. Yüksek düzeyde iş tatmini olan bir çalışan, bu tatminin lider hakkındaki değerlendirmesini renklendirmesine ve o lideri daha olumlu bir şekilde derecelendirmesine izin verebilir (Ho An vd., 2020: 8-9).

Dönüşümcü liderlik, çalışanların işten ayrılma ve devamsızlık oranlarını azaltır. Sağlık sektöründe özellikle hastanelerde dönüşümcü liderlik tarzı hakimdir. Lübnan'da El-Jardali ve diğerleri (2008) tarafından 69 hastanede hemşireler üzerine yapılmış tek bir çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaya göre Lübnan hastanelerinde çalışanlar, memnuniyetlerini ve motivasyonlarını azaltan “yönetim desteği eksikliğinden” muzdariptirler (Hussein ve Wahidi, 2018: 46).

Sağlık çalışanlarının iş tatmini ile sağlık yöneticilerinin liderlik tarzları arasındaki bağlantıyı kurmak için dünya çapında bir dizi çalışma yapılmıştır. Malezya'da yapılan bir araştırma, dönüşümcü liderlik tarzının iş tatmini ile pozitif bir ilişkisi olduğunu, buna karşın işlemsel liderlik tarzının devlet kurumlarında iş tatmini ile negatif bir ilişkisi olduğunu göstermiştir. Sağlık sistemleri, içinde farklı sorumluluk seviyeleri bulunan ağlar aracılığıyla çalıştığından, etkili, verimli, erişilebilir, hasta merkezli, adil kaynak yönetimi ve güvenli, kaliteli bakım sağlamak için etkili sağlık liderliği ile sağlık insan kaynakları yönetimi ve verimli koordinasyon gerektirir. Sonuç olarak, sağlık liderliği ve işgücü yönetimi ve iş tatmini birbirleriyle bağlantılıdır ve sağlık hizmetleri yönetiminde kritik roller oynamaktadırlar. Sağlık kurumlarındaki liderlik pozisyonlarında görev yapanların bir kısmı farklı insan kaynakları yönetimi yaklaşımlarına sahipken, büyük çoğunluğu bu pozisyonlara yükselmeden önce liderlik eğitimi almamaktadır. Bu boşluk, bu pozisyonları işgal edenlerin idari yetkinliği üzerinde olumsuz etki yapabilir; ve kümülatif veya uzun vadede, zayıf insan kaynakları yönetim becerilerinin bir sonucu olarak astlar arasında iş memnuniyetsizliği ile sonuçlanabilir (Durovade vd., 2020: 1703-1704).

Yukarıdaki açıklamalardan hareketle, sağlık alanında liderlik ve onun niteliklerini ortaya koyan liderlik karakteristiklerinin ve iş tatmini konusunun stratejik boyutta, bütüncül ve etkileşimli şekilde ele alınmasının literatüre ve uygulamaya katkılar sağlayacağı açıktır. Bu yaklaşım, hem konunun çok boyutlu açıklanması hem de sağlık çalışanlarının görüşlerinin araştırma kapsamında yansıtılması açısından önemli görülmüştür.

3. ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, sağlık çalışanlarının algıları kapsamında liderlik karakteristiklerinin iş tatminine yönelik etkisinin belirlenmesidir. Bu çerçevede, sağlıktaki liderlik karakteristikleri ve sağlıkta iş tatmini nitelikleri de sağlık çalışanlarının algıları çerçevesinde ortaya konulmuştur.

3.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada kullanılan anket formu iki temel bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, araştırmanın bağımsız değişkenleri yaş, cinsiyet, çalışma alanı ve deneyim süresi yer almıştır. Ayrıca birinci bölümde sağlık alanında uygulamada liderliğe verilen önemin düzeyine yönelik olarak genel bir soru da bulunmaktadır. İkinci bölümde ise, liderlik karakteristiklerine yönelik 16 ve iş tatminine yönelik 8 önerme yer almıştır. Bu kapsamda, Oliver (2006), Al Mosawi, A. J. (2019), Özmütav (2019), Fennimore ve Wolf (2011), Christen, M. vd. (2006), Lawler, E. E. ve Porter, L.W. (1967), Azırı (2011), Jardalivd. (2008), HoAnvd.'nin (2020) çalışmaları yer almaktadır. Önermelere istatistiksel değerlendirmeler için 5'li Likert ölçeği kapsamında kesinlikle katılmıyorum için 1, katılmıyorum için 2, orta düzeyde katılıyorum için 3, katılıyorum için 4, kesinlikle katılıyorum için 5 ağırlık değeri verilmiştir.

3.3. Verilerin Toplanması ve Analizi

Literatür taraması sonucu oluşturulan anket, Eylül 2020– Aralık 2021 tarihleri arasında İzmir ilinde yer alan sağlık sektöründe çalışan insan kaynağı çerçevesinde 252 sağlık çalışanına yüz yüze ve çevrimiçi olarak uygulanmıştır. Araştırmada, faktör analizi, tek örnek t testi ve yapısal eşitlik modellemesine yer verilmiştir. İstatistikler SPSS ve AMOS paket programları ile gerçekleştirilmiş olup elde edilen veriler literatür ışığında yorumlanmıştır.

3.4. Araştırmanın Temel Hipotezleri

Araştırmanın temel hipotezleri aşağıda yer almaktadır:

H1:.....faktörü katılımcılar tarafından önemli olarak algılanmaktadır (Faktörler: İş tatmini faktörü, stratejik liderlik karakteristiği faktörü, bütünleştirici liderlik karakteristiği faktörü)

H2:.....bağımsız değişkeni açısından ...faktörü farklılık göstermektedir (Bağımsız değişkenler: cinsiyet, çalışma alanı ve deneyim süresi)

H3:faktörleri pozitif yönde etki / etkileşime sahiptir.

4. BULGULAR

4.1. Bağımsız Değişkenler ve Liderliğe Verilen Öneme Yönelik Bulgular

Çalışmaya katılan sağlık çalışanlarının (n=252) yaş (min – max= 24-62) ortalaması 42,5 ± 8,30'dur. Kadın sağlık çalışanları için (n=160, %63,5) için 41,0 ±7,70 ve erkek sağlık çalışanları için (n=92, %26,5) 44,9 ±8,76'dır. Katılımcıların çalışma alanları dağılımı, hekim %15,9 (n=40), hemşire %18,3 (n=46), diğer sağlık çalışanları (diyetisyen, psikolog, eczacı, fizyoterapist, tıbbi teknolog, sosyal hizmetler uzmanı, tıbbi sekreter, odyometri teknikeri, radyoloji teknikeri, laboratuvar teknikeri vb.) %65,9 (n=166) şeklindedir. Alanları kapsamında, sağlık çalışanı katılımcılarının %16,7'sinin (n=42) 1-9 yıl deneyime ve %83,3'ünün (n=210) 10 yıl ve üstü deneyime sahip olduğu belirlenmiştir. Diğer taraftan, sağlık alanında uygulamada liderliğe verilen önemin düzeyine yönelik algılar ise, yüksek seviyede önem %74,6 (n=188), orta seviyede önem %22,2 (n=56) ve düşük seviyede önem %3,2 (n=8) şeklindedir. Bu bulgulardan hareketle genel olarak sağlık alanında yüksek seviyede liderliğe önem verildiği belirtilebilir.

4.2. Ölçüm Aracının Geçerlik ve Güvenirliği

Anketin, ikinci bölümünde yer alan önermelerin değerlendirilmesinde faktör analizi için temel bileşenler analizi tercih edilmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin değeri 0,899'dur. Bartlett Küresellik Testi sonucu uygun olarak ortaya çıkmıştır ($\chi^2 = 5593,457$, Sd=276, p=0,000). Anti imaj korelasyon matrisinin köşegen değerleri 0,946-0,844 arasında değer almıştır. Bu bulgular ışığında faktör analizi gerçekleştirilmesinin uygun olduğu belirlenmiş ve faktör analizinin sonucunda 3 faktör oluşmuştur. Üç faktör toplam varyansı %70,631 düzeyinde açıklamaktadır. Toplam varyansı birinci faktör %27,264, ikinci faktör %25,255 ve üçüncü faktör %18,112 oranında açıklamaktadır. Dokuz faktörlük yapının Cronbach Alfa değeri 0.952'dir ve iç tutarlılık sağlanmıştır. Bu sonuca göre ankette yer alan önermelerin işaret ettiği faktörlerin konuyu yüksek düzeyde güvenilir bir seviyede açıkladığı ortaya konulmuştur (Tablo 1). Oluşan üç faktöre şu isimlendirmeler uygun görülmüştür: f1: İş tatmini faktörü, f2: Stratejik liderlik karakteristiği faktörü, f3: Bütünleştirici liderlik karakteristiği faktörü.

Tablo 1. Ölçüm Aracının Geçerlik ve Güvenirliği

Sağlık alanında...iş tatminini etkiler	Faktör	1	2	3	Cronbah Alfa Genel =,952
Adillik (Ücret düzeyi, olanaklar vb.)	İş tatmini faktörü	,846	,301	,163	,940
Liderin yaklaşımı		,844	,230	,144	,941
Etkin iletişim süreçleri		,827	,318	,133	,941
İnsan ilişkileri		,826	,043	,122	,947

Yeterli kariyer olanakları		,825	,160	,083	,945	
İşle ilgili güven		,808	,297	,190	,942	
Etkin eğitim süreçleri		,802	,307	,178	,943	
İşin sevilmesi		,802	-,010	,142	,945	
Sağlıklı liderlik karakteristiği olarak ...etkilidir (yöneticinin)						
Misyonu olması	Stratejik liderlik karakteristiği faktörü	,065	,850	,202	,928	,936
Vizyonu olması		,288	,832	,233	,923	
Amaç ve hedeflere sahip olma		,248	,809	,300	,924	
Stratejik düşünebilme		,138	,772	,202	,929	
Uygulamaya yönelik düşünebilme		,202	,714	,471	,924	
Yaratıcı düşünebilme		,256	,713	,262	,929	
Kavramsal düşünebilme		,188	,674	,388	,930	
Güvenilir bir kişilik		,347	,502	,350	,933	
Sorumluluk sahibi olma		,308	,496	,412	,934	
Esneklik		Bütünleştirici liderlik karakteristiği faktörü	,032	,177	,764	
Cesaretlilik	,067		,282	,753	,831	
Paylaşımçı olma	,180		,238	,750	,832	
Yüksek iş bağlılığı	,156		,349	,627	,841	
Teknolojileri etkin kullanabilme	,190		,408	,548	,840	
Bilimsellik	,327		,494	,539	,834	
Saygınlık	,396		,178	,482	,854	

4.3. Faktörlere Yönelik Bulgular

Araştırma kapsamında tüm faktörler için H1 hipotezi kabul edilmiştir. Sağlık çalışanları, iş tatmini faktörü, stratejik liderlik karakteristiği faktörü ve bütünleştirici liderlik karakteristiği faktörünü ileri düzeyde önemsemektedirler (Tablo 2).

Tablo 2. Faktörlere Yönelik Tek Örnek T Testi

Faktör	n	$\bar{x} \pm s$	Test Değeri = 3	
			t	p
İş tatmini faktörü	252	4,5±,70	35,784	,000
Stratejik liderlik karakteristiği faktörü	252	4,6±,53	48,105	,000
Bütünleştirici liderlik karakteristiği faktörü	252	4,5±,53	44,556	,000

Araştırma çerçevesinde H2 hipotezi (... bağımsız değişkeni açısından ...faktörü farklılık göstermektedir) sadece deneyim süresi (yıl) bağlamında bütünleştirici liderlik karakteristiği faktörü için kabul edilmiştir. Burada farklılık 10 ve üstü yıl deneyime sahip sağlık çalışanlarından kaynaklanmaktadır (Tablo 3).

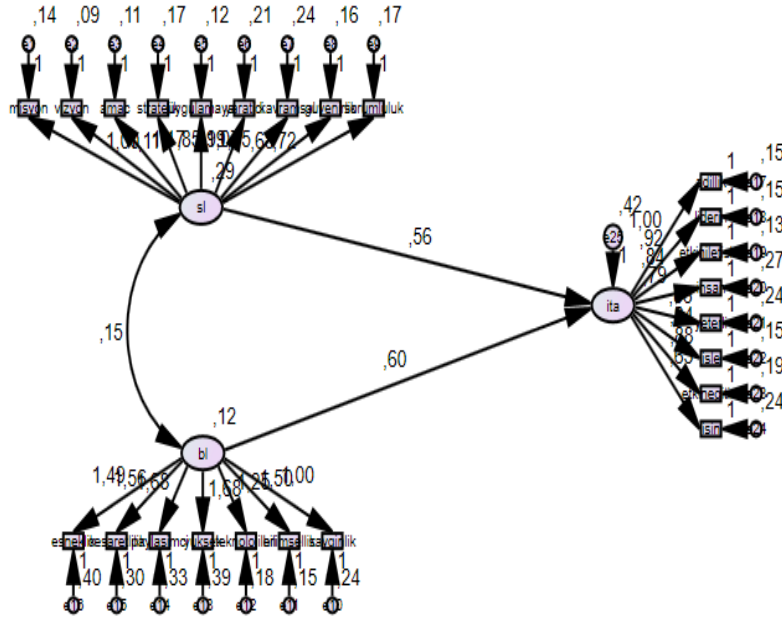
Tablo 3. Faktörler ve Bağımsız Değişkenler İçin Bulgular

Faktör	Değişken Alt Grup	n	$\bar{x} \pm s$	t	p
İş tatmini faktörü	Kadın	160	4,6±,74	,470	,639
	Erkek	92	4,5±,63		
Stratejik liderlik karakteristiği faktörü	Kadın	160	4,6±,51	-,934	,351
	Erkek	92	4,6±,56		
Bütünleştirici liderlik karakteristiği faktörü	Kadın	160	4,4±,52	-,735	,463
	Erkek	92	4,5±,56		
İş tatmini faktörü	1-9 yıl	42	4,4±,63	-1,514	,131
	>=10 yıl	210	4,6±,71		
Stratejik liderlik karakteristiği faktörü	1-9 yıl	42	4,4±,73	-1,946	,053
	>=10 yıl	210	4,6±,48		
Bütünleştirici liderlik karakteristiği faktörü	1-9 yıl	42	4,3±,64	-2,027	,044
	>=10 yıl	210	4,5±,51		
Faktör	Değişken	n	$\bar{x} \pm s$	F	p
İş tatmini faktörü	Hekim	40	4,6±,60	,603	,548
	Hemşire	46	4,4±,91		
	Diğer	166	4,5±,65		
Stratejik liderlik karakteristiği faktörü	Hekim	40	4,7±,37	1,845	,160
	Hemşire	46	4,6±,35		
	Diğer	166	4,5±,60		
Bütünleştirici liderlik karakteristiği faktörü	Hekim	40	4,6±,34	2,385	,094
	Hemşire	46	4,5±,45		
	Diğer	166	4,4±,59		

Yapısal eşitlik sonucunda, Tablo 4'te de görüldüğü gibi H₃ hipotezi (... faktörleri pozitif yönde etki / etkileşime sahiptir) tüm etkileşimler kapsamında kabul edilmiştir (p<0,05). Tablo 4 ve Şekil 5'de yer alan β katsayıları incelendiğinde tamamının pozitif düzeyde olduğu, iş tatmini-stratejik liderlik karakteristiği, iş tatmini-bütünleştirici liderlik karakteristiği için yüksek düzeyde olduğu bunun yanı sıra stratejik liderlik karakteristiği ve bütünleştirici liderlik karakteristiği arasında göreceli olarak düşük düzeyde olduğu görülmektedir. Ayrıca CMIN/DF=4,847, GFI=0,901, NFI=0,904, CFI=0,909 ve RMSEA=0,079 değerleri ise modeldeki uyumun kabul edilebilir olduğunu göstermektedir (Şekil 5).

Tablo 4. Yapısal Eşitlik Bulguları

Faktör	Yol	Faktör	β	Standart Hata	Kritik Oran	p	Sonuç
İş tatmini	<---	Stratejik liderlik karakteristiği	,558	,183	3,049	,002	Kabul
İş tatmini	<---	Bütünleştirici liderlik karakteristiği	,596	,301	1,977	,048	Kabul
Stratejik liderlik karakteristiği	<-->	Bütünleştirici liderlik karakteristiği	,155	,023	6,862	,001	Kabul



Şekil 5. Stratejik Liderlik Karakteristiği (sl), Bütünleştirici Liderlik Karakteristiği (bl) ve İş Tatmini (ita) Kapsamında Yapısal Eşitlik Modeli

5. SONUÇ

Organizasyonlar ve bireyler için fiziksel, zihinsel ve sosyal sağlık önde ve merkezde olan alternatifsiz bir gerçekliktir. Yönetici, liderlik karakteristiklerini kullanarak çalışanları amaçlar ve hedefler doğrultusunda yöneltirken, bu süreçte iş tatmini kapsamında, çalışanın beklentileri ile çalışana sunulanlar kapsamındaki dengelerin asgari olarak sağlanması ve karşılıklı kabulü öne çıkacaktır. Bu çerçevede, sağlık çalışanlarının, sürdürülebilir şekilde kaliteli sağlık hizmetlerini ortaya koyarken yüksek performansla çalışabilmeleri için organizasyonda liderlik karakteristiklerinden faydalanılarak iş tatmininin yüksek seviyede tutulması gerektiği belirtilebilir. İş tatmininin düzeyi ise, doğal olarak sağlık çalışanlarının davranışlarını doğrudan etkileyecektir.

Bu çalışma kapsamında, sağlık çalışanlarının önemsedikleri süreçlerde önemsedikleri liderlik karakteristikleri ve iş tatminini etkileyen unsurlar ortaya konulmuştur. Sağlık çalışanları, liderlik karakteristiği çerçevesinde, stratejik liderlik karakteristiklerini ve bütünleştirici liderlik karakteristiklerini önemsemektedirler. Diğer bir yaklaşımla, bu çalışmadan elde edilen veriler sağlık alanında liderliğin stratejik bir boyut olduğu (stratejik düşünme, misyon, vizyon, amaçlar, hedefler, yaratıcı düşünme, kavramsal düşünme, uygulamaya yönelik düşünme, güvenilirlik, sorumluluk vb.) ve ayrıca stratejik boyutu bütünleştirici / tamamlayıcı bazı nitelikleri (esneklik, cesaret, paylaşım, iş

bağlılığı, teknoloji kullanımı, bilimsellik, saygınlık vb.) etkin bir şekilde beraberinde getirdiği belirtilebilir. Ayrıca iş tatmini de sağlık alanında çalışanların pozitif veya negatif duyguları içeren bir tutumu olarak adillik, liderin yaklaşımı, iletişim, insan ilişkileri, kariyer olanakları, güven, eğitim ve işin sevilmesinden etkilenebilen bir süreç olarak belirlenmiştir.

Diğer taraftan bu çalışma ile sağlık çalışanlarının, liderliğin stratejik boyutu ve onu bütünleştirici / tamamlayıcı boyutlarının iş tatminini yüksek düzeyde pozitif etkilediği de belirlenmiştir. O halde sağlık yönetici ve diğer çalışanlarının bir taraftan liderliğiveonun karakteristiklerini stratejik ve bütünleştirici bir süreç olarak algılayıp, bir taraftan da bu iki boyutun iş tatminini etkilediği noktada özenle davranmaları gerektiği vurgulanabilir. Sağlık alanında istenilen, sürdürülebilir kalitede hizmetlerin varlığının aslında bu temele bağlı olduğu belirtilebilir.

KAYNAKÇA

Akdemir, Ali.(2014). Yeni Ekonomide ve Yeni Dünyada İşletmecilik, Umuttepe Yayınları, Kocaeli.

Al Mosawi, A. J. (2019). Leadership in Medicineand Healthcare: An Overview of the Emerging Concepts and Principles. Lupine Online Journal of Medical Sciences, C.4, S.1. DOI: 10.32474/LOJMS.2019.04.000179

Al Sawai, A.(2013). Leadership of Healthcare Professionals: Where Do We Stand? Oman Medical Journal, C. 28, No. 4, s. 285-287. DOI 10. 5001/omj.2013.79

Azırı, B. (2011). Job Satisfaction: A Literature Review. Management Research and Practice C. 3, S. 4, s. 77-86

Bedoya, E. (2021). Leadership influence on job satisfaction and communication satisfaction in smes under computer-mediated-communication environments. Revista Facultad de Ciencias Económicas, C.29, S.1, s.115 – 126. DOI: <https://doi.org/10.18359/rfce.5298>

Bektaş, Ç. (2016). Liderlik Yaklaşımları ve Modern Liderden Beklentiler. Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi, C.2, S.7

Brigl B, Ammenwerth E, Dujat C, Graber S, Große A, Haber A, Jostes C, Winter A, (2005). Preparing strategic information management plans for hospitals: a practical guideline SIM plans for hospitals: a guideline. International Journal of Medical Informatics. 74. 51–65.

Brunelle, E. ve L'Écuyer, J. P. (2018). Looking for Direction, Inspiration, HopeandFaith: The Search for a Visionary Leader. International Journal of Business and Social Science, C.9 No.9, doi:10.30845/ijbss.v9n9p3

Budakoğlu, I. İ. (2015).Cerrahi Eğitimde Liderlik. Toraks Cerrahisi Bülteni, 9: 234-9. DOI:10.5152/tcb.2015.066

Christen, M.,Iyer, G. ve Soberman, D. (2006). Job Satisfaction, Job Performance, and Effort: A Reexamination Using Agency Theory. Journal of Marketing, C. 70, S. 137-150. DOI: 10.1509/jmkg.2006.70.1.137

Durowade, K., Kadiri, I.Durowade, S.,Sanni, T., Ojuolape, M. ve Omokanye, L. (2020). Leadership Styles versus Health Workers' Job Satisfaction: Relationships, Correlates and Predictors in Tertiary Hospitals in EkitiState, Southwest Nigeria. Nigerian Journal of Clinical Practice, C.23, S.12. DOI: 10.4103/njcp.njcp_525_18

Dziuba, S. T.,Ingaldi, M. ve Zhuravskaya, M. (2020). Employees' Job Satisfaction and Their Work Performance As Elements Influencing Work Safety. CzOTO, C.2, S.1, S.18-25. doi: 10.2478/czoto-2020-0003

- Eren, E. (2010). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*. İstanbul: Beta Basım.
- Emilian, H. C., Mora, C. ve Tıclau, T. (2009). Leadership and Management In The Health Care System: Leadership Perception In Cluj County Children's Hospital. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, s.89-104
- Fernandes, R.,Araújo B. ve Pereira. (2018). Nursing Management and Leadership Approaches From The Perspective of Registered Nurses İn Portugal. *Journal of Hospital Administration*, C. 7, No. 3, DOI: 10.5430/jha.v7n3p1
- Fennimore, L. ve Wolf, G. (2011). Nurse Manager Leadership Development Leveraging the Evidence and System-Level Support. *The Journal Of Nursing Administration*, C. 41, S. 5, s. 204-210. DOI: 10.1097/NNA.0b013e3182171aff
- Galea, M. (2017). Applying leadership styles to the health care sector. *The Journal of the Malta College of Family Doctors*, C.6, S.1.
- Goula, A.,Rizopoulos, T., AggelikiStamouli, M., Kelesi, M., Kaba, E. ve Soulis, S. (2022). Internal Quality and Job Satisfaction in Health Care Services. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, <https://doi.org/10.3390/ijerph19031496>
- Gün, İ. ve Aslan, Ö. (2018). Liderlik Kuramları ve Sağlık İşletmelerinde Liderlik. *Journal of Health and Nursing Management*, 5(3): s. 217-226. doi:10.5222/SHYD.2018.217
- Hajdukova, A.,Klementova, J. ve Klementova, jr. J. (2015). The job satisfaction as a regulator of the working behaviour. *Procedia–Social and Behavioral Sciences*, 190, s.471- 476. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.05.028
- Hoş, C. ve Oksay, A. (2015). Hemşirelerde Örgütsel Bağlılık İle İş Tatmini İlişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.20, S.4, s.1-24.
- Ho An, S.,Meier, K. J., Ladenburg, J. ve Westergard-Nielsen, N. (2020). Leadership and Job Satisfaction: Addressing Endogeneity with Panel Data from a Field Experiment. *Forthcoming, Review of PublicPersonnelAdministration*,40(4),DOI:<https://doi.org/10.1177/0734371X19839180>
- Hussein, S. ve Wahidi, I. (2018). Leadership and Job Satisfaction in the Healthcare Sector: An Exploratory Study in Lebanon. *International Business Research*, C.11, No.7. <https://doi.org/10.5539/ibr.v11n7p46>
- İntepeler, Ş. S. ve Barış, V. K. (2018). Dönüşümcü ve Etkileşimci Lider İzleyen İlişkilerinin Hemşirelik ve Sağlık Hizmetlerine Etkisi. *ACU Sağlık Bil Derg*, 9 (2), s.97-104. <https://doi.org/10.31067/0.2018.13>
- Johansen, A.S.(2015). Sağlıkta Stratejik Planlama: Türkiye Örneği, T.C Sağlık Bakanlığı, Dünya Sağlık Örgütü Avrupa Bölge Ofisi, Ankara.
- Koçel, T. (2011). *İşletme Yöneticiliği*. İstanbul: Beta Basım
- Kesken, J. ve Ayyıldız, N. A. (2008). Liderlik Yaklaşımlarında Yeni Perspektifler: Pozitif ve Otantik Liderlik. *Ege Akademik Bakış*, 8 (2), 729-754
- Li L.X.,Benton W.C., Keong L. G. (2002). Technical Note: TheImpact of Strategic Operations Management Decisions on Community Hospital Performance. *Journal of Operations Management*, 20, 389–408.
- Lu, Y., Hu, X-M., Huang, X-L., Zhuang, X-D., Guo, P., Fen Feng, L., Hao, Y. T. (2016). Job satisfaction and associated factors among healthcare staff: a cross-sectionalstudy in Guangdong Province, China. C.6, S.7. doi:10.1136/bmjopen-2016-011388

Lawler, E. E. III ve Porter, L.W. (1967). The Effect of Performance on Job Satisfaction. *Industrial Relations*, C.7,S.1, s.20-28. <https://doi.org/10.1111/j.1468-232X.1967.tb01060.x>

Mishra, P. K. (2013). Job Satisfaction. *IOSR Journal Of Humanities and Social Science*, C. 14, S.5, s. 45-54

Nikic, D.,Arandjelovic, M.,Nikolic, M. ve Stankovic, A. (2008). Job satisfaction in healthcare workers. *Acta Medica Medianae*,C.47

Oliver, S. (2006). Leadership in healthcare. *Musculoskelet. Care*, 4(1), 38–47. DOI: 10.1002/msc.17

Özaydın, M. M. ve Özdemir, Ö. (2014).Çalışanların Bireysel Özelliklerinin İş Tatmini Üzerindeki Etkileri: Bir Kamu Bankası Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6/1, 251-281

Özmutaf, N. M. (2019). Çağdaş Yönetici Nitelikleri ve Yönetmel Konular. Ankara: Detay yayıncılık.

PuriPalupi, D. A.,Cahjono, M. P. ve Satyawati, E. (2017). Effect of Leadership on the Job Satisfaction with Organizational Commitment and Trust in Leader as Mediators. *Review of Integrative Business and Economics Research*, C.6, S.4

Rego, P.,Lopes, M. P. ve Nascimento, J. L. (2013). Authentic Leadership and Organizational Commitment: The Mediating Role of Positive Psychological Capital. *Journal of Industria Engineering and Management*, 9(1), s.129-151. <http://dx.doi.org/10.3926/jiem.1540>

Serinkan, C. ve İpekçi, İ. (2005). Yönetici Hemşirelerde Liderlik ve Liderlik Özelliklerine İlişkin Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, C. 10, S.1, s.281-294

Şimşir, İ. ve Seyran, F. (2020).İş Tatmininin Önemi ve Etkileri. *Meyad Akademi*,C.1, S.1. s.25-42

Supica Z.T.,Bjegovicb V., Marinkovicc J., Milicevica M.S., Vasic V. (2010). Hospital Management Training and Improvement in Managerial Skills: Serbian Experience. *HealthPolicy*, Article in Press.

Taylor, C.M., Cornelius, C.J. ve Colvin. (2014). Visionary Leadership and Its RelationshipTo Organizational Effectiveness. *Leadership&Organization Development Journal*, C. 35 No. 6, s. 566-583. DOI 10.1108/LODJ-10-2012-0130

Tengilimoğlu, D. (2005). Hizmet İşletmelerinde Liderlik Davranışları İle İş Doyumu Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, S.1

Uysal, Ş. A., Erdem, R., Çelik, R. ve Keklik, B. (2012). Hastane Yöneticilerinin Liderlik Özellikleri İle Çalışanların İş Üretkenlik Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, C.15 S.1

Vesterinen, S.,Suhonen, M., Isola, A. ve Paasivaara, L. (2012). Nurse Managers' Leadership Styles in Finland. *Hindawi Publishing Corporation Nursing Research and Practice*, doi:10.1155/2012/605379.

Worthy, K.,Dawson, R. M. ve Tavakoli, A. S. (2020). Relationships Among Nursing Deans' Leadership Styles and Faculty Job Satisfaction Levels. *Journal of Nursing Education*, C. 59, No. 2, doi:10.3928/01484834-20200122-03

Yukl, G. (1989). Managerial Leadership: A Review of Theory and Research. *Journal of Management*, C. 15, No. 2, s. 251-289

EXTENDED ABSTRACT

The main purpose of this research is to determine the effect of leadership characteristics on job satisfaction within the scope of perceptions of healthcare professionals. The questionnaire form used in the research consists of two main parts. In the first part, the independent variables of the research were age, gender, field of study and experience. In addition, in the first part, there is a general question regarding the level of importance given to leadership in practice in the field of health. In the second part, there are 16 propositions for leadership characteristics and 8 propositions for job satisfaction. The questionnaire, which was created as a result of the literature review, was applied face-to-face and online to 252 health workers within the framework of the human resources working in the health sector in the province of Izmir between September 2020 and December 2021. Factor analysis, single sample t-test and structural equation modeling were included in the research.

The study of leadership has been an important and central part of the management and organization literature in recent years. The publication of books, articles and new manuscripts on the subject continues at a high pace. Leadership is truly an interdisciplinary field, with publications on leadership in a wide variety of professional and practitioner journals in a variety of disciplines, including management, psychology, sociology, political science, public administration, and educational administration.

In order to adapt to the rapid changes and innovations brought by globalization and to apply these innovations in their own businesses, managers should have leadership characteristics as well as management knowledge and skills. Leadership is called managers who fulfill the standard tasks given and can have a vision that is open to change rather than having the ability to solve the problems that arise. A leader, on the other hand, is a person who directs others to act in line with a certain purpose, or is followed by a group of people in order to achieve their individual and group goals, and they behave in accordance with his wishes and instructions.

Effective leadership offered by health professionals is vital for modern health management. The factors underlying this are the ever-increasing demand for health, the increasing need for efficiency and the direction to improve the quality of health services. In order to fulfill the organizational goals and maintain their existence in the long term, organizations need professional managers who can lead in terms of allocating resources to achieve these basic goals, creating a good organizational structure and ensuring coordination. As in other sectors, leadership and the effects of leaders in the health sector appear as an extremely important factor in guiding their subordinates and achieving goals.

The main leadership theories that maintain their importance in the field of health are traits theory, behavioral leadership theory and situational leadership theory. Health care is an area of strategic and specific importance that requires multiple health professionals to work together. Disciplines with different knowledge and skills responsible for the production and delivery of the service have to cooperate and share their expertise with each other in order to improve health and restore health to sick individuals. Health care today; are faced with administrative issues such as service access, affordability and quality. Clinical leaders in healthcare are characteristically required to consider the needs of the wider patient population, make decisions that not only provide the best resources but also deliver clinical quality, and implement service improvements that are likely to be successful. Leadership in health also puts people-orientedness at its center. For example, within the framework of nurse leadership characteristics, compassion, conflict resolution skills, risk taking, trust, attention to teamwork, creativity, and behaviors of oneself and others (employees, patients and patient relatives, etc.) can come to the fore.

Both business owners and employees, who spend a large part of their time at work, question the work they do and the contributions of these works to themselves and the society and try to reach a meaning. In this context, all employees; They want to work in organizations where they are happy in their jobs, they succeed in a job, they feel that they are part of a whole,

and they believe that emotions, common values, team spirit and unity are given importance in every process of management.

Job satisfaction emerges as a concept related to leadership processes. With job satisfaction, it is aimed that employees contribute to the goals of the organization more willingly and efficiently. It is claimed that the success levels of the employees who are satisfied with their workplace and can meet all their needs within the organization are higher than the job performance levels of the employees with low job satisfaction. Attitudes are seen as a way of determining and expressing job satisfaction. Job satisfaction represents a combination of positive or negative feelings that employees have towards their job. Job satisfaction is an employee's sense of accomplishment at work. Job satisfaction refers to the enthusiasm and happiness associated with one's job. Job satisfaction is seen as the key to success, leading to a sense of recognition, income, promotion, and fulfillment of other goals.

Lawler and Porter presented a model of job satisfaction with special emphasis on the effect of rewards on job satisfaction. First, this model shows that performance leads to rewards and distinguishes between the two types of rewards and their link to performance. Extrinsic rewards are rewards that are organizationally controlled and usually satisfy lower-level needs, such as rewards for pay, promotion, status, and security. Intrinsically or internally mediated rewards are subject to less disruptive influence and will therefore likely be more directly related to good performance. Probably the best inner reward is the feeling of having accomplished something worthwhile. Any of the rewards that satisfy self-actualization needs or higher-level growth needs are good examples of intrinsic rewards. This model also shows that intrinsic and extrinsic rewards are not directly related to job satisfaction, but that the relationship is governed by expected fair rewards. This variable refers to the level or amount of reward that an individual thinks he should receive as a result of his job performance. This model predicts a low but positive relationship between job satisfaction and job performance due to the incomplete relationship between performance and rewards and the importance of expected fair rewards.

High job satisfaction is also beneficial for the success and advancement of the organization as it can increase the willingness of the staff to work. It can also lead to lower turnover and higher quality service. Healthcare personnel with low job satisfaction may suffer from medical problems, and individual employee health can affect the overall stability of healthcare professionals. Dissatisfied employees are more likely to leave the organization, and as a result, remaining employees may engage in unproductive activities such as poor quality service or damage equipment. In order to provide high quality service, employees' internal quality and satisfaction evaluations are essential. Several recent studies have also shown that employee satisfaction is linked to patient satisfaction and the quality of patient care. The phenomenon of job satisfaction is an attitude towards work that has an impact not only on motivation but also on career, health, and relationships with colleagues. Job satisfaction among healthcare workers has a major impact on quality, effectiveness and work efficiency, as well as on the costs of healthcare services. Stress, burnout and complex shift work are important determinants of health workers' well-being and also affect their occupational satisfaction.

It can be stated that the importance to be given to leadership in the field of health along with job satisfaction is primarily a human-oriented strategic issue. It can be stated that the provision of health service quality, which includes strategic sustainability in the field of health, in the common denominator of both the personnel providing health services and the individuals receiving health services, will be achieved by the job satisfaction of health workers and its reflection on the satisfaction in health care recipients. Job satisfaction is an important behavior that can be used to evaluate the entire contribution of healthcare professionals and employees in other fields to the organization and their intention to leave the organization. If the organization can measure the factors affecting job satisfaction, it will be able to strengthen employee morale and provide positive results for their organization. Regarding the relationship between leadership and job satisfaction, in a study conducted with a sample of 200 nurses and medical assistants from large public and private hospitals in Malaysia and evaluating the

mediating role of job empowerment in the relationship between transformational leadership and job satisfaction, employee empowerment mediated the relationship between transformational leadership and job satisfaction. it was found. Transformational leadership plays an important role in increasing employee job satisfaction. Because transformational leaders encourage their followers to meet higher human needs.

Burns (1978) developed the idea of transformational leadership based on Maslow's theory of a hierarchy of needs in which esteem and self-actualization constitute people's two highest needs. This theory is directly applicable to perspectives on leadership and employee job satisfaction; Successful transformational leadership can also increase job satisfaction as it improves organizational performance, as work can now lead to employees achieving their own higher-level needs. Transformational leadership reduces employee turnover and absenteeism rates. Transformational leadership style is dominant in the health sector, especially in hospitals. Because health systems operate through networks with different levels of responsibility within, it requires effective health leadership, health human resource management and efficient coordination to provide effective, efficient, accessible, patient-centered, equitable resource management and safe, quality care. As a result, health leadership and workforce management and job satisfaction are interlinked and play critical roles in healthcare management. In the light of these explanations, it is clear that the leadership in the field of health and the leadership characteristics that reveal its qualities and the issue of job satisfaction in a strategic, holistic and interactive way will contribute to the literature and practice.

The main hypotheses of the research are as follows:

H1: Factor is perceived as important by the participants (Factors: Job satisfaction factor, strategic leadership characteristic factor, integrative leadership characteristic factor)

H2: The ... factor differs in terms of the independent variable..... (Independent variables: gender, field of study and duration of experience).

H3:factors have a positive effect/interaction.

While the manager directs the employees in line with the goals and targets by using leadership characteristics, the minimum balance between the expectations of the employee and what is offered to the employee and mutual acceptance will come to the fore in this process. It can be stated that job satisfaction should be kept at a high level by making use of leadership characteristics in the organization so that healthcare professionals can work with high performance while providing quality healthcare services. The level of job satisfaction will directly affect the behavior of health workers. Within the scope of this study, the leadership characteristics that healthcare professionals care about in the processes they care about and the factors affecting job satisfaction are revealed. Health professionals care about strategic leadership characteristics and integrative leadership characteristics within the framework of leadership characteristics. The knowledge obtained from this study show that leadership in the field of health is a strategic dimension (strategic thinking, mission, vision, goals, objectives, creative thinking, conceptual thinking, practical thinking, reliability, responsibility, etc.), and also some qualities that integrate / complement the strategic dimension (flexibility, courage, sharing, business commitment, use of technology, scientificness, prestige, etc.) effectively. In addition to this, job satisfaction has been determined as a process that can be affected by fairness, leader's approach, communication, human relations, career opportunities, trust, education and love of work, as an attitude of health workers that includes positive or negative emotions.

TURİZM SEKTÖRÜNDE DİJİTAL PAZARLAMA STRATEJİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: SWARA-COPRAS YAKLAŞIMI

A RESEARCH OF EVALUATION DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN THE TOURISM SECTOR: SWARA-COPRAS APPROACH

Emine Elif NEBATİ

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

Kabul Tarihi /

Accepted: 27.12.2022

İletişim /

Correspondence:

Emine Elif Nebati

Benzerlik Oram /

Similarity Score: %13

Makale Türü / Article

Type: Araştırma

Makalesi / Research

Article

ÖZET

Günümüzde tüm sektörlerde teknoloji en büyük güç haline gelmiştir. Rekabette yer almak isteyen işletmeler değişen teknolojiye uyum sağlamak zorundadır. Dijitalleşme, dijitalleşirken de müşteriyi odakta tutma şirketlerin stratejik önceliği haline gelmiştir. Tüm sektörleri etkileyen bu değişimler turizm sektörünü de derinden etkilemiştir. Turizm sektörü bu gelişmeler doğrultusunda dijital dönüşüme yönelmiş, kişiselleştirilmiş müşteri deneyimi, sosyal medyanın etkin kullanımı, veri odaklı yaklaşım gibi olumlu gelişmelerden yararlanmıştır. Turizm sektöründe iş yapış biçimlerini değiştiren bu teknolojik gelişmelerin farkında olmak dönüşümde geri kalmamak adına önem taşımaktadır. Bu süreç içerisinde, doğru stratejiler ile teknolojiye uyum sağlanması ve doğru kararlar alınması gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı turizm endüstrisi ve otel işletmelerinde yenilikçi değişim ile ilgili olarak dijitalleşme alanında araştırma yapmak ve Türkiye’de turizm sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın dijital pazarlama stratejisi seçimi problemini ele almaktır. Çalışmada, belirlenen beş farklı dijital pazarlama stratejisi beş farklı kriter ile değerlendirilerek ideal dijital pazarlama stratejisi sıralaması elde edilmiştir. Kriterlerin ağırlıklandırılmasında çok kriterli karar verme yöntemlerinden (ÇKVV) SWARA yöntemi tercih edilirken, dijital pazarlama stratejilerinin sıralamasında COPRAS yöntemi kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, firma için dijital dönüşümde en önemli kriter “Strateji ve İnovasyon” kriteri iken, stratejilerin sıralanmasında, “Viral Pazarlama” stratejisi ilk sırada yer almıştır. Şirketler, tüketicilerin değişen tercihleri ve beklentileri ile dijitalleşme yatırımlarına daha fazla önem vermektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Sektörü, Dijital Pazarlama Strateji, Dijital Dönüşüm, SWARA, COPRAS

JEL Kodları: L8, M31, C63, G11

ABSTRACT

Nowadays, technology has become the main power for all sectors. Businesses that wants to appear in the competitive environment have to adapt to the rapidly changing technology. Both digitalization and keeping the customer in focus while digitizing have become strategic priorities for companies. These changes deeply affected the tourism sector as well as other sectors. In parallel with these developments, the tourism sector has turned to digital transformation and benefited from positive developments such as personalized customer experience, effective use of social media, and data-driven solutions. These technological developments that change the way of doing business in the tourism sector are important to comply with the transformation. In this process, it is necessary to adapt to technology with the right strategies and make the right decisions. The study aims to perform research in the field of digitalization concerning innovative change in the tourism industry and hotel businesses and to address the problem of choosing a digital marketing strategy for a company operating in the tourism sector in Turkey. In the study, a digital marketing strategy ranking was done by evaluating five different digital marketing strategies with five criteria. While the SWARA method, one of the multi-criteria decision-making methods (ÇKVV), was preferred for weighting the criteria, the COPRAS method was used for the ranking of digital marketing strategies. As a result of the analysis, the most important criterion in digital transformation for the company is "Strategy and Innovation", while the "Viral Marketing" strategy is the most important in the ranking of the strategies. Companies attach more importance to digitalization investments with the changing preferences and expectations of consumers.

Keywords: Tourism Industry, Digital Marketing Strategy, Digital Transformation, SWARA, COPRAS

JEL Codes: L8, M31, C63, G11

1. GİRİŞ

Hızla değişen dünyada, kurum yöneticileri değişime adapte olmaya çalışmaktadır. Zaman içerisinde, kurumlar pazarın talep ve ihtiyaçlarına cevap verebilmek için değişime uğramaktadır. Bu bağlamda, yenilikçi yönetim yaklaşımları kaçınılmaz hale gelmiştir. İşletmeler, çevresel ve teknolojik değişimlere, yeni ürün, hizmet süreçlerine uyum sağlamak için yenilikçi yöntemlerle yeni yollar bulabilmektedir. Bu yenilikçi yaklaşımlardan biri de dijitalleşmedir. Dijitalleşme çeşitli alanlarda avantajlara sahiptir. Örneğin; dijitalleşme, kurumlar tarafından kaynakların günümüz teknolojilerinin entegrasyonu ile maliyetleri düşürerek etkin kullanılmasını sağlar. Ayrıca, dijital teknolojinin sunduğu fırsatlardan faydalanarak, işletmeye değer katacak hedeflere ulaşmasına, kurumların yeni pazarlara açılmalarını yardımcı olur (Konstantinou, 2016: 1558).

Günümüzde yenilikçi yaklaşımlar geliştirildikçe, turizm sektöründe de, rekabet artmıştır. Turizm sektörü sunduğu hizmet, gelir, itibar gibi değerlerle birlikte en önemli gelir yaratma sektörlerinden biridir., Turizm sektöründe küresel ve yerel rekabetçiliğini teşvik eden önemli çalışmalardan biri de dijitalleşme faaliyetleridir. Yakın gelecekte, dijitalleşmeye temas etmeyen neredeyse hiçbir şeyin kalmayacağı araştırmacılar tarafından öngörüldürken, insan ilişkilerinin hatta turistik seyahatlerinde bu sürece dâhil olabileceği belirtilmektedir (Gobble, 2018:66). Bu süreç içerisinde, hızla değişen dünyada doğru stratejiler ile yeni üretim biçimlerine uyum sağlanması ve doğru kararlar alınması gerekmektedir. Turizm sektöründe yer alan kurumların sürdürülebilir rekabette öne çıkabilmeleri için dijitalleşme süreçlerini en uygun şekilde iş süreçlerine entegre etmeleri ve dijital pazarlama faaliyetlerine yer vermeleri gerekmektedir (Okatan ve Yıldırım, 2021:168). Dijital pazarlama, markalaşma, güven, satış süreçleri, dijital veri analizi gibi birçok faaliyeti içerisinde barındırmaktadır.

Dijital pazarlama, malların veya hizmetlerin ölçülebilir şekilde pazarlanmasıdır. Markaları teşvik etmek, satışları arttırmak, müşteri kitlesini büyütme ve korumak için dijital teknolojileri kullanır. (Todor, 2016:51). Özellikle doğru elektronik iletişim platformunun seçimi ve hedef kitleye en uygun mesajın hazırlanması dijital pazarlama iletişim sürecinde yer alan en önemli faktörler olarak açıklanmaktadır (Erdoğan, 2012).

Dijital pazarlama, pazarlama uygulamalarının dijital ortamda gerçekleştirilmesidir. Geleneksel pazarlama uygulamalarıyla karşılaştırıldığında, finansal fayda, güncellenebilirlik, yeniliklere açık olma, hedef kitle ile iletişim gibi çeşitli avantajlara sahiptir (Bulunmaz, 2016:348). Turizm sektöründeki işletmeler, dijital çağın gerekliliklerini yerine getirerek başarıyı yakalamak istemektedirler. (Petrevska, vd., 2016). Araştırmalara göre, 2025 yılı tahminlerine göre, otellerde dijital dönüşüm, dijital inovasyon çalışmalarına uyum sağlayabilenler dijital deneyimlerin oluşmasına katkı sağlayacaktır (Peterson, 2011:1; Friedman ve Sen, 2017:1; Okatan 2021:168). Bu bağlamda, turizm sektöründe teknolojik sürecin yürütülebilmesi için doğru dijital pazarlama stratejilerinin belirlenmesi önem arz etmektedir (Yanık vd., 2018:227).

Bu çalışmanın amacı, turizm sektöründe faaliyet gösteren bir firma için dijitalleşme alanında araştırma yapmak ve bu firmanın dijital pazarlama stratejisi seçim problemini ele almaktır. Çalışma turizm sektöründe Türkiye’de öne çıkmış, otel zincirine sahip firmalardan birinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma sürecinde, turizm işletmelerinde dijital turizm dijital pazarlama stratejileri ve dijital dönüşümdeki öncelikler araştırılmıştır. Yazındaki kaynaklar incelendiğinde çok kriterli karar verme yöntemleri ile turizm sektöründe dijitalleşme faaliyetlerini konu alan kısıtlı çalışma bulunduğu gözlenmiştir. Bu kapsamda, ilk adımda Strateji ve İnovasyon, Müşteri Deneyimi, İnsan Kaynakları, Bilgi Teknolojileri, Risk ve Siber Güvenlik olmak üzere 5 kriter belirlenmiş ve SWARA yöntemi ile önceliklendirilmiştir. İkinci adımda, Web Sitesi, Viral Pazarlama, Influencer Pazarlama, Mobil Uygulama, Sosyal Medya Pazarlaması olarak 5 dijital pazarlama stratejisi COPRAS yöntemi kullanılarak, ideal dijital

pazarlama stratejisi sıralaması elde edilmiştir. Sunulan model ile turizm sektöründeki işletmelere ve yazına katkı sunması umulmaktadır.

Çalışmanın geri kalanında, ikinci bölümde literatür araştırmasına, üçüncü bölümde, araştırma metodolojisine, dördüncü bölümde uygulama başlığı altında ele alınan problemin analizine ve son bölümde sonuç ve tartışmaya yer verilmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Kırlar Can ve arkadaşları, Türkiye'deki zincir otellerin mobil uygulama kullanımlarını, içerik ve özelliklerini incelemiştir. Mobil uygulamalara talebin artış gösterse de yeterli olmadığı belirtilmiştir (Kırlar Can vd., 2017:60). Kaur, turizm sektöründe dijital pazarlama konusunu incelemiş ve bu konunun her işletmenin başarısında kritik bir rol oynadığını belirtmiştir (Kaur, 2017:72). Mert, Türkiye'de influencer marketing faaliyetlerinin uygulama şekillerini ekonomik ve mali yönden incelemiş ve gelişimini değerlendirmiştir (Mert, 2018:1299). Maksüdünov, otel web sitelerinin özelliklerinin değerlendirilmesine yönelik bir araştırma yapmıştır (Maksüdünov, 2019:186). Mkwizu, dijital içerik ve dijital medyanın dijital pazarlama faaliyetlerinde önemli olduğunu ve Afrika'da turistlere cazibe merkezlerinin pazarlamasında katkı verdiğini belirtmiştir (Mkwizu, 2019). Gider, dijitalleşmenin turizm sektörüne etkilerini araştırmıştır. Turistik hizmetin dijital imkânlardan faydalanılarak, turizm pazarlamasında verimli sonuçlar alınabileceğini belirtmiştir (Gider, 2020). Acar, alternatif turizm çeşitleri ile ilgili içerik üretilerek, turizm için farklı uygulamalara ihtiyaç olduğunu belirtmiştir (Acar, 2021:397). Kahraman ve Tanrıverdi, turizm sektöründe yer alan faktörlerin turistlerin tekrar ziyaret etmesindeki etkisini anket ile değerlendirmiştir (Kahraman ve Tanrıverdi, 2021:43). Kunt ve Hassan, sosyal medya ve fenomenler aracılığıyla yapılan çalışmaların tüketicilerin satın alma niyetlerini etkilediğini belirtmiştir (Kunt ve Hassan, 2021:216). Güzel ve Başaran, mobil seyahat uygulamalarının müşterilerin seyahat konusundaki davranışlarına etkisini faktör analizi ve çoklu uyum analizi ile değerlendirmiştir. Analiz sonucunda seyahat alışkanlığı çok olan müşterilerin bu teknolojiden daha fazla yararlandıklarını belirtilmiştir (Güzel ve Başaran, 2019:15). Karadağ ve Şeker, elektronik pazarlama unsurlarının turizmdeki satın alma kararlarının etkisini belirlemiştir. Çalışma sonucunda, gidilecek yerin sunduğu hizmetlerin ve sahip olduğu teknolojik olanakların oldukça büyük bir etkiye sahip olduğu görülmüştür (Karadağ ve Şeker, 2021:385). Yavuz ve Mesci, turizm sektöründe dijital dönüşüm konusunu ele alarak, yönetimlerin bakış açılarını ve otel işletmeleri için dijital dönüşümde hangi faaliyetleri gerçekleştirdiklerini değerlendirmiştir (Yavuz ve Mesci, 2021:741). Ekşili ve Çelik Çaylak, turizm işletmelerinde çalışan yöneticilerin “dijitalleşme” algısını metaforlar aracılığı ile belirlemiştir (Ekşili ve Çelik Çaylak, 2022:257). Küçük, sürdürülebilir turizm konusunu ele almıştır. Satın alınan çeşitli turistik ürünler ile alışveriş yapılan dijital turizm platformları arasındaki ilişkiyi değerlendirmiştir (Küçük, 2022:120). Yazında incelenen çalışmaların özeti Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Literatür Özeti

Yazarlar	Çalışmanın amacı	Kullanılan Yöntem
Karamustafa, Biçkes ve Ulama, (2002)	Türkiye’deki konaklama işletmelerinin internet web sitelerini değerlendirilmesi	Anket Yöntemi
Ateş ve Boz, (2015)	Konaklama işletmelerinin web sitelerinin değerlendirilmesi	İçerik Analizi
Kırlar Can vd., (2017)	Zincir otellerin mobil uygulama kullanımlarının, içerik ve özelliklerinin incelenmesi	İçerik analizi
Kaur, (2017)	Turizm sektöründe dijital pazarlamanın işletme başarısına etkisi	Kavramsal inceleme
Mert, (2018)	İnfluencer marketing faaliyetlerinin gelişimi, ekonomik ve mali yönden incelenmesi	Derinlemesine görüşme tekniği
Maksüdünov, (2019)	Otel web sitelerinin değerlendirilmesi	İçerik analizi

Mkwizu, (2019)	Otel web sitelerinin özelliklerinin değerlendirilmesi	İçerik analizi
Gider, (2020)	Turistik hizmetlerde dijital faaliyetler ile turizm pazarlamasına etkisi	
Acar, (2021)	Alternatif turizm çeşitlerinde içerik üretimi	İçerik analizi
Kahraman ve Tanrıverdi, (2021)	Turizm sektöründe yer alan faktörlerin turistlerin tekrar ziyaret etmesindeki etkisini	Anket
Kunt ve Hassan, (2021)	Sosyal medya ve fenomenler aracılığıyla yapılan çalışmaların tüketicilerin satın alma niyetlerine etkisi	Kümeleme analizi
Güzel ve Başaran, (2019)	Mobil seyahat uygulamalarının, müşterilerin seyahat konusundaki davranışlarına etkisi	Faktör analizi ve çoklu uyum analizi
Yücel ve İnan, (2020)	Elazığ'da 4 yıldız ve üzeri otellerin web site görsellerine katılımcıların ilgi düzeylerinin belirlenmesi	Eye tracking analiz yöntemi
Karadağ ve Şeker, (2021)	Turizmde satın alma kararlarının ve İstanbul'da turistlerin tatilleri ile ilgili kararlarına elektronik pazarlama unsurlarının etkisinin incelenmesi	İstatiksel analiz
Yavuz ve Mesci, (2021)	Turizm sektöründe dijital dönüşümün değerlendirilmesi	Betimsel analiz
Ekşili ve Çelik Çayla, (2022)	Turizm işletmelerinde çalışan yöneticilerin dijitalleşme algısının metaforlar aracılığı ile belirlenmesi	Olgu bilim
(Küçük, (2022)	Sürdürülebilir turizm konusunun değerlendirilmesi	Derleme

Yazında turizm sektöründe dijital pazarlama konusunu ele alan çalışmalar incelendiğinde, çalışmalarda daha çok içerik analizi, istatiksel analiz, anket yöntemlerinin uygulandığı görülmektedir. Bu alanda, önerilen model kapsamı genişletilerek yazına farklı alanlarda katkı sağlanabilir.

3. METODOLOJİ

Mevcut çalışmadaki metodolojik yaklaşım iki ana başlıkta ele alınmıştır. İlk adımda çok kriterli karar verme yöntemlerinden SWARA, ikinci adımda ise, COPRAS yöntemine yer verilmiştir.

3.1. SWARA Yöntemi

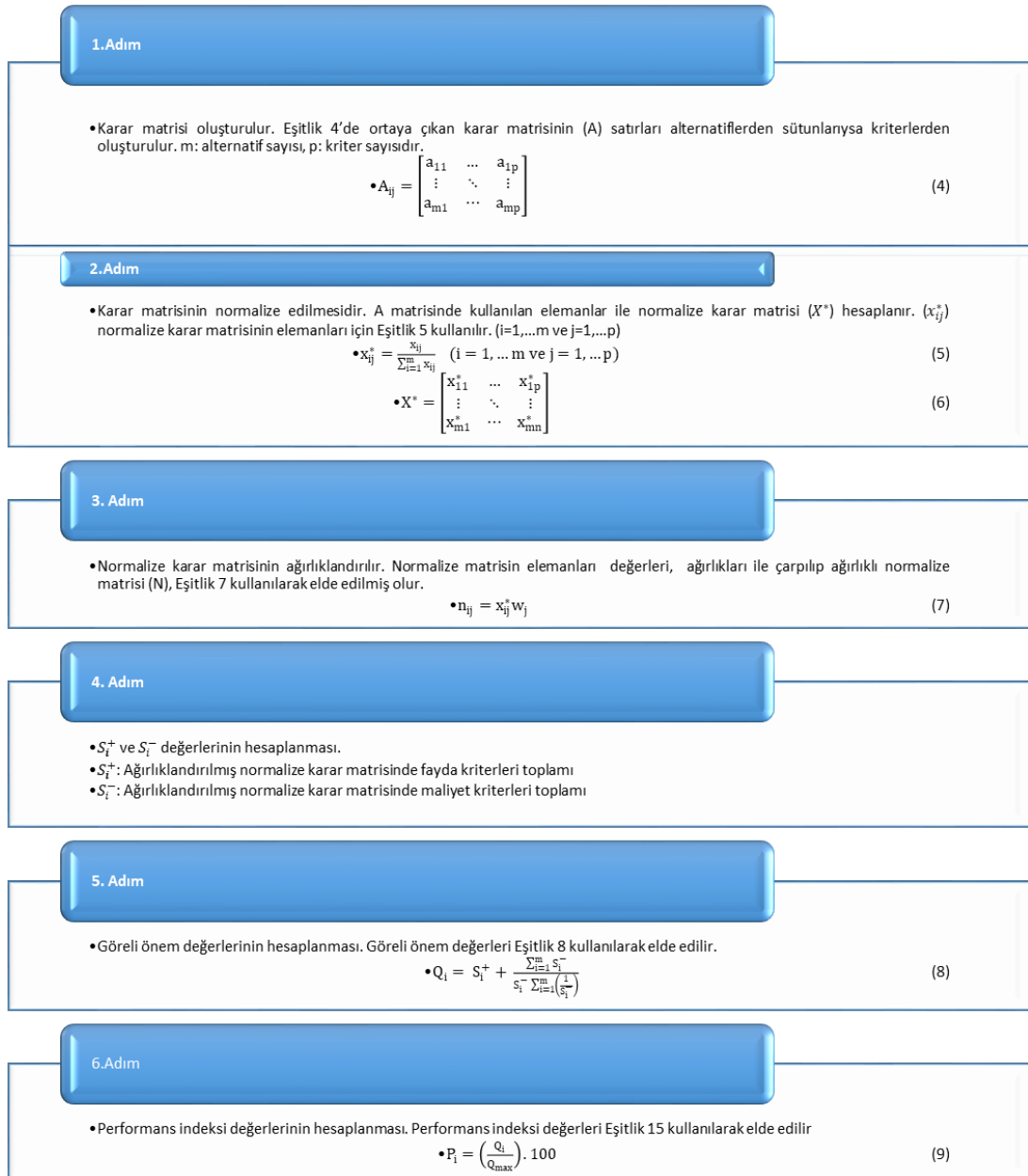
Dilimizde “Adım Adım Ağırlık Değerlendirme Oran Analizi” olarak geçen SWARA (Step-Weight Assessment Ratio Analysis) yöntemi 2010 yılında Keršulienne, Zavadskas ve Turskis tarafından geliştirilmiştir. ÇKKV yöntemlerinden biri olan bu yöntem birçok problemin çözümünde uygulanmış ve başarıya ulaşmıştır. SWARA yönteminin benzer amaçlar için kullanılan ÇKKV yöntemlerinden daha çok tercih edilmesinin nedeni hem standart hem de profesyonel kişiler tarafından kullanılabilmesi, uygulama yönünden basit bir yapısı olması ve aynı amaç için çalışan farklı disiplinlerdeki insanları ortak noktada buluşturabilmesidir. Bu yöntemin avantajlarından diğeri de konu hakkında bilgi sahibi olan kişilerin görüşlerini direkt olarak sürece entegre etmek için elverişli bir yöntem olmasıdır. Bu sayede problemi içerisinde bulunduran sektörün gerçeklerine daha yakın sonuçlar elde edilebilir. SWARA yönteminin uygulamasında 5 temel adım bulunmaktadır. Bu adımlar Şekil 1’de özetlenmiştir (Keršulienne, vd., 2010:243)

1.Adım	2.Adım	3. Adım	4. Adım	5. Adım
<ul style="list-style-type: none"> •Uzman görüşleri doğrultusunda problemin çözümü için belirlenen kriterlerin önem sırası belirlenir. Bu sıralama azalan düzende yapılır. Birden fazla uzman görüşü mevcut ise öncelikle kriterlerin geometrik ortalaması alınır daha sonra genel bir sıralama oluşturulur. 	<ul style="list-style-type: none"> •Kriterlerin göreceli önem düzeyleri belirlenir. Sıralamanın en başındaki kriter j. Kriter olarak adlandırıldığında, kendinden bir sonraki kriter yani $(j + 1)$. •Kriter ile j. Kriter arasındaki fark belirlenir. Burada bulunan değer s_j (ortalama değer) karşılaştırmalı önemi olarak ifade edilir. 	<ul style="list-style-type: none"> •Her kriter için k_j katsayısı Eşitlik 1'e göre belirlenir. •$k_j = \begin{cases} 1, j = 1 \\ s_j + 1, j > 1 \end{cases}$ (1) 	<ul style="list-style-type: none"> •Kriterlerin q_j önem vektörü Eşitlik 2'ye göre belirlenir. •$q_j = \begin{cases} 1, j = 1 \\ \frac{q_{j-1}}{k_j}, j > 1 \end{cases}$ (2) 	<ul style="list-style-type: none"> •Kritere ait nihai önem ağırlıkları w_j, Eşitlik 3 ile hesaplanır. Bu hesaplanan değer w_j, j kriterinin göreceli önemini gösterir. •$w_j = \frac{q_j}{\sum_{k=1}^n q_k}$ (3)

Şekil 1. SWARA Yöntemi Adımları

3.2. COPRAS Yöntemi

ÇKKV yöntemlerinden biri olan COPRAS yöntemi, 1996 yılında Zavadskas ve Kaklauskas tarafından önerilmiştir. COPRAS yönteminde kriterler fayda ve maliyet özellikleri dikkate alınarak, alternatiflerin sıralanmasında ve değerlendirilmesinde kullanılır. Bu yöntemi diğer ÇKKV yöntemlerinden ayıran nokta ise alternatifleri birbirleri ile kıyaslaması ayrıca birbirine olan yüzdesel üstünlüğünü de göstermektedir. COPRAS yöntemi, farklı karar verme yöntemleri ile kıyaslandığında işlem adımları oldukça kolay olması, az hesaplama gereksinimi ve hesaplamalar yapılırken herhangi özel bir programa ihtiyaç duyulamaması gibi büyük avantajlara sahiptir. COPRAS yönteminin işleyişi ve adımları Şekil 2'de verilmiştir (Kaklauskas, vd.,2005:361).



Şekil 2. COPRAS Yöntemi Adımları

4. UYGULAMA

4.1. Alternatif ve Kriterlerin Belirlenmesi

Yazın araştırması ve karar verici görüşleri neticesinde Tablo 2 ve Tablo 3'te değerlendirilmede kullanılan 5 kriter ve 5 dijital pazarlama stratejisine yer verilmiştir. Kriterler ve stratejiler yazındaki çalışmalar ve sektörde deneyimli 3 üst düzey yöneticinin görüşleri dikkate alınarak belirlenmiştir.

Tablo 2. Değerlendirme Kriterleri

Strateji ve İnovasyon	Performans iyileştirilmesi ve sürdürülebilir rekabet avantajı sağlanır. (Gider, 2020)
Müşteri Deneyimi	İşletmelerin hizmet anlamında marka oluşturmada önemli bir rol oynar. Ayrıca müşteri bağlılığı üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. (Öztürk, 2021:13)
İnsan Kaynakları	İnsan kaynakları, insan ve organizasyonun devamlılığı ve organizasyonun üretim, satış gibi faaliyetleri yerine getirmesinde sistematik bir şekilde ele alınır. (Pelit ve Çetin, 2020:1268)
Bilgi Teknolojileri	Bilgi teknolojileri turizm işletmeleri için pazarlama, yönetim ve tanınırlık açısından rekabet avantajı sağlamaktadır. (Tutar ve Kocabay, 2007:195)
Risk ve Siber Güvenlik	Bilişim teknolojilerinin verimli şekilde kullanılabilmesi için ise siber güvenliğe önem verilmelidir. (Okatan ve Yıldırım, 2021:168)

Tablo 3. Değerlendirilen Dijital Pazarlama Stratejileri

Web Sitesi	Türkiye'nin kurumsal düzeyde uluslararası alanda tanıtım faaliyetlerinin çeşitliliği ve içeriğinin sağlanması açısından önemlidir. (Acar, 2021:397)
Viral Pazarlama	Geleneksel yöntemlerden bir olan ağızdan ağıza pazarlama (WOM) tekniği, teknolojinin gelişmesi ve internet kullanımının yaygınlaşması ile dijital bir formata bürünmüştür (Saçan, ve Eren, 2022:1:1)
Influencer Pazarlama	Tüketicilerin dikkati çekilir ve onlar satın almaya sevimli bir yoldan yönlendirilir. (Mert, 2018:1299)
Mobil Uygulama	Turizm işletmeleri, müşterilerine daha hızlı daha kolay hizmet sağlayabilmek için mobil uygulamaları kullanmaktadır. (Kırlar Can vd., 2017:60)
Sosyal Medya Pazarlaması	İyi bir sosyal medya pazarlaması ile marka farkındalığı oluşturulur, üreticiler ile tüketiciler ortak bir noktada buluşur ve müşteri devamlılığı sağlanır. (Erdem ve Ateş, 2021)

4.2 SWARA Uygulaması

Turizm sektöründe dijital dönüşümde etkili faktörlerin öneminin belirlenmesi amacı kullanılan ana kriterler Tablo 1' de sunulmuştur. Kriterler; strateji ve inovasyon, müşteri deneyimi, insan kaynakları, bilgi teknolojileri, risk ve siber güvenlidir. Değerlendirme kriterlerinin önem düzeylerinin belirlenebilmesi için sektörde tecrübeli, firmada yönetici pozisyonunda üç karar verici belirlenmiştir. Öncelikle kriterlerin önem sırası tüm karar vericiler tarafından belirlenmiştir. Daha sonra her bir karar vericiye göre değerlendirme kriterlerinin görece önem düzeyleri elde edilmiştir. Bu adımda, ikinci kriterden başlanarak her kriter kendinden bir önce gelen kriter (j) ile karşılaştırılır ve kriterlerin karşılaştırmalı önemleri (s_j) ortaya çıkmıştır. Eşitlik 1' e göre kriterlerin karşılaştırmalı önemlerine ait katsayılar (k_j) elde edilmiştir. Kriterlerin q_j önem vektörü Eşitlik 2'ye göre belirlenmiştir. Sonra, kritere ait nihai önem ağırlıkları w_j , Eşitlik 3 ile hesaplanmıştır. Her karar verici için aynı adımlar tekrar edilir.

Adım 1: Karar Verici 1-2-3 için değerlendirme sonuçları Tablo 4, Tablo 5 ve Tablo 6' da gösterilmiştir.

Tablo 4. KV- 1 Kriter Ağırlıkları

Kriterler	Önem Sırası	Sıralama	s_j	k_j	q_j	w_j	
Strateji ve İnovasyon	1	Strateji ve İnovasyon	1		1	0.230	
Müşteri Deneyimi	2	Müşteri Deneyimi	2	0.20	1.20	1.00	0.23
İnsan ve Organizasyon	5	Risk ve Siber Güvenlik	3	0.05	1.05	0.83	0.19
Bilgi Teknolojileri	4	Bilgi Teknolojileri	4	0.10	1.10	0.79	0.18
Risk ve Siber Güvenlik	3	İnsan ve Organizasyon	5	0.60	1.60	0.72	0.17

Tablo 5. KV- 2 Kriter Ağırlıkları

Kriterler	Önem Sırası	Sıralama	sj	kj	qj	wj
Strateji ve İnovasyon	2	Müşteri Deneyimi	1		1	0.264
Müşteri Deneyimi	1	Strateji ve İnovasyon	2	0.1	1.1	0.909
İnsan ve Organizasyon	5	Risk ve Siber Güvenlik	3	0.25	1.25	0.727
Bilgi Teknolojileri	4	Bilgi Teknolojileri	4	0.1	1.1	0.661
Risk ve Siber Güvenlik	3	İnsan ve Organizasyon	5	0.35	1.35	0.490

Tablo 6. KV- 3 Kriter Ağırlıkları

Kriterler	Önem Sırası	Sıralama	sj	kj	qj	wj
Strateji ve İnovasyon	1	Strateji ve İnovasyon	1		1	0.266
Müşteri Deneyimi	2	Müşteri Deneyimi	2	0.15	1.15	0.870
İnsan ve Organizasyon	5	Risk ve Siber Güvenlik	3	0.15	1.15	0.756
Bilgi Teknolojileri	4	Bilgi Teknolojileri	4	0.1	1.1	0.687
Risk ve Siber Güvenlik	3	İnsan ve Organizasyon	5	0.55	1.55	0.443

Adım 2: Tüm karar vericiler için ayrı hesaplanan kriter ağırlıklarının (q_j değerleri) geometrik ortalamaları alınarak genel kriter ağırlıkları Tablo 7' de elde edilmiştir. Belirlenen ağırlıklara göre en önemli kriter strateji ve inovasyon (0.245) iken, en az öneme sahip kriter insan ve organizasyon (0.136) kriteridir.

Tablo 7. Nihai Ana Kriterlerin Ağırlıkları

Kriterler	Karar Verici-1	Karar Verici-2	Karar Verici-3	Son Kriter Ağırlıkları	Sıralama
Strateji ve İnovasyon	0.23	0.24	0.27	0.245	1
Müşteri Deneyimi	0.23	0.26	0.23	0.241	2
Risk ve Siber Güvenlik	0.19	0.19	0.20	0.195	3
Bilgi Teknolojileri	0.18	0.18	0.18	0.180	4
İnsan ve Organizasyon	0.17	0.13	0.12	0.136	5

4.3. COPRAS Uygulaması

Turizm sektöründe dijital dönüşümde etkili faktörlerin önemi belirlendikten sonra, firma için dijital pazarlama stratejilerinin değerlendirilmesi COPRAS yöntemiyle gerçekleştirilmiştir.

Adım 1: İlk olarak her bir kriter için üç karar vericinin 0-100 arasındaki verdikleri değerler sonucunda karar matrisi oluşturulmuştur. Üç karar vericinin verdikleri puanların geometrik ortalaması alınmıştır. Sonuçlar Tablo 8' de gösterilmiştir.

Adım 2: Tablo 8'de karar matrisi elde edildikten sonra Eşitlik 5 ve Eşitlik 6 kullanılarak normalize edilmiştir. Değerler Tablo 9' de gösterilmiştir.

Tablo 8. Karar Matrisi

Kriter Yönü	max	max	max	max	min
Kriter Adı	Strateji ve İnovasyon	Müşteri Deneyimi	İnsan ve Organizasyon	Bilgi Teknolojileri	Risk
Web Sitesi Stratejisi	86.18	94.73	28.23	58.48	58.48
Viral Pazarlama Stratejisi	96.55	70.89	76.63	51.27	51.27
Influencer Stratejisi	92.83	93.12	47.18	36.34	39.15
Mobil Uygulama Stratejisi	89.63	94.73	37.80	58.48	78.08
Sosyal Medya Pazarlaması Stratejisi	96.55	87.72	40.72	64.15	81.93

Tablo 9. Normalize Karar Matrisi

Kriter Yönü	max	max	max	max	min
Alternatif / Kriter	Strateji ve İnovasyon	Müşteri Deneyimi	İnsan ve Organizasyon	Bilgi Teknolojileri	Risk
Web Sitesi Stratejisi	0.19	0.21	0.12	0.22	0.19
Viral Pazarlama Stratejisi	0.21	0.16	0.33	0.19	0.17
Influencer Stratejisi	0.20	0.21	0.20	0.14	0.13
Mobil Uygulama Stratejisi	0.19	0.21	0.16	0.22	0.25
Sosyal Medya Pazarlaması Stratejisi	0.21	0.20	0.18	0.24	0.27

Adım 3: Normalize edilmiş karar matrisindeki her bir sütuna ait değerlerin, SWARA yönteminden elde edilen kriter ağırlıkları ile çarpılması sonucunda Tablo 10'daki ağırlıklandırılmış karar matrisine ulaşılmıştır.

Tablo 10. Ağırlıklandırılmış Normalize Karar Matrisi

Kriter Yönü	max	max	max	max	min
Kriter Adı	Strateji ve İnovasyon	Müşteri Deneyimi	İnsan ve Organizasyon	Bilgi Teknolojileri	Risk
Web Sitesi Stratejisi	0.05	0.05	0.02	0.04	0.03
Viral Pazarlama Stratejisi	0.05	0.04	0.06	0.03	0.02
Influencer Stratejisi	0.05	0.05	0.04	0.02	0.02
Mobil Uygulama Stratejisi	0.05	0.05	0.03	0.04	0.03
Sosyal Medya Pazarlaması Stratejisi	0.05	0.05	0.03	0.04	0.04

Adım 4, Adım 5, Adım 6: Ağırlıklı normalize indeksleri toplanır, alternatiflerin göreceli önemi hesaplanır ve fayda dereceleri belirlenir. Faydalı kriterler için ağırlıklandırılmış normalize karar matrisindeki değerlerin toplamı S_i^+ , faydasız kriterler için ağırlıklandırılmış normalize karar matrisindeki değerlerin toplamı S_i^- bulunur. Ardından, Şekil 1'de görüldüğü üzere Eşitlik 8 ile her alternatif için göreceli önem ağırlığı, ve Eşitlik 9 kullanılarak her dijital pazarlama stratejisinin performans indeks değeri hesaplanır. Tablo 11 ve Tablo 12'de Viral pazarlama stratejisi 100 performans indeks değeri ile firma için en önemli dijital pazarlama stratejisi iken, influencer stratejisi ikinci sırada yer almaktadır. En az önemli strateji ise, web sitesidir.

Tablo 11. Faydalı Faydasız Kriterler İçin Değerler Toplamı

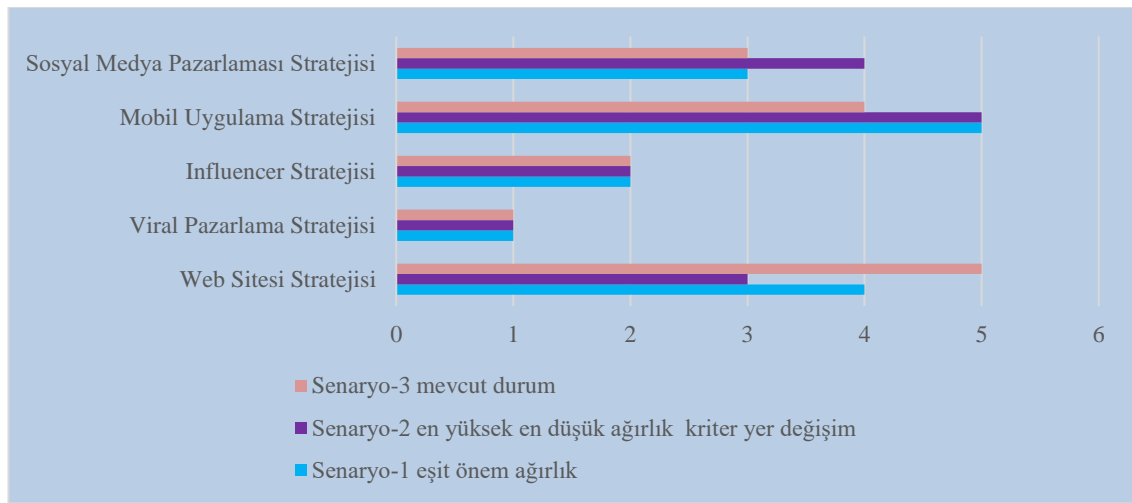
	S_{+i}	S_{-i}	S_{-min}	$\sum S_{-i}$
Web Sitesi Stratejisi	0.161	0.026	0.017	0.136
Viral Pazarlama Stratejisi	0.189	0.023		
Influencer Stratejisi	0.164	0.017		
Mobil Uygulama Stratejisi	0.170	0.034		
Sosyal Medya Pazarlaması Stratejisi	0.177	0.036		

Tablo 12. Qi, Pi değerleri

S_{-min}/S_{-i}	$\sum S_{-i}/S_{-i}$	Q_i	P_i	Sıralama
0.669	3.412	0.187	85.285	5.000
0.764		0.220	100.000	1.000
1.000		0.204	93.048	2.000
0.501		0.191	86.745	4.000
0.478		0.196	89.096	3.000

4.4. Duyarlılık Analizi

SWARA ve COPRAS yöntemleri kullanılarak gerçekleştirilen değerlendirmenin doğruluğunu ve tutarlılığını test etmek için duyarlılık analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışmada duyarlılık analizi, üç farklı senaryo üzerinden gerçekleştirilmiştir. İlk senaryoda, eşit önem kriter ağırlıkları ikinci senaryoda, SWARA yönteminden elde edilen kriter önem ağırlıklarında en yüksek ve en düşük ağırlıkların yeri değiştirilmiştir. Üçüncü senaryoda mevcut durumdaki SWARA yönteminden elde edilen önem ağırlıkları COPRAS yönteminde kullanılmış ve sıralamalar karşılaştırılmıştır. Analiz sonucu, Şekil 3'te görüldüğü gibi, her üç senaryo sonucuna göre ilk ve son sıralamadaki stratejilerin yeri değişmemektedir. Diğer sıralamalarda ufak farklılıklar gözlenmiştir.



Şekil 3. Farklı senaryolara göre strateji sıralamaları

6. SONUÇ VE TARTIŞMA

Turizm endüstrisi, içerisinde seyahat, konaklama, gastronomi gibi birçok alanı barındıran sürekli gelişen tüketici odaklı bir hizmet alanıdır (Walker, 2002:40). Günümüzde tüm sektörlerde olduğu gibi turizm de teknolojik gelişmelerden etkilenmektedir. Bu bağlamda, gelişen teknoloji trendleri ile dijitalleşme sürecinin yaygınlaşmasına bağlı olarak, turizm sektöründeki etkilerinin anlaşılması ve doğru dijital pazarlama stratejisi seçimi araştırmanın amacını oluşturmaktadır.

Turizm sektörü, son yıllardaki gelişmeler karşısında dijital dönüşüme yönelmiş, strateji ve inovasyon, müşteri deneyimi, insan kaynakları, bilgi teknolojileri, risk ve siber güvenlik gibi alanlarda veri odaklı yaklaşım, kişiselleştirilmiş deneyim, yapay zeka, çok kanallı müşteri deneyimi, nesnelerin interneti gibi unsurları iş süreçlerinde kullanmaya başlamıştır. Dijital çağa uyum sağlayan, yenilik ve değişimleri takip eden tüketiciler, turizm faaliyetlerinde beklentilerine karşılık bulabildikleri firmalara yönelmektedir (Filizöz ve Orhan, 2018:110). Bu nedenle, turizm sektöründe rekabette üstünlük kurabilmek için beklentilere cevap verebilecek düzeyde dijital dönüşüme yatırım yapılmalıdır. Ayrıca, turizm sektöründe faaliyet gösteren paydaşlarda da dijitalleşmenin önemine yönelik farkındalığın oldukça yüksek olduğu söylenebilir. Örneğin, 2018 yılında seyahat acentaları ile yapılan görüşmede, bir dijitalleşme anketi yapılmış ve şirketlerin %73'ü rekabet ederken dijitalleşme faktörünün önemli bir fırsat olduğunu belirtmiştir (Turizm Sektörü Dijitalleşme Yol Haritası Seyahat Acentaları Dijital Dönüşüm Raporu, 2019). Dijital pazarlama faaliyetleri ise, turizm sektöründe kullanılan etkin araçlardır. Dijital pazarlama, insanların her geçen gün artan internet ve sosyal medya kullanımı

ile birlikte daha da önemli bir noktaya ulaşmıştır. Şirketler için dijital ortamlarda bulunan kullanıcılara doğru zamanda doğru yerde ve doğru bir şekilde ulaşmak artık zorunluluk haline gelmiştir. Bu durum beraberinde dijital pazarlama stratejilerini ortaya çıkarmıştır. Şirketlerin satışlarını arttırmak potansiyel müşterilere ulaşmak ve mevcut müşterilerini elinde tutmak için çeşitli hedefleri bulunmaktadır. Bu hedeflere ulaşmak için doğru bir dijital pazarlama stratejisi belirlemeleri önem arz etmektedir. Dijital pazarlama stratejilerinde seçim yaparken, özellikle şirketlerin kurumsal yapılarına uygunluğuna dikkat edilmelidir.

Yapılan analiz sonucunda, firma için dijital dönüşümde en önemli kriter “Strateji ve İnovasyon” kriteri iken, en az öneme sahip kriter “İnsan ve Organizasyon” olarak belirlenmiştir. Stratejilerin sıralanmasında, “Viral Pazarlama” stratejisi ilk sırada yer alırken, “Web Sitesi” son sırada yer almaktadır. Viral Pazarlama stratejisi, potansiyel müşteriler ile firmalar arasında köprü görevi gördüğünden, hedef kitlenin çok iyi tanınması ve belirlenmesi gerekmektedir. En önemli kriter olarak ortaya çıkmasında, firma ve markaların maliyetlerini azaltması, reklamın hedef kitlelere ulaşma süresinin kısalığı ve viral pazarlamanın diğer dijital pazarlama stratejileri ile entegre bir şekilde kullanılabilmesinin etkili olduğu düşünülmektedir. Strateji ve inovasyonda ise, firmanın sektörü etkileyen mevcut dijital eğilimleri öngördüğü ve bu öngörüye dayanarak firmanın misyon ve dijital stratejilerine verdiği önemin yüksek olduğu görülmektedir. Gelecekte yapılacak çalışmalara bazı öneriler ise; farklı dijital pazarlama strateji alternatifleri ve değerlendirme kriterleri çalışma yapısına ve firma hedeflerine göre değiştirilerek genişletilebilir. Bir diğer öneri, son yıllarda firmaların yakından takip ettiği büyük veri kavramıdır. Günümüzde dijital pazarlama, büyük veri kavramı ile yakından ilişkilidir. Dijitalleşmeye yönelen yenilikçi işletmeler, müşterisine en uygun ürün yada hizmeti sunabilmek büyük veriyi kullanarak yani büyük veri setlerinden faydalanılarak müşterilerini daha iyi edebilir ve onlara uygun dijital pazarlama stratejileri geliştirebilir.

KAYNAKÇA

- Acar, Y. (2021) Ülke turizm Tanıtım Politikaları Kapsamında Kurumsal İnternet Sitelerinde Sunulan İçeriklerin İncelenmesi: Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) Örneği, Erciyes Akademi, 35 (2) , 397-409.
- Ateş, U. ve Boz, M. (2015). Konaklama İşletmelerinin Web Sitelerinin Değerlendirilmesi: Çanakkale Örneği. Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi, 1(1), 63-84.
- Bulunmaz, B. (2016). Gelişen Teknolojiyle Birlikte Değişen Pazarlama Yöntemleri ve Dijital Pazarlama. TRT Akademi, 1(2), 348-365.
- Erdoğan, K. (2012). Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri, Seçkin Yayıncılık, İstanbul.
- Ekşili, N. ve Çelik Çaylak, P. (2022) Konaklama İşletmelerinin Dijitalleşme Algısına Yönelik Metaforik Çalışma, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, Dijitalleşme Özel Sayısı. 257-269.
- Erdem, B., ve Ateş, A. (2021). Pazarlamada Güncel Yaklaşımlar, Eğitim Yayınevi, Konya.
- Filizöz, B., ve Orhan, U. (2018) İnsan Kaynakları Yönetimi Bağlamında Endüstri 4.0: Bir Yazın Çalışması, Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 19 (2), 110-117.
- Friedman, M. ve Sen, S. (2017). Hospitality in the Digital Era. The Road to 2025. Cognizant. June, 1-24. <https://www.cognizant.com/whitepapers/hospitality-in-the-digital-era-codex2543.pdf>. (Erişim Tarihi 08.10.2022).
- Gider, M. (2020) Turizm pazarlaması Kapsamında Dijitalleşme Sürecinin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkileri: Nitel Bir Araştırma, Yüksek Lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Gobble, M. M. (2018) Digital Strategy and Digital Transformation, Research-Technology Management, 61(5), 66-71.
- Güzel, T., ve Başaran, Y. (2019) Turizmde Kullanılan Mobil Uygulamalar ve Müşteri Deneyim Etkileşimi, Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, (4), 15-32.
- Kahraman, O. C. ve Tanrıverdi, H. (2021) Unutulmaz Turizm Deneyimi ve Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Arasındaki İlişki, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 32(1), 43-54.
- Kaklauskas, A., Zavadskas, E. K. ve Raslanas, S. (2005) Multivariant Design and Multiple Criteria Analysis of Building Refurbishments, Energy and Buildings, 37(4), 361-372.
- Kaur, G. (2017) The Importance of Digital Marketing in the Tourism Industry, International Journal of Research-Granthaalayah, 5(6), 72-77.
- Karadağ, L., ve Şeker, S. (2021) Role of Electronic Marketing (B2c) in Holiday Decisions: Case of Istanbul, Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi, 1(51), 385-402.
- Karamustafa, K., Biçkes, D.M. ve Ulama, Ş. (2002). Türkiye'deki Konaklama İşletmelerinin İnternet Web Sitelerini Değerlendirmeye Yönelik Bir Çalışma. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (19), 51-92.
- Keršulienė, V., Zavadskas, E. K., ve Turskis, Z. (2010). Selection of Rational Dispute Resolution Method by Applying New Step-Wise Weight Assessment Ratio Analysis (SWARA), Journal of Business Economics and Management, 11(2), 243-258.
- Kırlar Can, B., Yeşilyurt , H., Lale Sancaktar, C., ve Koçak, N. (2017), Mobil Çağda Mobil Uygulamalar: Türkiye'de Ki Yerli Otel Zincirleri Üzerine Bir Durum Tespiti, Journal of Yasar University. 12(45), 60-75.
- Konstantinou, J.K. (2016). Digitization of European SMEs in Tourism and Hospitality: The Case of Greek Hoteliers, World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Social and Tourism Science, 10(5), 1558-1562.
- Kunt, S. ve Hassan, A. (2021). Seyahat ve Turizmde Yeni Bir Pazarlama Yaklaşımı: Etkileyici Pazarlama, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, 24 (2) , 216-240 .
- Küçük, Ö. (2022). Dünya Bankası ve Sürdürülebilir Kalkınma: Dijital Platformlar ve Sürdürülebilir Turizm, Uluslararası Beşeri Bilimler ve Eğitim Dergisi, 8 (17) , 120-152.

- Maksüdünov, A. (2019). Otel Web Sitelerinin İçerik Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi: Bişkek'te Bir Araştırma, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 186-196.
- Mert, Y. L. (2018). Dijital Pazarlama Ekseninde Influencer Marketing Uygulamaları, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1299-1328.
- Mkwizu, K. H. (2019). Digital Marketing and Tourism: Opportunities for Africa. *International Hospitality Review*.
- Pelit, E., ve Çetin, A. (2020). Turizm İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi İşlevi Olarak İnsan Kaynakları Planlaması ve Sorunlar Üzerine Bir Değerlendirme, *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 1268-1287.
- Petrevska, B., Cingoski, V. ve Gelev, S. (2016). From Smart Rooms to Smarts Hotels, *XXI International Scientific Conference Information Technology-Present and Future*, Zabljak, Montenegro.
- Peterson, S. (2011). Hotel 2020: The Personalization Paradox. *IBM Global Business Services, Executive Report*, 1-16.
- Saçan, B. ve Eren, T. (2022). Dijital Pazarlama Strateji Seçimi: SWOT Analizi Ve Çok Ölçütlü Karar Verme Yöntemleri . *Politeknik Dergisi*, 1-1.
- Okatan, D. ve Yıldırım, Y. (2021). Endüstri 4.0 Teknolojilerinin Turizm Sektörüne Yansımaları: Literatür İncelemesi . *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 4 (2), 168-185 .
- Öztürk, İ. (2021). Turizm Destinasyonunda Müşteri Bağlılığı Davranışsal Niyetleri Etkiler mi? Müşteri Deneyimi ve Müşteri Kimliğinin Aracı Rolü. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 13-22.
- Todor, R.D. (2016). Blending Traditional and Digital Marketing, *Bulletin of the Transilvania University of Brasov Economic Sciences*, 9(1), 51.
- Tutar, F., Kocabay, M. ve Halil, A. R. I. Ç. (2007). Firmaların Yenilik (İnovasyon) Yaratma Sürecinde Serbest. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (3), 195-203.
- Turizm Sektörü Dijitalleşme Yol Haritası Seyahat Acentaları (2019). *Dijital Dönüşüm Raporu*.<https://www.tursab.org.tr/apps/Files/Content/ad5f3ddb-5a11-410f-9e3c-fe8b2dc4df8b.pdf>.(erişim tarihi 01.09.202)
- Walker, J. (2002). *Introduction to Hospitality*. Prentice Hall, San Diego.
- Westerman, G., Calmédjane, C., Bonnet, D., Ferraris, P. and McAfee, A. (2011). *Digital Transformation: A Roadmap For Billion-Dollar Organizations*, MIT Center for Digital Business and Capgemini Consulting, Cambridge.
- Yanık, A., Atas, U., ve Batu, M. (2018) *Dijital Turizm: Turizm ve Pazarlamada Dijital Dönüşüm*, Uluslararası Turizmde Dijital Dönüşüm Kongresi: Bildiriler Kitabı, Düzce Üniversitesi Yayınları, 227- 230.
- Yavuz, A., ve Mesci, M. (2021). Digital transformation in Tourism: Examining The Perspectives of Hotel Managers. *Balikesir University Journal of Social Sciences Institute*, 24 (45), 741-768.
- Yücel, N. & İnan, M. (2020). Turizm Sektöründe Dijital Pazarlama: Elazığ İli Otellerinin Web Sitelerinin Eye-Tracking ile Analizi. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (4) , 43-64

EXTENDED ABSTRACT

Nowadays, technology has become the main power for all sectors. A business that wants to appear in a competitive environment has to adapt to the rapidly changing technology. In a rapidly changing world, businesses are trying to comply with their business models to change. Today, business models developed in many sectors have changed according to the demands and needs of the market. In this context, innovative way of management solutions has become invaluable. Businesses can find new ways with innovative methods to adapt to environmental and technological changes, new products, and service processes. One of these innovative approaches is digitalization. Digitalization contributes to transforming the resources of institutions, individuals, or companies into additional income and growth capacity by taking advantage of the opportunities created by digital technologies, which are among the new world trends and achieve operational goals that will add value to the business (Konstantinou, 2016:1558). Digitalization means the change in business models to increase performance and improve the scope of work in the organization due to the increasing use of digital technologies (Westerman vd., 2011). Digitalization is possible by using resources effectively and integrating technologies to provide and develop unique customer experiences, especially guest satisfaction. The development of digitalization provides necessary tools for managers to enable their organizations to expand into new markets, increase stakeholder engagement, and reduce costs. In particular, keep the customer recenter while digitalization has become a strategic priority for companies.

The hospitality industry and tourism have become one of the main areas to be developed and have gained a competitive advantage as the world becomes innovative with technology. The tourism and accommodation industry is one of the main revenue-generating sectors, along with the values it offers such as service, income, and reputation. One of the main studies that promote global and local competitiveness in the tourism sector is digitalization activities. While researchers predicted that almost nothing will remain in contact with digitalization soon, researchers stated that human relations and even tourist traveling may be involved in this process (Gobble, 2018:66). In this process, it is necessary to adapt to new service production methods with the right strategies and make the right decisions. The way for tourism businesses to increase their performance compared to their competitors is to follow the digitalization processes closely and adapt them to their operational processes. To make a sustainable competitive advantage, tourism businesses should not lose their existing guests, make strategic changes to gain new guests, and strive to increase the guests' loyalty (Okatan and Yıldırım, 2021:168).

One of the best ways to provide an innovative and sustainable competitive advantage in tourism is to turn to digital marketing activities. Digital marketing, or in other words, e-marketing includes many activities such as obtaining digital data containing customer characteristics, determining parameters for purchasing behavior, awareness, branding, trust, and sales processes, and proceeding in a virtual environment. Digital marketing is a general term for the targeted, measurable, and interactive marketing of goods or services using digital technologies to reach, convert, and retain potential customers. The main goal is to promote brands, shape preferences, and increase sales with many digital marketing techniques (Todor, 2016:51). In particular, the selection of the right electronic communication platform and the preparation of the most appropriate message for the target audience have been explained as the main factors in digital marketing (Erdoğan, 2012). Traditional advertising and marketing tools, which are frequently used by tourism companies, have become highly digitalized due to the increasing use of smartphones, the internet, and social media. Consequently, digital marketing techniques have become indispensable in customer relations management. Digital marketing, with a general definition, is a marketing method that is carried out using digital channels and that performs all marketing applications in a digital environment. Although it is explained as the realization of traditional marketing practices through digital channels, it has great advantages compared to traditional marketing practices. First of all, digital marketing,

which provides a great financial benefit in economic terms, reveals its competitive features thanks to its differences such as simultaneous interaction with the target audience, upgradeability, creativity, and being open to innovations (Bulunmaz, 2016:348).

Tourism businesses want to achieve success by integrating the requirements of the digital age (Petrevska et al. 2016). According to the 2025 projections, the hotels that can survive will be those that implement digital transformation in their operating principles. Because hotels that understand the importance of digital innovation will contribute to the creation of positive experiences by combining standardized processes with digital innovations (Peterson, 2011:1; Friedman and Sen, 2017:1; Okatan 2021:168). To carry out the technological process in the tourism industry, it is necessary to determine the right digital marketing strategy. In the marketing of accommodation, transportation, and food and beverage areas of tourism, technological transformation strategies are also actively applied today (Yanik et al. 2018:227).

This study aims to conduct research on digitalization with innovative change in the tourism industry and hotel businesses and to address the problem of choosing a digital marketing strategy for a company operating in the tourism industry in Turkey. The study was carried out in one of Turkey's leading hotel chain companies in the tourism sector. During the research process, the digital marketing strategies of the company and its priorities in digital transformation were investigated to evaluate the perspectives of digital tourism and innovation in tourism businesses. In the first step of the study, interviews were held with company managers, and then the sources in the field of digitalization in tourism and digital marketing in national and international literature were examined. When the highlights of the studies examined are briefly mentioned, (Kırlar Can et al. 2017:60) stated that the mobile application usage rate of domestic hotel chains in Turkey is quite low even though it has increased over the years, and he used the content analysis method. (Kaur, 2017:72) discussed the issue of digital marketing in the tourism industry, where customers can access all kinds of information about the latest offers and best prices, and they stated that this issue is critically important. Maksüdünov (2019) stated that all the features that should be on the websites of the hotels are not at a sufficient level and this situation does not change according to the type of hotel. (Pelit and Çetin, 2020:1268) examined the relationship between human resources in the tourism sector against digitalization. To understand the effects of digitalization on the tourism sector, they conducted document scans over internet resources and interviews with tourism sector employees and managers with a qualitative research approach.

(Kunt and Hassan, 2021:216) revealed that social media affects purchasing intention of the customer. (Güzel and Başaran, 2019:15) discussed the effect of mobile travel applications on customers' travel behavior with factor analysis. (Karadağ and Şeker, 2021:385) determined the impact of electronic marketing elements on purchasing decisions in tourism. As a result, services offered by the destination and the technological opportunities have a great impact on customers. (Yavuz and Mesci, 2021:741) determined the perspectives of hotel managers on digital transformation in tourism and evaluated what activities the hotel businesses carry out regarding digital transformation. (Ekşili and Çelik Çaylak, 2022:257) determined the digitalization perception of managers through metaphors. To the best knowledge of researchers, there is no study on multi-criteria decision-making methods and digitalization activities in the tourism sector. Within the scope of the study, in the first step, five criteria, namely strategy and innovation, customer experience, human resources, information technologies, risk, and cyber security were determined and prioritized with the SWARA method. In the second step, the ideal digital marketing strategy ranking was done by using the COPRAS method of 5 digital marketing strategies as website, viral marketing, influencer marketing, mobile application, and social media marketing. As a result, the most important criterion for the company in digital transformation is strategy and innovation, while the least important criterion is people and organization. In ranking the strategies, the viral marketing strategy is in first place, while the website is in the last place. Since a viral marketing strategy acts as a bridge between potential customers and companies, it is necessary to know and

determine the target audience very well. It is thought to be the most important criterion for companies and brands to reduce their costs, the short time it takes for advertisements to reach target audiences, and the use of viral marketing in an integrated manner with other digital marketing strategies. Strategy and innovation show the company's current digital trends that affect the industry and the importance that these effects place on the company's mission and strategy.

In summary, the tourism industry has turned to digital transformation in the face of recent developments and started to use tools such as artificial intelligence, the internet of things personalized experience in areas such as strategy and innovation, customer experience, human resources, information technologies, risk and cyber security, data-driven approach, multi-channel customer experience, real-time marketing, and mobile integration. Individuals who adapt to the digital age and are aware of innovations and changes tend to choose businesses where they can meet their needs and expectations when they appear in tourism activities (Filizöz and Orhan, 2018: 110). That's why the tourism sector should keep up with digital change by carrying out research and development activities at a level that can meet the expectations and needs of individuals who want to realize tourism activities to establish a competitive advantage. One of the best ways to do this in the tourism sector is to determine the right digital marketing strategy. It is hoped that the proposed model will contribute to the businesses in the tourism sector and fill the gap in the literature.

**TÜRKİYE’DE KURUMSAL YÖNETİŞİM KONUSU İLE İLGİLİ YAYINLANAN
DOKTORA TEZLERİNİN BIBLİYOMETRİK ANALİZ YÖNTEMİ İLE İNCELENMESİ**

ANALYZING THE THESES PUBLISHED ON THE SUBJECT OF CORPORATE
GOVERNANCE IN TURKEY BY BIBLIOMETRIC ANALYSIS METHOD

Mehmet Akif KARA

Dr. Öğr. Üyesi, Giresun Üniversitesi, İİBF, İşletme, ORCID: 0000-0003-4308-9933, akifkara28@gmail.com

**Kabul Tarihi /
Accepted: 23.12.2022**

**İletişim /
Correspondence:**

**Benzerlik Oranı /
Similarity Score: %15**

**Makale Türü / Article
Type: Araştırma
Makalesi / Research
Article**

ÖZET

Kurumsal yönetim son dönemlerde hem işletmeler hem de kamu örgütleri arasında öne çıkan bir yönetim biçimidir. Buna bağlı olarak akademik alanda da artan bir ilgi görmektedir. Bu çalışmanın amacı, kurumsal yönetim alanında ulusal literatürde yapılan doktora tezlerini sistematik bir literatür taramasıyla incelemektir. Araştırmada Yüksek Öğretim Kurumu'nun Ulusal Tez Merkezi Veri Tabanında kayıtlı olan tezler taranarak başlığında, anahtar kelimelerinde ve özetinde kurumsal yönetim ve kurumsal yönetim kavramları geçen toplam 156 çalışma araştırmaya dâhil edilerek bibliyometrik analize tabi tutulmuştur. Elde edilen analizler tablo şeklinde bulgular bölümünde sunulmuştur.

Anahtar Kavramlar: kurumsal yönetim, bibliyometrik analiz, iyi yönetim.

JEL Kodları: M10, M14.

ABSTRACT

Corporate governance is a form of management that has come to the fore among both businesses and public organizations in recent years. As a result, it attracts increasing attention in the academic field. This study aims to examine the doctoral theses in the national literature in the field of corporate governance with a systematic literature review. In the research, the theses registered in the National Thesis Center Database of the Higher Education Institution were scanned and a total of 156 studies with the concepts of corporate governance and corporate governance in the title were included in the research and subjected to bibliometric analysis. The analyzes obtained are presented in the findings section in the form of tables.

Keywords: corporate governance, bibliometric analysis, good governance.

JEL Codes: M10, M14

1. GİRİŞ

Herhangi bir konuya ilişkin literatürde yapılan çalışmaların belli dönemlerde incelenmesi, o konuya ilişkin gelişmelerin ortaya konulması ve konunun bütünlüklü olarak değerlendirilmesi açısından oldukça önemlidir. Keza, bu incelemenin belirli dönemlerde yapılması konunun değişiminin izlenebilmesine ve gelişim dinamiklerinin belirlenerek gelecek dönemlerine ilişkin bir kestirim yapmayı da mümkün kılmaktadır. Bu tür bilimsel faaliyetler ise bibliyometrik yöntemler kullanılarak yapılmaktadır.

Bibliyometri özü itibarıyla sayım yapmaya dayalı bir inceleme alanı olarak tarif edilmektedir. Belirli bir alanda belirli bir dönemde ve belirli bir bölgede kişiler ya da kurumlar tarafından üretilmiş yayınların ve bu yayınlar arasındaki ilişkilerin sayısal olarak analizidir. Bu yöntem ile birlikte araştırmacıların okuma faaliyetine başlamadan önce ilgili literatürü tanımlarına ve en etkili çalışmaları görerek çalışmalarını yönlendirilmesine fayda sağlanmaktadır (Öztürk ve Kurutkan, 2020: 2; Zupic ve Cater, 2015).

Bu çalışmada son yıllarda giderek artan bir ilgiye mazhar olan kurumsal yönetim konusu bibliyometrik analiz ile birlikte ele alınacaktır. Çalışmanın ilk bölümünde kurumsal yönetim ve bibliyometrik analiz kuramsal olarak alınacak ve literatür taraması ile benzer çalışmalarda elde edilen bulgular açıklanacaktır. Ardından araştırmada elde edilen bulgular tartışılacaktır.

2. KURUMSAL YÖNETİŞİM

1990'lı yıllarda büyük kapitalist işletmelerde meydana gelen yönetim krizlerine karşı gündeme gelen kurumsal yönetim/yönetişim son yıllarda hızla popülerleşmektedir. Şeffaflık, adillik, hesap verilebilirlik ve sorumluluk boyutlarıyla birlikte yöneten ile yönetilen arasındaki ayrımın azaltılmasına ilişkin bir yönetim sürecidir. Kurumsal yönetim ile ilgili çok sayıda tanımlama yapılmaktadır. Bu tanımların farklılaşmasının nedeni ise farklı yönlerin öne çıkarılmasıdır. Mintz (2005) *sistemleri*, Claessens ve Tziomuis (2006) *mekanizmaları*, Kula (2006) *uygulamaları*, Previts, Markarian ve Parbonetti (2007) ise *modelleri* öne çıkarmaktadır. Tanımlarda ortaklaşılan konu ise kurumsal yönetişimin bir işletmede hak sahipleri ile profesyonel yöneticilerin arasındaki ilişkiyi incelemesidir ve üst yönetimin yönetilmesidir (Kara ve Genç, 2021: 248).

Kurumsal yönetişimin önem kazanmasına neden olan faktörlerin başında ise ENRON başta olmak üzere büyük şirketlerde yaşanan mali skandallar gelmektedir. Yönetim ve denetim alanında yaşanan bu sorunların çözümü noktasında Cadbury, Greenbury, Hampel ve Sarbaney-Oxley raporları hazırlanmış ve OECD ilkeleri belirlenmiştir (Aktan, 2006:8). 1990'lı yıllarda reel sosyalizm deneyiminin çöküşü ile birlikte ilan edilen “tek kutuplu dünya” ile birlikte “tarihin sonu” tartışmaları yürütülmüş ve kapitalizmin “nihai zaferi” kazandığı iddia edilmiştir. Tam da bu tartışmaların ortasında kapitalizmi temsil eden büyük şirketlerde birbiri ardına patlak veren mali skandallar “kurumsal yönetişimi” ortaya çıkarmıştır. Bir yanıyla “katılımcılık, şeffaflık” gibi sol/sosyalist literatürden beslenen bu *yeni yönetim* anlayışı aynı zamanda kapitalizmin *iyi* yönünü açığa çıkarmayı hedeflemektedir. Elbette kavramların anlamları ona ne yüklendiğine ilişkin değişiklik gösterir. Bu bağlamda bu kavram üzerine yapılan tartışmalarda kavramın özellikle katılımcılık, hesap verilebilirlik, adillik gibi ilkelerinin *kapitalizmin altın çağını* geri getirmek isteyen sosyal devlet (welfare state) yanlısı yerel yönetimlerin dikkatini celp etmektedir. David Harvey (2005) bu eğilimi *piyasa temelli etik* olarak adlandırmakta ve şirketlerin kamuoyu nezdinde varlıklarını güçlendirmek amacıyla yarattıkları imaj olarak ifade etmektedir.

Bu çalışmada kavramın içeriğine ilişkin bir tartışma yürütülmeyecek, aksine bu konunun Türkiye’de doktora düzeyinde ne denli ele alınıp alınmadığı, bibliyometrik analiz yöntemi ile incelenecektir. Bibliyometrik analiz çalışmaları incelenen konunun hem akademi hem de iş yaşamı açısından tanınırlığı, bilinirliği ve yaygınlığının tespit edilmesi, daha sonra yapılması muhtemel çalışmalara bütünlüklü bir veri seti sunması açısından önemlidir.

Türkiye’de kurumsal yönetim konusuna ilişkin bir bibliyometrik analiz çalışması daha önce yapılmamıştır. Bu çalışma ile birlikte alan yazında doğan bu boşluk tamamlanmakta ve kurumsal yönetim yazınına dair bütünlüklü bir bakış ortaya konulmaktadır.

Chiung-Yao ve Yuh-Shan (2011) kurumsal yönetimi temel alan bibliyometrik analiz araştırmalarında özellikle Finans ve Yönetim alanında konunun çalışıldığını ortaya koymuşlardır. SSCI indeksinde taranan ve 1992-2008 yılları arasında yayınlanmış çalışmalar üzerine bir araştırma yapmışlardır. Araştırmada özellikle 2008 yılında kurumsal yönetim konusunun daha fazla çalışıldığı görülmektedir.

Tunger ve Eulerich (2018) yaptıkları araştırmada Almanca dilini konuşan ülkelerde kurumsal yönetim araştırmalarının bibliyometrik analizlerini yapmıştır. 267 kaynak çalışmadaki 10000’den fazla atıf değerlendirilmiştir. Konuya yönelik ilginin 2003 yılı sonrası arttığı görülmektedir.

Mumu, Saona, Russel ve Azad (2021), Web of Science indeksli dergilerde 1990-2020 yılları arasında yayınlanan 298 makaleyi incelemiştir. İnceleme sonucunda çalışmaların çoğunlukla birden fazla yazar tarafından, kolektif bir biçimde yapıldığı görülmektedir.

Mumu, Saona, Haque ve Azad (2021) çalışmalarında kurumsal yönetim ve toplumsal cinsiyet literatürünü Web of Science indeksinde yer alan 393 makaleyi baz alarak incelemektedir. Kadınların şirket kurullarına katılımı ve özellikleri, farklı ülkelerdeki kadın yöneticiler ve yönetim kurullarındaki rolleri, yönetim kurullarındaki cinsiyet çeşitliliği, firmanın performansına etkisini araştırmaktadır.

Effaf, Asiedu ve Otchere (2022) yaptıkları araştırmada 1697 çalışmayı baz alarak, kurumsal yönetim konusunun 2020 yılında çok fazla ele alındığını ortaya koymaktadır.

Ellili (2022) yaptığı araştırmada *Corporate Governance* dergisinde yayınlanan kurumsal yönetim konulu 353 makaleyi bibliyometrik analiz yöntemi ile incelemiştir. Çalışma sonucunda ilgili derginin kurumsal yönetim literatürüne olan katkısının arttığı görülmektedir. Özellikle, kurumsal yönetim, yönetim kurulu ve performans kümelerinde yoğunlaşmanın olduğu görülmektedir.

Pahlevi (2022), 1994-2021 yılları arasında Scopus’ta yayınlanan makaleleri incelediği çalışmasında mevcut İslami kurumsal yönetim literatüründeki araştırmalara dayanmaktadır. Çalışmada, İslami kurumsal yönetimin analizi ve İslami finansa çeşitli alt alanlara ayrılabilirliğini göstermektedir. Ancak yeterli olmadığı vurgulanmaktadır.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu terim ilk olarak E.Wyndham Hulme (1922) tarafından ilk olarak *istatistiksel bibliyografi* şeklinde ele alınmış, daha sonra Pritchard (1969) tarafından *bibliyometri* terimi kullanılmaya başlanmıştır (Aktaran GÜDÜ Demirbulat ve Tetik Dinç, 2017: 22).

Bibliyometri araştırmaları neticesinde incelenen konu, bilim dalı, kurum, bireyler ve ülkeler bazında bilimsel çalışmalar değerlendirilmekte ve ilgili konunun mevcut durumuna ilişkin bir saptama ortaya konulmaktadır (Şakar Denктаş ve Cerit, 2013: 38). Bu analiz çeşitli araştırma çalışmalarının haritalandırılmasına yardımcı olan bir yöntemdir. Böylelikle literatürdeki mevcut eğilim ve boşluklar ortaya konulmaktadır.

Akademik çalışmaların dağılımına göre yapılan bibliyometrik araştırmalarda daha çok Web of Science veri tabanı üzerinden yapılmaktadır. Türkiye’de özellikle pazarlama alanında son yıllarda bibliyometrik çalışmalarda artış vardır (Zeren ve Kaya, 2020).

1.1. Çalışmanın Amacı

Bu çalışmada Yüksek Öğretim Kurumu Ulusal Tez Merkezi Veri Tabanında yer alan 1990-2022 yılları arasında “kurumsal yönetim” üzerine yazılmış doktora düzeyindeki tezler

bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak farklı değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaca istinaden;

1. 1990-2022 yılları arasında yazılan tezlerin üniversitelere göre dağılımı nasıldır?
2. 1990-2022 yılları arasında yazılan tezlerin yıllara göre dağılımı nasıldır?
3. 1990-2022 yılları arasında yazılan tezlerin enstitülere göre dağılımı nasıldır?
4. 1990-2022 yılları arasında yazılan tezlerin anabilim dallarına göre dağılımı nasıldır?
5. 1990-2022 yılları arasında yazılan tezlerin bilim dallarına göre dağılımı nasıldır?
6. 1990-2022 yılları arasında yazılan tezlerin yazım diline göre dağılımı nasıldır?

Sorularına cevap aranmıştır.

1.2. Veri Toplama

Bu çalışma betimsel bir çalışma olup, doküman incelemesi yapılmıştır. Araştırma evreninin mümkün olduğunda tamamının temsili ile doğruluk payının artırılması ve anlamlı sonuçlar elde edilmesi amacıyla YÖK Ulusal Tez Merkezi veri tabanında tarama yapılmıştır. Kurumsal yönetim literatüründe yer alan ve iyi yönetim, yönetim, kurumsal yönetim gibi benzer anlamlarda kullanılan sözcükler de tez arama motorunda kullanılmıştır. Bu araştırma; “kurumsal yönetim ve kurumsal yönetim” kavramı ve 1990-2022 yılları arasında yayınlanan Yüksek Öğretim Kurumu’nun Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yayınlanan doktora tezi ile sınırlandırılmıştır. Çalışmada tezlere 10.04.2022-03.10.2022 tarihleri arasında yapılan taramalarla ulaşılmıştır. Dolayısıyla bu tarihler arasında yapılan taramaların sonuçları esas alınmıştır. Ulaşılan tezler araştırmanın amacına ve literatürdeki benzer çalışmaların bulgularına göre incelenmiştir.

Çalışmaya yurtdışında yapılan doktora tez çalışmaları dâhil edilmemiştir. Türkiye’de konuya ilişkin olarak yayınlanan doktora tezlerinin tamamı çalışmaya dâhil edilmiştir.

1.3. Verilerin Analizi

Araştırma neticesinde elde edilen veriler betimsel analiz tekniği ile analiz edilmiştir. Tez çalışmalarının bibliyometrik özelliklerinin incelenmesi için tez künyelerinde yer alan “yayımlandığı yıl, yayımlandığı üniversite, yayımlandığı enstitü, yayımlandığı anabilim ve bilim dalı ile tezin çalışma konusu” şeklinde parametreler belirlenmiştir. Akabinde bu verilerin yüzde ve frekansları belirlenmiş ve tablolaştırılmıştır.

1.4. Bulgular

Araştırma neticesinde elde edilen bulgular çalışmanın amacında ortaya konulan soruların cevaplanması bağlamında ayrıntılı olarak ele alınmıştır.

Kurumsal yönetim konusu doktora düzeyinde toplam 156 tez ile araştırılmıştır. En çok tez İstanbul Üniversitesi ve Marmara Üniversitesi bünyesinde hazırlanmıştır. 57 farklı üniversitede araştırma yapılmıştır (Tablo 1). Dikkat çeken bulgu ise özellikle taşra üniversitelerinde konuya yönelik ilginin olmasıdır). Bu bağlamda bakıldığında sanayileşme anlamında ülke ortalamasının gerisinde kalan illerde bulunan üniversitelerde de konuya ilgi duyulması ve örneklerin bu bölgelerde yer alan aile şirketleri ya da kooperatifler olarak seçilmesi konunun bütünlüklü olarak kavranması ve öneminin ortaya konulması açısından dikkat çekmektedir. Tezler yoğunluklu olarak devlet üniversitelerinde çalışılmıştır. Ancak vakıf üniversitelerinde de konuya yönelik bir ilginin olduğu aşikârdır. Vakıf üniversitelerinde toplam 34 tez hazırlanmıştır.

Tablo 1. Tezlerin üniversitelere göre dağılımı

ÜNİVERSİTE ADI		DOKTORA
		Sayı
İstanbul Üniversitesi (İÜ)	Devlet	14
Selçuk Üniversitesi (SÜ)	Devlet	8
Kastamonu Üniversitesi (KÜ)	Devlet	2
İstanbul Üniversitesi – Cerrahpaşa (İÜC)	Devlet	1
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi (ESOGÜ)	Devlet	4
Atılım Üniversitesi (ATILIM)	Vakıf	1
Anadolu Üniversitesi (ANAÜ)	Devlet	4
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi (İZU)	Vakıf	2
Boğaziçi Üniversitesi (BÜ)	Devlet	1
İstanbul Okan Üniversitesi (OKAN)	Vakıf	5
Marmara Üniversitesi (MÜ)	Devlet	14
Gebze Teknik Üniversitesi (GTÜ)	Devlet	4
Gaziantep Üniversitesi (GAÜN)	Devlet	3
Giresun Üniversitesi (GRÜ)	Devlet	1
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi (MAKÜ)	Devlet	1
Süleyman Demirel Üniversitesi (SDÜ)	Devlet	4
Atatürk Üniversitesi (ATAÜNİ)	Devlet	2
Yeditepe Üniversitesi (Yeditepe)	Vakıf	4
Karadeniz Teknik Üniversitesi (KTÜ)	Devlet	3
Yaşar Üniversitesi (Yaşar)	Vakıf	3
Ankara Üniversitesi (AÜ)	Devlet	4
Hacettepe Üniversitesi (HÜ)	Devlet	5
Türk Hava Kurumu Üniversitesi (THK)	Vakıf	1
Fırat Üniversitesi (FÜ)	Devlet	1
Erciyes Üniversitesi (ERÜ)	Devlet	3
İzmir Ekonomi Üniversitesi (İEÜ)	Vakıf	2
Beykent Üniversitesi (Beykent)	Vakıf	3

Dumlupınar Üniversitesi (DPÜ)	Devlet	8
Doğuş Üniversitesi (Doğuş)	Vakıf	1
Afyon Kocatepe Üniversitesi (AKÜ)	Devlet	2
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi (KSÜ)	Devlet	2
Avrasya Üniversitesi (Avrasya)	Vakıf	1
Çanakkale 18 Mart Üniversitesi (ÇOMÜ)	Devlet	3
Celal Bayar Üniversitesi (MCBÜ)	Devlet	1
Yalova Üniversitesi (YÜ)	Devlet	1
İstanbul Ticaret Üniversitesi (İTÜ)	Vakıf	1
Haliç Üniversitesi (Haliç)	Vakıf	1
Başkent Üniversitesi (Başkent)	Vakıf	1
Sakarya Üniversitesi (SAÜ)	Devlet	1
Kadir Has Üniversitesi (KHÜ)	Vakıf	1
Düzce Üniversitesi (DÜ)	Devlet	1
Mersin Üniversitesi (MEÜ)	Devlet	2
İstanbul Bilgi Üniversitesi (İBÜ)	Vakıf	1
Akdeniz Üniversitesi (AKDÜ)	Devlet	1
Dokuz Eylül Üniversitesi (DEÜ)	Devlet	2
İnönü Üniversitesi (İNÜ)	Devlet	3
Kafkas Üniversitesi (KAÜ)	Devlet	3
Işık Üniversitesi (Işık)	Vakıf	2
Ondokuz Mayıs Üniversitesi (OMÜ)	Devlet	1
Bahçeşehir Üniversitesi (BAU)	Vakıf	1
Kırıkkale Üniversitesi (KKÜ)	Devlet	1
Sabancı Üniversitesi (Sabancı)	Vakıf	2
İstanbul Aydın Üniversitesi (İAU)	Vakıf	1
Gazi Üniversitesi (GÜ)	Devlet	4
Çukurova Üniversitesi (ÇÜ)	Devlet	5
Neşehir Hacı Bektaş Üniversitesi (NEVÜ)	Devlet	1
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi (MSKÜ)	Devlet	1

TOPLAM		156
---------------	--	------------

Tablo 2’de görüldüğü üzere “kurumsal yönetim” konulu tezlerin sayıları özellikle 2000’li yıllardan sonra giderek artmaktadır. 1990’larda yaşanan şirket skandallarının ardından gündeme gelen kurumsal yönetim küreselleşmenin de etkisi ile birlikte dünyada öne çıkan bir yönetim anlayışı olmuştur. Akademik olarak bu konunun irdelenmesi ise sonraki yıllara tekabül etmektedir. Konuya ilişkin ilk doktora tezi 2004 yılında yazılmıştır. En fazla tez 2014 yılında yayınlanmıştır. Bu tarihten sonra ise çift haneli sayılarda tez yayınlanmıştır. İçinde bulunulan 2022 döneminde (çalışmanın hazırlandığı tarihe kadar) toplam 6 doktora tezi yayınlanmıştır. Dikkat çeken bulgu ise özellikle iktisadi krizin ağırlığının işletmeler tarafından hissedildiği dönemlerde (2017 -2020 arası) çok sayıda “kurumsal yönetim” temalı doktora tezi hazırlanmıştır.

Tablo 2. Tezlerin yıllara göre dağılımı

YIL	YIL		DOKTORA
	Sayı		Sayı
1990	-	2006	1
1991	-	2007	3
1992	-	2008	7
1993	-	2009	8
1994	-	2010	6
1995	-	2011	6
1996	-	2012	6
1997	-	2013	7
1998	-	2014	20
1999	-	2015	12
2000	-	2016	8
2001	-	2017	15
2002	-	2018	11
2003	-	2019	10
2004	1	2020	16
2005	1	2021	12
		2022	6
		Toplam	156

Kurumsal yönetim konusu çalışma alanı olarak daha çok işletme alanlarında çalışılmaktadır. Dolayısı ile Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde fazla tez yazılması bu tespiti doğrulamaktadır (Tablo 3). Hazırlanan doktora tezlerinin 142'si sosyal bilimler enstitüsünde hazırlanmıştır.

Tablo 3. Tezlerin enstitülerine göre dağılımı

ENSTİTÜ	Doktora
	Sayı
Sosyal Bilimler Enstitüsü	142
Eğitim Bilimleri Enstitüsü	2
Sağlık Bilimleri Enstitüsü	1
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü	6
Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü	4
Yönetim Bilimleri Enstitüsü	1
TOPLAM	156

Hazırlanan tezler anabilim dallarına göre dağılımı incelendiğinde özellikle işletme anabilim dalı çoğunluğu elinde bulundurmaktadır (Tablo 4). Hem konunun yönetim alanını hem de muhasebe alanını yakından ilgilendirmesi bağlamında bu sonuçlar kavramın içeriği ve kullanımı/uygulanması açısından benzeşmektedir.

Tablo 4. Anabilim dallarına göre dağılımı

Anabilim Dalı	Doktora
	Sayı
İşletme	106
İşletme (İngilizce)	15
Özel Hukuk	4
İktisat	4
Bankacılık	4
İşletme Yönetimi	3
Bankacılık ve Finans	2
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	2
Yönetim ve Organizasyon	2

Turizm İşletmeciliği	2
Halkla İlişkiler	1
Finansal İktisat	1
İslam Ekonomisi ve Finans	1
Finans	1
Yönetim Bilimleri	1
Eğitim Bilimleri	1
Uluslararası Ticaret ve Finansman	1
Muhasebe Denetim	1
Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri	1
Spor Yönetimi Bilimleri	1
İletişim	1
Beden Eğitimi ve Spor	1
Toplam	156

Bilim dalları olarak incelendiğinde özellikle işletme anabilim dalının altında yer alan işletme, muhasebe/finansman ve yönetim ve organizasyon bilim dallarında konunun daha fazla irdelendiği ortaya çıkmaktadır (Tablo 5). Buna karşı özellikle 2000'lerden sonra akademiye yaygınlaşan disiplinler arası çalışmaların etkisi ile birlikte diğer bilim dallarında da konu araştırılmıştır. Bunun yanı sıra çoğu üniversitede doktora programlarının ilgili bilim dalları sisteme girilmemiştir. Bu tezler “belirtilmemiş” olarak Tablo 5’te gösterilmiştir

Tablo 5. Bilim dallarına göre dağılımı

Bilim Dalı	Doktora
	Sayı
Muhasebe Finans	23
İşletme	20
Yönetim ve Organizasyon	9
İşletme Yönetimi	3
Ticaret Hukuku	3
Kamu Yönetimi	2
Halkla İlişkiler	1
Bankacılık	1

Eğitim Yönetimi	1
Uluslararası Ticaret ve Finansman	1
Muhasebe Denetimi	1
Spor Yönetim Bilimleri	1
İnsan Kaynakları Yönetimi	1
Belirtilmemiş	89
Toplam	156

Yazım diline göre incelendiğinde Tablo 6’da belirtildiği üzere yayınlanan toplam 156 tezin 27’si “İngilizce”, 129 tanesi ise “Türkçe” dillerinde yazılmıştır.

Tablo 6. Yazım diline göre dağılımı

Yazım Dili	Dr Tez Sayısı	Yüzde
Türkçe	129	%82
İngilizce	27	%18
Toplam	156	%100

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Yapılan bibliyometrik araştırma sonucunda kurumsal yönetim ile ilgili tezlerin son yıllarda sayısının arttığı ortaya koyulmuştur. Özellikle; işletme yönetimi ve kamu yönetimi alanında yaşanan gelişmelerin kurumsal yönetim konusuna olan ilgiyi artırdığı ortadadır. Kapitalizmin yaşadığı kriz süreçleriyle paralel bir biçimde şirketlerde meydana gelen yolsuzluk, kötü yönetim vs. gibi olaylar karşısında paydaşların güven problemlerini çözmek önemli bir sorundur. Bu güvensizlik problemlerinin çözümü noktasında ortaya konulan kurumsal yönetim süreci aynı zamanda paydaşların yönetime katılımlarını sağlaması açısından da önemlidir. Akademide de kurumsal yönetim konusuna olan ilginin arttığı görülmektedir. Türkiye’de konuya dair ilk tezin 2004 yılında yayınlandığı ve bu tarihin ardından yayınlanan tezlerin sayısının artması da bu tespiti doğrulamaktadır.

Kurumsal yönetim süreci daha çok büyük şirketlerde (özellikle Borsa İstanbul’da olan) uygulanırken son dönemlerde aile şirketleri ile kooperatifler gibi 3.sektör faaliyetlerinde uygulanabilirliğine yönelik araştırmalar da yapılmaktadır (Kara ve Genç, 2022). Bu da konunun uygulanmasına yönelik örneklerin artırdığını göstermektedir. Literatürde konuya dair yapılan araştırmalarda Türkiye özelinde herhangi bir çalışma yoktur. Ancak; Chiung-Yao ve Yuh-Shan (2011), yaptıkları araştırmada konunun özellikle 2008 yılı sonrasında daha fazla çalışıldığını ortaya koymuştur. Bu sonuç, bu çalışmadaki bulgularla da uyumaktadır. Yine, Tunger ve Eulerich (2018) kurumsal yönetim konusuna yönelik ilginin 2003 yılı sonrası arttığını ifade etmektedir. Tüm bu sonuçlar ise kurumsal yönetim uygulamalarının çeşitlenmesi ile ilintilidir.

Bu çalışmada, YÖK veri tabanında 1990-2022 yılları arasında kurumsal yönetim ile ilgili yayınlanan 156 Doktora tezi çeşitli parametreler çerçevesinde değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucunda konuya ilişkin en fazla doktora tezinin ise 2014 yılında yayınlandığı görülmektedir. Marmara Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi en fazla doktora tezinin hazırlandığı üniversitelerdir. Bunun yanı sıra farklı üniversitelerde de kurumsal yönetim konusuna ilişkin doktora tezlerinin hazırlandığı görülmektedir. Bu da konunun yaygın olarak ele alınıp, tartışıldığını gösteren önemli bir sonuçtur. Akademik personel ve doktora öğrenci sayısı fazla olan köklü üniversitelerin yanı sıra sosyoloji literatüründe taşra üniversitesi olarak değerlendirilen Anadolu üniversitelerinde de doktora programlarının açılması, öğrencilerin az sayıda olsa bile kurumsal yönetim konusuna ilgi duymaları konu bağlamında önemli bir gelişme olarak yorumlanmalıdır. Özellikle, kurumsal yönetimin bir yönetim türü olarak aile şirketlerinde, kooperatiflerde vb. işletmelerde uygulanmaya başlanması akademik alanda konunun çalışılmasını da beraberinde getirmektedir. Örneklem olarak merkezi Anadolu’da olan işletmelerin seçilmesi de konunun farklı üniversitelerde ele alınmasını destekleyen bir sonuçtur.

Konu en fazla Sosyal Bilimler Enstitülerinde ele alınmıştır. Bölüm düzeyinde ele alındığında “işletme” bölümlerinin en fazla tez hazırlanan bölümler olduğu görülmektedir. Bilim dalı açısından bakıldığında ise “işletme” ve “muhasabe finans” bilim dallarında tez üretiminin fazla olduğu görülmektedir. Kurumsal yönetim konusu “işletme bölümü” ile “kamu yönetimi” bölümlerinde ele alınmaktadır. Dolayısı ile bu bölümlerde yoğunlaşma olması normaldir.

Tezlerin önemli bir kısmı “Türkçe” dilinde hazırlanmıştır. Bu da esasında doktora programlarının “tek dil” üzerine kurgulanmış olması ile alakalıdır. Dil seçimi, Türkçe literatürün geliştirilmesi açısından önemli olmakla birlikte Türkiye örneği üzerinden hareket eden tez çalışmalarının farklı dillerde yazılması uluslararası literatüre önemli katkı sağlayacaktır.

Kurumsal yönetim konusu özellikle kapitalizmin krizlerinin işletmeler, kamu kurumları ve 3.sektör uygulamaları üzerinde yaratmış olduğu etkileri en aza indirmek, paydaşları yönetim sürecinin içerisine dâhil etmek gibi özellikleri olan bir süreçtir. Dünya da önemli şirketlerin bu yönetim anlayışını kullanmaya başladıkları/tartıştıkları görülmektedir. Akademi dünyasında da hem piyasanın önünü açmak hem de AR Ge çalışmalarına yönetim alanında destek vermek için kurumsal yönetim üzerine bilimsel çalışmalar üretmesi gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında Türkiye’de doktora düzeyinde konuya olan ilginin iyi olduğu ifade edilebilir.

KAYNAKLAR

- Aktan, C.C. (2006). Kurumsal Şirket Yönetimi. SPK Yayın.
- Chiung-Yao, H., ve Yuh-Shan, H. (2011). Historical Research On Corporate Governance: A Bibliometric Analysis. *African Journal of Business Management*, 5(2), 276-284.
- Claessens, S., ve Tzioumis, K. (2006). Ownership And Financing Structures Of Listed And Large Non-Listed Corporations. *Corporate Governance: An International Review*, 14(4): 266-276.
- Effah, N. A. A., Asiedu, M., ve Otchere, O. A. S. (2022). Improvements Or Deteriorations? A Bibliometric Analysis Of Corporate Governance And Disclosure Research (1990–2020). *Journal of Business and Socio-economic Development*. doi/10.1108/JBSED-10-2021-0142.
- Ellili, N. O. D. (2022). Bibliometric Analysis On Corporate Governance Topics Published In The Journal Of Corporate Governance: The International Journal of Business in Society. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, (ahead-of-print). doi/10.1108/CG-03-2022-0135.
- Güdü Demibulat, Ö. ve Tetik Dinç, N. (2017). Sürdürülebilir Turizm Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. 14(2), 20-30.
- Harvey, D. (2005). *A Brief of Neoliberalism*. New York: Oxford University Press.
- Kara, M.A. ve Genç, K.Y. (2021). Kooperatiflerde Kurumsal Yönetişimin Uygulanabilirliğinin Kurumsal Yönetişim Teorileri Bağlamında Tartışılması: Teorik Bir Çerçeve. *R&S - Research Studies Anatolia Journal*, 4(4), 244-254.
- Kara, M.A. ve Genç, K.Y. (2022). *Kooperatiflerde Kurumsal Yönetişim, Eğiten Kitap*, Ankara.
- Kula, V. (2006). *Kurumsal Yönetim: Hissedarların Korunması Uygulamaları ve Türkiye Örneği*. Papatya Yayıncılık, İstanbul.
- Mintz, S. M. (2005). Corporate Governance In An International Context: Legal Systems Financing Patterns And Cultural Variables. *Corporate Governance: An International Review*, 13(5):582-595
- Mumu, J. R., Saona, P., Haque, M. S., ve Azad, M. A. K. (2021). Gender Diversity In Corporate Governance: A Bibliometric Analysis And Research Agenda. *Gender In Management: An International Journal*. 37(3). doi/10.1108/GM-02-2021-0029.
- Mumu, J. R., Saona, P., Russell, H. I., ve Azad, M. A. K. (2021). Corporate Governance And Remuneration: A Bibliometric Analysis. *Journal of Asian Business and Economic Studies*. doi/10.1108/JABES-03-2021-0025.
- Öztürk, N. ve Kurutkan, M.N. (2020). Kalite Yönetiminin Bibliyometrik Analiz Yöntemi İle İncelenmesi. *Journal of Innovative Healthcare Practises*. 1(1), 1-13.
- Pahlevi, R. W. (2022). Mapping Of Islamic Corporate Governance Research: A Bibliometric Analysis. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, (ahead-of-print). doi/10.1108/JIABR-12-2021-0314.
- Previts G. J., Markarian, G. ve Parbonetti, A. (2007). The Convergence Of Disclosure And Governance Practices In The World's Largest Firms. *Corporate Governance: An International Review*, 15(2):294-310.
- Şakar Denктаş, G. ve Cerit, A.G. (2013). Uluslararası Alan İndekslerinde Türkiye Pazarlama Yazını: Bibliyometrik Analizler ve Nitel Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 27(4), 37-62.
- Tunger, D., ve Eulerich, M. (2018). Bibliometric Analysis Of Corporate Governance Research In German-Speaking Countries: Applying Bibliometrics To Business Research Using A Custom-Made Database. *Scientometrics*, 117(3), 2041-2059.
- Zeren, D. ve Kaya, N. (2020). Dijital Pazarlama: Ulusal Yazının Bibliyometrik Analizi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 17(1). 35-52.
- Zupic, I. ve Cater, T. (2015). Bibliometric Methods in Management and Organisation. *Organizational Research Methods*. 18(3), 429-472.

Araştırmaya Konu Olan Doktora Tezleri

- A.Milad, I.A. (2019). The Extent of Voluntary Disclosure and Its Relationship with Internal Corporate Governance Mechanisms: Evidence from Listed Banks in Borsa Istanbul. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Abakar, B. (2022). Kurumsal Yönetim İle Mali Sorumluluk Arasındaki Etkileşim: Çad Firmaları Üzerinde Ampirik Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Abdioğlu, H. (2007). İşletmelerde Kurumsal Yönetim Anlayışı Kapsamında İç Denetimin Rolü Ve İmkb-100 Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Acar, Ö.E. (2014). Corporate Governance And Provisions Under IAS 37. İzmir Ekonomi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Acungüç, A. Ç. (2021). Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Hisseleri Borsada İşlem Gören Bankaların Performansına Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Adıgüzel, H. (2012). The Effect Of Internal Corporate Governance Structure To The Earnings Management Practice İn Turkey. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aghabaki, M. (2014). Kurumsal Yönetim İlkeleri İle Firma Değeri Ve Hisse Senedi Getiri Oranı Arasındaki İlişkisi: İMKB'de Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Ağdeniz, Ş. (2017). Finansal Raporların Analizinde Metin Madenciliğinin Kullanımı:Borsa İstanbul Şirketlerinin Kurumsal Yönetim Niteliklerinin Tahmini. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Akay, E. (2020). The Role Of Board Settings And Climate For Creativity, Board Member Creativity, Board Diversity And Environment İn The Relationship Between Board Creativity And İnnovation Ambidexterity: An Empirical Study On Corporate Boards. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Akgül, B. (2009). Kurumsal Yönetim İlkeleri Uyarınca Banka Yönetim Kurulunun Yapısı Ve İşleyişi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Akıncı Sayan, G. (2011). Aile İşletmelerinde Yönetim Kurulunun Yapısal Özelliklerinin Firma Performansına Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktürk, E. B. (2016). Kurumsal Yönetim Çerçevesinde Uygulanan Etik Kurallara İlişkin Algı: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alp, A. T. (2021). Kurumsallaşmanın Kurumsal Uyum Aracılığı İle Firma Performansı Üzerindeki Etkisi: Kurumsal Yönetim Endeksinde Yer Alan Şirketler Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Alrujoubi, A.M.H. (2021). The Effect Of Corporate Governance And Risk Management As Relevant Accounting Techniques On The Performance Of İslamic Vs. Conventional Banks İn Turkey. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Alsaç, İ. (2014). Türk Ticaret Kanunu'nun Anonim Ve Limited Şirket Yönetim Süreçlerine Yansımaları. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Arıcı, E. (2022). Türkiye'de Kamu Kurumu Niteliğindeki Meslek Kuruluşlarının Kurumsal Yönetim Perspektifinden Değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Arın Saydam, Z. (2014). Sürdürülebilir İletişimin Kurumsal Sürdürülebilirliğe Etkisi: İşletmeler Örneğinde Karşılaştırmalı Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Arslan, Ş. (2018). Kurumsal Yönetim İlkeleri İle Finansal Performans Arasındaki İlişki: BİST Kurumsal Yönetim Endeksinde Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Avcı, G. (2014). Audit Committee And Committee Subdivisions' Characteristics Versus Operational Risk Oversight İn Turkish Banking Sector. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aydın, A. D. (2014). The Relationship Between Ownership Structure And Dividend Policy: Empirical Evidence From Borsa İstanbul (BIST) . Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aytürk, Y. (2015). Corporate Risk Management, Derivative Usage And Their Effects On Non-Financial Firms: Evidence From The Turkish Market. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Badshah, W. (2020). Islamic Corporate Governance And Sustainable Financial Performance: A Phenomological Study. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Balkan, B. (2014). Türk Bankacılık Sisteminde Kurumsal Yönetimin Krizlerin Çözümüne Etkileri. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul.
- Baykut, E. (2017). Kurumsal Yönetim Endeksi İle Diğer Pay Endekslerinin Getiri Oynaklığının Karşılaştırılması: BIST Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Bayraktaroğlu, H. (2014). Kurumsal Yönetim Endeksinin Getiri Volatilitesine Etkisi: Borsa İstanbul'da Bir Uygulaması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Belen, M. (2008). Bir Kurumsal Yönetim Modeli Olarak Türkiye'de Nakit Akım Haklarının Ötesinde Kontrol Hakları Sağlayan Şirket Kontrol Biçimlerinin Finansal Etkinliğinin Testi (Piramit Yapılar, Çapraz Hissedarlık Ve İki Sınıflı Hisseler). Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bengü, A. (2021). Türkiye'de Kurumsal Yönetişim Ve Sermaye Piyasası Etkinliği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Berisha, H. (2021). Corporate Governance İn Publicly-Owned Enterprises İn Kosovo From Stakeholder Perspective. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Beycan, M. (2013). Kurumsal Yönetim Ve Türk Bankacılık Sektörü Üzerine Etkileri. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Biröl, B. (2017). Corporate Governance And Fraud Detection: A Study From Borsa İstanbul. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Boğacıoğlu, N. (2017). Firma Değeri Ve Firma Performansları Üzerinde Kurumsal Yönetimin Rolü: BIST Kurumsal Yönetim Endeksinde Kayıtlı Firmalar Üzerinde Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Burdur.
- Burak, E. (2017). Kurumsal Yönetim İlkeleri Ve İnsan Kaynakları Uygulamalarının İşletme Performansına Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Büber, H. (2008). Kurumsal Yönetim İlkelerini Uygulama Derecesi İle Performans Arasındaki İlişki : İMKB'de Faaliyette Bulunan Aile İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Canbay Çiğdem, F. (2018). İç Kontrol Sisteminin Kurumsal Yönetim Üzerindeki Etkileri: BIST Kurumsal Yönetim Endeksi Kapsamındaki Şirketlerde Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

- Cengiz, S. (2020). Kurumsal Yönetim, Muhafazakâr Muhasebe Ve Finansal Performans İlişkisi: Borsa İstanbul Uygulaması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars.
- Çakalı, K.R. (2008). Role of Internal Auditing in Corporate Governance: Two Case Studies from Turkey. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çalışkan, M. (2015). Yönetim Kurulu Yapısının Etkinlik, Strateji Kurma Ve Firma Performansı Üzerindeki Etkisi: Anadolu 500 Şirketleri Üzerinde Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Çapkulaç, O. (2020). Sosyal Ağ Düzeneği Bağlamında Yönetim Kurulu Bağımsız Üye Seçimi ve Firma Değerine Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Samsun.
- Çelikay, D.Ş. (2017). Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Vergiden Kaçınma Davranışı Üzerindeki Etkileri: Borsa İstanbul İşletmeleri Üzerine Bir İnceleme. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Çetin, H. (2011). Bir Kurumsal Yönetim Enstrümanı Olarak Stratejik Şeffaflık ve Muhasebe Bilgilerinin Rolü: Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Çiftçi, İ. (2016). Measuring The Effects of Ownership Structure and Board Attributes on Firm Performance: Evidence From Turkey. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çoşkun Erdoğan, D. (2015). Kurumsal Yönetim Endeksinin (XKURY) Firma Finansal Performansına Etkisi: BİST 100 Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Dağlar, H. (2014). Türkiye'de Organize Sanayi Bölgelerinin Kurumsallaşması ve Karşılaştıkları Sorunlara Çözüm Önerileri. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Dayıoğlu, M.E. (2011). Kurumsal İtibarı Sağlamada Kurumsal Yönetimin Etkisi ve Türkiye Uygulaması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Demirtaş, G. (2014). Essays in Empirical Corporate Finance. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sabancı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dizgil, E. (2020). Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Finansal Kararlar ve Firma Performansına Etkisi: BİST 100 ile BİST Kurumsal Yönetim Endeksi Karşılaştırması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Doğan, M. (2005). Kurumsal Yönetim Ve Türkiye Uygulaması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Doğan, M. (2015). Kurumsal Yönetim Uygulamalarının İşletmelerin Finansal Performansı Üzerine Etkileri: BİST'da İşlem Gören İmalat Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Dölen, T. (2012). Muhasebe Meslek Mensuplarının Kurumsal Yönetim Konusundaki Sorumlulukları. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Duygulu, O. (2020). Corporate Governance in Turkey, 2000-2018: A Process Study of Translation. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sabancı Üniversitesi Yönetim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Düztaş, S. (2008). Corporate Governance: The Effects of Board Characteristics, Information Technology Maturity and Transparency on Company Performance. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ebrar, L.C. (2018). Kurumsal Yönetim Perspektifinde Şeffaflığın Şirket Karlılık ve Piyasa Değerine Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Ebrebesh, H. (2021). Impact of Application of Corporate Governance Rules on The Performance of Banking Sector in Turkey. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ekşi, D. (2018). Limited Şirketlerde Yönetim Organı: Müdür. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Eldemir, S. (2019). Kamu Yönetiminde Kurumsal Yönetim İlkeleri ve Bir Kurumsal Derecelendirme Model Önerisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Elfartas, E.H. (2020). Amman Borsasında İşlem Gören Ürdün Ticari Bankalarında İç Kurumsal Yönetişim Mekanizmalarının Bankacılık Riskleri Üzerindeki Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Erdoğan, M. (2010). Kurumsal Yönetim ve Şirket Nakit Tutuşuna Etkisi: Bir Dinamik Panel Veri Analizi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ergin Kocatürk, H. (2021). Türkiye’de Yükseköğretim Yönetimi: Tarihsel Dönüşüm, Sistem Koordinasyonu ve Kurumsal Yönetişim. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Ergyun, S. (2013). Stratejik İşbirliklerinde Kurumsal Yönetimin Önemi ve Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Erişmiş, A. (2013). Yönetim Kurulu Yapısının BİST Şirketlerinin Performansı Üzerine Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Eyüpoğlu, K. (2014). Halka Açık Bilgilerin Hisse Senedi Performansına Etkisi: BİST-30 Şirketleri Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Gerekan, B. (2019). Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Ar-Ge ve İnovasyon Maliyetleri Üzerindeki Etkisi: Borsa İstanbul’da Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars.
- Gökoğlan, K. (2019). Bağımsız Denetimin Kalitesi Açısından Denetimin Katma Değeri: Yatırım Kuruluşları Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Gör, Y. (2016). Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Denetim Kalitesi Üzerine Etkisi: Bağımsız Denetim Şirketleri Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Güçlü, H. (2010). Kurumsal Yönetim Uyum Derecelendirmesi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul.
- Güler, E. (2010). Uluslararası Denetim Standartlarına (ISA's) Göre Türkiye’de Denetim Ortamı ve Kurumsal Yönetim Uygulamaları. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Günel, R. (2018). Kültür Ve Kurumsal Yönetimin Firmaların Gönüllü Bilgi Açıklama Düzeyine Etkisi: BIST Şirketleri Üzerinde Bir Çalışma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Güney, G. (2018). Kurumsal Yönetim Performansının Hisse Senedi Getirileri ile İlişkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Güngör, M. (2020). Kurumsal Raporlamanın Geleceği ve Yeni Raporlama Modelinin Geliştirilmesine Yönelik Öneriler. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Güngörmüş, A.H. (2014). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Bağımsız Denetime Yaklaşımlarını Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Güzeldere, H. (2014). Kurumsal Şeffaflık, Firma Değeri ve Firma Performansları İlişkisi: BİST İncelemesi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- İyigün, İ. (2016). Tedarik Zinciri ve Kurumsal Yönetişim Bağlamında Satış ve Lojistik Yeteneğinin İlişkisinin Sürekliliği Üzerine Etkisi: Lojistik İşletmelerde Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Kahraman, C. (2008). Kurumsal Yönetim Anlayışının Özel Sermayeli Bankaların Yapısı ve İşleyişi Üzerine Etkileri. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kahraman, Y.E. (2020). Kurumsal Yönetim Endeksindeki Şirketler ile BİST 100 Endeksinde Bulunan Şirketlerin, Sahiplik Yapısının Sermaye Yapısı Kararlarına Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Kalkan, G. (2015). Temsilcilik Teorisi Yönünden Bankalarda Kurumsal Yönetim: Türk Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Kanbur, A. (2010). İşletmelerde Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Örgütsel Değerler Üzerindeki Etkileri: İMKB Kurumsal Yönetim Endeksinde Yer Alan İşletmeler Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Kanca, S. (2020). İç Kontrol Sistemi Etkinliği İle Kurumsal Yönetim İlkelerinin Finansal Performansa Etkisi: BİST (XKURY) Kurumsal Yönetim Endeksinde Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Avrasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Kara, M.A. (2022). Türkiye’de Kooperatiflerde Kurumsal Yönetişim İlkelerinin Uygulanabilirliğinin Araştırılması: Çay Kooperatifleri Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Giresun.
- Karadeniz, Y. (2015). Bağımsız Denetim Açısından Kurumsal Yönetim Ve 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu İlişkilerinin İncelenmesi: Denetim Kuruluşları Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Karahanoğlu, İ. (2015). Dengeli Kart Sistemi (Balanced Scorecard) ile Kurumsal Yönetim Performansının Ölçümü: Ankara İmalat Sanayinde Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Karaibrahimoğlu, Y. (2010). The Role of Corporate Governance On Earnings Management: Quarterly Evidence From Turkey. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir Ekonomi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Karaoğlu, E. (2016). Ev Sahibi Ülkenin Kurumsal Yönetim Mekanizmasının Yabancı İşletmenin Ortaklık Payı Üzerindeki Etkisi: Anglo-Sakson ve Kıta Avrupası Modelinden Gelen Yabancı Ortaklar. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Karave, A.B. (2022). Kurumsal Yönetimin Afrika'da Firmaların Finansal Performansına Etkisi: Ortak Hukuk (Common Law) Ülkelerinin Perspektifi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Karayel, M. (2011). Türkiye’de Kurumsal Yönetimin Dünü, Bugünü ve Yarını: İMKB 100 Şirketlerinde Kurumsal Yönetim Derecelendirme Çalışması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Kargın, S. (2006). Temettü Politikasının Temsil Maliyetleri Üzerindeki Etkisi ve Kurumsal Yönetime Katkısı. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Kestane, A. (2020). Kurumsal Yönetim Bağlamında Kurumsal Kaynak Planlaması (KKP) Uygulamalarının Entegrasyonu ve İç Denetim Performansına Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Kütahya.
- Kevser, M. (2018). Bankaların Sahiplik Yapısı ile Finansal Performans Arasındaki İlişki: Türkiye için Ampirik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yalova.
- Kılıç, M. (2009). Kurumsal Yönetim ve Derecelendirmesi: Halka Açık Şirketler İçin Talepsiz Kurumsal Yönetim Derecelendirme Model Önerisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

- Kılıç, M. (2017). Kurumsal Yönetim, Sahiplik Yapısı ve Finansal Performans İlişkisi: BİST'de Bir Alan Araştırması, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Kılıç, S. (2021). Bağımsız Denetimin Kurumsal Yönetime Etkisi ve Borsa İstanbul Gelişen İşletmeler Pazarında Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kılınç, E. (2016). İşletmelerde Yönetim Kurulu Üye Özelliklerinin Yönetim Kurulu Performansına Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kır, C.K. (2009). Türkiye'deki Mevduat Bankalarının Kurumsal Yönetim Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma ve Öneriler. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Bankacılık Ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul.
- Koç, Ö. (2021). Kurumsal Yönetim ve Entelektüel Sermayenin Finansal Performansa Etkisi: BİST Kurumsal Yönetim Endeksinde (XKURY) Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars.
- Kulalı, G. (2013). Doğrudan Yabancı Yatırımlarda Sahiplik Yapısının Analizi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Kurnaz, N. (2007). Kurumsal Yönetim Ekseninde Risk Odaklı İç Denetim: Türkiye'in 500 Büyük Sanayi İşletmesinde Risk Odaklı İç Denetim Uygulama Analizi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Kurt, A. (2020). Kurumsal Yönetim Ve Finansal Performans İlişkisi: Borsa İstanbul Kurumsal Yönetim Endeksinde Yer Alan Şirketlerde Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çanakkale.
- Kutlu Furtuna, Ö. (2013). The Impact of Corporate Governance Mechanisms and Ownership Structure On Agency Costs: Evidence From Turkey. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Küçük, E. (2009). Hileli Finansal Raporlamanın Engellenmesinde Kurumsal Yönetim ve Dış Denetimin Rolü: Türkiye'deki Denetim Firmalarına Yönelik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Küçükgüngör, M. A. (2017). Kurumsal Yönetim İlkeleri Bakımından Halka Açık Anonim Şirketlerde İcrada Görevli Olmayan Yönetim Kurulu Üyeleri. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Manisalı Darman, G. (2009). Kurumsal Yönetim Uygulamalarında Yakınsamaya Hukuksal Düzenleme ve Piyasa Dinamiklerinin Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Menteş, S.A. (2008). Kurumsal Yönetişim Etkinlik Ölçüm Aracı Olarak Tepe Yöneticisi Değişimi: Türkiye Uygulaması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Mesci, Z. (2014). Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Turizm Şirketleri Üzerine Etkileri: BİST Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Mizrahi, V. (2009). Ownership Structure, Corporate Governance, and Firm Performance: Evidence From Turkey. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Mohamed, M.A. (2020). A Study On The Potential of Corporate Governance to Explain Innovation Strategies: The Case of Private Universities Ib Mogadishu. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Münyas, T. (2014). Belediyelerde Kredi Derecelendirme Analizi Üzerine Bir Model Önerisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Nazlı, M. (2015). Hizmet Sektöründe Kurumsal Yönetimin İşte Mutluluk Üzerine Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Ocak, M. (2013). Kurumsal Yönetişim Bileşenlerinin Tahakkuk ve İşlem Esaslı Kar Yönetimi Üzerine Etkileri ve Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Okan, T. (2012). Kurumsal Yönetimin ve Kurumsal Mesafenin Gelişmekte Olan Ülke Kökenli Çokuluslu İşletmelerin Strateji Tercihleri Üzerindeki Etkileri: Türkiye Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Onbulak, E. (2015). Servetin Yaygınlaştırılması Politikaları Çerçevesinde Çok Ortaklı Anonim Şirketlerde Kurumsal Yönetim Modelleri Ve Türkiye Yansımaları. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Oumer, K.A. (2021). Corporate Governance of Puplic Enterprises in Ethiopia: Ownership and The Board of Directors. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Öğücü Şen, F. (2017). Kurumsal Yönetişim ve Finansal Raporlama Kalitesi: Türkiye Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Önder, Ş. (2012). İşletmelerin Kar Yönetimi Uygulamalarında Kurumsal Yönetim Yapılarının Etkisi: İMKB Üzerine Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Perek, S. (2009). The Board Of Directors As One of The Mechanisms of Corporate Governance and İts Impact On The Performance of Turkish Family Companies: A Survey. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Pirgaip, B. (2014). Pay Geri Alımları ile Geri Alım İşlemlerinin Neden ve Sonuçlarının Analizi: Borsa İstanbul Üzerine Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Polat, E. (2018). Aile Şirketlerinde Kurumsal Yönetim İlkeleri Çerçevesinde Kurumsal Risk Yönetimi ve İç Kontrol Sistemi: TRC3 Bölgesi Uygulaması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Saatçi Yıldırım, E. (2011). Corporate Governance: The Effect of Board Governance Roles On Company Performance. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Saeed, M.H. (2022). Kurumsal Yönetim Uyum Derecelendirmesinin Şirketin Firma Değerine Olan Etkisi: Yöneticilerin Algısı Üzerinde Bir Araştırma. Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Saldanlı, A. (2012). Kurumsal Yönetimin Firma Değer ve Performansına Etkileri: İMKB-100 Üzerine Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sansar, N. G. (2015). Sürdürülebilirlik ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Açısından Sermaye Piyasasının Etkinliği ve Borsa İstanbul Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Say, S. (2019). Kurumsal Yönetimin Firma Performansı Üzerindeki Etkisi: Borsa İstanbul Kurumsal Yönetim Endeksinde Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Soud, N.S. (2022). Kurumsal Yönetim Banka Performansı Etki Analizi: Tanzania ve Kenya Örnekleri. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Soylu, B. (2021). Performans Ölçüm Sistemleri ile Kurumsal Yönetim Endeksi Arasındaki İlişkinin Analizi: Kurumsal Yönetim Endeksindeki İşletmeler Üzerine Bir Uygulama. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Soysal, M. A. (2015). Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Finansal Performansa Etkileri Türkiye Uygulaması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sönmez, A. R. (2019). Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Çalışma Sermayesine Etkisi: BİST İmalat Şirketlerinde Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

- Süer, H.C. (2011). İMKB'de Kurumsal Yönetim ve Firma Değeri İlişkisinin Modellenmesine İlişkin Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Şahin, Ö. (2014). BİST'teki Endekslerin Volatilitelerinin Karşılaştırmalı Analizi: BİST Kurumsal Yönetim, BİST 100, BİST 50 ve BİST 30 Endeksleri Üzerinde Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Şeker, Y. (2020). Finansal Raporlama Kalitesi ile Çevresel Sosyal ve Kurumsal Yönetim (ESG) Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Uluslararası Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Şen, Erdal (2013). Kurumsallaşma ile Firma Performansı İlişkisinde Kurumsal Yönetiminin Rolü. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Şendoğdu, A.A. (2009). Kurumsal Yönetişim Uygulamaları Çerçevesinde Basel II Kriterleri Açısından Türk Bankacılık Sektöründe Kriz Yönetimi Yaklaşımlar: Kuramsal ve Görgül Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Şendur, Y. (2019). Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Kâr Dağıtım Politikasına Etkisi: BİST'de Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Şerban, B. E. (2019). Halka Açık Konaklama İşletmelerinde Kurumsal Yönetim Uygulamaları ve İşletme Değerine Etkisi: Uluslararası Bir Karşılaştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Şimşek, K. (2019). Uluslararası İç Denetim Standartları Kapsamında Yürütülen İç Denetim Uygulamalarının Kurumsal Yönetim Kalitesi Üzerindeki Rolü: Borsa İstanbul Kurumsal Yönetim Endeksinde Yer Alan Şirketler Üzerinde Bir Anket Çalışması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Taştan, H. Ş. (2019). Spor Yönetiminde Kurumsallaşmanın, Kurumsal Yönetişimin ve Denetimin, Örgüt Performansı Üzerine Etkisi; Türkiye Profesyonel Futbol Takımları Üzerine Analitik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Tigrel, E. (2014). Institutional Transformation and Corporate Governance Implications in Turkish Banking Industry. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tolkun, A. (2014). KİT'lerde Sürdürülebilir Kurumsal Yönetimin Etkinliğinin Arttırılmasında İç Denetimin Rolü ve Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Topaloğlu, E.E. (2017). Yönetim Kurulu Yapısının Finansal Performansa ve Risk Alma Eğilimine Etkisi: Borsa İstanbul'da İşlem Gören Bankalar Üzerine Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Tuna, A. (2008). Basel II Çerçevesinde Bankalarda Kurumsal Yönetim ve Türkiye'deki Ticari Bankalar Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tuncer, B. U. (2016). Halkla İlişkileri Ortam Bağlamında Yeniden Tanımlamak: Ortam Baskısının İlişki Biçimine Etkileri. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Turnacıgil, Ş. (2018). Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Hisse Senedi Getirisi Üzerine Etkisi: BİST'de Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Türköz, T. (2020). Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyum ile Kurumsal İtibar İlişkisinde Aile Sahipliğinin Rolü. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

- Uğraş, B. (2021). Neo-Kurumsallaşma Teorisi Perspektifi ile Kurumsal Yönetim İlkelerinin Kadınların Çalışma Ortamı Kalitesi Tutumuna Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim, İstanbul.
- Uğurlu, F. (2018). Kurumsal Yönetim İlkeleri ve Etik İlkelerin Karapara Aklamayı Önleme Politikalarına Etkisi: TRC-3 Bölgesi Lojistik Sektöründe Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Ulusal, C. (2010). Kurumsal Yönetişim ve İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları İle İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Uyar, S. (2004). Denetim Komitesi ve Türkiye Uygulaması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Uzkaralar, Ö. (2017). Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Şirketlerin Sermaye Maliyetleri Üzerine Etkisinin Araştırılmasına İlişkin Bir Çalışma: Borsa İstanbul Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Yalçınır, B. (2012). Kurumsal Yönetim ve Firma Değeri İlişkisi: Türkiye Örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Yardımcı, B. (2018). Analyzing The Impact of Corporate Governance on Sustainability Disclosure Using A GRI Based Evaluation Methodology. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yaşbay Kobal, H. (2017). Vekalet Teorisi ve Kaynak Bağımlılığı Teorisi Bağlamında Yönetim Kurulu Özelliklerinin Finansal Performansa Etkisi: Halka Açık Gıda Şirketleri Üzerinde Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yavaş, S. (2017). Kamu İktisadi Teşebbüslerinde Kurumsal Yönetim: Türkiye Örneği, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Yavuz, C. (2017). Türkiye'deki Gençlik Merkezlerinin Kurumsal Yönetimleri ile Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Elazığ.
- Yavuzaslan, S. (2014). İşletmelerin Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Kâr Yönetimi Üzerindeki Etkisi ve İMKB Şirketleri Üzerinde Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale
- Yıldırım, M. (2007). Türkiye'de Kurumsal Yönetim ve Şirketlerin Finansal Performansları Üzerine Etkileri. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Yıldırım, R.Ö. (2020). Yerel Yönetimlerde Sürdürülebilir Kurumsal Yönetim Yaklaşımı. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yılmaz, C. (2016). The Effect of Board Structure and Foreign Ownership on Firm Performance: Turkey Case. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yılmaz, F. Ö. (2015). Kriz Dönemlerinde Kurumsal Yönetim ve Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu Açısından Muhasebe Bilgi Sisteminin İşletmelerdeki Rolü (Bir araştırma). Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Yoluker, M. C. (2017). Finansal Kurumlarda Bağımsız Yönetim Kurulu Üyelerinin Algılanması ve Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul.

EXTENDED ABSTRACT

It is very important to examine the studies in the literature on any subject in certain periods, to reveal the developments related to that subject, and to evaluate the subject as a whole. Likewise, the fact that this examination is carried out in certain periods makes it possible to monitor the change of the subject and to make an estimation about future periods by determining the development dynamics. Such scientific activities are carried out using bibliometric methods.

Corporate governance/governance, which came to the fore against the management crises that occurred in large capitalist enterprises in the 1990s, has been rapidly becoming popular in recent years. It is a management process related to reducing the distinction between the ruler and the ruled, together with the dimensions of transparency, fairness, accountability, and responsibility. There are many definitions of corporate governance. The reason for the differentiation of these definitions is the emphasis on different aspects. Mintz (2005) systems, Claessens and Tziomuis (2006) mechanisms, Kula (2006) applications, Previts, Markarian, and Parbonetti (2007) highlight models. What is common is that corporate governance examines the relationship between beneficiaries and professional managers in an enterprise and is the management of senior management (Kara and Genç, 2021: 248). Financial scandals in large companies, especially ENRON, are the leading factors that cause corporate governance to gain importance. Cadbury, Greenbury, Hampel, and Sarbaney-Oxley reports were prepared to solve these problems in the field of management and control and OECD principles were determined (Aktan, 2006:8). In the 1990s, with the "unipolar world" announced with the collapse of the real socialism experience, "end of history" discussions were carried out and it was claimed that capitalism had won the "final victory". During these debates, the financial scandals that erupted one after the other in the big companies representing capitalism revealed "corporate governance".

Bibliometrics is essentially described as a field of study based on counting. It is the numerical analysis of the publications produced by individuals or institutions in a certain area, in a certain period, and a certain region, and the relations between these publications. With this method, it is beneficial for researchers to get to know the relevant literature before starting the reading activity and to guide their studies by seeing the most effective studies (Öztürk ve Kurutkan, 2020: 2; Zupic ve Cater, 2015).

This term was first discussed as a statistical bibliography by E.Wyndham Hulme (1922), and then the term bibliometry was started to be used by Pritchard (1969) (cited in GÜDÜ Demirbulat and Tetik Dinç, 2017: 22). As a result of bibliometric research, scientific studies are evaluated based on the subject, discipline, institution, individuals and countries, and a determination is made regarding the current status of the relevant subject (Şakar Denктаş and Cerit, 2013: 38). This analysis is a method that helps map a variety of research studies. Thus, the current trends and gaps in the literature are revealed. According to the distribution of academic studies, bibliometric research is mostly carried out on the Web of Science database.

This study, it is aimed to examine the doctoral theses written on "corporate governance" between 1990 and 2022 in the National Thesis Center Database of the Higher Education Institution using the bibliometric analysis technique in terms of different variables. Based on this purpose;

- 1- How is the distribution of theses written between 1990-2022 according to universities?
- 2- How is the distribution of theses written between 1990-2022 according to years?
- 3- How is the distribution of theses written between 1990-2022 according to institutes?
- 4- How is the distribution of theses written between 1990-2022 according to the departments?
- 5- How is the distribution of theses written between 1990-2022 according to disciplines?

6- How is the distribution of theses written between 1990-2022 according to the language of writing?

Answers to their questions were sought.

This study is a descriptive study and a document review was made. The database was searched to represent the entire research population as much as possible, to increase accuracy, and to obtain meaningful results. Words in the corporate governance literature used with similar meanings such as good governance, governance, and corporate governance were also used in the thesis search engine. This research; The concept of "corporate governance and corporate governance" is limited to the doctoral thesis published in the database of the National Thesis Center of the Higher Education Institution published between 1990-2022. Doctoral thesis studies done abroad were not included in the study. All of the doctoral theses published in Turkey on the subject were included in the study. The data obtained as a result of the research were analyzed with the descriptive analysis technique. To examine the bibliometric features of the thesis studies, parameters such as "the year of publication, the university where it was published, the institute where it was published, the department and science in which it was published, and the study subject of the thesis" were determined. Then, the percentages and frequencies of these data were determined and tabulated. In addition, visualization and density maps were created.

In the study, postgraduate theses published on the YÖK Thesis Search system were scanned. Theses related to corporate governance, corporate governance, good management, and good governance keywords have been reached. Related concepts were determined according to whether they were found in the abstract, keywords, and titles of the thesis studies. In the study, the theses registered in YÖK National Thesis Center were reached through the scans made between 10.04.2022 and 03.10.2022. Therefore, the results of the scans made between these dates were taken as a basis. The theses reached were examined according to the purpose of the research and the findings of similar studies in the literature.

The subject of corporate governance has been researched with a total of 156 theses at the doctoral level. Most of these were prepared at Istanbul University and Marmara University. The research was conducted in 57 different universities. The striking finding is that there is an interest in the subject, especially in provincial universities. While the corporate governance process is mostly applied in large companies (especially in BIST), there are also studies on its applicability in third-sector activities such as family companies and cooperatives (Kara and Genç, 2022).

The number of theses on "corporate governance" has been increasing, especially after the 2000s. Corporate governance, which came to the agenda after the company scandals in the 1990s, has become a prominent management approach in the world with the effect of globalization. The academic examination of this subject corresponds to the following years. The first doctoral thesis on the subject was written in 2004. Most of these were published in 2014. After this date, the thesis was published in double-digit numbers. In the current 2022 period (until the date of the study), a total of 6 doctoral theses have been published. When examined as disciplines, it is revealed that the subject is examined more in business, accounting/finance, management, and organization disciplines, which are under the business department.

As a result of the bibliometric research, it has been revealed that the number of theses on corporate governance has increased in recent years. Especially; It is obvious that the developments in business management and public administration have increased the interest in corporate governance. Corruption, mismanagement, etc. occurred in companies in parallel with the crisis processes of capitalism. It is important problem to solve the trust problems of the stakeholders in the face of such events. The corporate governance process, which is put forward at the point of solving these insecurity problems, is also important in terms of ensuring the participation of the stakeholders in the management. It is seen that the interest in corporate governance has increased in academia as well.

In this study, 156 doctoral dissertations on corporate governance published in the YÖK database between 1990-2022 were evaluated within the framework of various parameters. As a result of the study, it is seen that most doctoral theses on the subject were published in 2014. Marmara University and Istanbul University are the universities where most doctoral theses are prepared. In addition, it is seen that doctoral theses on corporate governance have been prepared in different universities. This is an important result that shows that the subject has been widely handled and discussed.

The subject has been covered mostly in Social Sciences Institutes. When considered at the department level, it is seen that the "business" departments are the departments for which the most thesis is prepared. From the point of view of the discipline, it is seen that the production of theses in the "business" and "accounting and finance" disciplines is high. Most of the theses were prepared in "The Turkish" language. This is essentially related to the fact that doctoral programs are built on a "single language".

The issue of corporate governance is a process that has features such as minimizing the effects of the crises of capitalism on businesses, public institutions, and third-sector applications, and incorporating stakeholders into the management process. It is seen that important companies in the world have started to use/discuss this management approach. In the academic world, it is necessary to produce scientific studies on corporate governance both to pave the way for the market and to support R&D studies in the field of management. From this point of view, it can be stated that there is a good interest in the subject at the doctoral level in Turkey.

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE SOSYAL KAYTARMA: BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ

SOCIAL LOAFING FROM PAST TO PRESENT: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS

Ecem AYAZ MANGUŞ

Doktora Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, SBE, İşletme, ORCID: 0000-0002-7964-2289, ecemayaz93@gmail.com

Ebru TOLAY

Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF, İşletme, ORCID: 0000-0001-5363-8823, ebru.tolay@gmail.com

**Kabul Tarihi /
Accepted: 24.12.2022**

**İletişim /
Correspondence:
Ebru Tolay**

**Benzerlik Oranı /
Similarity Score: %11**

**Makale Türü / Article
Type: Araştırma
Makalesi / Research
Article**

ÖZET

Geçmiş 1880'li yıllara kadar uzanan ve 1980'li yıllardan itibaren yoğun şekilde araştırılmaya başlanan sosyal kaytarma, takım temelli bir olgudur. Çalışmada, 40 yıldan beri incelenen bu olgu hakkındaki bilimsel makalelerin bibliyometrik analizini gerçekleştirmek ve sosyal kaytarma literatürünün geçmişten günümüze genel bir görünümünü ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, Web of Science (WoS) veri tabanında yer alan ve "social loafing (sosyal kaytarma)" terimini içeren 234 makale incelenmiştir. Araştırma sonucunda, örnekleme oluşturan makalelerin 42 yıllık bir zaman diliminde yayınlandığı ve gerek makale sayısında gerekse atıf sayısında yıllara göre genel bir artış eğilimi olduğu saptanmıştır. Karau ve Williams'ın (1993) çalışması, alandaki en etkili (en fazla atıf alan) makaledir (1051 atıf). Yeni makaleler arasında en etkili olanı ise Xu, vd. (2017) aittir. Alandaki en etkili dergi Journal of Personality and Social Psychology (2567 atıf); kurum, Toledo Üniversitesi (1134 atıf); ülke ise Amerika Birleşik Devletleri'dir (6081 atıf). Sosyal kaytarma ile en sık birlikte kullanılan anahtar kelimeler motivasyon, grup dinamikleri, hazıra konma, sanal takımlar, grup çalışması ve performanstır. COVID-19 salgınının, makalelerde ele alınan konuları etkilediği; buna göre 2020 yılından önce incelenen konular ile sonrasında ele alınan konularda bir farklılaşma olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Sosyal Kaytarma, COVID-19, Bibliyometrik Analiz, VOSviewer

Jel Kodları: M10, M12

ABSTRACT

Social loafing is a team-based phenomenon that dates back to the 1880s and has been intensively researched since the 1980s. This study is aimed to perform a bibliometric analysis of scientific articles about this phenomenon, which has been studied for 40 years, and to present a general view of the social loafing literature from the past to the present. For this purpose, 234 articles in the Web of Science (WoS) database containing the term "social loafing" were examined. As a result of the research, it was determined that the articles constituting the sample were published in 42 years, and there was a general increasing trend in both the number of articles and the number of citations over the years. The work of Karau and Williams (1993) is the most influential (highest cited) article in the field (1051 citations). Among the new essays, the most effective is by Xu, et al. (2017). The most prominent journal in the field is the Journal of Personality and Social Psychology (2567 citations), the institution is the University of Toledo (1134 citations), and the country is the United States (6081 citations). The keywords most frequently used with social loafing are motivation, group dynamics, free-riding, virtual teams, group work, and performance. Furthermore, it has been determined that the COVID-19 pandemic affects the issues covered in the articles. Accordingly, there is a differentiation between the points examined before 2020 and those discussed after.

Keywords: Social Loafing, COVID-19, Bibliometric Analysis, VOSviewer

Jel Kods: M10, M12

1. GİRİŞ

Günümüzde birçok örgütte, gruplar veya takımlar halinde çalışılmakta ve sinerji yaratacak faaliyetler yürütülmektedir. Grupların bu sinerjiyi yakalayıp verimli şekilde çalışmalarını sürdürmesi birçok örgütün temel amacı olmakla birlikte bunu sağlamak teoride olduğu kadar kolay değildir (Robbins ve Judge, 2011:276). Bunun nedenlerinden biri, bireyin grup içerisinde çalışması ile bireysel çalışması arasında birtakım performans farklılıkları bulunmasıdır. Bu farklılıklar performansı arttıran yönde olduğunda “sosyal kolaylaştırma”; performansı azaltan yönde olduğunda ise “sosyal kaytarma” ya da “Ringelmann etkisi” olarak adlandırılmaktadır (Bilgin, 2016).

Birden çok kişinin çabası sonucunda ortaya çıkan işlerde, bireylerin ne kadar katkısı olduğunu ölçmek kolay değildir. Gruptaki üyelerin, “diğer grup arkadaşlarım nasıl olsa yapıyor” düşüncesiyle yeterli performansta çalışmaması, Sosyal Psikolojide “sosyal kaytarma (social loafing)” olarak tanımlanmaktadır (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2021: 283). Bir başka tanıma göre sosyal kaytarma; insanların, çabaların ortak bir hedefe doğru birleştirildiği durumlarda, kendi çabalarından bireysel olarak sorumlu oldukları durumlara kıyasla, daha az çaba sarf etme eğilimi göstermelerini ifade etmektedir (Myers, 2015: 274).

1980’li yıllardan itibaren yoğun şekilde araştırılmaya başlanan sosyal kaytarma, bugün varlığı kanıtlanmış bir olgudur. Günümüzde, insanların iş yaşamında sosyal kaytarma davranışlarını sürdürdüğünü fakat bu davranışlara sebep olan öncüllerin değiştiğini ve çeşitlendiğini söylemek mümkündür. Toplumsal, ekonomik ve teknolojik dönüşümler, insanların sosyal kaytarma davranışlarına kaynaklık etmektedir. Nitekim, son yıllarda küresel düzeyde yaşanan en büyük olay olan COVID-19 salgını, iş yaşamının çalışma yöntemlerini dönüştürmüştü; evden çalışma, tele çalışma gibi uzaktan çalışma biçimlerine akıl almaz bir hızla adapte olmayı zorunlu kılmıştır. Aynı zamanda, gerek karantina altında geçen kapanma sürecinin gerekse sonrasında yaşanan küresel ekonomik krizin, işletmeler ve çalışanlar üzerinde derin psikolojik, sosyal ve ekonomik etkileri olmuştur. Tüm bunların, işgören tutumlarında da önemli değişimlere yol açması kaçınılmazdır.

Bu çerçevede, çalışmada, 40 yıldan beri incelenmeye devam eden bu olgunun günümüzde yaşanan gelişmeler nedeniyle yeniden araştırmacıların ilgi odağı haline gelmeye başladığı öngörülmüştür. Bu bağlamda, çalışmanın temel amacı, sosyal kaytarma hakkında yapılan bilimsel yayınların bibliyometrik analizini gerçekleştirmektir. Böylelikle, günümüzde dünyada yaşanan önemli sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişmelerin, konuya olan ilgiyi artırıp artırmadığını ortaya çıkarmak ve sosyal kaytarma ile ilişkilendirilen güncel konuların neler olduğunu saptamak hedeflenmektedir. Araştırma sonuçlarının, sosyal kaytarma konusu ile ilgilenen araştırmacılara yol göstermesi ve gelecekte yapılacak akademik çalışmaların şekillenmesine yardımcı olması beklenmektedir. Ayrıca, iş yaşamındaki yöneticilere ve özellikle de takım liderlerine sosyal kaytarma ile ilgili sorunların çözümünde başvurabilecekleri literatür hakkında bilgi vermenin yararlı olacağı düşünülmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Sosyal kaytarma, bireyin grup içerisinde çalışırken, bireysel çalışma sırasında sergilediği performanstan daha azını göstermesi sonucu ortaya çıkmaktadır. Grup büyüklüğü ne kadar fazla ve grubu kontrol etmek ne kadar zor ise bireylerin sosyal kaytarma davranışı gösterme eğilimi o kadar artmaktadır (McShane ve Glinow, 2016: 135). Başkalarıyla birlikte çalışmanın performans üzerindeki etkilerini ilk olarak 1880’li yıllarda Fransız bir ziraat mühendisi olan Max Ringelman (1913) incelemiştir. Ringelman, bir grup insan ile karşılıklı halat çekme deneyi gerçekleştirmiş; halatı çeken her bir bireyin, tek başına oldukları duruma oranla daha az çaba harcadığını bulmuştur. Bundan yaklaşık yüzyıl sonra sosyal psikolog Latané, vd. (1979), insanların başkalarının yanındayken ve bireysel başarımları değerlendirilmeyenken rahatlama ve bunun sonucunda da basit işlerde daha kötü; karmaşık işlerde daha iyi başarımlar sergileme eğilimini “sosyal kaytarma” ya da “sosyal aylaklık” olarak

adlandırmıştır. Gruplarda sosyal kaytarma örneklerine daha sonra alkışlama, yüksek sesle tezahürat yapma ve bir nesnenin kullanılabilceği bütün alanları düşünme gibi basit görevlerin yerine getirilmesinde de rastlanmıştır (Aranson vd., 2012: 513).

Sosyal kaytarma alanındaki ilk araştırmalar onun varlığı konusunda kanıtlar sunmaya çalışırken, zaman içinde olgunun varlığı ve gerçekliği ispatlanmış; bu sefer de hangi koşullar altında oluştuğu ya da hangi kişilik özelliklerinden etkilendiği araştırılmaya başlanmıştır. Böylece kültürün, cinsiyetin ve kişilik özelliklerinin sosyal kaytarmayı etkilediğini ortaya koyan bir literatür oluşmuştur. Günümüzde, görevlerin birbirine bağlılığı ve görünürlüğü, dağıtım ve işlem adaleti, grup büyüklüğü, grubun kaynaşması, iş arkadaşlarının algılanan kaytarması gibi değişkenler, sosyal kaytarmanın öncülleri olarak görülmektedir (Özbunar ve Ergun Özler, 2021: 72-79). Yapılan diğer araştırmalarda, artan grup büyüklüğü, bireyin grup üyelerine kıyasla kendisini eşsiz olarak görme derecesi, yorgunluk gibi faktörlerin de sosyal kaytarma üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir (Simms ve Nichols, 2014: 65-66). Grup çalışması yapan öğrenciler üzerinde yapılan güncel bir araştırmada yetkinlik, duygusal ilişkiler ve kolektif kimlik, sosyal kaytarma davranışının önemli unsurları olarak öne çıkmıştır (Luo vd., 2021: 8).

İş yaşamında sosyal kaytarma olgusunun nedenlerinin ortaya çıkarılması ve daha sonra bunları ortadan kaldıracak çözümler üretilmesi önemlidir. Sosyal kaytarmanın temel sebeplerinin başında, birden fazla kişinin birlikte çalıştığı işlerde bireyin emeğinin fark edilmemesi ve bu durumun, bireyin daha düşük performansla çalışmasına neden olması gelmektedir. Bunu önlemek için iş tanımlarının yapılması ve grup içinde başarıya atfedilen değerlerin öne çıkarılması önerilmektedir (Kağıtçıbaşı ve Cemalcılar, 2021: 284). Bu bağlamda, performans değerlendirme uygulamaları, sosyal kaytarmayı önlemede ve çalışanların iş yapış biçimlerini anlamlı kılmada önemli bir destek olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle son yıllarda örgütlerin sıklıkla tercih ettikleri 360 derece performans değerlendirme sistemi ile grup içinde ast-üst ilişkilerinin karşılıklı değerlendirilmesi sağlanmakta ve böylece çalışanların daha verimli çalışması için sistematik bir yaklaşım sunulmuş olmaktadır. Bunlara ilave olarak, işin ilgi çekici olması, yaratıcılık gerektirmesi, grup üyelerinin birbirlerine inanmaları, ortak hedeflerin belirgin olması gibi unsurlar da sosyal kaytarma davranışını azaltacak yönelimlerdendir (McShane ve Glinow, 2016: 135). Motivasyon için gerekli olan iş birliği kapsamında grup üyelerinin tümüne anlamlı ve özgün görevlerin verilmesi, grup içerisinde bireyin görevinin önemini benimsemesi ve bireylere kendi görevlerini seçme imkânının tanınması da sosyal kaytarmayı azaltacaktır (İlgın, 2013: 262).

Literatürde (Earley, 1989; Karau ve Williams, 1997; Moorhead ve Griffin, 2010), grup içinde çabanın kaybolacağına dair inanç, anlamlı iş sonuçlarına ulaşılmaması, sorumsuz grup üyelerinin varlığı, grup üyelerinin birbirinin özverili çalışma arzusundan şüphe etmesi gibi durumların sosyal kaytarma eğilimini artırdığı ileri sürülmektedir. Hoon ve Tan (2008: 103), kişilik odaklı çalışmaların da sosyal kaytarmayı açıklamada önemli bir bağlam olduğunu ifade etmiştir. Aggarwall ve O'Brien (2008: 262) ise sosyal kaytarma davranışlarını en aza indirmenin, grup üyelerinin adalet algısına dayalı olarak motivasyonlarını etkileyeceğinin altını çizmiştir.

Son yıllarda yapılan araştırmalar incelendiğinde, lider-üye etkileşimi ve adalet gibi konuların sosyal kaytarma ile ilişkisine ağırlık verildiği görülmektedir. Örneğin Lam ve Campbell, (2021: 194-195), liderin uyum yönetimi ile sosyal kaytarma arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Buna göre, bir liderin etkileşimler sırasında uyumu ne kadar iyi yönettiğinin, gruptaki üyelerin kaytarma eğilimini doğrudan etkilediği saptanmıştır. Ayrıca, bu ilişkide iletişim kalitesinin aracılık etkisi de bulunmuştur. Luo vd. (2021: 9), çalışmalarında kolektivist kültürden gelen kişilerin bireyci kültürden gelen kişilere kıyasla daha takım odaklı ve sosyal kaytarmaya daha az eğilimli olduklarını tespit etmişlerdir. Himmetoğlu vd. (2022: 256) tarafından yürütülen araştırma, işlemsel ve etkileşimsel adaletin, iş arkadaşlarının algılanan sosyal kaytarmasının önemli yordayıcıları olmadığını göstermiştir. Öte yandan, kendilerine adil davranıldığına inanan ve katkılarının adil bir şekilde değerlendirildiğini düşünen

çalışanların gruba daha fazla katkı sağlama eğiliminde oldukları ve sosyal kaytarma algılarının daha düşük olduğu ifade edilmiştir.

Uzun bir geçmişe sahip olan sosyal kaytarma olgusunun son yıllarda gerek yabancı gerekse yerli literatürde giderek daha fazla incelenmeye başlandığı dikkat çekmektedir. Mevcut çalışmanın temel amacı da öncelikle bu gözlemin doğruluğunu test etmek; daha sonra, konu ile ilgili yayınların ülkelere, dergilere, kurumlara, kullanılan anahtar kelimelere ve aldıkları atıf düzeylerine göre dağılımlarını inceleyerek konu ile ilgili literatürün genel bir görünümünü ortaya koymaktır.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada, bibliyometrik veriler kullanılarak dokümanların analiz edilmesi ve eğilimlerin tespit edilerek nicel sonuçların incelenmesine dayanan *bibliyometrik araştırma yöntemi* kullanılmaktadır (Doğan vd., 2021: 166). Bibliyometrik araştırma içerisinde gerçekleştirilen *ağ analizi* ile sistemlerin, kişilerin, kavramların veya kurumların birbirleri arasındaki ilişkiler ve yıllara göre değişimler görselleştirilebilmektedir (Güney ve Somuncu, 2020: 300-302). Bu bağlamda mevcut araştırma ile geçmişten günümüze değin sosyal kaytarma konusunda yapılan çalışmaları bibliyometrik göstergeler üzerinden inceleyerek alanın yapısı, gelişimi, yazarlar-konular-çalışmalar arasındaki ilişkileri haritalamak, yorumlamak ve böylece gelecekte konu ile ilgilenecek araştırmacılara fikir vermek amaçlanmaktadır. Araştırmanın temel soruları şöyle sıralanabilir:

1. Sosyal kaytarma ile ilgili makalelerin yıllara, araştırma alanlarına, yayınlanan dergiye, yayıncı kuruluşa, tarandığı indekse, ülkelere ve yayın diline göre dağılımı nasıldır?
2. Sosyal kaytarma makalelerinde kullanılan anahtar kelimeler nelerdir ve zaman içinde nasıl bir değişim göstermiştir?
3. En fazla atıf alan sosyal kaytarma makaleleri hangileridir?
4. En fazla atıf alan sosyal kaytarma makalelerini yayınlayan dergiler, kurumlar ve ülkeler hangileridir?

Bu soruları yanıtlayabilmek için bibliyometrik analiz tekniklerinden *ortak kelime analizi* ve *atıf analizi* yapılacaktır.¹ Analizleri gerçekleştirebilmek için öncelikle bibliyometrik veri setine ulaşmak gerekir. Söz konusu veri seti, dünya çapında yayın yapan ve Thomson Reuter ve Elsevier tarafından desteklenen *Web of Science (WoS)* veri tabanından 29 Temmuz 2022 tarihinde elde edilmiştir. Buna göre, başlığında (topic) “*social loafing (sosyal kaytarma)*” ifadesi geçen yayınlar taranmış ve bunun sonucunda 388 çalışma listelenmiştir. Daha sonra, sosyal kaytarma konusunda en fazla çalışılan psikoloji, sosyal psikoloji, yönetim ve eğitim gibi sosyal bilimlere araştırmaya dahil etmek; mühendislik, tıp, matematik gibi, konu hakkında az sayıda çalışma (bir veya iki yayın) üreten alanları araştırmanın kapsamı dışında tutmak amacıyla “*WoS kategorileri*”ne göre bir filtreleme yapılmıştır. Listelenen 80 farklı disiplin içinden, ‘*en fazla sosyal kaytarma çalışması yapılan ilk 10 bilim dalı/disiplin*’ (sosyal psikoloji, yönetim, eğitim araştırmaları, uygulamalı psikoloji, multidisipliner psikoloji, işletme, konaklama/eğlence/spor turizmi, psikoloji, spor bilimleri, bilgisayar bilimi enformasyon sistemleri) araştırmaya dahil edilmiş ve böylece örneklem sayısı 287 olmuştur. Daha sonra “*yayın türü*” kriterine göre ikinci bir filtreleme yapılarak sosyal kaytarma ile ilgili yayınlardan sadece “*makale*” türünde olanlar belirlenmiş ve böylece 234 makale, araştırmanın nihai veri setini oluşturmuştur. Bibliyometrik haritalama işlemi için VOSviewer 1.6.18 paket programından yararlanılmıştır.

¹ Bibliyometrik analiz yöntemi ve teknikleri hakkında detaylı bilgi için bkz. Öztürk ve Gürler, 2021.

4. BULGULAR

Araştırmanın bulguları iki ana başlık altında sunulacaktır. İlk kısımda Web of Science analiz araçlarından yararlanarak elde edilen istatistiksel sonuçlara; ikinci kısımda ise VOSviewer programında yapılan bibliyometrik analizlere ve ağ haritalarına yer verilecektir.

4.1. Sosyal kaytarma ile ilgili istatistiksel analizler

Araştırmanın örneklemini oluşturan sosyal kaytarma makalelerinin *yıllara göre dağılımı* incelendiğinde (Tablo 1), çalışmaların 42 yıllık bir süreye yayıldığı görülmektedir. İlk çalışma 1980 yılında yayınlanmıştır. Harkins, Latané ve Williams tarafından *Journal of Experimental Social Psychology* dergisinde yayınlanan “*Sosyal kaytarma: Emek vermek mi yoksa ağırdan almak mı?*” isimli makalede, sosyal kaytarma kavramı tanımlanmış ve dağılım stratejisi ve minimize etme stratejisi olmak üzere iki olası stratejiden herhangi birinin bu sonucu doğurabileceği üzerinde durulmuştur. En fazla sayıda sosyal kaytarma makalesinin yayınlandığı yıllar 2018 ve 2021 (18'er makale) olup onu 2020 (15 makale) ve 2019 (13 makale) yılları izlemektedir.

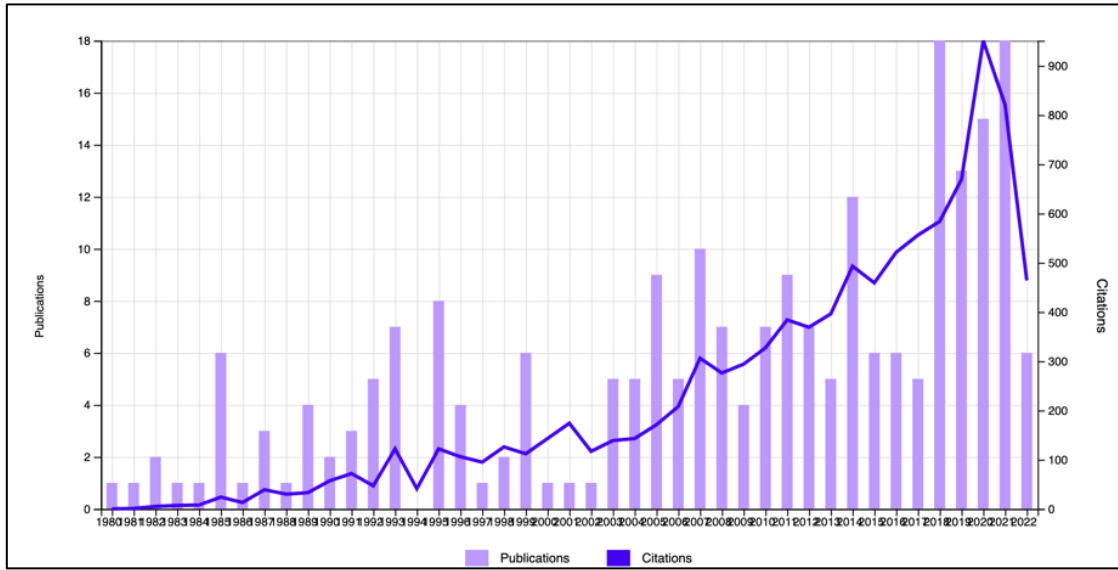
Tablo 1. Yıllara göre Dağılım (1980-2022*)

Sıra No	Yayın Yılı	Makale Sayısı	Sıra No	Yayın Yılı	Makale Sayısı	Sıra No	Yayın Yılı	Makale Sayısı
1	2022	6	16	2007	10	31	1992	5
2	2021	18	17	2006	5	32	1991	3
3	2020	15	18	2005	9	33	1990	2
4	2019	13	19	2004	5	34	1989	4
5	2018	18	20	2003	5	35	1988	1
6	2017	5	21	2002	1	36	1987	3
7	2016	6	22	2001	1	37	1986	1
8	2015	6	23	2000	1	38	1985	6
9	2014	12	24	1999	6	39	1984	1
10	2013	5	25	1998	2	40	1983	1
11	2012	7	26	1997	1	41	1982	2
12	2011	9	27	1996	4	42	1981	1
13	2010	7	28	1995	8	43	1980	1
14	2009	4	29	1994	-			
15	2008	7	30	1993	7			

*2022 yılına ilişkin veriler, 7 aylık süreyi kapsamaktadır.

Grafik 1'de mor renkli çubuklarla gösterilen “*yıllara göre makale sayıları*” incelendiğinde, düzenli bir dağılım göstermemekle birlikte makalelerin yıllar içerisinde genel bir artış eğilimi izlediği görülmektedir. Nitekim, 1980-2000 yıllarını kapsayan ilk 20 yıllık dönemde konu ile ilgili 59 makale mevcutken 2001-2020 yıllarını kapsayan ikinci 20 yıllık süreçte 143 makaleye rastlanmaktadır. 2022 yılının ilk yedi ayı dahil, son 5 yıldaki sosyal kaytarma makalelerinin sayısı ise 70 olup bu bulgu, sosyal kaytarma olgusuna yönelik ilginin son yıllarda giderek arttığı öngörüsünü desteklemektedir.

Grafik 1. Yıllara göre makale ve atıf sayılar



Sosyal kaytarma ile ilgili en fazla sayıda makale yayınlayan dergiler analiz edildiğinde, WoS veri tabanında 146 dergi listelenmiştir. Konu ile ilgili 5'ten fazla makale yayınlayan dergiler ise Tablo 2'de sunulmuştur. Buna göre, *Journal of Personality and Social Psychology* dergisinde sosyal kaytarma ile ilgili 12 makale yayınlandığı görülmektedir. Onu, 7 makale ile *Personality and Social Psychology Bulletin* takip etmektedir. Diğer taraftan, konu ile ilgili makalelerin yayınlandığı dergilerin üçünün doğrudan Sosyal Psikoloji alanı ile ilgili olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca bir derginin *insan davranışlarında bilgisayarların rolü (Computers in Human Behavior)*; bir diğerinin ise *spor/sporcucu psikolojisi (International Journal of Sports Psychology)* ile ilgili olması dikkat çekmektedir.

Tablo 2. En fazla makale yayınlayan dergiler

Dergi Adı	Makale Sayısı	Yüzde
Journal of Personality and Social Psychology	12	5.1
Personality and Social Psychology Bulletin	7	2.9
Computers in Human Behavior	6	2.5
International Journal of Sport Psychology	6	2.5
Journal of Social Psychology	6	2.5

N=234

Veri setindeki sosyal kaytarma makalelerinin WoS kategorilerine göre dağılımı incelendiğinde (Tablo 3), listenin başında 66 makale ile *Sosyal Psikoloji* (%28), 59 makale ile *Yönetim* (%25), 43 makale ile *Eğitim Araştırmaları* (%18) alanlarının yer aldığı görülmektedir.

Tablo 3. Web of Science kategorilerine göre dağılım

Web of Science Kategorileri	Makale Sayısı	Yüzde
Sosyal Psikoloji	66	28.2
Yönetim	59	25.2
Eğitim Araştırmaları	43	18.3
Uygulamalı Psikoloji	42	17.9
Multidisipliner Psikoloji	31	13.2
İşletme	23	9.8
Konaklama, Eğlence ve Spor Turizmi	20	8.5

Psikoloji	16	6.8
Spor Bilimleri	13	5.5
Bilgisayar Bilimi Enformasyon Sistemleri	11	4.7

N=234

WoS veri tabanında yayınlanan sosyal kaytarma makalelerinin tarandığı dizinlere ilişkin rakamlara ise Tablo 4'te yer verilmiştir. Buna göre, 234 makalenin yüzde 77'si SSCI'da taranmaktadır (181 makale). Bunu sırasıyla, ESCI (%20) ve SCI-EXPANDED (%10) izlemektedir.

Tablo 4. Taranan dizine göre dağılım

Web of Science Dizini	Makale Sayısı	Yüzde
Social Sciences Citation Index (SSCI)	181	77.3
Emerging Sources Citation Index (ESCI)	49	20.9
Science Citation Index (SCI-EXPANDED)	24	10.2
Book Citation Index- Social Sciences and Humanities (BKCI-SSH)	2	0.8
Conf. Proceedings Citation Index-Social Science and Humanities (CPCI-SSH)	2	0.8
Arts and Humanities Citation Index (A&HCI)	1	0.4

N=234

Sosyal kaytarma ile ilgili makaleleri yayınlayan veri tabanları incelendiğinde, 55 farklı yayıncı listelenmiştir. Buna göre, en fazla sosyal kaytarma makalesi yayınlayan veri tabanları Sage (36), Taylor & Francis (34), Elsevier (27), American Psychological Association (18), Wiley (18), Emerald Group Publishing (16) ve Springer Nature (11) olarak sıralanmıştır. Veri setindeki makalelerin hangi dillerde yayımlandığı incelendiğinde ise yüzde 96'sının (226 çalışma) İngilizce olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca Rusça (3), Türkçe (2), Almanca (2) ve Çekçe (1) dillerinde yayınlanmış makaleler de bulunmaktadır.

4.2. Sosyal kaytarma ile ilgili bibliyometrik analizler

Araştırma kapsamında, sosyal kaytarma ile ilgili ortak kelime analizi ve atıf analizi yapılmış; ortak kelime analizinde özellikle zamansal eğilim ağ haritası incelenmiş ve son üç buçuk yılda sosyal kaytarma ile birlikte kullanılan anahtar kelimeler saptanmıştır. Atıf analizi ise çalışmalar, kaynaklar, kurumlar ve ülkeler bağlamında olmak üzere dört alt başlık altında incelenmiştir.

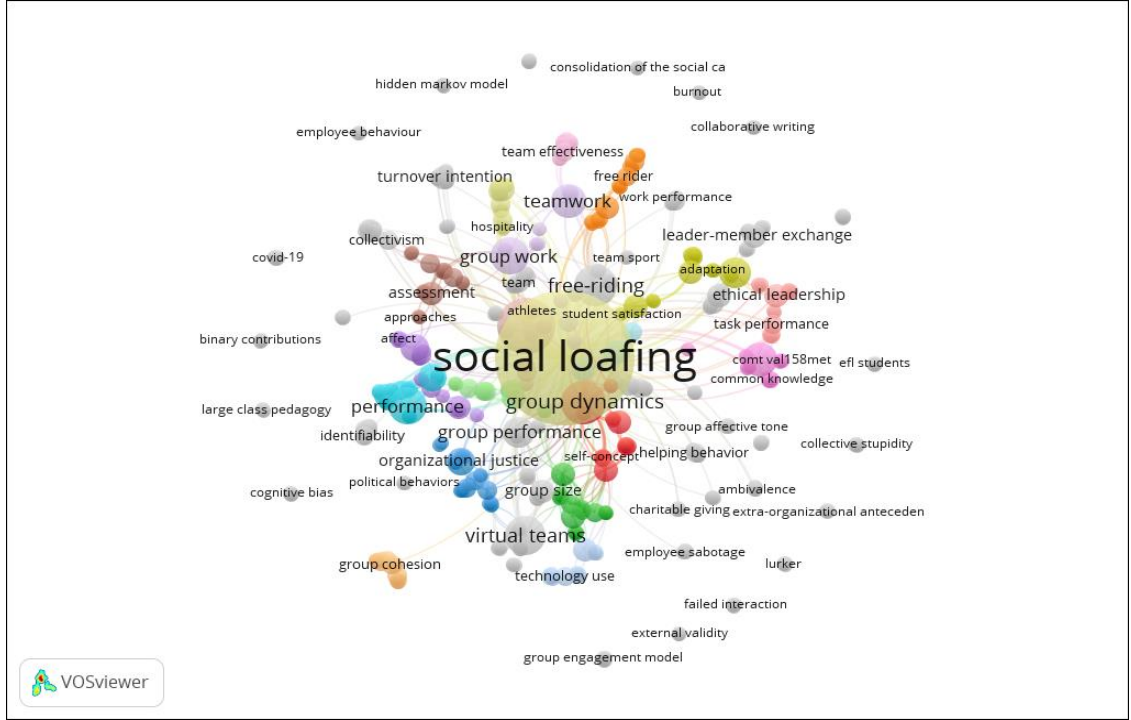
4.2.1. Ortak kelime analizi

Sosyal kaytarma makalelerinde kullanılan anahtar kelimeleri tespit etmek amacıyla VOSviewer programında *yazar anahtar kelimeleri* analiz birimiyle ve *tam sayım (full counting)* metodu ile analiz yapılmıştır. Analizde “*her bir anahtar kelimenin minimum gerçekleşme sayısı = 1*” olarak belirlenmiş ve listelenen 545 anahtar kelimenin tamamı analize dahil edilmiştir. Analiz sonucunda Grafik 2'deki ağ haritası elde edilmiş; haritadaki anahtar kelimelerin kullanım sıklığı ve toplam bağlantı gücüne ilişkin değerler ise Tablo 5'te sunulmuştur.

Grafik 2'de en büyük daire *sosyal kaytarma* terimini göstermektedir. Ayrıca, grafikteki renkler, anahtar kelimelerin kümelenmelerini temsil etmektedir. Haritada sosyal kaytarma ile birlikte kullanılan 61 küme yapılanması, 1876 bağlantı ve 1974 toplam bağlantı gücü ortaya çıkmıştır. Van Eck ve Waltman (2017: 5), VOSviewer'da “Bağlantılar” ve “Toplam Bağlantı Gücü” olarak adlandırılan iki standart ağırlıklı özelliği bulunduğunu belirtmiştir. *Bağlantı*, bir

öğenin diğer öğelerle olan bağlantılarının sayısıdır. *Toplam bağlantı gücü (total link strength)* ise bir öğenin diğer öğelerle olan bağlantılarının/ilişkilerinin toplam gücünü gösterir. Buna göre, *sosyal kaytarma* kelimesinin, haritadaki 326 anahtar kelime ile 92 kez birlikte kullanıldığı ve bu bağlantıların toplam gücünün 406 olduğu tespit edilmiştir. *Sosyal kaytarma* kavramının dışında öne çıkan anahtar kelimeler *motivasyon (16 kez)*, *grup dinamikleri (10 kez)*, *hazıra konma (free-riding) (9 kez)* *sanal takımlar (8 kez)*, *grup çalışması (7 kez)*, *performans (7 kez)*, *takım çalışması (6 kez)* ve *sosyal kolaylaştırma (6 kez)* olmuştur.

Grafik 2. Ortak kelime analizi ağ haritası



Tablo 5. En sık kullanılan anahtar kelimeler

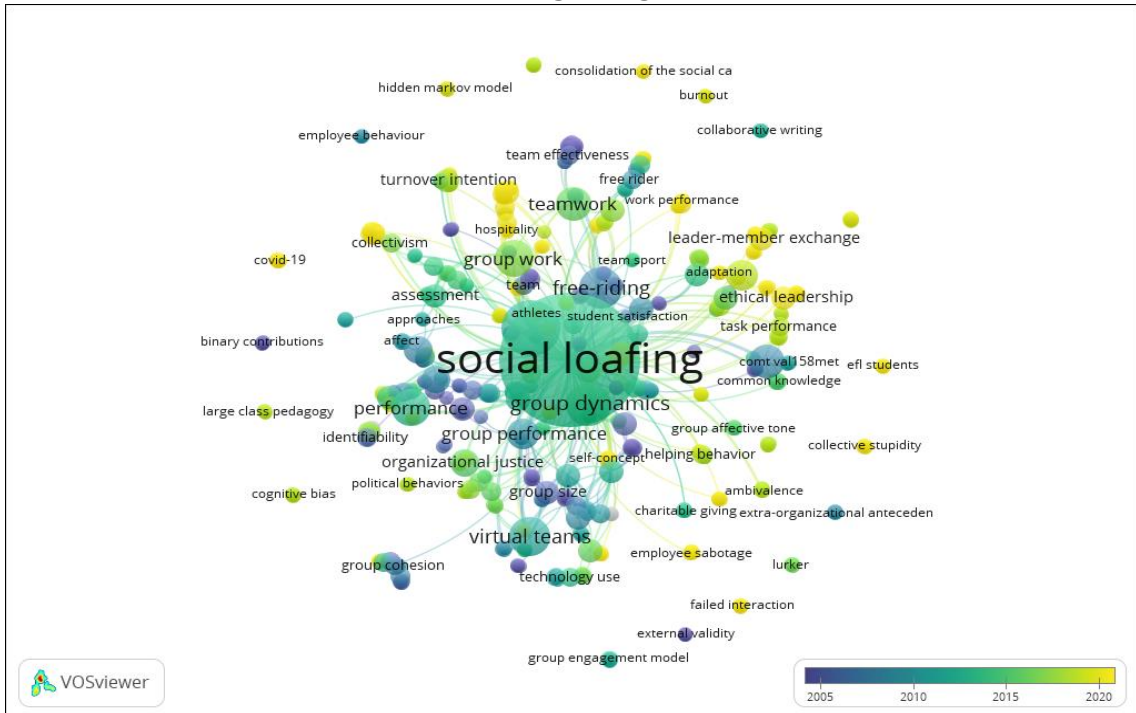
Anahtar Kelime	Gerçekleşme Sayısı	Bağlantı Sayısı	Toplam Bağlantı Gücü	Yayımlandığı Ortalama Yıl
Sosyal kaytarma	92	326	406	2013
Motivasyon	16	54	64	2012
Grup dinamikleri	10	48	55	2014
Hazıra konma	9	28	41	2008
Sanal takımlar	8	41	46	2011
Grup çalışması	7	26	31	2016
Performans	7	27	31	2012
Takım çalışması	6	29	35	2008
Sosyal kolaylaştırma	6	24	28	2008
Grup performansı	5	17	21	2009
Örgütsel vatandaşlık davranışı	5	17	20	2018
Takımlar	4	17	18	2008
Gruplar	4	17	17	2008
Örgütsel adalet	4	13	15	2015

VOSviewer programı ile zamansal eğilim analizi yapılabilmekte; böylece dönemsel olarak öne çıkan konuları ve tematik alanları belirlemek mümkün olmaktadır. Öne çıkan tematik alanların belirlenmesinde, anahtar kelimelerin bulunduğu çalışmaların yayınlanma tarihleri esas alınmaktadır. Grafik 3'te gösterilen ağ haritası, 1980 ile 2022 yılları arasında,

sosyal kaytarma kavramı ile birlikte hangi anahtar kelimelerin ilişkisinin araştırıldığını göstermektedir. Buna göre, sarı-yeşil ve sarı renk ile gösterilen düğümler 2020-2022 yılları arasında çalışılan konuları temsil etmektedir. Bu bağlamda, son üç buçuk yıllık dönemde, sosyal kaytarma ile ilişkisi araştırılan anahtar kelimelerin tümü tespit edilmiş ve elde edilen bulgular Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6 incelendiğinde, 2020 yılının başlarında dünyayı etkisi altına alan ve sosyal ve ekonomik yaşamı derinden sarsan COVID-19 salgınının, sosyal kaytarma ile ilgili makalelerde ele alınan konuları etkilediği görülmektedir. Zira, salgın ile ilgili makalelerin genellikle 2020 yılının sonlarından itibaren yayınlandığı düşünüldüğünde, 2020’den önceki yıllarda incelenen konular ile 2020 ve sonrasında ele alınan konularda farklılaşma olduğu söylenebilir. VOSviewer’da yapılan analizde, örneğin 2019 yılında *takım temelli üretim, takım rolleri, mobil iş birliği, sanal takım çalışması, üye tepkileri, dayanışma, fedakârlık, ödül dağıtımı, mindfulness, ahlaki anlamlılık, tükenmişlik* gibi anahtar kelimelerin, sosyal kaytarma ile ilişkili olarak ele alındığı görülmüştür. 2020 yılında ve sonrasında ise *iş yeri kıskançlığı, istismarcı yönetim, üretkenlik karşıtı iş davranışları, tükenmişlik, zorunlu vatandaşlık davranışı, evden çalışma, tele çalışma, adaptasyon, keyfi davranışlar, akran değerlendirmesi, proje tabanlı öğrenme, güven, geribildirim, çalışmanın anlamlılığı, grup çalışması kalitesi, toplulukla özdeşleşme, etik ve dönüşümcü liderlik* gibi kavramların incelendiği saptanmıştır. Diğer taraftan, 2021 yılında kullanılan anahtar sözcüklere bakıldığında, *hemşireler, hemşirelik, insanlıktan çıkarma, iş tükenmişliği, bilişsel yük, zorunlu vatandaşlık davranışı, değerlerin ortak yıkımı, başarısız etkileşim, işgören sabotajı ve dedikodu* gibi kavramlar dikkat çekmektedir. *Çok kültürlü gruplar, sanal gruplar, pro-sosyal davranışlar, sapkınlık, karanlık kişilik özellikleri, psikolojik sahiplik, rol içi performans, bilgi paylaşımı, örgütün sosyal sermayesini sağlamlaştırma* da 2021’de kullanılan diğer anahtar sözcükler arasındadır. 2022 yılının ilk 7 ayında kullanılan anahtar kelimeler incelendiğinde ise *COVID-19, tele çalışma, evden çalışma, bilgi çalışanları, bilgi tabanlı şirket, kolektif aptallık, keyfi davranışlar, iş yeri ruhu, sosyal şeffaflık, örgüte güven, devamsızlık, kurumsal bilgi sistemleri, kurumsal yazılım, hizmet iyileştirme performansı, örgütsel politika alguları, görevin görünürlüğü, devamsızlık* gibi konulara ağırlık verildiği görülmektedir. Söz konusu yıllarda ele alınan bu konular, geçmişi 80’li yıllara kadar uzanan sosyal kaytarma literatürünün gelişmeye devam ettiğini ve araştırmacıların sosyal kaytarmanın çağdaş yönetim kavramları ile ilişkisini incelemeyi sürdürdüklerini kanıtlamaktadır.

Grafik 3. Ortak kelime analizi zamansal eğilim ağ haritası



Analizlere göre, COVID-19 salgınının etkisinin sosyal kaytarma literatüründe görülmeye başlandığı söylenebilir. Bu süreçte yapılan çalışmalardan biri, Alyahya vd. (2022: 1) tarafından, Suudi Arabistan Krallığı'ndaki 850 otel çalışanından toplanan verilere dayanarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonucunda, COVID-19 salgını sonrası artan iş güvencesizliğinin ve dağıtım adaletsizliğinin, otel çalışanlarının işten ayrılma niyetini önemli ölçüde artırdığı saptanmıştır. Alsaedi vd. (2022: 95) ise makalelerinde, COVID-19 krizinin, özellikle uzaktan çalışırken, işletmelerde sosyal ağ araçlarının kullanımının artmasına neden olduğunu ileri sürmüş ve bu araçların çalışanlar arasında durumsal farkındalığı, koordinasyonu ve iş birliğini artırmak için kullanıldığını belirtmiştir. Yazarlara göre, sosyal ağlar veya kurumsal sosyal yazılımlar aracılığıyla gerçekleştirilen çevrimiçi sosyal şeffaflık; kendilerinin ve ekibin durumu, niyetleri, motivasyonları, yetenekleri, hedef öncelikleri gibi kişisel ve bağlamsal bilgilerin diğer meslektaşlarla gönüllü olarak paylaşılmasına hizmet etmektedir. Ancak, geçici bir sosyal şeffaflık uygulaması; aşırı bilgi yüklemesi, sosyal kaytarma ve akran baskısı gibi riskleri beraberinde getirebilir.

Tablo 6. 2019-2022 Yıllarında Yayınlanan Sosyal Kaytarma Makalelerindeki Anahtar Kelimeler

2019	2020	2021	2022
Ağ merkeziliği Ahlaki anlamlılık Akademik suiistimal Beyin fırtınası Çalışma psikolojisi Dayanışma Farkındalık Fedakârlık Hazıra konma Mobil iş birliği Ödül dağıtımı Sahiplik Sanal takım çalışması Takım rolleri Takım temelli üretim Tükenmişlik Üye tepkileri Yetenekler	Adaptasyon Akran değerlendirmesi Algılanan sorumluluk Çalışmanın anlamlılığı Çalışma performansı Çalışma tükenmişliği Dönüşümcü liderlik Etik liderlik Geribildirim Gevşekliğin önlenmesi Grup çalışması kalitesi Güven İçsel-dışsal motivasyon İstismarcı yönetim İşle ilgili olumsuz etki İş yeri kıskançlığı Motivasyon ve demotivasyon faktörleri Proje tabanlı öğrenme Sosyal mübadele teorisi Stratejik inovasyon Takım-üye etkileşimi Toplulukla özdeşleşme Üretkenlik karşıtı iş davranışları	Algısal uyum Başarısız etkileşim Beş büyük kişilik özelliği Bilgi paylaşma davranışı Bilişsel yük Çok kültürlü gruplar Dedikodu Değerlerin ortak yıkımı Grubun yakınlığı Hemşireler, hemşirelik İnsanlıktan çıkarma İşgören sabotajı İş tükenmişliği İzleme Karanlık üçlü Korumacı davranış Olumsuz ağızda-ağıza iletişim Örgütün sosyal sermayesini sağlamlaştırma Öz-düzenleme Öz-sınıflandırma Psikolojik sahiplik Rol içi performans Sanal gruplar Sapkınlık Sosyal destek Sosyal kimlik Sosyal-psikolojik etkiler Takım üye etkileşimi Teşvik sunma Topluluğa bağlılık Topluluk desteği	Bilgi çalışanları Bilgi tabanlı şirket COVID-19 Çaba kazanımları Çaba kayıpları Devamsızlık Evden çalışma Görevin görünürlüğü Hizmet iyileştirme performansı İş yeri ruhu Lider-üye etkileşimi Keyfi davranışlar Kolektif aptallık Kurumsal bilgi sistemleri Kurumsal sosyal yazılım Örgüte güven Örgütsel politika algıları Örgütsel vatandaşlık davranışı Sosyal şeffaflık Tele çalışma Üretkenlik karşıtı iş davranışları Yönetim kararları

		Üyelik uzunluğu Zorunlu vatandaşlık davranışları	
--	--	--	--

4.2.2. Atıf analizi

WoS veri tabanının sağladığı analiz araçlarından yararlanarak 234 sosyal kaytarma makalesinin toplam atıf sayısının 6.395 olduğu; kendine atıf sayısı hariç tutulduğunda ise bu rakamın 6.183'e indiği tespit edilmiştir. Makale başına ortalama atıf sayısı ise 42'dir. 1980-2022 yılları arasında yayınlanan makalelere yapılan atıfların yıllar içerisindeki eğilimi, Grafik 1'de mavi çizgi ile gösterilmektedir. Buna göre, atıf sayısında 2018 ve 2022 yıllarında en üst düzeye ulaşıldığı ve yıllara göre genel bir artış eğilimi olduğu anlaşılmaktadır.

VOSviewer programında sosyal kaytarma makalelerinden en fazla atıf alanları tespit etmek için "atıf-doküman" düzeyinde analiz yapılmış ve "en az 1 adet atıf alan dokümanlar" analize dahil edilmiştir. Bu durumda 234 dokümandan 210 tanesi bu kriterleri sağlamış; toplam 23 küme ve 1272 bağlantı ortaya çıkmıştır. Bu çalışmalardan en fazla atıf alan ilk 10 makale Tablo 7'de sıralanmıştır. Tabloda makalelerin aldıkları toplam atıf ve yıllık ortalama atıf değerleri görülmektedir. Buna göre, ilk sırada Karau ve Williams (1993) tarafından kaleme alınan "Sosyal kaytarma: Bir meta-analitik inceleme ve teorik entegrasyon" isimli makale yer almaktadır. Bu çalışma yıllık ortalama 35 atıf alırken toplamda 1051 atıf almıştır. Listenin ikinci sırasında ise 627 atıf ile Wagner'in (1995) "Bireycilik-toplulukçuluk çalışmaları: Gruplarda iş birliğine etkileri" isimli makale bulunmaktadır. Bu çalışma, yılda ortalama 22 atıf almaktadır.

Tablo 7. En Fazla Atıf Alan İlk 10 Sosyal Kaytarma Makalesi

Yazarlar	Makalenin ve Derginin İsmi	Toplam Atıf	Yıllık Ort. Atıf
Karau ve Williams (1993)	Social Loafing - A Meta-Analytic Review and Theoretical Integration. <i>Journal of Personality and Social Psychology</i> .	1051	35
Wagner (1995)	Studies of Individualism-Collectivism-Effects on Cooperation in Groups. <i>Academy of Management Journal</i> .	627	22
Earley (1989)	Social Loafing and Collectivism – A Comparison of the United-States and the Peoples-Republic-of-China. <i>Administrative Science Quarterly</i> .	482	14
Anderson, Lindsay ve Bushman (1999)	Research in the Psychological Laboratory: Truth or Triviality? <i>Current Directions in Psychological Science</i> .	326	13
Williams, Harkins ve Latane (1981)	Identifiability as a Deterrent to Social Loafing – 2 Cheering Experiments. <i>Journal of Personality and Social Psychology</i> .	314	7
Harkins ve Petty (1982)	Effects of Task Difficulty and Task Uniqueness on Social Loafing. <i>Journal of Personality and Social Psychology</i> .	268	6
Williams ve Karau (1991)	Social Loafing and Social Compensation – The Effects of Expectations of Coworker Performance. <i>Journal of Personality and Social Psychology</i> .	253	7
Shepperd (1993)	Productivity Loss in Performance Groups – A Motivation Analysis. <i>Psychological Bulletin</i> .	244	8
Liden, Wayne, Jaworski ve Bennett (2004)	Social Loafing: A Field Investigation. <i>Journal of Management</i> .	209	11

Tablo 8. En fazla atıf alan en yeni 10 sosyal kaytarma makalesi

Yazarlar	Makalenin ve Derginin İsmi	Atıf Sayısı
Xu, Huang ve Robinson (2017)	When self-view is at stake: Responses to ostracism through the lens of self-verification theory. <i>Journal of Management</i> .	50
Byun, Karau, Dai ve Lee (2018)	A three-level examination of the cascading effects of ethical leadership on employee outcomes: A moderated mediation analysis. <i>Journal of Business Research</i> .	42
Akgündüz ve Eryılmaz (2018)	does turnover intention mediate the effects of job insecurity and Co-worker support on social loafing. <i>International Journal of Hospitality Management</i> .	39
Wang ve Zhou (2018)	Impact of queue configuration on service time: Evidence from a supermarket. <i>Management Science</i> .	19
Penarroja, Orengo ve Zornoza (2017)	Reducing perceived social loafing in virtual teams: The effect of team feedback with quided reflexivity. <i>Journal of Applied Social Psychology</i> .	18
Mihelic ve Culiberg (2019)	Reaping the fruits of another's labor: The role of moral meaningfulness, mindfulness, and motivation in social loafing. <i>Journal of Business Ethics</i> .	17
Shih ve Susanto (2017)	Perceived identifiability, shared responsibility and innovative work behavior. <i>International Journal of Human Resource Management</i> .	14
Harding (2018)	Students of a feather "flocked" together: A group assignment method for reducing free-riding and improving group and individual learning outcomes. <i>Journal of Marketing Education</i> .	12
Yıldız ve Elibol (2021)	Turnover intention linking compulsory citizenship behaviours to social loafing in nurses: A mediation analysis. <i>Journal of Nursing Management</i> .	10
Dai vd. (2020)	TMX, social loafing, perceived accountability and OCB. <i>Service Industries Journal</i> .	10

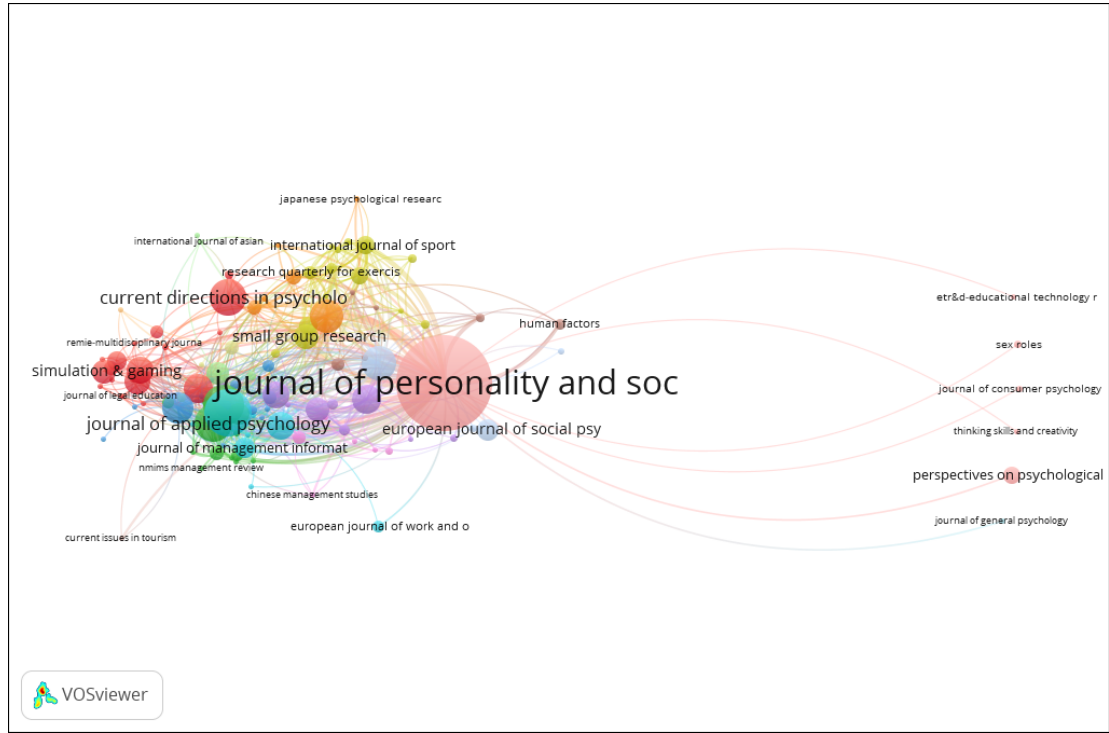
Kaynaklar bağlamında yapılan atıf analizinde, "her dergide en az 1 sosyal kaytarma çalışması olması" ve "en az 1 atıf almış olması" kriterleri belirlenmiş ve 144 dergiden 127'si kriterleri karşılamıştır. Tablo 9'da 250 ve daha fazla sayıda atıf alan dergiler sıralanmıştır. Görüldüğü üzere *Journal of Personality and Social Psychology* dergisinde sosyal kaytarma konusuyla ilgili 12 adet makale yayınlanmış ve bu makaleler toplam 2567 atıf almıştır. Diğer taraftan, *Academy of Management Journal* ile *Administrative Science Quarterly* dergilerinde sadece bir makale yayınlanmasına rağmen, bu makalelerin atıf sayılarının oldukça yüksek olduğu ve konu ile ilgili etkili makaleler oldukları anlaşılmaktadır.

Tablo 9. En fazla atıf alan dergiler

Dergi	Makale Sayısı	Toplam Atıf	Makale Başına Atıf
<i>Journal of Personality and Social Psychology</i>	12	2567	213,9
<i>Academy of Management Journal</i>	1	627	627,0
<i>Administrative Science Quarterly</i>	1	482	482,0
<i>Journal of Applied Psychology</i>	4	413	103,2
<i>Current Directions in Psychological Science</i>	2	384	192,0
<i>Personality and Social Psychology Bulletin</i>	7	341	48,7
<i>Journal of Experimental Social Psychology</i>	5	318	63,6
<i>Journal of Management</i>	3	285	95,0
<i>Human Relations</i>	3	250	83,3

Grafik 5'te, yayınladıkları sosyal kaytarma makalelerinden aldıkları atıflara göre sıralanan dergilerin ağ haritası sunulmaktadır. Bu haritada 121 derginin 17 küme oluşturduğu; dergiler arasındaki bağlantı sayısının 689, toplam bağlantı gücünün ise 1203 olduğu belirlenmiştir. Haritanın merkezinde yer alan en büyük daire, en fazla atıf alan *Journal of Personality and Social Psychology* dergisini temsil etmektedir.

Grafik 5. En fazla atıf alan dergilere ilişkin ağ haritası



Kurumlar bağlamında yapılan atıf analizinde, “en az 1 çalışma yayınlayan” ve “en az 1 atıf alan” kurumlar tespit edilmek istenmiş; 286 kurumun 262’si bu kriterleri sağlamıştır. Tablo 10, yayınladıkları sosyal kaytarma makaleleri ile 200’den fazla atıf alan kurumlara göre sıralanmıştır. Buna göre, konu ile ilgili 3 makale yayınlayan Toledo Üniversitesi, bu makalelerden toplam 1134 atıf alırken 6 makale yayınlayan Ohio State Üniversitesi 631 atıf almıştır. Makale başına atıf değerleri incelendiğinde ise ilk sırada yine Toledo Üniversitesi yer alırken (378 atıf); ikinci sırada 297 atıf ile Missouri Üniversitesi gelmektedir. Buna göre, bu üniversitelere mensup yazarlar tarafından yayınlanan makalelerin, alandaki önde gelen / etkili çalışmalar oldukları anlaşılmaktadır. Yapılan analizde, bu listede Türkiye’den de bazı üniversitelerin bulunduğu tespit edilmiştir. Buna göre Anadolu Üniversitesi 3 makale (2020) ile; Bülent Ecevit Üniversitesi 2 makale (2019, 2021) ile listede yer almaktadır. Bunlara ilave olarak, Akdeniz (2020), Dokuz Eylül (2018), İstanbul Bilgi (2021), İstanbul (2021), Karamanoğlu Mehmet Bey (2021), Mersin (2018), ODTÜ (2011) ve Selçuk (2020) Üniversiteleri de sosyal kaytarma ile ilgili birer makale yayınlayan diğer Türk üniversiteleridir.

Tablo 10. En fazla atıf alan üniversiteler

Kurum İsmi	Makale Sayısı	Toplam Atıf	Makale Başına Atıf
Toledo Üniversitesi	3	1134	378,0
Ohio State Üniversitesi	6	631	105,2
Missouri Üniversitesi	2	594	297,0
Iowa State Üniversitesi	2	335	167,5
Northeastern Üniversitesi	7	328	46,8
Purdue Üniversitesi	2	317	158,5
Penn State Üniversitesi	3	265	88,3
Fordham Üniversitesi	4	254	63,5
Case Western Reserve Üniversitesi	2	238	119,0
Illinois Üniversitesi	2	215	107,5

En fazla atıf alan ülkeleri tespit etmek için yapılan analizde, “en az 1 sosyal kaytarma makalesi yayınlayan” ve “en az 1 atıf alan” ülkeler seçilmiş ve 45 ülkeden 39’u bu kriterleri sağlamıştır. Tablo 11, yayınladıkları sosyal kaytarma makaleleri ile 150’den fazla atıf alan ülkeleri göstermektedir. Buna göre, listenin ilk sırasında yer alan Amerika Birleşik Devletleri’nde (ABD) yayınlanan 103 sosyal kaytarma makalesi, 6.081 atıf almıştır. Makale başına düşen atıf sayıları incelendiğinde ise konu ile ilgili etkili makaleler yayınlayan ülkelerin sırasıyla ABD, Fransa, Kanada ve İngiltere oldukları görülmektedir.

Tablo 11. En fazla atıf alan ülkeler

Ülke	Makale Sayısı	Toplam Atıf	Makale Başına Atıf
ABD	103	6.081	59
İngiltere	12	252	21
Fransa	4	185	46
Almanya	14	173	12
Kanada	7	172	24
Çin Halk Cumhuriyeti	16	168	10
Norveç	12	161	13

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma sonuçları, 40 yıldan uzun bir süredir incelenen sosyal kaytarma olgusunun, günümüzde yaşanan sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişmeler nedeniyle yeniden araştırmacıların ilgi odağı haline gelmeye başladığını ortaya koymuştur. Araştırmanın örneklemine oluşturan makalelere dayanarak, insanların iş yaşamında sosyal kaytarma davranışlarını sürdürdüğü; fakat bu davranışlara sebep olan öncüllerin değiştiği ve çeşitlendiği anlaşılmaktadır. Nitekim, elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, son yıllarda konuya olan ilginin ve yayın sayısının arttığı ve bu araştırmalarda ele alınan kavramların değişmeye başladığı görülmüştür. Örneğin 2021 ve 2022 yıllarında yayınlanan sosyal kaytarma makalelerinde araştırmacıların COVID-19, devamsızlık, evden çalışma, görevin görünürlüğü, tele çalışma, insanlıktan çıkarma, tükenmişlik, zorunlu vatandaşlık davranışı gibi kavramlara daha sık yer verdikleri tespit edilmiştir. Bu çalışmalarda, yaşanan küresel dönüşümün yol açtığı yeni durumların, sosyal kaytarma davranışı üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Araştırmanın sonuçları şöyle özetlenebilir:

- WoS veri tabanındaki sosyal kaytarma ile ilgili makaleler 1980-2022 yılları arasındaki 42 yıllık bir zaman diliminde yayınlanmıştır. Düzenli bir dağılım göstermemekle birlikte konu ile ilgili yayın sayısı yıllar içerisinde artış eğilimi göstermiştir. Ayrıca gerek makale sayısında gerekse atıf sayısında 2018 ve 2022 yıllarında en üst düzeye ulaşıldığı görülmüştür.
- Veri setindeki sosyal kaytarma makaleleri en çok *Sosyal Psikoloji ve Yönetim* alanlarında yayınlanmıştır. Sosyal kaytarma makalelerini yayınlayan veri tabanlarının başında ise *Sage*, *Taylor&Francis* ile *Elsevier* yer almaktadır.
- Sosyal kaytarma ile ilgili en fazla makale yayınlayan ve en fazla atıf alan dergi *Journal of Personality and Social Psychology*'dir. Bu dergide sosyal kaytarma ile ilgili 12 adet makale yayınlanmış ve bu makaleler toplam 2567 atıf almıştır.
- En fazla atıf alan makale, *Karau ve Williams'a (1993)* aittir. Listenin ikinci sırasında ise 627 atıf ile Wagner'in (1995) çalışması gelmektedir. Sosyal kaytarma ile ilgili en yeni makaleler içerisindeki en etkili (en fazla atıf alan) makale Xu vd. (2017), aittir. *Toledo Üniversitesi*, en fazla atıf alan kurumdur. En fazla atıf alan ülke ise *ABD'dir*.

- Sosyal kaytarma kavramı ile ilişkili olarak en sık kullanılan anahtar kelimeler *motivasyon, grup dinamikleri, hazıra konma, sanal takımlar, grup çalışması, performans, takım çalışması* ve *sosyal kolaylaştırmadır*.
- 2020 yılının başlarında dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgını, sosyal kaytarma ile ilgili makalelerde ele alınan konuları etkilemiştir. Örneğin, 2021 yılında *hemşirelik, insanlıktan çıkarma, iş tükenmişliği, bilişsel yük, zorunlu vatandaşlık davranışı, değerlerin ortak yıkımı, başarısız etkileşim, işgören sabotajı* ve *dedikodu* gibi anahtar kelimeler sosyal kaytarma değişkeni ile birlikte incelenmiştir. 2022 yılının ilk 7 ayında ise *COVID-19, tele çalışma, evden çalışma, bilgi çalışanları, bilgi tabanlı şirket, kolektif aptallık, keyfi davranışlar, iş yeri ruhu, sosyal şeffaflık, örgüte güven, devamsızlık, hizmet iyileştirme performansı* ve *görevin görünürlüğü* gibi konulara ağırlık verilmiştir. Özetle, 2020 ve öncesindeki yıllarda incelenen konular ile 2021 ve sonrasında ele alınan konularda farklılaşma olduğu söylenebilir.

Dijitalleşmenin her alanda yaygınlaşması ve pandemi etkisi ile birlikte literatürdeki birçok kavramın yeni anlamlara evrildiği günümüzde, mevcut çalışma ile sosyal kaytarma olgusundaki değişimin eğilimine dair bir öngörü oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu yönüyle Sosyal Psikoloji ve Örgütsel Davranış literatürlerine katkı sağlaması umulan araştırmada sadece Web of Science veri tabanından elde edilen verilerin kullanılması, araştırmanın bir sınırlılığı olarak düşünülebilir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda Scopus gibi veri tabanlarından elde edilecek veri setleri üzerinde çalışarak konunun daha geniş bir bağlamda elde alınması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Aggarwal, P. ve Connie L. O. (2008). Social Loafing on Group Projects: Structural Antecedents and Effect on Student Satisfaction. *Journal of Marketing Education*, 30 (3), 255-264.
- Alsaedi, T., Sherief, N., Phalp, K. ve Ali, R. (2022). Online Social Transparency in Enterprise Information Systems: A Risk Assessment Method. *Information Technology and Management*, 23, 95-124.
- Alyahya, M. A., Elshaer, I. A. ve Sobaih, A. E. E. (2022). The Impact of Job Insecurity and Distributive Injustice Post Covid-19 on Social Loafing Behavior among Hotel Workers: Mediating Role of Turnover Intention. *Int. J. Environmental Research and Public Health*, 19, 411-425.
- Akgündüz, Y. ve Eryılmaz, G. (2018). Does Turnover Intention Mediate the Effects of Job Insecurity and Co-Worker Support on Social Loafing?. *International Journal of Hospitality Management*, 68, 41-49.
- Anderson, C. A., Lindsay J. J. ve Bushman B. J. (1999). Research in the Psychological Laboratory: Truth or Triviality?. *Current Directions in Psychological Science*, 8 (1). 3-9.
- Aranson, E., Timothy D., W. ve Robin, M. A. (2012). *Sosyal Psikoloji*. İstanbul (Çev: Okhan Gündüz) Kaknüs Yayınları, İstanbul.
- Bilgin, N. (2016). *Sosyal Psikoloji Sözlüğü: Kavramlar, Yaklaşımlar*. Bağlam Yayıncılık, İstanbul.
- Byun, G., Karau, S. J., Dai, Y. ve Lee, S. (2018). A Three-Level Examination of the Cascading Effects of Ethical Leadership on Employee Outcomes: A Moderated Mediation Analysis. *Journal of Business Research*, 88, 44-53.
- Dai, Y.D., Hou, Y. H., Wang C. H., Zhuang W., L. ve Liu, Y. C. (2020). TMX, Social Loafing, Perceived Accountability and OCB. *The Service Industries Journal*, 40 (5-6), 394-414.
- Doğan, B. Gül, T., Doğan S. ve Aykan E. (2021). Liderlik Tarzlarının Bibliyometrik Analizi. *Erciyes Akademi*, 35 (1), 161-189.
- Earley, C. P. (1989). Social Loafing and Collectivism: A Comparison of the United States and the People's Republic of China. *Administrative Science Quarterly*, 34 (4): 565-581.
- Güney, İ. ve Somuncu M. (2020). Turizm Coğrafyasında Yeni Eğilimler: Bibliyometrik Göstergeler Üzerinden Bir Ağ Analizi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 29 (2), 297-319.
- Harding, L. M. (2018). Students of a Feather "Flocked" Together: A Group Assignment Method for Reducing Free-Riding and Improving Group and Individual Learning Outcomes. *Journal of Marketing Education*, 40 (2), 117-127.
- Harkins, S. G., Latané B. ve Williams K. (1980). Social Loafing: Allocating Effort or Taking It Easy?. *Journal of Experimental Social Psychology*, 16 (5), 457-465.
- Harkins, S. G. ve Petty, R. E. (1982). Effects of Task Difficulty and Task Uniqueness on Social Loafing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43 (6), 1214-1229.
- Himmetoğlu, B., Ayduğ D. ve Bayrak C. (2022). Relationships Among Teachers' Perceptions on Coworker Social Loafing, Organizational Justice and Task Visibility. *International Journal of Educational Management*, 36 (3), 247-260.
- Hoon, H. ve Tan M. L. T. (2008). Organizational Citizenship Behavior and Social Loafing: The Role of Personality, Motives, and Contextual Factors. *The Journal of Psychology*, 142 (1), 89-108.
- Ilgın, B. (2013). Toplumsal Bir Hastalık: Sosyal Kaytarma. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (3), 238-270.
- Kağıtçıbaşı, Ç. ve Cemalcılar Z. (2021). *Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar: Sosyal Psikolojiye Giriş*. Evrim Yayınevi, İstanbul.
- Karau, S. J. ve Williams, K. D. (1993). Social Loafing: A Meta-Analytic Review and Theoretical Integration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65 (4), 681-706.
- Kidwell, R. Jr, E. ve Bennett N. (1993). Employee Propensity to Withhold Effort: A Conceptual Model to Intersect Three Avenues of Research. *Academy of Management Review*, 18 (3), 429-456.

- Lam, Chris ve Campbell K. S. (2021). Follow the Leader? The Impact of Leader Rapport Management on Social Loafing. *Business and Professional Communication Quarterly*, 84 (3), 181-204.
- Latane, B., Williams K. ve Harkins S. (1979). Many Hands Make Light the Work: The Causes and Consequences of Social Loafing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 822-832.
- Liden, R. C., Wayne, S. J., Jaworski R. A., ve Bennett N. (2004). Social Loafing: a Field Investigation. *Journal of Management*, 30 (2), 285-304.
- Luo, Z., Marnburg E., Øgaard T. ve Okumuş F. (2021). Exploring Antecedents of Social Loafing in Students' Group Work: A Mixed-Methods Approach. *Journal of Hospitality Leisure, Sport and Tourism Education*, 28: 100314.
- McShane, S. ve Glinow M. A. V. (2016). *Örgütsel Davranış, (Çev. Günsel A. ve Bozkurt S.)*. Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Mihelič, K. K., ve Culiberg, B. (2019). Reaping the Fruits of Another's Labor: The Role of Moral Meaningfulness, Mindfulness, and Motivation in Social Loafing. *Journal of Business Ethics*, 160 (3), 713-727.
- Moorhead, G. ve Griffin R. W. (2010). *Organizational Behavior: Managing People and Organizations*. Cengage Learning, China South-Western.
- Myers, D. G. (2015). *Sosyal Psikoloji (Çev: Akfırat S.)*. Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Özbnar, Ş. ve Özler N. D. E. (2021). Sosyal Kaytarma, Örgütsel Davranışta Seçme Konular-I, 61-86., Özler, N. D. E. (Der.), Ekin Yayınevi, Bursa.
- Öztürk, O. ve Gürler G. (2021). *Bir Literatür İncelemesi Aracı Olarak Bibliyometrik Analiz*. Nobel Bilimsel Eserler, Ankara.
- Peñarroja, V., Orenge V. ve Zornoza A. (2017). Reducing Perceived Social Loafing In Virtual Teams: The Effect of Team Feedback with Guided Reflexivity. *Journal of Applied Social Psychology*, 47 (8), 424-435.
- Robbins, S. P. ve Judge T. (2011). *Örgütsel Davranış, (Çev. İnci Erdem)*. Nobel Yayıncılık, Ankara
- Shepperd, J. A. (1993). Productivity Loss in Performance Groups: A Motivation Analysis. *Psychological Bulletin*, 113 (1), 67-81.
- Shih, H. A. ve Susanto E. (2017). Perceived Identifiability, Shared Responsibility and Innovative Work Behavior. *The International Journal of Human Resource Management*, 28 (22), 3109-3127.
- Simms, A. ve Nichols T. (2014). Social Loafing: A Review of the Literature. *Journal of Management Policy and Practice*, 15 (1), 58-67.
- Van, E., Jan N. ve Waltman, L. (2017). *VOSviewer Manual, Manual for Vosviewer 1.6.6*. Universiteit Leiden. 1-49.
- Wagner III., J. A. (1995). Studies of Individualism-Collectivism-Effects on Cooperation in Groups. *Academy of Management Journal*, 38 (1), 152-173.
- Wang, J. ve Zhou Y. P. (2018). Impact of Queue Configuration on Service Time: Evidence from a Supermarket. *Management Science*, 64 (7), 3055-3075.
- Williams, K., Harkins S. G. ve Latane B. (1981). Identifiability as a Deterrent to Social Loafing: Two Cheering Experiments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40: 303-311.
- Williams, K. D. ve Karau S. J. (1991). Social Loafing and Social Compensation: The Effects of Expectations of Coworker Performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61 (4), 570.
- Xu, E, Huang X. ve Robinson S. L. (2017). When Self-View is at Stake: Responses to Ostracism through the Lens of Self-Verification Theory. *Journal of Management*, 43 (7), 2281-2302.
- Yildiz, B. ve Elibol E. (2021). Turnover Intention Linking Compulsory Citizenship Behaviours to Social Loafing in Nurses: A Mediation Analysis. *Journal of Nursing Management*, 29 (4), 653-663.

EXTENDED ABSTRACT

Background

Performance differences between working in a group and individually are referred to as "social loafing" or the "Ringelmann Effect" in the literature. Since Max Ringelmann was the first to examine the effect of working with others on individual performance in the 1880s, the concept entered the literature as the "Ringelmann Effect." Social psychologists Bibb Latané, Kipling Williams, and Stephen Harkins (1979) stated that people relax when they are with others, and their performance is not evaluated. As a result, they termed the tendency to perform worse on simple tasks and better on complex tasks as "social loafing."

Early studies have shown that social loafing behavior emerges because measuring individual effort in group work takes work. After a specific time, the effects of different variables that have proven the existence of the social loafing phenomenon on social loafing have begun to be investigated. In addition, it has started to be examined under which conditions it is formed or which personality traits are affected. In their study, Simms and Nichols (2014) concluded that increased group size, fatigue, and the individual's degree of uniqueness influence social loafing. McShane and Glinow (2016) concluded that as the group size increases, it becomes more difficult to control the group and the tendency of group members' social loafing behavior increases. Özbunar and Ergun Özler (2021) stated that variables such as the interdependence and visibility of tasks, distribution and procedural justice, group size, the cohesion of the group, and the level of perception of each other's loafing behavior by group members are the antecedents of social loafing. On the other hand, Luo et al. (2021) emphasized that individual competence, emotional relationships, and collective identity elements are essential in social loafing behavior.

Purpose

The COVID-19 epidemic, which has been the most significant event at the global level in recent years, has caused the transformation of working methods in business life and made it necessary to quickly adapt to remote working forms such as working from home or teleworking. In addition, many people have experienced psychological and economic problems during this period of uncertainty. All these are likely to lead to significant changes in employee attitudes.

It is noteworthy that the phenomenon of social loafing, which has a long history, has been increasingly studied in the literature in recent years. This study's primary purpose is to test this observation's accuracy by performing a bibliometric analysis of publications on social loafing. Thus, we will examine the distribution of existing publications by countries, journals, institutions, keywords used, and citation levels and present a general view of the literature. Furthermore, understanding whether the essential social, economic, and technological developments in the world today increase the interest in social loafing and revealing the current issues associated with the concept will contribute to the literature on social psychology and organizational behavior.

Method

In this study, a bibliometric research method is used, which is based on analyzing documents using bibliometric data and determining trends by examining quantitative results. The current research aims to visualize and interpret the structure of the field, its development, and the relations between documents-institutions-countries by reviewing the studies on social loafing and thus guiding future research.

The main questions of the research are:

- How is the distribution of articles on social loafing by years, research areas, published journal, publisher, index, countries, and language?
- What keywords are used in social loafing articles, and how have they changed over time?

- What are the most cited social loafing articles?
- Which journals, institutions, and countries publish the most cited social loafing articles?

"Co-occurrence analysis" and "citation analysis" were used to answer these questions. The bibliometric data set, which will constitute the research sample, was obtained from the Web of Science (WoS) database on 29 July 2022. Accordingly, we searched the publications with the phrase "social loafing" in the topic and obtained a list of 388 studies. Then, by filtering according to the "WoS categories," we included the "top 10 disciplines with the most social loafing studies" (social psychology, management, educational research, applied psychology, multidisciplinary psychology, business, etc.). Thus, our sample number became 287. Finally, we selected only the "articles" from the social loafing publications by performing a second filtering according to the "publication type." Thus, we obtained a data set of 234 articles. We used the VOSviewer 1.6.18 package program for the bibliometric mapping process.

Findings

Social loafing articles in the dataset were published over 42 years (1980-2022). The first article in the field was authored by Harkins, Latané, and Williams (1980) and published in the *Journal of Experimental Social Psychology*. The years in which social loafing articles were most published were 2018 and 2021 (18 articles each).

The Journal of Personality and Social Psychology published the largest number of articles on social loafing (12 articles). It is followed by the *Personality and Social Psychology Bulletin* with seven articles. Three of the journals in which the articles were published are directly related to the field of Social Psychology. In addition, one journal is about the role of computers in human behavior (*Computers in Human Behavior*), and another is about sports/athlete psychology (*International Journal of Sports Psychology*).

Within the scope of the research, we made co-occurrence keyword analysis and citation analysis related to social loafing. In the co-occurrence keyword analysis, we examined the temporal trend network map and determined the keywords used together with social loafing in the last three and a half years. We performed the citation analysis in the context of documents, sources, institutions, and countries. To determine the keywords used in social loafing articles, we analyzed them with the author's keywords analysis unit in the VOSviewer program. The analysis

included all 545 keywords listed in the calculation. We saw that social loafing was used with the 326 keywords on the map 92 times. Motivation (16 times), group dynamics (10 times), free-riding (9 times), virtual teams (8 times), group work (7 times), performance (7 times), teamwork (6 times), and social facilitation (6 times) were prominent keywords other than social loafing. When we look at the keywords used in 2021, concepts such as nurses, dehumanization, job burnout, cognitive load, compulsory citizenship behavior, common destruction of values, unsuccessful interaction, employee sabotage, and gossip draw attention. When we examined the keywords used in the first seven months of 2022, we saw COVID-19, teleworking, knowledge workers, knowledge-based company, collective stupidity, arbitrary behaviors, workplace spirit, social transparency, trust in the organization, service improvement performance and visibility of the task.

The most cited social loafing article is Karau and Williams's (1993) "Social loafing: A meta-analytic review and theoretical integration." This study received an annual average of 35 citations and 1051 citations. In the second row of the list is Wagner's (1995) article, "Studies of individualism-collectivism effects on cooperation in groups," with 627 citations. This work receives an average of 22 citations per year. The most recent and most cited articles were published between 2017-2021. At the top of the list is the article by Xu et al. (2017). Twelve papers on social loafing were published in the *Journal of Personality and Social Psychology* and received 2567 citations. The University of Toledo, which published three articles on social loafing, received a total of 1134 citations from these articles, while the Ohio State University,

which published six articles, received 631 citations. The United States is one of the countries that receive the most references for the articles they publish on social loafing. This country received 6,081 citations from 103 social loafing articles. When the number of citations per article is examined, it is seen that the countries that publish influential articles on the subject are the USA, France, Canada, and England, respectively.

Conclusions

Based on the articles constituting the research sample, it is stated that people maintain their social loafing behaviors in business life. Still, it is understood that the antecedents causing these behaviors have changed and diversified. It has been observed that the concepts discussed in the studies have begun to change from the past to the present, as predicted at the beginning of the study.

Articles on social loafing in the WoS database were published over 42 years from 1980-2022. Although it does not show a regular distribution, the number of publications on the subject has shown an increasing trend over the years. *Journal of Personality and Social Psychology* is the journal that publishes the most articles and receives the most references on social loafing. Twelve articles on social loafing were published in this journal and received 2567 citations. The most cited article belongs to Karau and Williams (1993). Wagner's (1995) work comes second in the list with 627 citations. Among the most recent articles on social loafing, the most influential (most cited) article belongs to Xu et al. (2017). The University of Toledo is the most cited institution. The most cited country is the USA. The most frequently used keywords concerning the concept of social loafing are motivation, group dynamics, free-riding, virtual teams, group work, performance, teamwork, and social facilitation.