



equinox

JOURNAL OF ECONOMICS, BUSINESS & POLITICAL STUDIES

VOLUME

XIII

ISSUE I

e-ISSN: 2687-4695

<http://dergipark.gov.tr/equinox>



Journal of Economics, Business & Political Studies

Volume: XIII, Issue: I

e-ISSN: 2687-4695

A Peer-Reviewed Journal Published Twice A Year

The ethical, scientific and legal responsibility of the articles published in the journal belongs to the author.

Research Articles

<http://dergipark.gov.tr/equinox>



Chief Editor

- Mesut Soyaloın, *Siirt University, Siirt, Turkey*

Editor

- Yunus Baydaş, *Siirt University, Siirt, Turkey*

Layout Editor

- Bilal Tan, *Siirt University, Siirt, Turkey*

Editorial Board

- Ertuđrul YILDIZ (Siirt University)
- Fettah GÖKBULUT (Siirt University)
- Gökhan KERSE (Kafkas University)
- Mahir ÖZHAN (Siirt University)
- Muhyettin ERDEMLİ (Siirt University)

Advisory Board

- Arzdar KİRACI (Siirt University)
- Ayben KOY (Fenerbahçe University)
- Azamat MAKSÜDÜNOV (Kirgizistan-Türkiye Manas University)
- Canan Nur KARABEY (Atatürk University)
- Daimi KOÇAK (Erzincan Binali Yıldırım University)
- Emine KIZILTAŞ UZUNALİ (Siirt University)
- Ethem KILIÇ (Bingöl University)
- Mehmet Nurullah KURUTKAN (Düzce University)
- Onur OKTAYSOY (Kafkas University)
- Şahin AY (Siirt University)
- Şefik ÖZDEMİR (Aksaray University)
- Selami SEZGİN (Anadolu University)

English Language Editor

- Muhammet Fatih ELÇİN (Siirt University)



e-ISSN: 2687-4695

Journal of Economics, Business & Political Studies

Volume: 13, Issue: 1

<http://dergipark.gov.tr/equinox>

Abstracting & Indexing

- **Acarindeks**
- **ASOS INDEX**
- **COSMOS IF**
- **DRJI**
- **ESJI**
- **Journal Factor**
- **J-Gate**
- **Google Scholar**
- **Idealonline Veri Tabanı**
- **InfoBase Index**
- **International Scientific Indexing**
- **ROAD**
- **SOBIAD**



e-ISSN: 2687-4695

Journal of Economics, Business & Political Studies

Volume: 13, Issue: 1

<http://dergipark.gov.tr/equinox>



DIRECTORY
OF OPEN ACCESS
SCHOLARLY
RESOURCES



Scientific Indexing Services





Contents

Research Articles

A Study on the Financial Literacy Levels of University Students: The Case of Karamanoğlu Mehmetbey University

Üniversite Öğrencilerinin Finansal Okur Yazarlık Düzeylerinin İncelenmesine
Yönelik Bir Araştırma: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Örneği

1-23

Edanur Ügüten

Makbule Altınsoy

Arzu Özmerdivanlı

Financial Development, Economic Growth and Human Capital Accumulation in Turkey: Evidence from a Nonlinear ARDL Approach

Türkiye'de Finansal Gelişme, Ekonomik Büyüme ve Beşerî Sermaye Birikimi:
Doğrusal Olmayan ARDL Yaklaşımından Kanıtlar

24-42

Murat Akça

An Analysis of SME Definitions and Support Policies: Evidence from the EU, USA, East Asia, and Turkey

43-61

KOBİ Tanımları ve Destek Politikalarının İncelenmesi: AB, ABD, Doğu Asya ve
Türkiye

Masum Yılmaz

Arif Güller

Artificial Intelligence-Enabled Customer Experience: A Bibliometric Analysis of Research Trends

62-81

Yapay Zeka Destekli Müşteri Deneyimi: Araştırma Eğilimlerinin Bibliyometrik
Analizi

Resul Öztürk



Review Article

From an Activist Movement to a Global Actor: How Effective Is Greenpeace in Global Environmental Governance?

82-104

Aktivist Bir Hareketten Küresel Bir Aktöre: Greenpeace Küresel Çevre Yönetişiminde Ne Kadar Etkilidir?

Mahmut Özdemirkol



Research Article

e-ISSN: 2687-4695

Journal of Economics, Business & Political Studies

Volume: 13, Issue: 1

<http://dergipark.gov.tr/equinox>

A Study on the Financial Literacy Levels of University Students: The Case of Karamanoğlu Mehmetbey University¹

Edanur Ügüten

edanuruguten33@gmail.com

Karamanoğlu Mehmetbey
University

[orcid.org/ 0009-0001-0750-6157](https://orcid.org/0009-0001-0750-6157)

Makbule Altınsoy

altinsoymakbule13@gmail.com

Karamanoğlu Mehmetbey
University

[orcid.org/ 0009-0008-3367-6775](https://orcid.org/0009-0008-3367-6775)

Arzu Özmerdivanlı

ozmerdivanli@gmail.com

Karamanoğlu Mehmetbey
University

[orcid.org/ 0000-0002-2120-3312](https://orcid.org/0000-0002-2120-3312)

Corresponding Author

JEL Code: G53, A22, G59

Received: 27.11.2025

Accepted: 12.03.2026

Available Online: 27.03.2026

To cite this document

Ügüten, E., Altınsoy, M. & Özmerdivanlı, A. (2026). A Study on the Financial Literacy Levels of University Students: The Case of Karamanoğlu Mehmetbey University. *Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies*, 13 (1), 1-23. doi:10.48064/equinox.1831480

Abstract

In recent years, the increasing complexity of financial products traded in the markets, the expansion of financial instruments, rising life expectancy, regulatory arrangements regarding retirement planning, and the impacts of pandemics and economic crises have complicated individuals' financial decision-making processes, thereby underscoring the importance of financial literacy. Financial literacy refers to the attitudes and behaviours demonstrated in making sound financial decisions through the acquisition of adequate financial knowledge. Enhancing the financial literacy awareness of individuals—particularly university students—will contribute to more rational consumption and saving decisions and more effective management of personal assets. This study aims to examine the financial literacy levels of university students. In line with this purpose, a survey was administered to students of the Faculty of Applied Sciences at Karamanoğlu Mehmetbey University, and difference analyses were conducted based on the data obtained. The findings reveal that female students exhibit higher financial literacy levels than male students; students in the Gastronomy program have lower financial literacy levels compared to students in other programs; first-year students display lower levels of financial literacy than upper-year students; and students whose fathers are literate have higher levels of financial literacy than those whose fathers are illiterate or university graduates.

Keywords: Financial Literacy, University Students, Financial Knowledge

¹ TÜBİTAK 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Desteği Programı kapsamında 2024 1. Dönem başvurusu sonucunda kabul edilen projeden türetilmiştir.

Üniversite Öğrencilerinin Finansal Okur Yazarlık Düzeylerinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Örneği

Öz

Son dönemde finansal piyasalarda işlem gören ürünlerin daha karmaşık hale gelmesi, finansal araç sayısının artması, insan ömrünün uzaması, emeklilik planlamasına yönelik olarak yapılan düzenlemeler, salgın hastalıklar ve krizler bireylerin finansal kararlar almalarını zorlaştırmış ve finansal okuryazarlığın önemi artmıştır. Finansal okuryazarlık, yeterli finansal bilginin kazanılması suretiyle sağlıklı finansal karar alma yönünde gösterilen tutum ve davranışları kapsamaktadır. Bireylerin özellikle üniversite eğitimi alan öğrencilerin finansal okuryazarlık konusunda bilinçlendirilmesi tüketim ve tasarruf konusunda daha rasyonel kararlar alınmasını ve sahip olunan varlıkların daha iyi yönetilmesini sağlayacaktır. Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi'nde eğitim gören öğrencilerine anket uygulanmış ve elde edilen veriler üzerinden fark analizleri uygulanmıştır. Araştırma sonucunda; kız öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyesinin erkek öğrencilere göre daha yüksek olduğunu, Gastronomi bölümü öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyesinin diğer bölümlerden daha düşük olduğunu, 1. Sınıf öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyesinin üst sınıflardan daha düşük olduğunu ve babası okuryazar olan öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyesinin babası okuryazar olmayan ve üniversite mezunu olan öğrencilere göre daha yüksek olduğunu gösteren bulgular elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Finansal Okuryazarlık, Üniversite Öğrencileri, Finansal Bilgi

1. Giriş

Küresel ve teknolojik gelişmeler finansal piyasalarda kullanılan ürün ve hizmetlerin çeşitlenmesini sağlamıştır. Bununla birlikte 2008 küresel krizi ve Covid-19 pandemisi gibi olaylar artan finansal ürünlere dijital bir boyut kazandırarak finansal sistemin derinliğini ve genişliğini artırmıştır. Finansal sistem dijitalleşirken yeni finansal araç ve ürünler kullanılmaya başlanmış ve bu durum farklı tür ve sayıda çeşitli riskleri de beraberinde getirmiştir. Gelişen bir finansal piyasada bir yandan finansal araçlara yatırım yaparak tasarruf etmek diğer yandan makul bir getiri elde ederken riskten korunmak belirli bir düzeyde finansal bilgi gerektirmektedir. Bireylerin ihtiyacı olan finansal bilginin elde edilme sürecinde finansal okuryazarlık kavramı ön plana çıkmıştır.

Finansal okuryazarlık, bireylerin finansal konularda bilgi edinme, elde edilen bilgileri analiz etme, değerlendirme ve uygulama yeteneği olarak ifade edilebilir (Bakır ve Abdi, 2024). Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD)'ne göre finansal okuryazarlık, bireylerin finansal refahlarını iyileştirmek, ekonomik hayata katılmalarını ve finansal konularda rasyonel kararlar alabilmelerini sağlamak amacıyla finansal riskler ve kavramlar ile ilgili bilgi edinmek ve bu bilgiyi uygulama beceresi elde etmektir (OECD, 2011).

Finansal okuryazarlık kavramı; finansal tutum, bilgi ve davranış olmak üzere üç boyuttan meydana gelmektedir. Finansal bilgi, finansal gelişmeleri izleme, finansal ürün ve hizmetleri karşılaştırma ve bu doğrultuda zamanında rasyonel karar verebilme yeteneğini ifade etmektedir. Literatürdeki araştırmalar, yeterli finansal bilgi düzeyinin menkul kıymet yatırımları ve emeklilik planlaması gibi alanlarda daha olumlu karar süreçlerine katkı sağladığını, ayrıca aşırı borçlanma gibi riskleri azalttığını göstermektedir. Finansal tutum, bireyin finansal olaylara yönelik algı ve değerlendirmelerini; finansal davranış ise karar alma sürecinde sergilenen eylemleri kapsamaktadır. Bu iki unsurun bireyin finansal bilgi düzeyiyle uyumlu olması beklenmektedir (OECD, 2017).

Finansal okuryazarlığın geliştirilmesi, bireylerin finansal kavramları anlamalarını, finansal konularda bilinçli görüş oluşturabilmelerini, finansal bilgiyi kendi ekonomik faydalarına uygun şekilde kullanabilmelerini ve geleceğe yönelik daha sağlıklı finansal kararlar almalarını mümkün kılmaktadır (Kutlu, 2019). Ayrıca finansal okuryazarlığın yaygınlaşması, finansal hataların azalmasına, bireylerin daha yüksek kazanç elde etmesine ve küçük tasarrufların zaman içinde birikerek yatırım araçlarına dönüşmesiyle ülke ekonomisine katkı sağlanmasına zemin hazırlamaktadır (Doğan, 2018; Fettahoğlu, 2015).

Finansal okuryazarlığın gerektirdiği bilgi, beceri, tutum ve davranışların kazandırılabilmesi için bireylerin belirli bir finansal altyapıya sahip olması

gerekmekte olup bu altyapı ancak finansal eğitim yoluyla oluşturulabilmektedir (Karavardar ve Şeyranlıoğlu, 2020). Finansal eğitim; finansal kurumlar, piyasalar ve yatırım araçlarına ilişkin bilgilerin edinilmesini, değerlendirilmesini ve etkin bir biçimde kullanılmasını kapsamaktadır (Özçam, 2006). Her ne kadar finansal eğitimin gerekliliğine ilişkin farklı görüşler bulunsada genel kabul, finansal eğitimin bireylerin bilgi düzeyini artırdığı ve daha rasyonel finansal kararlar almalarına katkı sağladığı yönündedir (Altıntaş, 2008).

Finansal eğitim dünya genelinde çoğunlukla üniversite düzeyinde verilen dersler aracılığıyla kazandırılmakta olup, özellikle gelişmiş ülkelerde üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyine daha fazla önem verilmektedir. Bunun nedeni, üniversite öğrencilerinin genç nüfusu temsil etmeleri, yüksek tüketim eğilimine sahip olmaları ve yakın gelecekte iş hayatına katılacak bireyler olarak ekonomik süreçler üzerinde belirleyici bir role sahip olmalarıdır. Günümüzde iş gücünün önemli bir kısmı üniversite mezunlarından oluştuğu için yükseköğretim düzeyindeki finansal eğitimlerin finansal okuryazarlık üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu kabul edilmektedir (Sevim, 2019; Barış, 2016). Bu doğrultuda bu çalışmada, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyleri incelenmekte ve belirli demografik değişkenlerin bu düzey üzerinde farklılık yaratıp yaratmadığı araştırılmaktadır.

Mevcut literatürde Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrencilerinin finansal okuryazarlığını inceleyen çalışmaların yeterli düzeyde olmaması, çalışmanın özgünlüğünü ve literatüre yaptığı katkıyı göstermektedir. Elde edilen bulgular; üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyesi ile ilgili bilgi toplanması, üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık alanında farkındalıklarının artırılması ve Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü'nde verilen finans derslerinin diğer bölümlere kıyasla öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyesi üzerinde etkili olup olmadığının belirlenmesi açısından önem arz etmektedir.

Çalışmada girişin ardından konu ile ilgili literatür incelenmiş, ardından veri kaynakları ve araştırmanın yöntemi ele alınmış, sonrasında toplanan veriler üzerinden gerçekleştirilen analiz sonuçları değerlendirilmiş ve sonuç bölümü ile çalışma tamamlanmıştır.

2. Literatür İncelemesi

Konu ile ilgili literatür incelendiğinde finansal okuryazarlığın çalışanlar, tüketiciler, kadın girişimciler gibi çeşitli gruplar açısından incelendiği görülmektedir (Klapper vd., 2013; Zvarikova ve Majerova, 2014; Serin vd., 2016; Aksoylu vd., 2017; Şaroğlu, 2018; Münyas, 2021; Yamori ve Ueyama, 2022). Bu çalışmada öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyinin

incelenmesine yönelik ulusal ve uluslararası çalışmalar üzerinde durulacaktır.

Shambare ve Rugimbana (2012) çalışmalarında Güney Afrika'da üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyesini araştırmışlardır. Çalışma kapsamında anket tekniği ile veri elde edilmiş ve Ki Kare ve Cramer's V analizleri uygulanmıştır. Çalışma sonuçları, öğrencilerin orta düzeyde finansal okuryazar olduğunu ve temel finansal kavramların pekiştirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Bayram (2014) tarafından yapılan çalışmada Anadolu Üniversitesi İİBF ve Porsuk MYO öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyi belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada anket tekniği ile toplanan veriler üzerinden frekans ve Ki Kare analizleri uygulanmıştır. Araştırma sonucunda Porsuk MYO öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyelerinin İİBF öğrencilerine göre daha düşük olduğunu gösteren kanıtlar ortaya konulmuştur.

Kılıç vd. (2015) yaptıkları çalışmada Gaziantep Üniversitesi öğrencilerine uyguladıkları bir anket üzerinden veri toplayarak öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyelerini araştırmışlardır. Bununla birlikte çalışmada çeşitli demografik değişkenler açısından üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyeleri incelenmiştir. Çalışmada elde edilen sonuçlar, öğrencilerin finansal okuryazarlık başarı düzeyinin %48 olduğunu, erkek öğrencilerin finansal okuryazarlık açısından kız öğrencilere göre daha başarılı olduğunu, internet bankacılığı ve kredi kullanımının okuryazarlık düzeylerini etkilediğini göstermektedir. Bununla birlikte çalışma sonucunda öğrencilerin bireysel bankacılık konusunda daha fazla, yatırım konusunda daha az bilgi sahibi oldukları, güncel finans bilgileri konusunda daha fazla duyarlılığa sahip oldukları ortaya konulmuştur.

Kozina ve Ponikvar (2015) tarafından yapılan çalışmada, Slovenya Ljubljana Üniversitesi'nin ekonomi ve eğitim fakültesi öğrencileri üzerinde anket uygulanarak öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyeleri incelenmiştir. Çalışma sonucunda, programlarında ekonomi dersi alan öğrencilerin eğitim fakültesi öğrencilerine göre daha yüksek finansal bilgiye sahip olduklarını gösteren bulgular elde edilmiştir. Sonuçlar, ekonomi/finans derslerine katılımın finansal okuryazarlığa katkı sağladığını göstermektedir.

Felipe vd. (2017) çalışmalarında Meksika'nın kuzeyindeki üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyini araştırmışlardır. Çalışma kapsamında anket kullanılarak toplanan veriler üzerinden yapısal eşitlik modeli kullanılarak analiz gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, üniversite öğrencilerinin finansal tutumlarının finansal davranışlarını etkilediği, finansal bilgilerinin finansal davranışlarını etkilemediği, öğrencilerin finansal okuryazarlık başarı seviyesinin düşük olduğu sonucuna varılmıştır.

Kocabıyık ve Teker (2018) tarafından yapılan çalışmada Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyini incelenmiştir. Öğrencilere uygulanan anket aracılığıyla toplanan veriler üzerinden Mann-Whitney U testi yapılmıştır. Çalışma sonucunda finansal okuryazarlık açısından erkeklerin kadınlara göre daha başarılı olduklarını, annelerin eğitim seviyesinin öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyini etkilemediğini ve iktisadi ve idari bölümlerde okuyan öğrencilerin diğer bölüm öğrencilerine göre daha başarılı olduklarını gösteren bulgular elde edilmiştir.

Oseifuah vd. (2018) çalışmalarında Gana'nın kuzey bölgesindeki üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyelerini araştırmışlardır. Çalışmada özellikle cinsiyet, yaş, öğrenim programı, öğrenim yılı, ebeveyn gelir düzeyi ve öğrencinin mali durumunun finansal okuryazarlıkla ilişkili olup olmadığı incelenmiştir. Anket tekniği ile elde edilen verileri analiz etmek için lojistik regresyon ve Ki-Kare yöntemleri kullanılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre; öğrencilerin para yönetimi konusundaki deneyimleri, finansal okuryazarlıklarını olumlu yönde etkilemekte, finansal okuryazarlık, öğrencilerin tasarruf eğilimlerini etkilememekte ve öğrencilerin aylık cep harçlıkları arttıkça tasarruf eğilimleri de artmaktadır.

Philippas ve Avdolulas (2019) çalışmalarında Yunanistan'da finansal kıvrılganlık, finansal okuryazarlık ve finansal refah kavramları arasındaki ilişki üniversite öğrencileri özelinde incelemiştir. Anket ile elde edilen veriler çapraz tablolama, ki-kare testleri, lojistik regresyonlar ve marjinal etki yöntemleri kullanılarak analiz edilmiştir. Sonuçlar, erkek öğrencilerin, harcama kaydı tutan öğrencilerin ve babaları yüksek eğitilmiş olanların finansal okuryazarlık seviyesinin daha yüksek olduğunu ve finansal okuryazarlığı yüksek olan öğrencilerin beklenmedik bir finansal şokla daha iyi başa çıkabildiğini göstermektedir.

Bağcı ve Arabacı (2019) çalışmalarında Aksaray Üniversitesi İİBF öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini araştırmışlardır. Çalışmada ortaya konulan sonuçlar öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyesinin çok düşük olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte çalışma sonucunda; babanın mesleği, ailenin geliri, kredi kartına sahip olma, kredi kartının asgari tutarını ödeyebilme, kredi kartı limiti, gelir-gider düzeyi, finansal okuryazarlık eğitimi, temel finans bilgisi, finansal okuryazarlık yeterliliği ve hangi finansal araçlara hangi bilgi kaynakları kullanılarak yatırım yapıldığı gibi faktörlerin finansal okuryazarlık seviyesini etkilediği görülmüştür.

Sönmez ve Kılıç (2020) tarafından yapılan çalışmada Kastamonu Üniversitesi Bankacılık ve Finans bölümünde eğitim gören öğrencilerin finansal okuryazarlık, finansal tutum ve finansal bilgi ile ilgili davranışları incelenmiştir. Ki kare analizinin yapıldığı çalışma sonucunda yaş ve cinsiyet dışındaki demografik değişkenler ile finansal okuryazarlık seviyesi arasında anlamlı ilişkiler ortaya konulmuştur. Bununla birlikte çalışmada, finansal

tutum ve finansal okuryazarlık seviyesi arasında da anlamlı ilişkilerin olduğunu gösteren bulgular elde edilmiştir.

Tekin ve Dursun (2021) yaptıkları çalışmada Adnan Menderes Üniversitesi Nazilli İİBF öğrencilerinin finansal okuryazarlık çerçevesinde bilgi, tutum ve davranış düzeylerini araştırmışlardır. Anket tekniği ile elde edilen veriler üzerinden frekans, faktör, bağımsız gruplar t testi, ANOVA ve Ki-Kare analizleri yapılmıştır. Çalışma sonuçları; finansal okuryazarlık ile ebeveynlerin eğitim durumları arasında bir ilişki olmadığını; finansal okuryazarlık ile cinsiyet arasında ilişki olduğunu; finansal kavramların bilinirlik düzeyi ile cinsiyet ve bölüm arasında ilişki olduğunu ve hazine bonusu, ek limit, faiz oranları ve risk-getiri oranları, kavramlarının öğrenciler tarafından en fazla bilinen finansal kavramlar olduğunu göstermektedir.

Ninan ve Kurian (2021) çalışmalarında Hindistan'da finansal okuryazarlığın üniversite öğrencilerinin finansal davranışları üzerindeki etkisini analiz etmişlerdir. Ayrıca çalışmada, cinsiyet, ders türü ve gelir gibi çeşitli demografik faktörlerin öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyesini nasıl etkilediği de incelenmektedir. Anket üzerinden elde edilen veriler bağımsız örneklem t testi, ANOVA ve regresyon analizine tabi tutulmuştur. Çalışma sonucunda, finansal okuryazarlığın öğrencilerin finansal davranışları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu ve öğrencilerin demografik özellikleri ile finansal okuryazarlık arasında anlamlı bir ilişki olduğu yönünde bulgular elde edilmiştir.

Tüfekçi ve Dilek (2022) tarafından yapılan çalışmada Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyleri incelenmiştir. Anket aracılığıyla toplanan veriler kullanılarak t-testi ve ANOVA analizleri yapılmıştır. Çalışma sonucunda üst sınıftaki öğrencilerin finansal okuryazarlıklarının hazırlık sınıfı öğrencilerinden daha yüksek olduğu, Finans ve Bankacılık Bölümü öğrencilerinin İlahiyat Bölümü öğrencilerine göre finansal okuryazarlık açısından daha başarılı olduğu ve ailesinin geliri yüksek olan öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyelerinin ailesinin geliri düşük olan öğrencilere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Khalisharani vd. (2022) çalışmalarında Endonezyalı ve Malezyalı lisans öğrencileri arasında finansal okuryazarlığın ve finansal davranışa yönelik tutumun etkisini analiz etmişlerdir. Veriler, kolayda örnekleme tekniği kullanılarak anket yoluyla toplanmıştır. Çalışma sonuçları genel olarak, öğrencilerin finansal okuryazarlıklarının orta seviyede, finansal tutum ve davranışlarının ise zayıf olduğunu ortaya koymuştur. Bununla birlikte çalışmada, Endonezyalı öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyelerinin Malezyalı öğrencilerden daha iyi olduğu, Malezyalı öğrencilerin ise daha iyi finansal tutum ve davranış puanlarına sahip olduğu yönünde kanıtlar elde edilmiştir. Çoklu regresyon sonuçları, finansal tutumun Endonezyalı ve Malezyalı öğrenciler ve grup arasında finansal davranış üzerinde olumlu bir

etkiye sahip olduğunu, finansal okuryazarlığın Malezya hariç, katılımcılar arasında finansal davranışlar üzerinde olumsuz bir etkisinin olduğunu ve yaş, not ortalaması ve gelir gibi öğrenci özelliklerinin finansal davranışlar üzerinde önemli bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

Yürük (2023) çalışmasında Dicle Üniversitesi öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyini araştırmıştır. Çalışmada anket tekniği ile elde edilen veriler t testi ve ANOVA gibi analizlere tabi tutulmuştur. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular erkek öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyelerinin kız öğrencilere göre daha düşük olduğunu göstermektedir.

Blay vd. (2024) çalışmalarında Gana'da finansal okuryazarlık ve borsa katılımının belirleyicilerini ve Gana'daki üniversite öğrencileri arasında finansal okuryazarlık ve borsa katılımı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Anket ile elde edilen veriler ANOVA ve çoklu regresyon analizi kullanarak analiz edilmiştir. Çalışmanın bulguları, öğrencilerin bileşik faiz, paranın zaman değeri, enflasyon, hisse senetleri, tahviller, yatırım fonları ve yatırım riski çeşitlendirmesi dahil olmak üzere çeşitli finansal okuryazarlık alanlarında sınırlı bilgiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, çalışma erkek, yaşlı, lisansüstü öğrencileri ve daha fazla çalışma deneyimine sahip olanların nispeten finansal okuryazarlık düzeyinin daha yüksek ve borsa faaliyetlerinde aktif katılımcılar olduğunu belirlemiştir. Bununla birlikte Gana'da finansal okuryazarlık ile borsa katılımı arasında pozitif bir ilişki olduğunu gösteren kanıtlar elde edilmiştir.

3. Araştırmanın Örnekleme

Bu çalışmada Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyi incelenmekte ve demografik özelliklerin finansal okuryazarlık düzeyi açısından farklılık yaratıp yaratmadığı araştırılmaktadır. Araştırmanın evrenini Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Bankacılık ve Sigortacılık, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Rekreasyon Yönetimi, Turizm Rehberliği, Uluslararası Ticaret ve Lojistik ve Yeni Medya ve İletişim bölümlerinde kayıtlı olan öğrenciler oluşturmaktadır. 2024-2025 eğitim öğretim yılı itibarıyla Uygulamalı Bilimler Fakültesi bünyesinde kayıtlı olan öğrenci sayısı 1079'dur. Araştırma kapsamında aşağıdaki denklem kullanılarak örneklem sayısı belirlenmiştir (Barlett vd., 2001):

$$n_o = \frac{t^2 \times pxq}{d^2} \quad n_1 = \frac{n_o}{1 + n_o / \text{Anakütle}} \quad (1)$$

Yukarıdaki denklemde t belirli bir güven düzeyine karşılık gelen tablo z değerini (burada %5 anlamlılık düzeyinde 1,96 alınmıştır), d (0,05) hata payını, p (0,5) olayın gözlemlenme oranını, q (0,5) olayın gözlemlenmeme oranını ve n_1 örneklem sayısını ifade etmektedir. Denklem 1'de güven aralığı

%95, hata payı %5 olarak alınmış ve 1079 kişilik bir evrende örneklem sayısı 283 olarak belirlenmiştir. Sonrasında Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Bankacılık ve Sigortacılık, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Yönetimi ve Yeni Medya ve İletişim bölümlerinde eğitimine devam eden 245 öğrenciye ulaşılarak anket formlarının Mayıs - Haziran 2025 tarihleri arasında doldurulması sağlanmıştır. Rekreasyon Yönetimi, Turizm Rehberliği bölümleri Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi'nin Ermenek yerleşkesinde olduğundan bu bölümlerde eğitim gören öğrencilerin ankete katılımları sağlanamamıştır.

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu Kılıç vd. (2015) tarafından Gaziantep Üniversitesi öğrencileri üzerinde uygulanan anket soruları kullanılarak oluşturulmuştur. Söz konusu anket sekiz bölümden meydana gelmektedir. Birinci bölümde, öğrencilerin genel ekonomi ve finans (EF), ikinci bölümde bankacılık (BB), üçüncü bölümde emeklilik ve sigortacılık (ES), dördüncü bölümde finansal tablolar (FT), beşinci bölümde yatırım (YA), altıncı bölümde vergi ve mevzuat (VM) ve yedinci bölümde genel matematik ve faiz (MF) kavramları ile ilgili sorular yer almaktadır. İlk altı bölümde yer alan sorular “Doğru”, “Yanlış” ve “Fikrim Yok” cevap seçeneklerine sahiptir. Yedinci bölüm soruları faiz ve genel matematik hesaplamalarını içermekte olup çoktan seçmeli bir yapıya sahiptir. Anketin sekizinci bölümü ise öğrencilere ilişkin cinsiyet, yaş, bölüm, kredi kartı kullanma durumu, internet bankacılığı kullanma durumu ve bireysel emeklilik sistemine gibi demografik sorulardan oluşmaktadır. Anket verileri SPSS paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Bu çalışma etik kurul izni gerektirmekte olup Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun 24.04.2025 tarih ve 05-2025/149 sayılı kararı ile araştırma için gerekli izin alınmıştır.

4.Araştırmanın Yöntemi

Çalışma kapsamında öncelikle verilerin normal dağılıp dağılmadığı incelenmiştir. Normal dağılıma ilişkin olarak Shapiro-Wilk ve Kolmogorov-Smirnov testleri ile basıklık ve çarpıklık değerleri kullanılmıştır. Ardından demografik özellikler arasında finansal okuryazarlık seviyeleri açısından istatistiksel olarak farklılık olup olmadığının belirlenmesinde fark analizleri uygulanmıştır.

Finansal okuryazarlık seviyesinin; kredi kartı kullanımı, cinsiyet, bireysel emeklilik sistemine katılım durumu ve internet bankacılığı kullanımı unsurları açısından farklılık gösterip göstermediği belirlenirken iki bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. İki bağımsız örneklem t testi, iki farklı örneklem grubunun belirli bir faktöre ait ortalamalarını karşılaştırmakta olup testin sıfır hipotezi örneklem arasında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018; Mishra vd., 2019).

Bölüm, sınıf, babanın ve annenin eğitim seviyesi gibi demografik özelliklerin finansal okuryazarlık seviyesi açısından farklı olup olmadığı varyans analizi ile belirlenmeye çalışılmıştır. Varyans analizi ikiden fazla grubun ortalamalarının birbirine eşit olup olmadığını tespit etmek için kullanılmaktadır. Varyans analizinde bağımsız değişkenler faktör olarak ifade edilmekte olup tek bir faktöre ilişkin ikiden fazla grubun ortalamaları tek yönlü ANOVA testi ile karşılaştırılmaktadır. Bu testin sıfır hipotezi grup ortalamaları arasında anlamlı bir farkın olmadığını ifade etmektedir. Gruplar arasında farklılık olması halinde, farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Post Hoc testleri kullanılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018). Çalışmanın hipotezleri aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

H1: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyeleri, cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H2: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyeleri, bölümlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H3: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyeleri, sınıflarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H4: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyeleri, kredi kartı kullanım durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H5: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyeleri, internet bankacılığı kullanım durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H6: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyeleri, bireysel emeklilik sistemine katılım durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

5. Bulgular

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen analizler sonucunda elde edilen bulgulara bu bölümde yer verilmiştir. Araştırmaya katılım sağlayan bireylerin demografik bilgileri Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1: Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)	Bireysel Sistemine Durumu	Emeklilik Katılım	Frekans	Yüzde (%)
Kadın	115	46,9	Evet		47	19,2
Erkek	130	53,1	Hayır		198	80,8
Babanın Eğitim Seviyesi	Frekans	Yüzde (%)	Bölüm	Frekans	Yüzde (%)	
Okuryazar değil	9	3,7	Bankacılık	78	31,8	
Okuryazar	9	3,7	Gastronomi	64	26,1	
İlköğretim	89	36,3	Uluslararası ticaret ve lojistik yönetimi	67	27,3	
Lise	87	35,5	Yeni Medya	36	14,7	
Üniversite	48	19,6	Kredi Kartı Kullanım Durumu	Frekans	Yüzde (%)	
Lisansüstü	3	1,2	Evet	155	63,3	
Annenin Eğitim Seviyesi	Frekans	Yüzde (%)	Hayır	90	36,7	
Okuryazar değil	13	5,3	Sınıf	Frekans	Yüzde (%)	
Okuryazar	9	3,7	1	98	40	
İlköğretim	129	52,7	2	49	20	
Lise	67	27,3	3	98	40	
Üniversite	24	9,8	İnternet Bankacılığı Kullanım Durumu	Frekans	Yüzde (%)	
Lisansüstü	3	1,2	Evet	236	96,3	
			Hayır	9	3,6	

Tablo 1 göz önünde bulundurulduğunda katılımcıların %46,9'unun kadın, %53,1'inin ise erkek öğrencilerden oluştuğu görülmektedir. Bununla birlikte çalışmaya katılanların büyük bir bölümü Bankacılık ve Sigortacılık bölümü (%31,8) ve 1. ve 3. Sınıf öğrencilerinden (%40) oluşmaktadır. Anketi cevaplayan öğrencilerin babalarının ve annelerinin eğitim seviyesi büyük oranda ilköğretim (sırasıyla %36,3 ve %52,7) düzeyindedir. Çalışmaya dahil olan öğrencilerin büyük bir bölümü kredi kartı (%63,3) ve internet bankacılığı (%96,3) kullanırken, bireysel emeklilik açısından birçoğunun (%80,8) sisteme katılımı bulunmamaktadır.

Tablo 2: Normal Dağılıma İlişkin Test Sonuçları

	Kolmogorov-Smirnov		Shapiro-Wilk		Çarpıklık	Basıklık
	İst.	p	İst.	p	İst.	İst.
EF	0,110	0,000	0,962	0,000	-0,182	-0,433
BB	0,183	0,000	0,903	0,000	-0,652	-0,431
ES	0,211	0,000	0,884	0,000	-0,577	0,680
FT	0,184	0,000	0,892	0,000	-0,304	-0,875
YA	0,165	0,000	0,906	0,000	0,070	-1,191
VM	0,237	0,000	0,854	0,000	-0,830	-0,341
MF	0,189	0,000	0,892	0,000	-0,243	-1,257
FO	0,058	0,047	0,985	0,009	-0,385	0,261

Öğrencilerin finansal okuryazarlık bilgi düzeylerini ölçmek için yedi alt kategori (EF, BB, ES, FT, YA, VM, MF) içerisinde sorulan sorulara verilen cevaplar üzerinden her bölüm için başarı puanı elde edilmiştir. Bununla birlikte bütün kategorilerin toplamı üzerinden finansal okuryazarlık genel başarı puanı (FO) hesaplanmıştır. Söz konusu değişkenlerin normal dağılıp dağılmadığı Shapiro Wilk ve Kolmogorov-Smirnov, testleri ile basıklık ve çarpıklık değerleri kullanılarak tespit edilmeye çalışılmış ve Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2’de yer alan bütün değişkenlerin Shapiro-Wilk ve Kolmogorov-Smirnov testlerine ilişkin p değerleri 0,05’ten küçüktür. Bu durumda sıfır hipotezinin reddedildiği ve verilerin normal dağılmadığı söylenebilir. Bununla birlikte çarpıklık ve basıklığın ± 2 aralığında değer alması halinde verilerin normal dağılım gösterdiği belirtilmektedir (George ve Mallery, 2020). Değişkenlere ait çarpıklık ve basıklık değerleri ± 2 aralığında olması verilerinin normal dağıldığını göstermektedir. Her bir kategori için elde edilen puanların demografik değişkenlere göre aldığı değerler Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3. Demografik Özelliklere Ait Başarı Puanları

		EF	BB	ES	FT	YA	VM	MF	FO
Cinsiyet	Genel Ortalama	13,62	10,52	8,84	6,90	6,82	9,26	7,37	62,70
	Kadın	14,22	10,87	8,83	6,61	7,40	9,43	7,85	64,63
	Erkek	12,10	9,73	8,17	6,76	5,98	8,74	6,73	57,58
Bölüm	Bankacılık	13,50	12,41	10,04	7,33	7,09	10,05	6,10	65,68
	Gastronomi Uluslararası	11,11	7,92	6,03	5,33	5,33	6,61	5,84	47,69
	Ticaret ve Lojistik	13,76	9,70	8,55	7,18	7,28	9,75	9,39	65,12

		Yönetimi							
Yeni Medya		14,50	10,83	9,33	6,81	6,83	10,00	8,31	66,11
Babanın Eğitim Seviyesi	Okuryazar değil	11,11	5,89	8,00	5,33	5,00	7,11	8,11	50,22
	Okuryazar	17,56	13,89	10,56	9,67	8,56	9,67	8,89	78,11
	İlköğretim	12,70	10,78	8,66	6,48	6,37	8,87	6,91	60,15
	Lise	14,17	10,26	8,09	6,40	7,05	9,44	7,48	62,37
	Üniversite	11,13	9,17	8,31	7,08	6,19	8,79	7,02	56,98
	Lisansüstü	17,67	15,00	12,33	10,00	9,67	12,33	7,33	83,00
Annenin Eğitim Seviyesi	Okuryazar değil	13,23	9,62	9,54	7,00	4,69	8,54	7,77	59,92
	Okuryazar	12,78	10,67	8,11	5,11	6,22	8,89	6,67	57,78
	İlköğretim	13,03	10,56	8,32	6,86	7,16	9,16	7,42	61,87
	Lise	13,04	10,04	8,69	6,51	6,13	9,06	7,09	59,97
	Üniversite	13,04	8,92	7,88	6,29	6,13	8,46	6,71	57,00
	Lisansüstü	17,67	15,00	12,33	10,00	9,67	12,33	8,00	84,00
Sınıf	1	12,40	9,17	7,65	6,37	6,06	8,42	6,66	56,09
	2	14,90	11,31	8,14	7,12	6,90	9,51	7,04	64,35
	3	12,89	10,84	9,48	6,80	7,10	9,48	7,96	63,96
Kredi Kartı Kullanımı	Evet	13,05	10,51	8,77	6,94	6,94	9,30	7,32	62,15
	Hayır	13,17	9,84	7,99	6,27	6,14	8,64	7,14	58,71
İnternet Bankacılığı Kullanımı	Evet	13,03	10,28	8,48	6,73	6,58	9,03	7,31	60,83
	Hayır	15,50	9,88	9,00	6,00	8,63	10,13	6,38	64,88
Bireysel Emeklilik Sistemine Katılım	Evet	13,49	10,68	8,94	6,66	6,43	9,19	8,57	63,32
	Hayır	13,00	10,17	8,37	6,70	6,70	9,03	6,94	60,31

Tablo 3 incelendiğinde; cinsiyete göre kız öğrencilerin, bölüm bazında Yeni Medya bölümü öğrencilerinin, eğitim açısından anne ve babası lisansüstü eğitim seviyesine sahip öğrencilerin, sınıfa göre 2. Sınıf öğrencilerinin, kredi kartı kullanımı fazla olan öğrencilerin, internet bankacılığı kullanmayan ve bireysel emeklilik sistemine katılımı olan öğrencilerin finansal okuryazarlık puanının daha yüksek olduğu ve öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyesinin yüksek olduğu (%62,70) görülmektedir.

Alt kategoriler bazında finansal tablolar bölümü dışındaki her bölümde kız öğrencilerin daha başarılı olduğu; temel düzeyde ekonomi ve finans bölümünde Yeni Medya öğrencilerinin, bankacılık, sigortacılık, finansal tablolar ve vergi konularında Bankacılık bölümü öğrencilerinin, yatırım ve faiz kategorisinde Lojistik bölümü öğrencilerinin daha başarılı olduğu, Gastronomi bölümü öğrencilerinin tüm kategorilerde daha düşük puan aldığı söylenebilir.

Faiz bölümü dışında tüm bölümlerde babası lisansüstü eğitim seviyesine sahip olan öğrencilerin daha başarılı, faiz kategorisinde ise babasının eğitim düzeyi okuryazar olan öğrencilerin en yüksek, babası okuryazar olmayan

öğrencilerin ise en düşük puana sahip olduğu ve bütün kategorilerde annesi lisansüstü eğitim seviyesine sahip olan öğrencilerin daha başarılı olduğu, kategori bazında düşük puan alanların annenin eğitim seviyesine göre farklılık gösterdiği görülmektedir.

Emeklilik ve sigortacılık, yatırım ve faiz kategorisinde 3. Sınıf, ekonomi ve finans, bankacılık, finansal tablolar ve vergi bölümlerinde 2. Sınıf öğrencilerinin daha başarılı olduğu, 1. Sınıf öğrencilerin tüm kategorilerde daha düşük puan aldığı söylenebilir.

Temel düzeyde ekonomi ve finans bölümü dışında tüm kategorilerde kredi kartı kullanan öğrencilerin; temel düzeyde ekonomi ve finans, sigortacılık, yatırım ve vergi kategorilerinde internet bankacılığı kullanmayan öğrencilerin puanı daha yüksek, bankacılık, finansal tablolar ve faiz kategorilerinde ise internet bankacılığı kullanan öğrencilerin puanı daha yüksektir.

Finansal tablolar bölümü dışındaki tüm bölümlerde bireysel emeklilik sistemine katılan öğrencilerin puanı daha yüksek, finansal tablo kategorisinde ise sisteme katılmayanların puanı daha yüksektir. Öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyesinin demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği bağımsız örneklem t testi ve ANOVA testi ile araştırılmıştır. Kredi kartı kullanım durumu, cinsiyet, bireysel emeklilik sistemine katılım durumu ve internet bankacılığı kullanım durumu değişkenlerine ait t testi sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları

	Grup	n	Ort.	Ss.	t Testi	
					t	p
Cinsiyet	Kadın	115	64,63	18,660	2,873	0,004*
	Erkek	130	57,58	19,667		
Kredi Kartı Kullanım Durumu	Evet	155	62,15	19,467	1,343	0,181
	Hayır	90	58,71	19,269		
İnternet Bankacılığı Kullanım Durumu	Evet	236	60,83	19,481	-0,578	0,564
	Hayır	8	64,88	18,581		
Bireysel Emeklilik Sistemine Katılım Durumu	Evet	47	63,32	19,908	0,953	0,341
	Hayır	198	60,31	19,317		

Tablo 4'te yer alan bulgulara göre finansal okuryazarlık seviyesi açısından kız ve erkek öğrenciler arasında farklılık bulunmaktadır ($p < 0,05$). Kız öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyesine ilişkin ortalama (64,63) erkek öğrencilerin ortalamasından (57,58) daha yüksektir. Buna göre kız öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyesinin erkek öğrencilere göre daha

yüksek olduğu söylenebilir. Bununla birlikte bireysel emeklilik sistemine dahil olma durumu, kredi kartı kullanım durumu ve internet bankacılığı kullanım durumu ile ilgili gruplarda finansal okuryazarlık açısından anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Bölüm, sınıf, babanın ve annenin eğitim seviyesi gibi demografik değişkenlerin finansal okuryazarlık seviyesi açısından farklılık gösterip göstermediğini test eden tek yönlü ANOVA analizi sonuçları Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. Tek Yönlü ANOVA Analiz Sonuçları

	Grup	n	Ort.	Ss		K.T.	sd	K.O.	F	p
Babanın Eğitim Seviyesi	Okuryazar değil	9	50,22	22,393	G.A.	6133,270	5	1226,654		
	Okuryazar	9	78,11	19,618	G.İ.	85948,755	239	359,618		
	İlköğretim	89	60,15	17,646	Top.	92082,024	244		3,411	0,005*
	Lise	87	62,37	18,315						
	Üniversite	48	56,98	21,791						
	Lisansüstü	3	83,00	12,124						
Annenin Eğitim Seviyesi	Okuryazar değil	13	59,92	17,675	G.A.	2244,846	5	448,969		
	Okuryazar	9	57,78	29,503	G.İ.	89837,179	239	375,888		
	İlköğretim	129	61,87	17,267	Top.	92082,024	244		1,194	0,313
	Lise	67	59,97	21,076						
	Üniversite	24	57,00	22,128						
	Lisansüstü	3	84,00	13,856						
Sınıf	1	98	56,09	20,500	G.A.	3764,912	2	1882,456		
	2	49	64,35	15,746	G.İ.	88317,112	242	364,947	5,158	0,006*
	3	98	63,96	19,171	Top.	92082,024	244			
Bölüm	Bankacılık	78	65,68	16,672	G.A.	15124,687	3	5041,562		
	Gastronomi	64	47,69	19,957	G.İ.	76957,338	241	319,325		
	Uluslararası Ticaret ve Lojistik Yönetimi	67	65,12	17,961	Top.	92082,024	244		15,788	0,000*
	Yeni Medya	36	66,11	16,188						

Tablo 5 incelendiğinde finansal okuryazarlık seviyesinin; babanın eğitim seviyesi, bölüm ve sınıf değişkenleri açısından farklılık gösterdiği görülmektedir (sırasıyla $F = 3,411$ ve $p < 0,05$, $F = 5,158$ ve $p < 0,05$, $F = 15,788$ ve

$p < 0,05$). Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için Post Hoc testlerinden biri olan Tukey HSD testi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 6, 7 ve 8'de sunulmuştur.

Tablo 6. Bölüme İlişkin Çoklu Karşılaştırma Tukey HSD Analiz Sonuçları

Bağımlı Değişken	(I) Bölüm	(J) Bölüm	Ort. Farkı (I-J)	Std. Hata	p	
FO	Bankacılık	Gastronomi	17,992*	3,014	0,000	
		Uluslararası ticaret ve lojistik yönetimi	0,560	2,977	0,998	
		Yeni Medya	0,-432	3,601	0,999	
	Gastronomi	Bankacılık	-	3,014	0,000	
		Uluslararası ticaret ve lojistik yönetimi	17,992*	-	3,123	0,000
		Yeni Medya	17,432*	-	3,723	0,000
	Uluslararası ticaret ve lojistik yönetimi	Bankacılık	-	18,424*	-	0,000
		Gastronomi	-0,560	2,977	0,998	
		Yeni Medya	17,432*	3,123	0,000	
	Yeni Medya	Bankacılık	-0,992	3,693	0,993	
		Gastronomi	0,432	3,601	0,099	
		Uluslararası ticaret ve lojistik yönetimi	18,424*	3,723	0,000	

Tablo 6'da elde edilen bulgulara göre; bölüm öğrencileri arasında Gastronomi bölümü öğrencileri aleyhine finansal okuryazarlık seviyesi anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bu durumda Bankacılık, Yeni Medya ve Lojistik bölümü öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyesi Gastronomi bölümü öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyelerinden daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 7. Sınıfa İlişkin Çoklu Karşılaştırma Tukey HSD Analiz Sonuçları

Bağımlı Değişken	(I) Sınıf	(J) Sınıf	Ort. Farkı (I-J)	Std. Hata	p
FO	1	2	-8,255*	3,342	0,038
		3	-7,867*	2,729	0,012
	2	1	8,255*	3,342	0,038
		3	,388	3,342	0,993
	3	1	7,867*	2,729	0,012
		2	-,388	3,342	0,993

Tablo 7 incelendiğinde sınıflar arasında 1. Sınıflar aleyhine finansal okuryazarlık seviyesi açısından anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmektedir. Bu durumda 2.ve 3. Sınıfta eğitim gören öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyesinin 1. sınıfta bulunan öğrencilere göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 8. Baba Eğitim Seviyesine İlişkin Çoklu Karşılaştırma Tukey HSD Analiz Sonuçları

Bağımlı Değişken	(I) Babanın Eğitim Seviyesi	(J) Babanın Eğitim Seviyesi	Ort. Farkı (I-J)	Std. Hata	p
FO	Okuryazar değil	Okuryazar	-27,889*	8,940	0,025
		İlköğretim	-9,924	6,633	0,667
		Lise	-12,146	6,640	0,449
		Üniversite	-6,757	6,888	0,924
		Lisansüstü	-32,778	12,642	0,103
	Okuryazar	Okuryazar değil	27,889*	8,940	0,025
		İlköğretim	17,965	6,633	0,077
		Lise	15,743	6,640	0,171
		Üniversite	21,132*	6,888	0,029
		Lisansüstü	-4,889	12,642	0,999
	İlköğretim	Okuryazar değil	9,924	6,633	0,667
		Okuryazar	-17,965	6,633	0,077
		Lise	-2,222	2,859	0,971
		Üniversite	3,167	3,396	0,938
		Lisansüstü	-22,854	11,132	0,316
	Lise	Okuryazar değil	12,146	6,640	0,449
		Okuryazar	-15,743	6,640	0,171
		İlköğretim	2,222	2,859	0,971
		Üniversite	5,389	3,410	0,612
		Lisansüstü	-20,632	11,136	0,434
	Üniversite	Okuryazar değil	6,757	6,888	0,924
		Okuryazar	-21,132*	6,888	0,029
		İlköğretim	-3,167	3,396	0,938
		Lise	-5,389	3,410	0,612
		Lisansüstü	-26,021	11,286	0,196
	Lisansüstü	Okuryazar değil	32,778	12,642	0,103
		Okuryazar	4,889	12,642	0,999
		İlköğretim	22,854	11,132	0,316
Lise		20,632	11,136	0,434	
Üniversite		26,021	11,286	0,196	

Tablo 8’de yer alan sonuçlara göre babanın eğitim seviyesini gösteren gruplar arasında babası okuryazar olan öğrenciler lehine finansal okuryazarlık açısından anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Başka bir ifade ile babası okuryazar olan öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyesi, babası okuryazar olmayan ve üniversite mezunu olan öğrencilere göre daha yüksektir.

6.Sonuç

Toplumun temel yapı taşı olan bireylerin finansal okuryazarlık seviyesinin artırılması açısından eğitim sürecinde öğrenilen bilgilerin ve kazanılan davranışların önemi büyüktür. Eğitim süreci içerisinde üniversite döneminde alınan finansal eğitimler de finansal okuryazarlık konusunda büyük ölçüde farkındalık yaratabilmektedir. Bu nedenle üniversite öğrencilerinin finansal

okuryazarlık seviyesinin incelenmesi ve elde edilen bulgular çerçevesinde farkındalık oluşturulması önem arz etmektedir. Bu bağlamda çalışma kapsamında üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyeleri incelenmiştir. Bu çerçevede Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Bankacılık ve Sigortacılık, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Yönetimi ve Yeni Medya ve İletişim bölümlerinde eğitimine devam eden 245 öğrenciye uygulanan anket üzerinden veriler elde edilmiştir.

Anket formunun hazırlanmasında Kılıç vd. (2015) tarafından Gaziantep Üniversitesi öğrencileri üzerinde uygulanan anket sorularından faydalanılmıştır. Anket içerisinde yer alan sorular öğrencilerin; yatırım, genel ekonomi ve finans, vergi ve mevzuat, emeklilik ve sigortacılık, bankacılık, finansal tablolar ve matematik ve faiz hesaplamaları konusundaki bilgi düzeylerini incelemeyi amaçlamaktadır. Ankette alt kategorilerde yer alan sorulara verilen cevaplar göz önünde bulundurularak öğrencilerin finansal okuryazarlık puanları elde edilmiştir. Hem finansal okuryazarlık hem de alt bölümler açısından elde edilen puanlar demografik değişkenlere göre değerlendirilmiştir. Bununla birlikte öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyelerinin demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü ANOVA analizleriyle belirlenmeye çalışılmıştır.

Demografik değişkenlerin finansal okuryazarlık başarı puanı için elde edilen ortalamaları dikkate alındığında cinsiyete göre kız öğrencilerin, bölüm bazında Yeni Medya bölümü öğrencilerinin, eğitim açısından anne ve babası lisansüstü eğitim seviyesine sahip öğrencilerin, sınıfa göre 2. Sınıf öğrencilerinin, kredi kartı kullanan öğrencilerin, internet bankacılığı kullanmayan ve bireysel emeklilik sistemine katılımı olan öğrencilerin finansal okuryazarlık puanının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bununla birlikte bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü ANOVA analizleri sonucunda elde edilen sonuçlar; kız öğrencilerin finansal okuryazarlık başarı düzeyinin erkek öğrencilere göre, Bankacılık, Yeni Medya ve Lojistik bölümü öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyesinin Gastronomi bölümü öğrencilerine göre, 2.ve 3. Sınıf öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyesinin 1. Sınıf öğrencilerine göre ve babası okuryazar olan öğrencilerin finansal okuryazarlık başarı düzeyinin babası okuryazar olmayan ve üniversite mezunu olan öğrencilere göre daha iyi olduğunu göstermektedir.

Çalışmada elde edilen bulgular Yürük (2023), Ninan ve Kurian (2021), Tekin ve Dursun (2021), Bağcı ve Arabacı (2019), Kocabıyık ve Teker (2018), Kılıç vd. (2015) ve Kozina ve Ponikvar (2015) tarafından yapılan çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

Çalışma kapsamında ankete katılan Bankacılık ve Sigortacılık, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Yönetimi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları ve Yeni Medya

ve İletişim bölümü öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyelerinin genel olarak yüksek olduğu (%62,7) görülmektedir. Finans derslerinin fazla olduğu Bankacılık bölümünde bazı alt kategoriler ve finansal okuryazarlık seviyesi açısından yüksek puanlar elde edilmesi, verilen finansal eğitimin finansal okuryazarlığa katkı sağladığını göstermiştir. Bununla birlikte anne ve babası lisansüstü eğitim mezunu olan öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyesinin yüksek olması, finansal okuryazarlığın desteklenmesinde aile bireylerinin eğitiminin önemli olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca kız öğrencilere göre finansal okuryazarlık seviyesi düşük olan erkek öğrencilerin finansal okuryazarlık açısından desteklenmesi gerekmektedir. Buna ilaveten kredi kartı kullanımının ve bireysel emeklilik sistemine dahil olmak gibi finansal okuryazarlığa katkı sağladığı söylenebilir.

Fark analizlerinde ortaya çıkan, Gastronomi bölümünde finansal okuryazarlık seviyesinin diğer bölümlerden daha düşük olduğu yönünde elde edilen sonuçlar, bu bölümde finans derslerinin müfredata yerleştirilerek öğrencilerin finansal okuryazarlık seviyesinin desteklenmesi gerektiğini ortaya koymuştur. Bununla birlikte 1. sınıfların finansal okuryazarlık seviyesinin diğer sınıflardan düşük olduğu gösteren sonuçlar çerçevesinde, finansal okuryazarlığın artırılması için birinci sınıf müfredatlarına finansal okuryazarlığı destekleyen derslerin konulması tavsiye edilebilir.

Çalışma kapsamında kullanılan anketten elde edilen bulguların sadece Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrencileri için genellenebilir olması, elde edilen bulguların belirli sınırlılığa sahip olduğunu göstermektedir. Sonuçların ulusal düzeyde tartışılabilmesi açısından, Türkiye’de bulunan tüm üniversite öğrencilerinin katılımıyla, daha fazla sayıda analiz yöntemiyle çok yönlü ve ulusal çalışmaların yapılması önerilebilir.

Kaynakça

- Aksoylu, S., Boztosun, D., Altınışik, F. & Baraz, E. H. (2017). A baseline investigation of financial literacy levels: The case of Kayseri province. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 75, 229 – 246. <https://doi.org/10.25095/mufad.399911>
- Altıntaş, K. M. (2008). *Bireysel yatırımcılar açısından finansal eğitimin önemi*. Sigorta Araştırma ve İnceleme Yayınları. İstanbul.
- Bağcı, H., & Arabacı, S. M. (2019). Finansal okuryazarlık düzeyinin ve finansal okuryazarlığı etkileyen faktörlerin belirlenmesi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(3), 68-88. <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v7i3.1232>
- Bakır, M., & Abdi, Y. (2024). Eğitimin finansal okuryazarlık düzeyine etkisi: üniversite bölümleri arasında bir analiz. *Journal of Economics, Finance and Sustainability*, 2(1), 36-62.
- Barış, S. (2016). Finansal okuryazarlık ve bütçeleme davranışı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *TESAM Akademi Dergisi*, 3(2), 18-38.
- Barlett, J. E., Kotrlik, J. W. & Higgins, C. C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19(1), 43-50.
- Bayram, S. S. (2014). Finansal okuryazarlık ve para yönetimi davranışları: Anadolu Üniversitesi öğrencileri üzerine uygulama. *Business & Management Studies: An International Journal*, 2(2), 105-135. <https://doi.org/10.15295/bmij.v2i2.68>
- Blay, M. W., Musah, A., Ayariga, C., & Okyere, D. O. (2024). Determinants of financial literacy and its effect on stock market participation among university students in Ghana. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 14(2), 15.
- Doğan, D. (2018). Kuşaklar arasındaki finansal okuryazarlık seviyesi üzerinde sosyal medya ile kitle iletişim araçlarının etkisinin irdelenmesi [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Felipe, I. J. D. S., Ceribeli, H., & Lana, T. Q. (2017). Investigating the level of financial literacy of university students. *Revista de Administração, Contabilidade e Economia-RACE*, 16. <https://ssrn.com/abstract=3087554>
- Fettahoğlu, S. (2015). Hane halkının finans eğitimi ve finansal okuryazarlık düzeyleri üzerine Kocaeli'nde bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 67, 101-116. <https://doi.org/10.25095/mufad.396581>

Ügüten, E, Altınsoy, M. & Özmerdinalı, A. (2026). A Study on the Financial Literacy Levels of University Students: The Case of Karamanoğlu Mehmetbey University. *Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies*, x (x), 1-23. doi:10.48064/equinox.1831480

George, D. & Mallery, P. (2020). *SPSS For Windows Step by Step. A Simple Study Guide and Reference*. Boston: Pearson Education, Inc.

Gürbüz, S. & Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: Felsefe, yöntem, analiz* (Gözden geçirilmiş ve güncellenmiş 5. baskı). Seçkin Yayıncılık.

Karavardar, A., & Şeyranlıoğlu, O. (2020). Finans eğitiminin finansal okuryazarlık üzerindeki etkisi: Giresun üniversitesi öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Mali Çözüm Dergisi*, 30(162).

Khalisharani, H., Johan, I. R., & Sabri, M. F. (2022). The influence of financial literacy and attitude towards financial behaviour amongst undergraduate students: A cross-country evidence. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 30(2). <https://doi.org/10.47836/pjssh.30.2.03>

Kılıç, Y., Ata, H. A. & Seyrek, İ. H. (2015). Finansal okuryazarlık: Üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (66), 129-150.

Klapper, L., Lusardi, A. & Panos, G. A. (2013). Financial literacy and its consequences: Evidence from Russia during the financial crisis. *Journal of Banking & Finance*, 37, 3904-3923. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbankfin.2013.07.014>

Kozina, F. L., & Ponikvar, N. (2015). Financial literacy of first-year university students: The role of education. *International Journal of Management, Knowledge and Learning*, 4(2), 241-255.

Kocabıyık, T., & Teker, T. (2018). Finansal okuryazarlık: Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 117-144. <https://doi.org/10.30692/sisad.440645>

Kutlu, A. (2019). Finansal okuryazarlık ile bütçeleme ve tasarruf davranışı: Manisa Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü öğrencileri üzerine bir araştırma [Yayımlanmış yüksek lisans tezi]. Manisa Celal Bayar Üniversitesi.

Mishra P., Singh, U., Pandey, C. M., Mishra, P. & Pandey, G. (2019). Application of Student's t-test, analysis of variance, and covariance. *Annals of Cardiac Anaesthesia*, 22(4), 407-411

Münyas, T. (2021). Mali müşavir adaylarının finansal okuryazarlık tutum ve davranışlarıyla ilgili bir inceleme. *Muhasebe ve Denetim Bakış*, 20(62), 23-244.

Ninan, M., & Kurian, A. (2021). A study on the impact of financial literacy on the financial behaviour of college students. *International Journal of*

Innovative Research in Engineering & Multidisciplinary Physical Sciences, 9(4), 17-22.

- OECD (2011). Measuring financial literacy: core questionnaire in measuring financial literacy: Questionnaire and guidance notes for conducting an internationally comparable survey of financial literacy. Paris: OECD, <http://www.oecd.org/dataoecd/44/53/49319977.pdf> (25.10.2024).
- OECD. (2017). Improving financial literacy analysis of issues and policies. OECD Publishing, Paris.
- Oseifuah, E., Gyekye, A., & Formadi, P. (2018). Financial literacy among undergraduate students: Empirical evidence from Ghana. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 22(6), 1-17.
- Özçam, M. (2006). Yatırımcı eğitimi: Dünya uygulamaları ve Türkiye için öneriler. *Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Raporu*, Ankara.
- Philippas, N. D., & Avdoulas, C. (2019). Financial literacy and financial well-being among generation-Z university students: Evidence from Greece. In *Financial literacy and responsible finance in the FinTech era* (pp. 64-85). Routledge.
- Şaroğlu, H. (2018). Kamu çalışanlarının finansal okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi: Tunceli ilindeki kamu çalışanları üzerine bir uygulama [Yayımlanmış yüksek lisans tezi]. Fırat Üniversitesi.
- Serin, H., Şahin, Y. & Durgun, M. (2016). The determination of economic literacy level of forest products industry managers: A sample of Kahramanmaraş province. *Türkiye Ormanlık Dergisi*, 12(2), 215-221.
- Sevim, U. (2019). Lisans düzeyinde verilen finans eğitiminin bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerine etkisi üzerine bir değerlendirme. G. Karavardar (Ed.) içinde, *İşletme Eğitiminde Güncel Yaklaşımlar* (s. 143-169). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Shambare, R., & Rugimbana, R. (2012). Financial literacy among the educated: An exploratory study of selected university students in South Africa. *Thunderbird International Business Review*, 54(4), 581-590. <https://doi.org/10.1002/tie.21485>
- Sönmez, Y., & Kılıç, E. (2020). Finansal okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma: Kastamonu Üniversitesi örneği. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 10(2), 479-497. <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.676553>
- Tekin, B., & Dursun, V. (2021). Üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinin tespit edilmesi: Adnan Menderes Üniversitesi İİBF öğrencileri örneği. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler*

Ügüten, E, Altınsoy, M. & Özmerdinalı, A. (2026). A Study on the Financial Literacy Levels of University Students: The Case of Karamanoğlu Mehmetbey University. *Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies*, x (x), 1-23. doi:10.48064/equinox.1831480

Fakültesi Dergisi, 25(2), 239-267.
<https://doi.org/10.51945/cuiibfd.841560>

Tüfekçi, M. T., & Dilek, Ö. (2022). Finansal okuryazarlık düzeyi üzerine bir araştırma: Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi örneği. *The Journal of International Scientific Researches*, 7(1), 99-113.
<https://doi.org/10.23834/isrjournal.1038112>

Yamori, N. & Ueyama, H. (2022). Financial literacy and low stock market participation of Japanese households. *Finance Research Letters*, 44, 1-5. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102074>

Yürük, M. F. (2023). Finansal okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma: Dicle üniversitesi örneği. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (33), 426-452.

Zvarikova, K., & Majerova, J. (2014). Financial literacy in the Slovak Republic. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 10, 1106-1115.



Financial Development, Economic Growth and Human Capital Accumulation in Turkey: Evidence from a Nonlinear ARDL Approach

Murat Akça

muratakca336@gmail.com

Kafkas University

orcid.org/0000-0002-9974-8697

Corresponding Author

JEL Code: O15, G20, C22

Received: 11.01.2026

Accepted: 12.03.2026

Available Online: 27.03.2026

To cite this document

Akça, M. (2026). *Financial Development, Economic Growth and Human Capital Accumulation in Turkey: Evidence from a Nonlinear ARDL Approach*. Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies, 13 (1), 24-42.
doi: 10.48064/equinox.1861092

Abstract

This study examines the impact of financial development and economic growth on human capital accumulation in Turkey during the period 1980-2019. Departing from the traditional linear modeling framework, the analysis employs a nonlinear autoregressive distributed lag (NARDL) approach to capture potential asymmetries arising from positive and negative shocks in financial development and economic growth. Human capital is modeled as a function of the composite financial development index and real economic growth using annual data obtained from international databases. Empirical findings reveal a long-term cointegration relationship between the variables. Financial development has a negative impact on human capital in the short term, but its effect turns positive in the long term. This situation indicates that transition period adjustment costs and the initial misallocation of credit may temporarily exclude education-related investments. In contrast, economic growth continuously increases human capital accumulation. In the short term, asymmetry is observed, with positive growth shocks having a stronger effect than negative shocks. Overall, the results emphasize the importance of well-functioning and inclusive financial systems alongside sustainable economic growth to promote human capital formation in developing economies such as Turkey.

Keywords: Human Capital, Financial Development, Economic Growth, NARDL

Türkiye'de Finansal Gelişme, Ekonomik Büyüme ve Beşerî Sermaye Birikimi: Doğrusal Olmayan ARDL Yaklaşımından Kanıtlar

Öz

Bu çalışma, 1980-2019 döneminde Türkiye'de finansal gelişme ve ekonomik büyümenin beşerî sermaye birikimi üzerindeki etkisini incelemektedir. Geleneksel doğrusal modelleme çerçevesinden ayrılan analiz, finansal gelişme ve ekonomik büyümedeki olumlu ve olumsuz şoklardan kaynaklanan potansiyel asimetrisi yakalamak için doğrusal olmayan otoregresif dağıtılmış gecikme (NARDL) yaklaşımını kullanmaktadır. Beşerî sermaye, uluslararası veri tabanlarından elde edilen yıllık veriler kullanılarak, bileşik finansal gelişme endeksi ve reel ekonomik büyümenin bir fonksiyonu olarak modellenmiştir. Ampirik bulgular, değişkenler arasında uzun vadeli bir eşbütünlük ilişkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Finansal gelişme kısa vadede beşerî sermaye üzerinde olumsuz bir etki yaratırken, uzun vadede etkisi olumluya dönmektedir. Bu durum, geçiş dönemi uyum maliyetleri ve kredilerin başlangıçta yanlış tahsis edilmesinin eğitimle ilgili yatırımları geçici olarak dışlayabileceğini göstermektedir. Buna karşılık, ekonomik büyüme beşerî sermaye birikimini sürekli olarak artırmaktadır. Kısa vadede asimetri olduğu ve pozitif büyüme şoklarının negatif şoklardan daha güçlü bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Sonuçlar genel olarak, Türkiye gibi gelişmekte olan ekonomilerde beşerî sermaye oluşumunu teşvik etmek için, sürdürülebilir ekonomik büyümeyle birlikte iyi işleyen ve kapsayıcı finansal sistemlerin önemini vurgulamaktadır

Anahtar Kelimeler: Beşerî Sermaye, Finansal Gelişme, Ekonomik Büyüme, NARDL

1. Giriş

Beşerî sermaye; bireylerin eğitim, beceri, sağlık ve üretkenlik kapasitelerinin toplamı olarak tanımlanmakta ve uzun vadeli ekonomik performansın başlıca belirleyicilerinden biri kabul edilmektedir. Klasik beşerî sermaye yaklaşımı, eğitim, mesleki öğretim ve sağlığa yönelik amaçlı yatırımların bireysel verimliliği artırdığını; bu artışın da ülke düzeyinde büyüme potansiyelini genişleten bir sermaye birikimi sürecine karşılık geldiğini vurgular (Schultz, 1961; Becker, 1964). İçsel büyüme literatürü ise insan sermayesini kendini güçlendiren dinamikler içine yerleştirerek, daha eğitilmiş işgücünün yeni teknolojileri daha hızlı benimseyip geliştirebildiğini ve öğrenmeye dayalı dışsallıkların ülkeler arasında gelir düzeyi ile büyüme patikalarında kalıcı ayrışmalar üretebildiğini ileri sürmektedir (Lucas, 1988; Romer, 1990). Bununla birlikte, beşerî sermaye birikimi yalnızca bireysel tercihlere veya kamusal hizmet sunumuna indirgenemez; hanehalkları ile firmaların mevcut kaynaklarını gelecekteki yetkinliklere dönüştürme sürecinde karşılaştıkları finansal ve kurumsal kısıtlar tarafından da belirlenir. Bu çerçevede finansal sistemin gelişmişliği kritik bir rol oynar; zira finansal aracılık, eğitim ve beceri yatırımlarına kimin erişebileceğini, bu erişimin hangi maliyetle gerçekleşeceğini ve riskin nasıl dağıtılacağını şekillendirerek, özellikle eğitim ve yetkinlik yoğun dönüşüm süreçlerinde ortaya çıkan sürtüşmelerin düzeyini doğrudan etkiler.

İktisat literatüründe finansal gelişmenin reel sonuçlar üzerinde belirleyici olduğu görüşü, erken dönem “finansal derinleşme” yaklaşımlarından, finansal sistemleri bilgi asimetrisi, sözleşmelerin uygulanması ve işlem maliyetleri gibi temel sürtüşmeleri azaltmaya dönük kurumsal düzenekler olarak ele alan çağdaş çerçevelere uzanan köklü bir düşünsel geleneğe dayanmaktadır. Bu perspektifte çok sayıda çalışma, etkin işleyen finansal aracı kurumlar ve piyasaların tasarrufları mobilize ettiğini, sermayeyi daha yüksek verimlilik ve getiri potansiyeli taşıyan yatırımlara yönlendirdiğini, risk paylaşımı ve yönetimini geliştirdiğini; ayrıca izleme faaliyetleri ile kurumsal yönetimi kolaylaştırdığını ileri sürmektedir. Söz konusu aktarım kanalları aracılığıyla finansal gelişme, kaynak tahsis etkinliğini artırarak toplam faktör verimliliğini ve dolayısıyla büyüme performansını destekleyebilir (King & Levine, 1993; Beck et al., 2000; Levine, 2005). İçsel büyüme modelleri bağlamında ise finansal sistemin, sermaye tahsisinin etkinliğini yükseltmesinin yanı sıra dış finansman kısıtlarını gevşeterek firmaların yenilikçilik ve kapasite genişletme yatırımlarını mümkün kıldığı vurgulanmaktadır (Bencivenga & Smith, 1991; Levine, 2005). Bununla birlikte dinamik yaklaşımlar, finans ve büyüme arasındaki ilişkinin tek yönlü olmayabileceğini; büyümenin finansal hizmetlere olan talebi artırarak ve maliyetli finansal altyapıların inşası için gerekli kaynak tabanını genişleterek finansal gelişmeyi de besleyebileceğini öne sürer (Greenwood & Jovanovic, 1990). Bu teorik birikim, kalkınma ve makroekonomi literatürü açısından temel bir ampirik soruyu gündeme getirmektedir: Finansal gelişme, üretim ve büyüme ile kurduğu doğrudan ilişkiye ek olarak, beşerî sermaye birikiminin düzeyini ve

hızını da etkiler mi; eğer etkiliyorsa bu etki ekonomik büyüme dinamikleriyle hangi mekanizmalar üzerinden etkileşime girmektedir?

Beşerî sermaye birikimi bağlamında finansal gelişme, birbirini tamamlayan mikro ve makro düzeyli çeşitli aktarım mekanizmaları üzerinden etkide bulunabilir. İlk olarak, hanehalklarının karşılaştığı borçlanma kısıtları, eğitimin çoğu zaman peşin harcama ve kısa vadede gelir kaybı (fırsat maliyeti) gerektirmesi nedeniyle eğitim ve öğretime ilişkin kararları doğrudan belirler. Kredi piyasalarının yetersiz, pahalı ya da erişimi sınırlı olduğu ortamlarda, düşük gelir gruplarından gelen ve yüksek yetenek potansiyeline sahip bireyler dahi, beklenen getirisi yüksek olsa bile eğitime optimal düzeyin altında yatırım yapabilmekte; bu durum da toplam beşerî sermaye birikimini yavaşlatmaktadır. Sermaye piyasası kusurlarını merkeze alan kuramsal çalışmalar, söz konusu kısıtların insan sermayesi yatırımı kanalından çoklu denge dinamikleri üreterek ülkeler arasında kalıcı üretim ve gelir farklılıklarını besleyebileceğini göstermektedir (Galor & Zeira, 1993; Banerjee & Newman, 1993). Bu çerçeveyi tamamlayacak biçimde De Gregorio (1996), borçlanma kısıtlarının beşerî sermaye birikimini zayıflatarak uzun dönem büyümeyi aşağı çekebileceğini vurgulamakta; finansal sürüşmelerin yalnızca dağılımsal değil, aynı zamanda makroekonomik sonuçlar doğuran yapısal bir sorun olduğuna işaret etmektedir.

İkinci olarak, finansal gelişme tasarruf araçlarına ve sigorta/koruma mekanizmalarına erişimi genişleterek tüketim düzleştirmesini kolaylaştırabilir; böylece eğitim yatırımlarının gelir şoklarına (örneğin iş kaybı veya tarımsal üretim kaybı) karşı kırılganlığını azaltır. Bu mekanizma, özellikle olumsuz konjonktür dönemlerinde hanehalklarının eğitim ve sağlık harcamalarını sürdürmelerini mümkün kılarak beşerî sermaye birikimindeki kesintileri sınırlandırabilir. Üçüncü olarak finansal gelişme, firmaların daha beceri yoğun teknolojileri benimsemesini ve daha yüksek verimlilik potansiyeline sahip sektörlere ölçek büyütürken yönelmesini destekleyebilir. Bu süreç, nitelikli işgücü talebini artırarak beşerî sermayenin getirisini yükseltir; dolayısıyla bireylerin ve hanehalklarının beceri edinimine yatırım yapma teşviklerini güçlendirir.

Ekonomik büyüme de beşerî sermaye birikimini hem kaynak temelli hem de yapısal mekanizmalar üzerinden etkileyebilmektedir. Gelir düzeylerinin ve mali kapasitenin artması, kamusal eğitim harcamalarının, mesleki eğitim sistemlerinin ve sağlık altyapısının finansmanını kolaylaştırırken; hanehalkı düzeyinde yükselen kalıcı gelir, likidite kısıtlarını gevşeterek çocukların eğitimine, beslenmesine ve sağlığına ayrılacak kaynakları genişletebilir. Bunun yanı sıra büyüme süreci, işgücü talebinin bileşimini dönüştürerek istihdamı beceriyi ödüllendiren sektör ve mesleklere kaydırabilir; bu dönüşüm, eğitimin özel getirisini yükseltmek suretiyle eğitim talebini ve dolayısıyla beşerî sermaye birikimini daha da teşvik eder.

Bu çerçevede pek çok ekonomide finansal gelişme ile büyümenin beşerî sermayeyi birlikte belirlemesi beklenir: finansal sistem, finansman kısıtlarını

azaltıp kaynak tahsisini iyileştirirken; büyüme, uygulanabilir yatırım ölçeğini genişletebilir ve nitelikli emek talebini artırarak beşerî sermaye yatırımlarını cazip hâle getirebilir. Ancak söz konusu karşılıklı etkileşim, nedensellik ilişkilerinin ampirik olarak ayrıştırılmasını güçleştirir. Finansal gelişme beşerî sermayeyi doğrudan artırabileceği gibi, büyüme kanalı üzerinden dolaylı etkiler de üretebilir; benzer biçimde beşerî sermaye, kurumsal kaliteyi, sözleşmelerin uygulanabilirliğini ve finansal okuryazarlığı güçlendirerek finansal gelişmeyi hızlandırabilir ve finansal hizmetlerin daha etkin kullanımını yaygınlaştırabilir.

Ölçüm tercihleri, finansal gelişme–beşerî sermaye–büyüme ilişkilerinin nasıl yorumlandığını belirgin biçimde şekillendirmektedir. Erken dönem ampirik çalışmalarda “finansal gelişme” çoğunlukla özel sektör kredileri/GSYİH ya da geniş para arzı gibi finansal derinliği yansıtan tekil göstergelerle temsil edilmiş; ancak bu yaklaşım, finansal sistemin erişim, verimlilik ve istikrar gibi kritik boyutlarını yeterince yakalayamadığı için sınırlı kalmıştır. Buna karşılık daha güncel literatür, çok boyutlu veri setleri ve bileşik endeksler aracılığıyla finansal gelişmeyi daha kapsamlı biçimde ölçmeye yönelmektedir. Örneğin Dünya Bankası'nın Küresel Finansal Gelişim Veritabanı, finansal sistem özelliklerini derinlik, erişim, verimlilik ve istikrar eksenlerinde sınıflandırırken (Čihák ve ark., 2012), IMF finansal kurumlar ve finansal piyasaları derinlik, erişim ve verimlilik boyutlarında ayrı ayrı izleyen geniş tabanlı bir endeks önermektedir (Svirydzenka, 2016). Bu tür ölçütlerin beşerî sermaye tartışmaları açısından önemi açıktır: kredi hacmindeki artış (derinlik) kredinin büyük firmalar veya yüksek gelirli haneler arasında yoğunlaşması durumunda eğitim düzeylerine otomatik olarak yansımayaabilir; buna karşılık erişimdeki iyileşmeler (kapsayıcılık ve finansal hizmetlere erişim) eğitim finansmanı bakımından daha doğrudan belirleyici olabilir. Benzer şekilde istikrar boyutu da kritik niteliktedir; zira finansal krizler kredi arzını keskin biçimde daraltarak hanehalklarının eğitim ve sağlık harcamalarını ve kamusal insan sermayesi yatırımlarını aksatabilmektedir. Ayrıca giderek genişleyen bir literatür, finansal sektörün büyümesinin her koşulda ve doğrusal biçimde fayda üreteceği varsayımına karşı uyarıda bulunmakta; belirli eşiklerin ötesinde hızlı kredi genişlemesinin daha düşük büyüme performansı ile ilişkilenebileceğini, bunun da yanlış tahsis, kırılabilirlik artışı veya azalan verimlilik kazanımlarıyla bağlantılı olabileceğini göstermektedir (Arcand vd., 2015). Bu olasılık beşerî sermaye açısından da önem taşır; çünkü patlama–çöküş niteliğindeki kredi döngüleri hanehalkı bütçelerini, kamu maliyesini ve işgücü piyasalarını istikrarsızlaştırarak eğitim gibi uzun vadeli yatırımları özellikle kırılabilir hâle getirebilir.

Ampirik literatür, finans–beşerî sermaye bağlantısını giderek ekonomik büyümenin yalnızca dolaylı bir yansıması olarak değil, bağımsız ve doğrudan etkiler üretebilen bir ilişki olarak ele almaktadır. Nitekim yakın dönem panel çalışmalar, finansal gelişmenin beşerî sermaye birikimine pozitif katkı sağlayabildiğini; bunun yanı sıra ekonomik büyümenin de beşerî sermaye oluşumunu destekleyen bir işlev gördüğünü ortaya koymakta ve böylece

karşılıklı olarak güçlendirici dinamikler varsayımıyla uyumlu bulgular sunmaktadır (Vo vd., 2021). Bununla birlikte, ülke ve dönemler arasındaki heterojenlik temel bir ampirik zorluk olmaya devam etmektedir. Finansın beşerî sermaye üzerindeki marjinal etkisi; gelir düzeyi, kurumsal kalite, demografik yapı ve finansal sistemin kurumsal bileşimi (banka temelli-piyasa temelli; resmî-gayri resmî; kapsayıcılık odaklı-yalnızca derinlik odaklı) gibi yapısal özelliklere bağlı olarak önemli ölçüde değişebilmektedir. Benzer şekilde, beşerî sermayenin farklı boyutları (örneğin ortaöğretim/yükseköğretim, mesleki beceriler ya da sağlık sermayesi) da ayrışan finansman ihtiyaçları ve politika koşulları nedeniyle finansal gelişmeden farklı derecelerde etkilenebilir. Bu çok katmanlı yapı, mevcut çalışmanın finansal gelişme ve ekonomik büyümenin beşerî sermaye üzerindeki etkilerini birlikte ele almasını ve özellikle finansın etkili olduğu aktarım kanallarını daha açık biçimde ortaya koymasını gerekli kılmaktadır. Bu amaçla ölçümün titizlikle ele alınması (mümkün olduğunda çok boyutlu finansal gelişme göstergelerinin tercih edilmesi), büyüme aracılı etkiler dâhil dinamik etkileşimlerin modellenmesi ve olası doğrusal olmama durumunun sınanması, finansal gelişmenin sürdürülebilir ekonomik ilerlemenin temelini oluşturan insan yeteneklerinin birikimini hangi koşullarda ve hangi mekanizmalar üzerinden desteklediğine ilişkin politika açısından daha anlamlı bir çerçeveye sunabilecektir.

2. Literatür Taraması

Finansal gelişme ve beşerî sermaye arasındaki ilişki literatürde birçok farklı açıdan ele alınmıştır. Çalışmaların bir kısmında beşerî sermaye bağımlı değişken olarak ele alınıp finansal gelişmenin beşerî sermaye üzerindeki etkileri incelenirken, birtakım çalışmalarda ise beşerî sermayenin finansal gelişme üzerindeki etkilerine bakılmıştır. Ayrıca, finansal gelişme ve beşerî sermayenin birlikte ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar da mevcuttur. Bu bölümde finansal gelişme ve beşerî sermaye ekseninde yapılan ampirik çalışmalar ele alınmıştır.

Arora (2012), bileşik bir finansal gelişme endeksi ve çoklu eğitim göstergeleri kullanılarak finansal derinleşmenin tek başına beşerî sermayede otomatik olarak iyileşmeye yol açmadığını ortaya koymuştur. Bankacılık hizmetlerine fiziksel erişimin artması beklenen okullaşma süresi ile pozitif bir ilişki gösterirken, $M_2/GSYİH$ ile ölçülen parasal derinleşme, öğrenci-öğretmen oranı gibi eğitim kalitesi göstergeleri ile negatif bir ilişki göstermiştir. Bu bulgular, yetersiz beşerî sermaye ve düşük eğitim kalitesinin, özellikle düşük ve orta gelirli Asya ülkelerinde finansal gelişme girişimlerinin etkinliğini kısıtlayabileceğini vurgulamıştır.

Adeli Nik vd. (2013), 1977-2010 dönemi kapsayan ve İran üzerine yapılan çalışmada, VAR çerçevesini kullanarak, belirli finansal gelişme göstergelerinin, özellikle nakit akışı ve bankacılık sektörü kredilerinin, beşerî sermaye birikimi

üzerinde olumsuz bir etki yarattığını bulmuşlardır. Bu olumsuz etki, enflasyonist baskılar ve finansal kaynakların verimsiz dağılımına atfedilmiştir, bu da eğitime uzun vadeli yatırımları caydırmıştır. Çalışma, finansal gelişmenin, etkili kurumsal mekanizmalar ve sağlam kredi tahsis politikaları eşlik etmedikçe beşerî sermayeye sadece marjinal bir katkı sağladığını vurgulamıştır.

Asya'dan elde edilen sonraki panel tabanlı kanıtlar, 1984-2013 döneminde seçilmiş Asya ekonomilerini inceleyen Sehrawat ve Giri (2017) tarafından sağlanmıştır. FMOLS ve DOLS tahminleriyle birlikte panel koentegrasyon tekniklerini kullanan yazarlar, finansal gelişme göstergeleri, ekonomik büyüme ve beşerî sermaye arasında istikrarlı bir uzun vadeli ilişki olduğunu belgelemiştir. Bulguları, hem finansal gelişmenin hem de eğitime yönelik kamu harcamalarının beşerî sermaye birikimini önemli ölçüde teşvik ettiğini ve nedenselliğin ağırlıklı olarak finansal gelişmeden beşerî sermayeye doğru olduğunu göstermektedir. Bu çalışma, finansal sistemlerin gelişmekte olan Asya bağlamında eğitim ve beceri oluşumunu geliştirmede kolaylaştırıcı bir rol oynadığı argümanını güçlendirmiştir.

Kılıç ve Özcan (2018), 1990-2015 dönemine ait panel verilerini analiz ederek ampirik literatürü geliştirmekte olan piyasa ekonomilerine genişletmiştir. Ana bileşen analizi yoluyla bileşik bir finansal gelişme endeksi oluşturan çalışma, finansal gelişmenin alternatif beşerî sermaye göstergeleri üzerinden beşerî sermayeyi olumlu etkilediğini ortaya koymuştur. Ayrıca, finans ve beşerî sermaye arasında çift yönlü nedensellik olduğuna dair kanıtlar bildirilmiş ve bu da finansal gelişimin eğitim ve beceri birikimini desteklerken, gelişmiş beşerî sermayenin finansal piyasaları daha da derinleştirdiği bir geri bildirim mekanizmasını akla getirmiştir.

Şenol (2019), 1990 ile 2015 yılları arasında gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerden oluşan karma bir örneklem üzerinde finansal gelişme ile beşerî gelişme arasındaki ilişkiyi inceleyerek literatüre katkı sağlamıştır. Panel VAR teknikleri kullanılarak yapılan çalışma, iki değişken arasında uzun vadeli bir ilişkinin varlığını doğrulamıştır. Sonuçlar, nedensellik modellerinin ülke gruplarına göre farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur: gelişmekte olan ekonomilerde beşerî kalkınmanın finansal kalkınmayı tetiklediği görülürken, tam örneklemde nedensellik esas olarak finansal kalkınmadan beşerî kalkınmaya doğru ilerlemektedir. Bu bulgular, finans-insan sermayesi bağlantısının gücü ve yönünün, bir ülkenin kalkınma aşamasına büyük ölçüde bağlı olduğunu göstermektedir.

Sarwar vd. (2021), 2002-2017 dönemi boyunca 83 gelişmekte olan ekonomiden oluşan geniş bir paneli sistem GMM yaklaşımı kullanarak analiz etmişlerdir. Sonuçları, hem finansal gelişimin hem de beşerî sermayenin ekonomik büyüme üzerinde olumlu ve önemli etkiler yarattığını, finansal gelişme ile beşerî sermaye arasındaki etkileşimin ise büyüme sonuçlarını daha da güçlendirdiğini göstermiştir. Beşerî sermaye bağımlı değişken olarak ele alınmamış olsa da,

çalışma geliştirmekte olan ekonomilerde finansal sistemlerin ve beşerî sermaye birikiminin birbirini tamamlayıcı rolünü dolaylı olarak vurgulamıştır.

Ali vd. (2021), düşük gelirli ülkelere odaklanarak, 1980-2016 döneminde finansal gelişme ve ekonomik büyümenin beşerî sermayeyi nasıl etkilediğini araştırmıştır. Panel koentegrasyon ve sabit etki tahminleri, finansal göstergeler arasında karışık etkiler olduğunu ortaya koymuştur. Geniş para arzı ve özel sektör kredisi beşerî sermayeyi olumlu etkilerken, banka kredisi olumsuz bir etki yaratmış ve düşük gelirli ekonomilerde kredi tahsisinde verimsizlikler olduğunu göstermiştir. Çalışma, finansal gelişmenin tüm boyutlarının, özellikle finansal olarak az gelişmiş ortamlarda, beşerî sermaye oluşumuna eşit şekilde katkıda bulunmadığını vurgulamıştır.

Dada vd. (2022), esas olarak Nijerya'daki çevresel sonuçlarla ilgilenmekle birlikte, beşerî sermaye ve finansal gelişmeyi daha geniş bir makroekonomik çerçeveye dahil ederek ilgili kanıtları sunmuştur. ARDL ve Granger nedensellik tekniklerini kullanan çalışma, finansal gelişme ve beşerî sermayenin çevre kalitesinin iyileştirilmesine katkıda bulunduğunu ortaya koymuş ve dolaylı olarak, geliştirmekte olan ülkeler bağlamında finansın beşerî kapasiteyi ve sürdürülebilir sonuçları geliştirmedeki gelişimsel rolünü ima etmiştir.

Nguyen (2022), 1995-2019 dönemi boyunca geçiş ekonomilerini incelemiş ve finansal gelişme ile beşerî kaynakların ekonomik büyüme üzerindeki ortak etkilerini analiz etmek için OLS, sabit etkiler ve GMM tahmincileri kullanmıştır. Finansal gelişme ve beşerî gelişmenin kapsamlı ölçümlerini kullanan çalışma, insan kaynaklarının büyümeyi önemli ölçüde artırdığını ve finansal gelişmeyle olumlu etkileşimde bulunduğunu ortaya koymuştur. Beşerî sermaye bağımlı değişken olarak modellenmemiş olsa da, bulgular geçiş ekonomilerinde finans ve beşerî sermayenin birbirini tamamlayıcı niteliğinin önemini pekiştirmiştir.

Ha ve Ngoc (2022), 1992-2017 döneminde Vietnam'da finans-beşerî sermaye ilişkisinde doğrusal olmayanlığı açıkça hesaba katarak literatüre katkıda bulunmuştur. Yazarlar, doğrusal olmayan bir ARDL çerçevesi uygulayarak, finansal gelişmenin hem kısa hem de uzun vadede beşerî sermayeyi olumlu etkilediğini, ancak uzun vadeli etkilerin asimetrik olduğunu göstermiştir. Finansal gelişmeye yönelik olumlu şokların, olumsuz şoklara göre beşerî sermaye üzerinde daha güçlü etkileri olduğu bulunmuştur, bu da doğrusal olmayan bir uyum dinamiğinin varlığını göstermektedir.

Ha vd. (2023), dalgacık tutarlılığı ve ölçek bazında Granger nedensellik tekniklerini kullanarak Vietnam'daki finans-beşerî sermaye bağlantısını daha ayrıntılı olarak incelemiştir. Sonuçlar, finansal gelişimin belirli zaman sıklıklarında beşerî sermayeyi olumsuz etkilediğini, ekonomik büyüme ve kentleşmenin ise olumlu etkiler yarattığını ortaya koymuştur. Bu zaman-sıklık kanıtları, finansal gelişimin beşerî sermaye üzerindeki etkisinin zaman içinde sabit olmadığını ve kısa, orta ve uzun vadede değişiklik gösterdiğini ortaya koymuştur.

Son olarak, Saroj vd. (2023) beşerî sermayenin finansal gelişme ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi nasıl etkilediğini değerlendirmek için ARDL çerçevesini kullanarak Hindistan'ı incelemişlerdir. Çalışma, beşerî sermayenin büyümeye doğrudan katkıda bulunmakla kalmayıp, finans-büyüme ilişkisini de olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Beşerî sermaye bir sonuç değişkeni değil, etkileşimli bir değişken olarak ele alınmış olsa da, bulgular beşerî sermayenin büyük bir gelişmekte olan ekonomide finansal gelişmenin etkinliğini artırmadaki merkezi rolünü vurgulamaktadır.

Finansal gelişme ile beşerî sermaye arasındaki ilişki üzerine artan sayıda literatür olmasına rağmen, birkaç önemli boşluk hala mevcuttur. İlk olarak, mevcut çalışmalar karışık ve bazen çelişkili bulgular sunmakta olup, olumlu ve çift yönlü etkilerden olumsuz veya önemsiz etkilere kadar değişen kanıtlar, bu ilişkinin büyük ölçüde bağlama bağlı olduğunu göstermektedir. İkinci olarak, ampirik literatürün çoğu doğrusal modelleme çerçevelerine dayanmaktadır ve bu da finansal gelişmenin beşerî sermaye üzerindeki asimetrik, doğrusal olmayan veya zamanla değişen etkilerini gözden kaçırabilir. Bu çalışmanın, finansal gelişme ve beşerî sermaye arasındaki ilişkiyi asimetrik bir model ile inceleyen bir çalışma olarak literatüre önemli bir katkı yapacağı düşünülmektedir.

3. Veri Seti ve Model

Çalışmada, Türkiye’de finansal gelişme ve ekonomik büyümenin beşerî sermaye üzerindeki etkileri 1980-2019 arasındaki yıllık veriler kullanılarak incelenmiştir. Çalışmada bağımlı değişken olarak ele alınan beşerî sermayeye ait verilerin son olarak 2019 yılında yayınlanmasından dolayı çalışmanın zaman aralığı 1980-2019 olarak belirlenmiştir. Söz konusu ilişkinin incelenmesi için Denklem (1)’de gösterilen doğrusal denklem oluşturulmuştur.

$$HC_t = \beta_0 + \beta_1 FDI_t + \beta_2 GDP_t + u_t \quad (1)$$

Burada HC_t , t zamanındaki beşerî sermayeyi temsil etmektedir ve veriler Federal Reserve Bank of St. Louis veri tabanından alınmıştır. FDI_t , t zamanındaki finansal gelişme endeksini temsil etmektedir ve veriler IMF veri tabanından alınmıştır. GDP_t , t zamanındaki ekonomik büyümeyi temsil etmektedir ve veriler World Development Indicators (WDI) veri tabanından alınmıştır. Çalışmada kullanılan değişkenlere ait bilgiler Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Çalışmada Kullanılan Değişkenler

Değişkenler	Değişkenin Tanımı	Veri Kaynağı
HC	Beşerî Sermaye	FED St.Louis
FDI	Finansal Gelişme Endeksi	IMF
GDP	Ekonomik Büyüme	WDI

Çalışmada, finansal gelişme ve ekonomik büyümenin beşerî sermaye üzerindeki kısa ve uzun dönemli etkilerin incelenmesi için doğrusal olmayan ARDL (NARDL) yöntemi tercih edilmiştir. NARDL, Pesaran vd. (2001) tarafından geliştirilen ARDL yönteminin Shin vd. (2014) tarafından daha kapsamlı bir hale getirilmiş versiyonudur. NARDL yöntemi ile modele dahil edilen bağımsız değişkenler pozitif ve negatif şoklar ayrıştırılarak, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki asimetrik etkileri incelenebilmektedir. Hem ARDL yönteminde olduğu gibi değişkenlerin farklı durağanlık düzeylerinde olsa bile eşbütünleşme ilişkisinin incelenmesine olanak sağlaması hem de asimetrik bir analiz yapma imkanı sunmasından dolayı bu çalışmada NARDL yöntemi tercih edilmiştir. Denklem (1)'den yola çıkarak, doğrusal olmayan eşbütünleşme tahmini denklemini aşağıdaki gibi yazabiliriz;

$$HC_t = \zeta_0 + \zeta_1 FDI_t^+ + \zeta_2 FDI_t^- + \zeta_3 GDP_t^+ + \zeta_4 GDP_t^- + u_t \quad (2)$$

Burada; FDI_t^+ ve FDI_t^- , finansal gelişme endeksinin pozitif ve negatif bileşenlerini, GDP_t^+ ve GDP_t^- , ekonomik büyümenin pozitif ve negatif bileşenlerini göstermektedir. ζ_0 , modelin sabitini; ζ_1 , ζ_2 , ζ_3 ve ζ_4 bunlara ait katsayıları ve u_t ise modelin artıklarını göstermektedir. Model içerisinde yer alan FDI ve GDP değişkenlerinin pozitif ve negatif bileşimleri aşağıdaki şekilde özetlenebilir;

$$FDI_t^+ = \sum_{i=1}^t \Delta FDI_i^+ = \sum_i \max(\Delta FDI_i, 0), \& \quad (3)$$

$$FDI_t^- = \sum_{i=1}^t \Delta FDI_i^- = \sum_i \min(\Delta FDI_i, 0)$$

$$GDP_t^+ = \sum_{i=1}^t \Delta GDP_i^+ = \sum_i \max(\Delta GDP_i, 0), \& \quad (4)$$

$$GDP_t^- = \sum_{i=1}^t \Delta GDP_i^- = \sum_i \min(\Delta GDP_i, 0)$$

NARDL yöntemi için kısa ve uzun dönem denklemi bir arada aşağıdaki biçimde yazılabilir;

$$\Delta HC_t = \alpha_0 + \phi HC_{t-1} + \beta_1^+ FDI_{t-1}^+ + \beta_2^- FDI_{t-1}^- + \gamma_3^+ GDP_{t-1}^+ + \gamma_4^- GDP_{t-1}^- + \sum_{i=1}^{p-1} \delta HC_{t-i} + \sum_{i=0}^{q-1} (\theta_1^+ \Delta FDI_{t-i}^+ + \theta_2^- \Delta FDI_{t-i}^- + \theta_3^+ \Delta GDP_{t-i}^+ + \theta_4^- \Delta GDP_{t-i}^-) + e_t \quad (5)$$

Burada Δ kısa dönem dinamiklerini gösteren fark operatörünü ifade etmektedir. Seviye değerleri ile ifade edilen değişkenler uzun dönem dinamiklerini, p ve q ise

gecikme uzunluklarını göstermektedir. Uzun dönem katsayıları şu şekilde ifade edilebilir;

$$m_i = -\beta_i' s / \phi \quad (6)$$

$$m_i = -\gamma_i' s / \phi \quad (7)$$

$\sum_{i=0}^{q-1} (\theta_i^+)$ ve $\sum_{i=0}^{q-1} (\theta_i^-)$ değerleri FDI ve GDP'deki pozitif ve negatif değişimlerin HC üzerindeki etkisine ilişkin bilgileri temsil etmektedir. Denklem (5), NARDL için tahmin edilen eşbütünleşme denklemdir. Denklem tahmin edildikten sonra, Shin ve diğerleri (2014) tarafından önerilen FPSS yaklaşımı ile eşbütünleşmenin varlığı test edilmelidir. Bu yaklaşımda hipotezler şu şekilde ifade edilebilir:

$$\begin{aligned} H_0 : \beta_i = \gamma_i = 0 \\ H_1 : \beta_i = \gamma_i \neq 0 \end{aligned} \quad (8)$$

F-testi yaklaşımında test istatistiği alt ve üst kritik değerlerle karşılaştırılarak eşbütünleşme olup olmadığına karar verilir. NARDL yönteminde eşbütünleşme olması durumunda Wald testi yardımıyla uzun ve kısa dönem asimetrisinin varlığı test edilmektedir. Değişkenler arasındaki uzun dönem asimetri için sıfır hipotezleri Denklem (9) ve (10)'daki gibi kurulabilir:

$$H_0 = \beta_1^+ = \beta_2^- \quad (9)$$

$$H_0 = \gamma_3^+ = \gamma_4^- \quad (10)$$

sıfır hipotezinin reddedilmesi, uzun dönemde değişkenler arasında asimetrik bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Kısa dönem asimetri için sıfır hipotezi aşağıdaki gibidir:

$$H_0 = \theta_1^+ = \theta_2^- = \theta_3^+ = \theta_4^- \quad (11)$$

sıfır hipotezinin reddedilmesi, kısa vadede asimetrik bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır (Akça, 2024).

4. Analiz Sonuçları

NARDL yönteminin kullanılabilmesi için modele dahil edilen değişkenlerin ikinci derecede durağan yani I(2) olmaları gerekmektedir. Değişkenlere ait durağanlık analizleri için Augmented Dickey-Fuller (ADF) (Dickey ve Fuller, 1979) birim kök testi ve KPSS (Kwiatkowski, Phillips, Schmidt ve Shin, 1992)

durağanlık testi kullanılmıştır. Değişkenlere ait birim kök ve durağanlık test sonuçları Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Birim Kök ve Durağanlık Testi Sonuçları

Değişkenler	ADF (sabitli)		ADF (1.fark sabitli)		KPSS (sabitli)		KPSS (1.fark sabitli)	
	t-ist.	%5 kd.	t-ist.	%5 kd.	LM-St.	%5 kd.	LM-St.	%5 kd.
HC	0,949	-2,948	-5,996*	-2,967	0,7887	0,463	0,2511*	0,463
FDI	-2,123	-2,938	-6,170*	-2,941	0,752	0,463	0,391*	0,463
GDP	0,201	-2,938	-6,489*	-2,941	0,769	0,463	0,100*	0,463

Not: *, %5 anlamlılık düzeyini, kd. %5 kritik değeri göstermektedir.

Tablo 2 incelendiğinde modele dahil edilen değişkenlerin tamamının birinci derecede durağan yani I(1) olduğu görülmektedir. Değişkenlerin tamamı I(1) olduğundan NARDL yöntemi uygulanabilir. Değişkenler arasında bir eşbütünleşme ilişkisinin olup ya da olmadığını belirlemek için FPSS testi uygulanmıştır. Tablo 3’te FPSS testinin sonuçları verilmiştir.

Tablo 3. NARDL Sınır Testi

İstatistik	Anlamlılık	Kritik Değerler	
		I(0)	I(1)
F _{PSS}	4,803	2,86	4,01

Not: FPSS istatistiği k=2 için Pesaran vd. (2001) kritik değerleri Vaka III tablosundaki kısıtlanmamış sabit model için alınmıştır.

Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin varlığı belirlendikten sonra, aralarındaki eşbütünleşme ilişkisinin simetrik mi yoksa asimetrik mi olduğunu tespit etmek için Wald testi yapılmaktadır. Tablo 4’te Wald testi istatistikleri gösterilmiştir.

Tablo 4. Wald Testi Sonuçları

Wald İstatistiği	F-Statistic	Olasılık Değeri
W_{LR}^{FD}	0,627	0,438
W_{LR}^{GDP}	1,463	0,241
W_{SR}^{FD}	2,278	0,147
W_{SR}^{GDP}	3,248	0,087*

Not: WLR ve WSR sırasıyla uzun ve kısa vadeli asimetrisini göstermektedir. *; %10 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Tablo 4'te yer alan veriler incelendiğinde, FD ve GDP değişkeninin HC üzerinde uzun dönemde asimetrik bir etkisi olmadığı, kısa dönemde ise sadece GDP değişkeninin HC üzerinde asimetrik bir etkisi olduğu görülmektedir. Tablo 5'te kurulan NARDL modeli sonucu elde edilen uzun ve kısa dönemli katsayılar gösterilmiştir. Yapılan asimetri analizi sonucunda uzun dönemde değişkenler arasında asimetrik bir ilişki çıkmadığından aralarındaki ilişki simetrik olarak kabul edilecektir. Kısa dönemde ise sadece GDP değişkeninin HC üzerindeki etkileri asimetrik olduğundan FD değişkeninin etkileri simetrik olarak kabul edilecektir.

Tablo 5. NARDL Tahmin Sonuçları

Değişken	Kısa Dönem Katsayı	Std.Hata	t-Statistic
ΔHC_{t-1}	0,324	0,141	2,292**
ΔFD_{t-1}	-0,019	0,005	-3,907***
ΔGDP_t^+	0,030	0,013	2,204**
ΔGDP_{t-2}^+	-0,035	0,014	-2,413**
C	0,047	0,009	5,171***
Değişken	Uzun Dönem Katsayı	Std. Hata	t-Statistic
L_{FD}	0,086	0,047	1,810*
L_{GDP+}	0,239	0,024	9,871***
L_{GDP-}	0,081	0,121	0,666

Not: Δ fark operatörüdür, L uzun dönemi, ***, ** ve * ise %1, %5 ve %10 anlamlılığı göstermektedir.

Tablo 5'te yer alan kısa dönem sonuçları incelendiğinde, FD değişkeninin kısa dönemde HC üzerinde negatif yönlü bir etkisi olduğu görülmektedir. GDP

değişkeninde meydana gelen pozitif şokların ise kısa dönemde düzey değeri HC üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahipken iki gecikmeli değeri HC üzerinde negatif bir etkiye sahiptir. Uzun dönem sonuçlarına bakıldığında, kısa dönemde HC üzerinde negatif bir etkisi olan FD'nin uzun dönemde etkisi pozitif olarak değişmektedir. Uzun dönemde GDP değişkeninin negatif şoklarının HC üzerinde anlamlı bir etkisi yokken pozitif şoklar HC'yi pozitif yönde etkilemektedir.

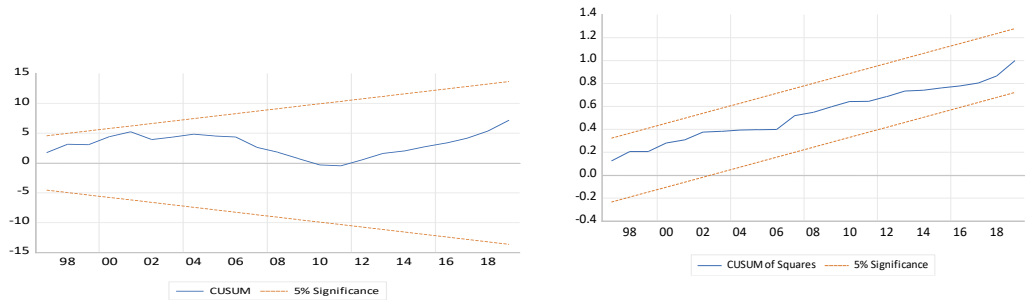
NARDL yönteminden elde edilen sonuçların kullanılabilmesi için bazı varsayımları sağlaması gerekmektedir. Tablo 6'da bu varsayımlara ait sonuçlar gösterilmiştir. Bu sonuçlar, modelin doğru bir şekilde kurulduğunu ve modelde normal dağılım, değişen varyans ve otokorelasyon gibi sorunlar olmadığını göstermektedir.

Tablo 6. Tanısal Test Sonuçları

Testler	İstatistik Değ	Olasılık
Breusch-Godfrey serial correlation	0,020	0,979
Breusch-Pagan-Godfrey heteroscedasticity	2,698	0,428
Jarque-Bera Normality	2,667	0,263
Ramsey RESET	2,589	0,098

Ayrıca Şekil 1'de gösterilen CUSUM ve CUSUMQ grafikleri, kurulan modelde parametre tahminlerinin kararlı olduğunu göstermektedir.

Şekil 1. CUSUM ve CUSUMQ



Bu sonuçlar, giriş bölümünde açıklanan teorik kanallarla büyük ölçüde uyumludur. Bu kanallara göre, finansal gelişme, kurumlar ve tahsis mekanizmaları zaman içinde etkin bir şekilde çalışmaya başladığında, borçlanma kısıtlamalarını gevşetmesi, risk paylaşımını desteklemesi ve nihayetinde eğitim ve becerileri teşvik etmesi beklenmektedir. Kısa vadede, finansal gelişmenin

beşerî sermaye üzerindeki olumsuz etkisi, İran'dan elde edilen kanıtlarla (Adeli Nik vd., 2013) ve düşük gelirli ülkeler için elde edilen karışık bulgularla (Ali ve ark., 2021) tutarlıdır. Bu bulgular, sıg veya kötü tahsis edilmiş kredilerin uzun vadeli eğitim yatırımlarını dışlayabileceğini vurgulamaktadır. Tersine, finansal gelişmenin uzun vadeli olumlu etkisi ve pozitif büyüme şoklarının güçlü rolü, Asya ve gelişmekte olan piyasalar için elde edilen sonuçlarla uyumludur (Sehrawat & Giri, 2017; Kılıç & Özcan, 2018; Vo ve diğerleri, 2021). Bu ülkelerde, daha derin ve erişilebilir finansal sistemler, sürdürülebilir büyümeyle birleştiğinde, okullaşmayı ve beceri oluşumunu güçlendirmektedir. Son olarak, ekonomik büyüme-beşerî sermaye bağlantısında tespit edilen kısa vadeli asimetri, genişleme aşamalarının orantısız önemini vurgulayan son dönemdeki doğrusal olmayan çalışmalar (ör. Nguyen Minh Ha & Ngoc, 2022) ile uyumludur. Bu çalışmalar, Türkiye'de olduğu gibi diğer gelişmekte olan ekonomilerde de beşerî sermaye birikiminin özellikle büyüme artışlarından yararlandığını, ancak durgunlukların bu kazanımları simetrik olarak ortadan kaldırmadığını göstermektedir.

5. Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışma, 1980-2019 dönemi için Türkiye'de finansal gelişme, ekonomik büyüme ve beşerî sermaye birikimi arasındaki dinamik ve asimetric ilişkiye dair ampirik kanıtlar sunmaktadır. Doğrusal olmayan ARDL çerçevesi kullanılarak elde edilen bulgular, finansal gelişme ve ekonomik büyümenin, farklı zamansal ve yapısal kanallar aracılığıyla da olsa, beşerî sermaye sonuçlarını birlikte şekillendirdiğini göstermektedir. Kısa vadede, finansal gelişmenin beşerî sermaye üzerinde olumsuz bir etki yarattığı görülmektedir. Bu durum, kredi tahsisinde verimsizlikleri, eğitim odaklı finansmana sınırlı erişimi veya kısa vadeli tüketim ve spekülasyon yatırımların hakimiyetini yansıtıyor olabilir. Ancak, bu olumsuz etki zamanla ortadan kalkmakta ve finansal kurumlar olgunlaştıkça ve kaynak tahsisi daha verimli hale geldikçe, finansal gelişme uzun vadede beşerî sermaye birikimine olumlu katkıda bulunmaktadır.

Ekonomik büyüme, özellikle eğitim ve beceri birikimini önemli ölçüde artıran olumlu büyüme şokları yoluyla, beşerî sermaye oluşumunun temel itici gücü olarak ortaya çıkmaktadır. Büyüme-beşerî sermaye ilişkisinde kısa vadeli asimetrinin varlığı, genişleme aşamalarının orantısız bir şekilde önemli bir rol oynadığını, oysa ekonomik daralmaların birikmiş beşerî sermayeyi simetrik olarak aşındırmadığını göstermektedir. Bu bulgu, beşerî sermaye yatırımlarının dayanıklılığını vurgulamakta ve gelişmekte olan ekonomilerde canlanma ve durgunluk dönemlerinin eşit olmayan etkilerini vurgulayan son dönemdeki doğrusal olmayan kanıtlarla uyumludur.

Politika açısından, sonuçlar finansal sistemin kalitesini, kapsayıcılığını ve istikrarını güçlendirmenin, finansal derinleşmeyi sürdürülebilir beşerî sermaye kazanımlarına dönüştürmek için çok önemli olduğunu göstermektedir. Eğitim finansmanına erişimi teşvik eden, kredilerin yanlış tahsisini azaltan ve finansal

gelişmeyi, krediye erişim ve verimliliğin artırılması, istikrarlı büyüme stratejileriyle tamamlayan politikalar, uzun vadeli beşerî sermaye birikimini artırabilir. Metodolojik olarak, bu çalışma, doğrusal modellerin gözden kaçırabileceği asimetrik dinamikleri ortaya çıkarmada doğrusal olmayan modelleme yaklaşımlarının önemini göstererek literatüre katkıda bulunmaktadır. Gelecekteki araştırmalar, sağlık veya beceriye özgü göstergeler gibi beşerî sermayenin ek boyutlarını dahil ederek ve gelişme odaklı finansal ve eğitim politikalarını daha da bilgilendirmek için ülkeler arası heterojenliği araştırarak bu çerçeveyi genişletebilir.

Kaynakça

- Adeli Nik, H., Sattari Nasab, Z., Salmani, Y., & Shahriari, N. (2013). The relationship between financial development indicators and human capital in Iran. *Management Science Letters*, 3(5), 1261-1272.
- Akça, M. (2024). Makro ihtiyati bir araç olarak zorunlu karşılık uygulamasının finansal istikrar üzerindeki etkisi; Türkiye ekonomisi üzerine bir uygulama. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 20(4), 1129-1146.
- Ali, M., Raza, S. A., Puah, C.-H., & Samdani, S. (2021). How financial development and economic growth influence human capital in low-income countries. *International Journal of Social Economics*, 48(10), 1393-1407.
- Arcand, J.-L., Berkes, E., & Panizza, U. (2015). Too much finance? *Journal of Economic Growth*, 20(2), 105-148.
- Arora, R. U. (2012). Financial inclusion and human capital in developing Asia: The Australian connection. *Third World Quarterly*, 33(1), 177-197.
- Banerjee, A. V., & Newman, A. F. (1993). Occupational choice and the process of development. *Journal of Political Economy*, 101(2), 274-298.
- Beck, T., Levine, R., & Loayza, N. (2000). Finance and the sources of growth. *Journal of Financial Economics*, 58(1-2), 261-300.
- Becker, G. S. (1964). Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education. *National Bureau of Economic Research*.
- Bencivenga, V. R., & Smith, B. D. (1991). Financial intermediation and endogenous growth. *The Review of Economic Studies*, 58(2), 195-209.
- Čihák, M., Demirgüç-Kunt, A., Feyen, E., & Levine, R. (2012). Benchmarking financial systems around the world (*Policy Research Working Paper No. 6175*). *World Bank*.
- Dada, J. T., Adeiza, A., Ismail, N. A., & Marina, A. (2022). Investigating the link between economic growth, financial development, urbanization, natural resources, human capital, trade openness and ecological footprint: Evidence from Nigeria. *Journal of Bioeconomics*.
- De Gregorio, J. (1996). Borrowing constraints, human capital accumulation, and growth. *Journal of Monetary Economics*, 37(1), 49-71.
- Dickey, D. A., & Fuller, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American statistical association*, 74(366a), 427-431.

- Akça, M. (2026). *Financial Development, Economic Growth and Human Capital Accumulation in Turkey: Evidence from a Nonlinear ARDL Approach*. *Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies*, 13 (1), 24-42. doi: 10.48064/equinox.1861092
- Galor, O., & Zeira, J. (1993). Income distribution and macroeconomics. *The Review of Economic Studies*, 60(1), 35-52.
- Greenwood, J., & Jovanovic, B. (1990). Financial development, growth, and the distribution of income. *Journal of Political Economy*, 98(5), 1076-1107.
- Ha, N. M., & Ngoc, B. H. (2022). The asymmetric effect of financial development on human capital: Evidence from a nonlinear ARDL approach. *The Journal of International Trade & Economic Development*, 31(6), 936-952.
- Ha, N. M., Ngoc, B. H., & Vo, D. H. (2023). Does financial development affect human capital? Evidence from Vietnam. *Journal of Asia Business Studies*, 17(4), 785-803.
- Kılıç, C., & Özcan, B. (2018). The impact of financial development on human capital: Evidence from emerging market economies. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 8(1), 258-267.
- King, R. G., & Levine, R. (1993). Finance and growth: Schumpeter might be right. *The Quarterly Journal of Economics*, 108(3), 717-737.
- Kwiatkowski, D., Phillips, P. C., Schmidt, P., & Shin, Y. (1992). Testing the null hypothesis of stationarity against the alternative of a unit root: How sure are we that economic time series have a unit root? *Journal of econometrics*, 54(1-3), 159-178.
- Levine, R. (2005). Finance and growth: Theory and evidence. In P. Aghion & S. N. Durlauf (Eds.), *Handbook of economic growth* (Vol. 1A, pp. 865-934). Elsevier.
- Lucas, R. E., Jr. (1988). On the mechanics of economic development. *Journal of Monetary Economics*, 22(1), 3-42.
- Nguyen, T. A. N. (2022). Financial development, human resources, and economic growth in transition countries. *Economies*, 10(6), 138.
- Pagano, M. (1993). Financial markets and growth: An overview. *European Economic Review*, 37(2-3), 613-622.
- Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of applied econometrics*, 16(3), 289-326.
- Romer, P. M. (1990). Endogenous technological change. *Journal of Political Economy*, 98(5, Part 2), S71-S102.

- Akça, M. (2026). *Financial Development, Economic Growth and Human Capital Accumulation in Turkey: Evidence from a Nonlinear ARDL Approach*. *Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies*, 13 (1), 24-42. doi: 10.48064/equinox.1861092
- Saraj, S., Shastri, R. K., Singh, P., Tripathi, M. A., Dutta, S., & Chaubey, A. (2023). In what ways does human capital influence the relationship between financial development and economic growth? *Benchmarking: An International Journal*, 31(4), 1073-1091.
- Sarwar, A., Khan, M. A., Sarwar, Z., & Khan, W. (2021). Financial development, human capital and its impact on economic growth of emerging countries. *Asian Journal of Economics and Banking*, 5(1), 86-100.
- Schultz, T. W. (1961). Investment in human capital. *The American Economic Review*, 51(1), 1-17.
- Sehrawat, M., & Giri, A. K. (2017). An empirical relationship between financial development indicators and human capital in some selected Asian countries. *International Journal of Social Economics*, 44(3), 337-349.
- Shin, Y., Yu, B. & Greenwood-Nimmo, M. (2014). Modelling asymmetric cointegration and dynamic multipliers in a nonlinear ARDL framework. In: Sickles R., Horrace W. (Eds) *Festschrift in Honor of Peter Schmidt: Econometric Methods and Applications* (pp. 281-314). New York Springer.
- Svirydzenka, K. (2016). Introducing a new broad-based index of financial development (IMF Working Paper No. WP/16/5). *International Monetary Fund*.
- Şenol, Z. (2019). Finansal gelişim ile insani gelişim arasındaki ilişki: Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 15(2), 341-358.
- Vo, D. H., Nguyen, N. T., Van, L. T.-H., & Ho, C. M. (2021). Does financial development improve human capital accumulation in the Southeast Asian countries? *Cogent Economics & Finance*, 9(1), 1932245.



An Analysis of SME Definitions and Support Policies: Evidence from the EU, USA, East Asia, and Turkey¹

Masum Yılmaz Arif Güller

masum.yilmaz@kosgeb.gov.tr

Siirt University

orcid.org/0000-0002-1204-3687

Corresponding Author

arifguller@siirt.edu.tr

Siirt University

orcid.org/0000-0002-0291-2359

JEL Codes: L26, O25, O38, R11

Abstract

Received: 25.01.2026

Accepted: 05.02.2026

Available Online: 27.02.2026

To cite this document

Yılmaz, M. & Güller A. (2026). *An Analysis of SME Definitions and Support Policies: Evidence from the EU, USA, East Asia, and Turkey*. Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies, 13(1), 43-61. doi: 10.48064/equinox.1871583

Small and medium-sized enterprises (SMEs) constitute the backbone of both developed and developing economies by contributing significantly to employment, production, innovation, and regional development. Despite their central economic role, there is no universally accepted definition of SMEs, and support mechanisms targeting these firms vary considerably across countries. This study aims to comparatively analyze SME definitions, classification criteria, and support policy frameworks across selected economies, namely the European Union, the United States, China, Japan, South Korea, Vietnam, and Turkey. Using a qualitative comparative policy analysis approach, the study examines how differences in SME definitions and institutional support systems shape policy design and implementation outcomes. The findings reveal that while employment size remains the most common criterion in SME definitions, financial thresholds and sector-specific classifications differ substantially. Moreover, countries with well-institutionalized and diversified support mechanisms tend to exhibit stronger SME performance in terms of employment generation and innovation capacity. The study concludes that policy coherence, institutional coordination, and context-specific SME definitions are critical for enhancing the effectiveness of support programs, particularly in developing economies such as Turkey.

Keywords: SMEs, SME Definitions, Support Policies, Comparative Analysis, Economic Development

¹ Bu çalışma Masum YILMAZ ve Dr. Öğr. Üyesi Arif GÜLLER tarafından hazırlanan “KOSGEB Desteklerinin Tekstil Sektörü Büyümesi, İstihdamı ve İhracatına etkisi: Diyarbakır, Mardin ve Batman Örneği” adlı doktora tez çalışmasından yararlanılarak hazırlanmıştır.

KOBİ Tanımları ve Destek Politikalarının İncelenmesi: AB, ABD, Doğu Asya ve Türkiye

Özet

Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ'ler), istihdam, üretim, yenilik ve bölgesel kalkınmaya sağladıkları katkılar nedeniyle hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin ekonomik yapılarında merkezi bir konuma sahiptir. Buna karşın, KOBİ'lerin tanımlanması ve desteklenmesine yönelik politikalar ülkeler arasında önemli farklılıklar göstermektedir. Bu çalışmanın amacı, Avrupa Birliği, Amerika Birleşik Devletleri, Çin, Japonya, Güney Kore, Vietnam ve Türkiye'deki KOBİ tanımlarını ve destek politikalarını karşılaştırmalı olarak incelemektir. Çalışmada nitel karşılaştırmalı politika analizi yöntemi kullanılmıştır. Bulgular, KOBİ tanımlarında çalışan sayısının ortak bir ölçüt olmasına rağmen, finansal eşik değerler ve sektörel sınıflandırmaların ülkeden ülkeye önemli ölçüde değiştiğini göstermektedir. Ayrıca, kurumsallaşmış ve çeşitlendirilmiş destek mekanizmalarına sahip ülkelerde KOBİ'lerin istihdam ve yenilik performanslarının daha güçlü olduğu tespit edilmiştir. Çalışma, özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ekonomilerde politika uyumu ve kurumsal koordinasyonun KOBİ desteklerinin etkinliği açısından kritik öneme sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: KOBİ'ler, KOBİ Tanımları, Destek Politikaları, Karşılaştırmalı Analiz, Ekonomik Kalkınma

1. Giriş

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ'ler), gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ekonomik büyümenin, üretimin ve istihdamın temel bileşenleri arasında yer almakta; toplam işletme sayısı içindeki yüksek payları ve istihdam yaratma kapasiteleri nedeniyle ulusal ekonomilerin omurgasını oluşturmaktadır (Ayyagari, Beck & Demirgüç-Kunt, 2007). Küresel ölçekte KOBİ'lerin sürdürülebilirliği ve bu işletmelerin ekonomik ve toplumsal refah üzerindeki etkileri, politika yapımcıların ve akademik literatürün giderek artan ilgisine konu olmaktadır.

KOBİ'lerin önemi yalnızca istihdam yaratma işlevleriyle sınırlı değildir. Bu işletmeler, yenilikçi üretim süreçleri, esnek organizasyon yapıları ve verimlilik artırıcı uygulamaları sayesinde teknolojik gelişmenin yayılmasına ve rekabet gücünün artmasına da katkı sağlamaktadır. Literatürde KOBİ'ler sıklıkla ulusal ve bölgesel inovasyon sistemlerinin temel aktörleri olarak değerlendirilmekte; bu yönleriyle hem piyasa dinamizminin korunmasında hem de ekonomik şoklara karşı dayanıklılığın artırılmasında kritik bir rol üstlenmektedir (Porter, 2000; Beck, Demirgüç-Kunt & Levine, 2005).

KOBİ'lerin ekonomik ve sosyal sistem içindeki bu merkezi rolü, kamu politikalarının da uzun süredir odağında yer almalarına yol açmıştır. 20. yüzyılın ortalarından itibaren birçok ülkede KOBİ'leri desteklemek amacıyla kamu kurumları kurulmuş; sübvansiyonlu krediler, vergi teşvikleri ve danışmanlık hizmetleri gibi araçlar yaygın biçimde kullanılmaya başlanmıştır. Japonya (1948), ABD (1953) ve Türkiye (1976) örnekleri, bu sürecin kurumsal boyutunu açık biçimde ortaya koymaktadır (OECD, 2004).

Mevcut literatürde KOBİ'lere yönelik destek politikaları sıklıkla tek ülke veya bölge odaklı incelenmekte; KOBİ tanımlarının politika tasarımı üzerindeki etkisi ise çoğu zaman ikincil düzeyde ele alınmaktadır.

2. KOBİ'leri Tanımlama İhtiyacı

KOBİ'lerin ekonomik sistem içerisindeki heterojen yapısı, bu işletmelerin nasıl tanımlanacağına ilişkin tartışmaları da beraberinde getirmektedir. KOBİ'ler; faaliyet gösterdikleri sektör, sermaye yapısı, teknoloji düzeyi ve istihdam kapasiteleri bakımından önemli farklılıklar göstermekte; bu durum tek ve evrensel bir KOBİ tanımının oluşturulmasını güçleştirmektedir.

Literatürde en yaygın kullanılan tanım kriteri çalışan sayısı olmakla birlikte; yıllık satış hasılatı, bilanço büyüklüğü ve sermaye yapısı gibi finansal göstergeler de sıklıkla tanımlama sürecine dâhil edilmektedir (Storey, 1994; OECD, 2005). KOBİ tanımlarındaki bu çeşitlilik, ülkelerin ekonomik yapıları, sektörel kompozisyonları ve politika öncelikleriyle yakından ilişkilidir.

Ayrıca KOBİ tanımlarındaki farklılıklar, ülkeler arası karşılaştırmaların yapılmasını da güçleştirmektedir. İstihdam, verimlilik ve büyüme gibi

göstergeler üzerinden yapılan ampirik analizler, kullanılan tanımların farklılığı nedeniyle metodolojik uyumsuzluk riski taşımaktadır (Berisha & Shiroka Pula, 2015).

3. KOBİ'lerin Ekonomik Performansı ve Firma Büyümesi Yaklaşımları

Firma büyümesi literatürü, KOBİ'lerin ekonomik performansını çok boyutlu bir çerçevede ele almaktadır. Penrose (1959), firma büyümesini kaynakların etkin kullanımı ve yönetim kapasitesi bağlamında değerlendirirken; Gibrat (1931), firma büyümesinin önceki firma büyüklüğünden bağımsız olduğunu ileri sürmüştür. Ancak sonraki çalışmalar, özellikle küçük ve genç firmaların büyüme dinamiklerinin daha karmaşık ve heterojen olduğunu ortaya koymuştur (Geroski, Mata & Portugal, 2010; Coad, 2009).

Literatürde firma büyümesini etkileyen faktörler genel olarak üç ana grupta sınıflandırılmaktadır:

- (i) *bireysel faktörler* (girişimcinin özellikleri ve motivasyonu),
- (ii) *organizasyonel faktörler* (firma ölçeği, kaynak yapısı ve stratejileri),
- (iii) *çevresel faktörler* (sektörel yapı, bölgesel koşullar ve kurumsal çevre) (Zhou & de Wit, 2009).

Bu çerçevede KOBİ'lerin büyüme performansı, yalnızca içsel kaynaklara değil, aynı zamanda faaliyet gösterdikleri ekonomik ve kurumsal ortamın niteliğine de güçlü biçimde bağlıdır. Özellikle finansa erişim, düzenleyici çerçeve ve rekabet yapısı, KOBİ'lerin sürdürülebilir büyüme potansiyelini belirleyen temel unsurlar arasında yer almaktadır (OECD, 2019).

4. KOBİ'ler, Büyük İşletmeler ve Ekonomik Denge

KOBİ'lerin güçlü olduğu ekonomilerde sermaye ve emek gelirleri arasındaki aşırılıkların daha sınırlı olduğu; gelir dağılımının görece daha dengeli bir yapı sergilediği görülmektedir. Emek-yoğun üretim yapıları sayesinde KOBİ'ler, düşük gelirli gruplar için istihdam olanakları yaratarak sosyal kapsayıcılığa katkı sunmaktadır (Mead & Liedholm, 1998; Nichter & Goldmark, 2009).

Buna karşılık büyük işletmeler, ölçek ekonomisi ve yüksek teknoloji yatırımları yoluyla verimlilik artışı sağlamaktadır. Dolayısıyla sürdürülebilir kalkınma, KOBİ'ler ile büyük işletmeler arasında rekabetten ziyade tamamlayıcılığa dayalı bir denge kurulmasını gerektirmektedir. Bu denge, kamu politikalarının tasarımında KOBİ'lerin rolünü daha da kritik hâle getirmektedir.

5. KOBİ Kavramı ve Ölçek Yaklaşımı

KOBİ kavramı, literatürde genellikle işletmelerin büyüklüğünü ifade eden bir ölçek göstergesi olarak ele alınmakla birlikte, bu kavramın yalnızca çalışan sayısı ya da finansal büyüklüklerle sınırlandırılması teorik açıdan yetersizdir. Ölçek yaklaşımı, işletmeleri büyük ve küçük olarak ayırmayı kolaylaştırırsa da,

KOBİ'lerin üretim yapıları, teknolojik kapasiteleri ve ekonomik işlevleri arasındaki farklılıkları açıklamakta sınırlı kalmaktadır.

Post-Fordist üretim anlayışının yaygınlaşmasıyla birlikte, büyük ölçekli, standartlaştırılmış kitlesel üretim modellerinin yerini daha esnek, talep odaklı ve küçük ölçekli üretim yapıları almaya başlamıştır. Bu dönüşüm sürecinde KOBİ'ler, esnek üretim yapıları, hızlı karar alma mekanizmaları ve piyasa değişimlerine uyum kapasiteleri sayesinde ekonomik sistemin önemli aktörleri hâline gelmiştir. Piore ve Sabel'in (1984) geliştirdiği "esnek uzmanlaşma" yaklaşımı, küçük ölçekli işletmelerin uzmanlaşmış üretim yetkinlikleriyle rekabet avantajı sağlayabileceğini ortaya koyarak, KOBİ'leri modern sanayi organizasyonunun merkezine yerleştirmiştir.

Bu çerçevede ölçek yaklaşımı, KOBİ'leri tanımlamak için gerekli ancak tek başına yeterli olmayan bir araçtır. KOBİ'lerin ekonomik sistem içindeki rolü, yalnızca büyüklükleriyle değil, aynı zamanda üretim esneklikleri, yenilikçilik kapasiteleri ve piyasa yapısına sağladıkları katkılarla birlikte değerlendirilmelidir.

5.1. KOBİ'lerin İstihdam, İnovasyon ve Bölgesel Kalkınmadaki Rolü

KOBİ'ler, özellikle emek-yoğun üretim yapıları sayesinde istihdam yaratma açısından kritik bir işleve sahiptir. Literatürde yaygın kabul gören görüşe göre, KOBİ'lerin yüksek istihdam kapasitesi, ekonomik büyümenin topluma yayılmasını kolaylaştırmakta ve gelir dağılımının daha dengeli bir yapıya kavuşmasına katkı sunmaktadır. Bu özellik, KOBİ'leri yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda sosyal kalkınmanın da temel aktörleri hâline getirmektedir.

İnovasyon bağlamında ise KOBİ'ler, büyük ölçekli işletmelere kıyasla daha sınırlı kaynaklara sahip olmalarına rağmen, esnek organizasyon yapıları sayesinde yeni fikirleri daha hızlı uygulamaya geçirebilmekte ve niş alanlarda yenilikçi çözümler üretebilmektedir. Özellikle ürün ve süreç inovasyonlarında KOBİ'lerin oynadığı rol, ulusal ve bölgesel inovasyon sistemlerinin işleyişi açısından büyük önem taşımaktadır.

Bölgesel kalkınma açısından bakıldığında, KOBİ'ler coğrafi olarak daha geniş alanlara yayılabilmeleri sayesinde ekonomik faaliyetlerin belirli merkezlerde yoğunlaşmasını önlemekte ve yerel ekonomilerin canlanmasına katkı sağlamaktadır. Bu durum, bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılması ve yerel istihdam olanaklarının artırılması açısından KOBİ'leri stratejik bir araç hâline getirmektedir.

5.2. KOBİ Tanımlarının Ekonomik ve Politik İşlevi

KOBİ tanımları, yalnızca istatistiksel bir sınıflandırma aracı değil, aynı zamanda ekonomik ve politik bir işlev üstlenmektedir. Bir işletmenin KOBİ olarak tanımlanması, hangi destek mekanizmalarından yararlanabileceğini,

hangi düzenlemelere tabi olacağını ve hangi politika araçlarıyla hedefleneceğini doğrudan belirlemektedir. Bu nedenle KOBİ tanımları, kamu kaynaklarının dağıtımında ve politika önceliklerinin belirlenmesinde merkezi bir rol oynamaktadır.

Literatürde, KOBİ tanımlarının ülkeler ve kurumlar arasında farklılaşmasının temelinde ekonomik yapı, sanayi politikaları ve kalkınma hedeflerinin yattığı vurgulanmaktadır. Tanımların geniş tutulması, daha fazla işletmenin destek kapsamına alınmasını sağlarken; dar tanımlar, kaynakların daha seçici biçimde tahsis edilmesine olanak tanımaktadır. Bu durum, KOBİ tanımlarının teknik bir mesele olmanın ötesinde, stratejik bir politika tercihi olduğunu göstermektedir.

Dolayısıyla KOBİ tanımları, ekonomik analizlerde kullanılan nötr bir araç değil; kamu müdahalesinin kapsamını ve yönünü belirleyen politik bir enstrüman olarak değerlendirilmelidir.

5.3. KOBİ'lerin Heterojen Yapısı ve Politika Tasarımı Sorunu

KOBİ'ler, faaliyet gösterdikleri sektörler, teknolojik düzeyleri, istihdam kapasiteleri ve büyüme potansiyelleri bakımından son derece heterojen bir yapı sergilemektedir. Mikro ölçekli, yerel pazara yönelik faaliyet gösteren işletmeler ile yüksek katma değerli üretim yapan, ihracat potansiyeline sahip orta ölçekli firmaların aynı KOBİ kategorisi altında değerlendirilmesi, politika tasarımı açısından önemli sorunlar doğurabilmektedir.

Heterojen yapı göz ardı edildiğinde, destek politikaları ya gerçek ihtiyaç sahiplerine ulaşamamakta ya da yüksek büyüme potansiyeline sahip işletmeler için yetersiz kalmaktadır. Bu durum, desteklerin etkinliğini azaltmakta ve kamu kaynaklarının etkin kullanımını engellemektedir. Literatürde bu sorun, "tek tip KOBİ politikası" yaklaşımının sınırlılıkları üzerinden ele alınmakta ve daha hedefli, aşama bazlı ve sektöre duyarlı politika tasarımlarının gerekliliği vurgulanmaktadır.

Bu bağlamda KOBİ'lerin heterojen yapısı, politika yapıcılar açısından temel bir tasarım problemi olarak karşımıza çıkmaktadır. Etkin bir KOBİ politikası, işletmelerin ölçeklerinin yanı sıra faaliyet alanlarını, üretim yapısını ve gelişim aşamalarını da dikkate alan çok boyutlu bir yaklaşımı gerektirmektedir.

Bu teorik çerçeve, KOBİ'lerin yalnızca ölçek temelinde değil, işlevsel ve sektörel özellikleriyle değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

6. Veri Seti ve Metodoloji

6.1. Yöntem ve Karşılaştırma Çerçevesi

Araştırmada ülkelerin KOBİ ekosistemlerini şekillendiren kurumsal yapılar, politika öncelikleri ve destek araçları sistematik biçimde karşılaştırılmıştır.

Çalışmanın metodolojik yaklaşımı, karşılaştırmalı kamu politikası analizi çerçevesine dayanmaktadır. Bu yaklaşımda amaç, farklı ülkelerde KOBİ'lere yönelik geliştirilen politika ve destek sistemlerinin:

- Hangi kurumsal yapılar tarafından yürütüldüğü,
- Hangi araçlar (hibe, kredi, garanti, vergi teşviki vb.) üzerinden uygulandığı,
- Hangi stratejik hedeflere (istihdam, inovasyon, ihracat, yeşil dönüşüm vb.) odaklandığı gibi unsurlar üzerinden benzerlik ve farklılıklarının ortaya konulmasıdır.

Bu bağlamda çalışma, “ne işe yarıyor?” sorusundan ziyade “nasıl tasarlanıyor?” ve “hangi önceliklerle uygulanıyor?” sorularına odaklanmaktadır. Dolayısıyla analiz, sonuç ölçümünden ziyade politika mimarisi ve kurumsal yönetim boyutunu öne çıkarmaktadır.

6.2. Ülke Seçimi ve Kapsam

Çalışmada yer verilen ülkeler ve bölgeler amaçlı örnekleme (purposive sampling) yöntemiyle belirlenmiştir. Bu çerçevede;

- Avrupa Birliği, çok katmanlı fon yapısı ve yeşil-dijital dönüşüm odaklı KOBİ politikaları,
- Amerika Birleşik Devletleri, piyasa temelli fakat güçlü kamu destekli girişimcilik ekosistemi,
- Çin, devlet yönlendirmeli büyüme modeli ve ölçek büyütme dayalı KOBİ stratejileri,
- Güney Kore, inovasyon ve ihracat temelli KOBİ sanayi politikaları,
- Japonya, uzun vadeli sanayi planlaması, teknoloji odaklı KOBİ destekleri ve büyük firmalarla KOBİ'ler arasındaki dikey entegrasyonu önceleyen kurumsal destek yapısı,
- Vietnam, geç sanayileşen ekonomilerde KOBİ desteklerinin rolünü yansıtan bir örnek,
- Türkiye, AB uyum süreci ile şekillenen ancak sektörel farklılaşması sınırlı olan KOBİ destek yapısı karşılaştırmalı analiz kapsamına alınmıştır.

Bu ülkeler, farklı kalkınma modellerini, devlet-piyasa ilişkilerini ve KOBİ'lere atfedilen ekonomik rolleri temsil etmeleri bakımından analitik çeşitlilik sunmaktadır.

6.3. Karşılaştırma Kriterleri

Ülkeler arası karşılaştırma, tablolarda sunulan çerçeveye bağlı kalınarak aşağıdaki temel kriterler üzerinden gerçekleştirilmiştir:

1. Ana destekleyici kurumlar
(merkezi hükümet, ajanslar, kalkınma bankaları, garanti fonları)
2. Destek türleri
(hibe, kredi, kredi garantisi, risk sermayesi, Ar-Ge teşvikleri)
3. Politika öncelikleri
(istihdam, inovasyon, ihracat, yeşil dönüşüm, kurumsallaşma)
4. Desteklerin ölçeği ve yoğunluğu
(bütçe büyüklükleri, üst destek limitleri, garanti hacimleri)

Bu kriterler, ülkelerdeki KOBİ destek sistemlerinin yalnızca nicel büyüklüklerini değil, politik tercihlerini ve yapısal yönelimlerini de görünür kılmayı amaçlamaktadır. Bu kriterler doğrultusunda oluşturulan karşılaştırmalı tablolar, ülkelerin KOBİ tanım ve destek sistemlerini sistematik biçimde analiz etmeyi mümkün kılmaktadır.

7. Seçilmiş Ülkelerin KOBİ Kriterleri

Tablo 1 incelendiğinde, ülkeler arasında KOBİ tanımlarının yalnızca nicel eşiklerde değil, ekonomik işlemlere atfedilen rol bakımından da belirgin biçimde ayrıştığı görülmektedir. OECD'nin çalışan sayısına dayalı tek boyutlu yaklaşımı, ülkeler arası istatistiksel karşılaştırmaları kolaylaştırmakla birlikte, kamu desteklerinin hedeflenmesi açısından sınırlı bir çerçeve sunmaktadır. Buna karşılık Avrupa Birliği, çalışan sayısını finansal büyüklüklerle birlikte ele alarak KOBİ tanımını doğrudan destek ve politika araçlarının merkezine yerleştirmiştir.

ABD örneği, KOBİ tanımının ekonomik yapı ile doğrudan ilişkili olduğunu açık biçimde göstermektedir. Bazı imalat alt sektörlerinde 1.500'e kadar çalışanı olan işletmelerin KOBİ olarak kabul edilmesi, ölçek ekonomilerinin ve büyük iç pazarın belirleyici olduğu bir sanayi yapısının sonucudur. Bu durum, ABD'de KOBİ kavramının Avrupa'daki gibi "küçük" işletmeleri değil, ulusal ölçekte rekabet gücü sınırlı olan işletmeleri ifade ettiğini ortaya koymaktadır.

Çin, Güney Kore ve Japonya gibi seçilmiş Doğu Asya ekonomilerinde KOBİ tanımlarının sektör bazlı ve çok kriterli yapıda olması dikkat çekicidir. Çin'de küçük işletmeler için tablodaki kriterlerden yalnızca birinin sağlanmasının yeterli görülmesi, girişimciliği teşvik etmeye yönelik geniş kapsayıcı bir yaklaşımı yansıtırken; orta ölçekli işletmeler için tüm koşulların birlikte aranması, desteklerin daha seçici biçimde yönlendirilmesini amaçlamaktadır. Nitekim Çin'de KOBİ'ler, GSYH'nin %60'ını ve istihdamın %80'ini oluşturarak tanımsal kapsayıcılığın ekonomik çıktılarla güçlü biçimde ilişkili olduğunu göstermektedir (EU SME Centre, 2025).

Tablo 1: Seçilmiş Ülkelerde KOBİ Kriterleri

Ülke / Kurum	Temel Kriter(ler)	Mikro	Küçük	Orta	Tanımın Ayırt Edici Özelliği
OECD	Çalışan sayısı	<10	10–49	50–249	İstatistiksel karşılaştırma odaklı, tek kriter
AB	Çalışan + Ciro + Bilanço	<10 / <2 m €	<50 / <10 m €	<250 / <50 m €	Destek politikalarıyla doğrudan bağlantılı
ABD *	Sektöre göre çalışan veya ciro	-	-	-	İmalatta 1.000–1.500 çalışana kadar KOBİ
Çin*	Çalışan + Gelir + Bilanço (sektörel)	-	<300 ve <30 ¥ m	300–2000 ve 40–400 ¥ m	Küçük için 1 kriter yeterli, orta için tümü şart
Güney Kore	Satış hasılatı + varlık	1–9 çalışan	<12 milyar KRW	< ≈ 190 milyar KRW	Yüksek potansiyelli KOBİ ayrımı
Japonya*	Sermaye + çalışan (sektörel)	-	-	-	İmalatta 300 çalışan üst sınırı
Vietnam	Çalışan + gelir + varlık	≤10	≤100	≤200	KOBİ sayısı yüksek, katma değer düşük
Türkiye	Çalışan + ciro/bilanço	<10 / <10 m TL	<50 / <100 m TL	<250 / <1 mlr TL	AB uyumlu, parasal eşikler hızla yükseliyor

Kaynak: OECD (2020); EC (2023); SBA (2022); Chen (2023); MSS (2023); SMEA (2021); OECD (2021a); KOBİ Yönetmeliği (2023)

* Finansal eşikler sektörlere göre değişebilmektedir.

Güney Kore ve Japonya’da ise KOBİ tanımları, sanayi politikalarıyla doğrudan ilişkilidir. Güney Kore’de yüksek potansiyelli işletmelerin (HPE) ayrı bir kategori olarak tanımlanması, KOBİ’ler arasında dahi performans temelli bir ayırım yapıldığını göstermektedir. Japonya’da sektör bazlı sermaye ve çalışan sınırları, desteklerin hedef sektörlere yönlendirilmesine olanak tanımakta; ancak buna rağmen KOBİ’lerin işgücü verimliliğinin büyük işletmelere

kiyasla yaklaşık %10 daha düşük olması, tanım ile verimlilik arasında doğrudan bir ilişki kurulamayacağını ortaya koymaktadır.

Vietnam örneği, KOBİ tanımlarının kapsayıcılığı ile ekonomik katkı arasındaki uyumsuzluğu en net biçimde gösteren ülkelerden biridir. KOBİ'ler toplam işletmelerin %96'sını oluşturmasına rağmen, istihdamdaki paylarının %47, katma değerdeki paylarının ise %36 seviyesinde kalması, KOBİ yoğunluğunun tek başına ekonomik performansı garanti etmediğini ortaya koymaktadır.

Türkiye'de KOBİ tanımının AB ile uyumlu şekilde yapılandırılmış olması, uluslararası karşılaştırılabilirlik açısından önemli bir avantaj sunmaktadır. Ancak parasal eşiklerin özellikle 2023 ve 2025 yıllarında hızlı biçimde yükseltilmesi, KOBİ sınıfı içerisindeki heterojenliği belirgin biçimde artırmıştır. Mikro ölçekli, finansmana erişimi sınırlı işletmeler ile yüksek ciroya ve bilanço büyüklüğüne sahip orta ölçekli firmaların aynı KOBİ kategorisi altında değerlendirilmesi, destek politikalarının hedefleme kapasitesini zayıflatma potansiyeli taşımaktadır.

Bu nedenle, KOBİ tanımlarının karşılaştırmalı analizi göstermektedir ki; KOBİ kavramı ülkeden ülkeye değişen nicel bir eşik değil, ekonomik yapı, sanayi stratejisi ve kamu desteklerinin tasarım mantığını yansıtan nitel bir politika aracıdır.

7.1. Seçilmiş Ülkelerde KOBİ Politikalarının Yapısı

Tablo 2 seçilmiş ülkelerde KOBİ destek politikalarının kurumsal yapı, araç çeşitliliği ve destek ölçeği bakımından belirgin biçimde farklılaştığını göstermektedir. Avrupa Birliği ve ABD'de destekler, yüksek bütçeli Ar-Ge ve inovasyon programları üzerinden ölçek büyütme ve teknoloji derinleşmesine odaklanırken; Çin ve Güney Kore'de KOBİ politikalarının üretim kapasitesi, istihdam ve firma dayanıklılığı ekseninde şekillendiği görülmektedir.

Avrupa Birliği (AB) ve Amerika Birleşik Devletleri (ABD), KOBİ politikalarının tasarımı ve uygulanması bakımından farklı tarihsel, kurumsal ve ideolojik temellere dayanan iki ayrı modeli temsil etmektedir. Bu farklılıklar, yalnızca kullanılan politika araçlarında değil, aynı zamanda KOBİ'lere atfedilen ekonomik işlevlerde ve devletin piyasaya müdahale biçimlerinde de belirgin biçimde ortaya çıkmaktadır.

AB modeli, sosyal piyasa ekonomisi geleneği ve koordinasyoncu devlet anlayışı çerçevesinde şekillenmiştir. Fransa, Almanya ve İsveç gibi ülkelerde geliştirilen ulusal modeller, devletin ekonomik kalkınma sürecinde yönlendirici ve tamamlayıcı bir rol üstlendiği yapılar olarak öne çıkmaktadır (Cohen, 1995; Streeck, 1996; Meidner, 1993). Bu ülkelerde KOBİ politikaları, yalnızca piyasa aksaklıklarını gidermeye yönelik değil; aynı zamanda istihdamın korunması, bölgesel eşitsizliklerin azaltılması ve teknolojik

dönüşümün desteklenmesi gibi daha geniş sosyo-ekonomik hedeflerle bütünleşmiş durumdadır.

Tablo 2: Seçilmiş Ülkelerde KOBİ Destek Politikalarının Karşılaştırılması

Ülke / Bölge	Ana Kurum(lar)	Destek Türleri	Politika Önceliği	Destek Ölçeği
Avrupa Birliği	Avrupa Komisyonu, EIB, EIF	Hibe, kredi garantisi, risk sermayesi	İnovasyon, yeşil dönüşüm, ihracat	EIC: 2,5-15 milyon €
ABD	SBA, Federal Ajanslar	Kredi, mikro kredi, Ar-Ge hibeleri	İstihdam, girişimcilik, teknoloji	SBIR: Federal Ar-Ge bütçesinin %3,2'si
Çin	Merkezi Hükümet, Eyalet Yönetimleri	Vergi indirimi, kredi, doğrudan mali destek	Üretim, istihdam, ölçek büyütme	2020: 3 trilyon yuan
Güney Kore	KOSME, KODIT, IBK	Kredi, kredi garantisi, Ar-Ge teşvikleri	İnovasyon, ihracat	KODIT: 8,3 milyar \$
Japonya	METI	Kredi, hibe, kredi garantisi, finansman ve danışmanlık	İnovasyon, dijitalleşme, üretim modernizasyonu, uluslararasılaşma	CGC garanti: ~34 trilyon ¥
Vietnam	MPI, VDB	Eğitim destekleri, kredi garantileri	Kurumsallaşma, dış ticaret	Eğitim giderlerinin %50'si
Türkiye	KOSGEB, TÜBİTAK, KGF	Hibe, faizsiz kredi, kredi garantisi	İstihdam, üretim, dijitalleşme	KOSGEB: 4 milyon TL'ye kadar

Kaynak: OECD (2020); EC (2023); SBA (2022); Chen (2023); MSS (2023); SMEA (2021); OECD (2021a); KOSGEB (2025).

AB düzeyinde KOBİ'ler, toplam işletmelerin yaklaşık %99'unu oluşturmakta ve bu nedenle Birliğin sanayi, rekabet ve uyum politikalarının merkezinde yer almaktadır (European Commission, 2023). Bu yapısal gerçeklik, KOBİ'lerin yalnızca mikro girişimler olarak değil, aynı zamanda istihdam ve inovasyon zincirinin temel halkaları olarak ele alınmasını zorunlu kılmıştır. COSME, Horizon 2020 ve EIC Accelerator gibi programlar aracılığıyla

KOBİ'lere sunulan destekler; finansmana erişim, ölçek büyütme, Ar-Ge kapasitesi ve uluslararasılaşma hedefleri etrafında kurgulanmıştır. Özellikle EIC Accelerator programı, yüksek riskli ancak yüksek katma değer potansiyeline sahip inovatif KOBİ'leri hedefleyerek, AB'nin KOBİ politikalarında seçiciliğin ve performans odaklılığın giderek arttığını göstermektedir.

Buna karşın ABD modeli, serbest piyasa ekonomisi ilkeleriyle uyumlu ancak güçlü kurumsal destek mekanizmalarıyla tamamlanan hibrit bir yapı sergilemektedir. ABD'de KOBİ politikalarının temel amacı, piyasa rekabetini bozmak değil; girişimcilerin finansman, bilgi ve teknolojiye erişimini kolaylaştırarak rekabetçi kapasitelerini artırmaktır. 1953 yılında kurulan Small Business Administration (SBA), bu yaklaşımın kurumsal omurgasını oluşturmaktadır.

ABD'de KOBİ'lerin politika gündeminde merkezi bir konuma yükselmesi, David Birch'in (1979) küçük işletmelerin istihdam yaratmadaki rolünü ortaya koyan çalışmasıyla ivme kazanmıştır. Bu çalışmadan sonra KOBİ'ler, ekonomik dinamizmin ve yeni istihdamın temel kaynağı olarak değerlendirilmeye başlanmıştır; destek politikaları özellikle büyüme potansiyeli taşıyan girişimlere yönlendirilmiştir. SBA tarafından uygulanan kredi, mikro kredi ve garanti programları, KOBİ'lerin finansmana erişimini piyasa temelli bir çerçevede desteklerken; SBIR ve STTR programları aracılığıyla Ar-Ge bütçelerinin belirli bir kısmının küçük işletmelere tahsis edilmesi, ABD modelinin inovasyon odaklı yönünü güçlendirmektedir.

AB ve ABD modelleri arasındaki temel farklardan biri, desteklerin hedefleme mantığında ortaya çıkmaktadır. AB'de KOBİ politikaları bütüncül ve kapsayıcı bir yaklaşımla ele alınırken, ABD'de destekler daha seçici ve performans temelli bir çerçevede uygulanmaktadır. AB modeli, KOBİ'leri istihdam ve bölgesel kalkınma açısından bir denge unsuru olarak görürken; ABD modeli, KOBİ'leri rekabetçi piyasa dinamiklerinin taşıyıcısı ve yenilikçi büyümenin motoru olarak konumlandırmaktadır.

Bununla birlikte her iki modelde de KOBİ'lerin homojen bir yapı sergilemediği açıkça kabul edilmektedir. Hem AB hem de ABD literatüründe, mikro işletmeler ile yüksek büyüme potansiyeline sahip yenilikçi KOBİ'lerin aynı politika araçlarıyla desteklenmesinin etkinlik sorunları doğurduğu vurgulanmaktadır (OECD, 2023a). Bu nedenle son yıllarda her iki sistemde de politika araçlarının daha hedefli, aşama bazlı ve sektör duyarlı hâle getirildiği gözlemlenmektedir.

Çin'de KOBİ'ler, ekonomik büyüme, istihdam ve sosyal istikrar açısından merkezi bir role sahiptir. 1978 sonrası reform süreciyle birlikte hızlanan ekonomik büyüme, büyük ölçüde KOBİ'lerin üretim ve istihdam kapasitesine dayanmıştır. 2005 yılı itibarıyla toplam işletmelerin %99,6'sını oluşturan KOBİ'ler, GSYİH'nın yaklaşık %59'unu ve kentsel istihdamın %75'ini

sağlamıştır (Shen vd., 2009). Çin'deki işletmelerin ezici çoğunluğunu KOBİ'ler oluşturmaktadır ve bu işletmeler ülkenin ekonomik kalkınmasının anahtarıdır. Ülkenin vergi gelirlerinin yaklaşık %50'si KOBİ'lerden sağlanmaktadır. Küçük işletmeler ayrıca istihdam ve inovasyona da önemli katkıda bulunmaktadır. 2022 yılında Çin'deki mikro, küçük ve orta ölçekli işletmelerin toplam sayısı 52 milyonu aşmış olup, uzmanlaşmış KOBİ'ler halka arz edilen (sermaye piyasası açısından) işletmelerin %59'unu oluşturmaktadır (EU SME Center, 2025).

Çin KOBİ politikasının ayırt edici özelliği, desteklerin geniş kapsamlı ancak aynı zamanda seçici biçimde yönlendirilmesidir. 2003 yılında yürürlüğe giren ve 2018'de revize edilen *KOBİ İşletmelerini Destekleme Kanunu*, iş ortamının iyileştirilmesi, girişimciliğin teşviki ve inovasyon kapasitesinin artırılmasını temel hedefler olarak belirlemiştir (Gou vd., 2018). Finansmana erişimde yaşanan yapısal sorunlar karşısında, Çin Bankacılık Düzenleme Kurulu tarafından uygulamaya konulan “iki hedef” (two targets) politikası ile KOBİ kredilerinin büyüme hızının sistematik biçimde artırılması hedeflenmiştir. Özellikle 2020 yılında KOBİ'lere sağlanan yaklaşık 3 trilyon yuanlık mali destek, Çin'in kriz dönemlerinde KOBİ'leri ekonomik istikrar aracı olarak kullandığını göstermektedir (Ministry of Finance of the People's Republic of China, 2021). Bu destekler sayesinde KOBİ'lerin Ar-Ge harcamaları 2021 yılında 1 trilyon yuanı aşmış ve inovasyon kapasitesi belirgin biçimde artmıştır (NBS, 2021). Bununla birlikte, bürokratik karmaşıklık ve bilgi asimetrisi gibi nedenlerle desteklere erişimde sorunlar devam etmekte; 2021 yılında KOBİ'lerin yaklaşık %70'i destek programlarına erişimi zor bulunduğunu ifade etmektedir (World Bank, 2023).

Güney Kore'de KOBİ politikaları, büyük ölçekli holding yapılarının (chaebol) ekonomideki baskın rolüne karşı dengeleyici bir işlev üstlenecek şekilde tasarlanmıştır. KOBİ'ler toplam işletmelerin %99'unu ve toplam istihdamın yaklaşık %86'sını oluşturmakta; sanayi üretiminin %60'ından fazlasına katkı sağlamaktadır (OECD, 2021b; Doh & Kim, 2014). KOSME, KODIT ve IBK gibi kurumlar aracılığıyla yürütülen destekler, KOBİ'lerin finansmana erişimini kolaylaştırmakta ve yenilikçi firmalar için seçici bir destek mekanizması oluşturmaktadır. Choi, Lee & Lee (2024) tarafından yapılan ampirik çalışmalar, KOSME desteklerinden yararlanan firmaların hayatta kalma oranlarının destek almayanlara kıyasla yaklaşık %15 daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu yapı, Güney Kore'de KOBİ'lerin yalnızca nicel olarak artmasını değil, aynı zamanda daha yenilikçi ve ihracat odaklı bir yapıya evrilmesini sağlamıştır. 1997-1998 Asya Krizi'nin etkilerinin sınırlı kalmasında, ekonomide artan KOBİ ağırlığının önemli bir rol oynadığı da literatürde vurgulanmaktadır (Nugent & Yhee, 2002).

Vietnam'da KOBİ'ler, toplam işletmelerin yaklaşık %96-98'ini oluşturmakta ve toplam istihdamın %78'ini sağlamaktadır (GSO, 2014; General Statistics

Office of Vietnam, 2021). Buna karşın, KOBİ'lerin katma değer ve ihracattaki payları sınırlı kalmakta; yalnızca %8'i uluslararası pazarlara açılabilir (International Trade Centre, 2022). Vietnam KOBİ politikalarının temel odağı, kurumsallaşma, insan kaynağı gelişimi ve dış ticarete entegrasyondur. 2014 yılında revize edilen İşletmeler Kanunu ile kuruluş süreçleri sadeleştirilmiş, işletmelere faaliyet alanı ve organizasyon yapısı konusunda daha fazla esneklik tanınmıştır (Nguyen & Nguyen, 2017). Eğitim ve danışmanlık harcamalarının %50'sine kadar desteklenmesi, Vietnam modelinin ayırt edici yönlerinden biridir. Ancak finansmana erişim hâlen önemli bir sorun alanıdır. KOBİ'lerin yalnızca %30'unun krediye erişebilmesi ve işletmelerin %70'inin Ar-Ge yatırımı yapmaması, Vietnam'da KOBİ yoğunluğunun ekonomik performansa dönüşmesini sınırladığını düşündürmektedir (World Bank, 2020; OECD, 2021a).

Tablo 3. Seçilmiş Ülkelerde KOBİ'lerin Ekonomik Payları ve Destek Politikalarının Gözlenen Sonuçları

Ülke	KOBİ'lerin Toplam İşletmeler İçinde Payı	İstihdam Payı	Desteklerin Gözlenen Katkısı
AB	%99,8	≈ %66	İstihdam artışı, yeşil dönüşüm
ABD	%99,9	≈ %47	İstihdam
Çin	%99,8	> %80	İstihdam
Güney Kore	%99,9	≈ %86	Hayatta kalma
Vietnam	%96	≈ %78	Sınırlı ihracat etkisi
Japonya	%99,7	≈ %70	Verimliliğin artırılması ve dijital dönüşüm
Türkiye	%99,7	≈ %76	Satış, istihdamda artış, sınırlı ihracat etkisi

Kaynak: OECD (2019; 2020; 2021), World Bank (2018; 2020), European Commission (2023), U.S. Small Business Administration – SBA (2022), UNCTAD (2023) ve KOSGEB (2023) tarafından yayımlanan raporlar esas alınarak araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur.

8. Sonuç

Çalışmanın sonuçları, KOBİ'lere yönelik politikaların ülkeler arasında tek tip bir model izlemediğini, aksine her ülkenin kendi ekonomik yapısı, kalkınma aşaması ve stratejik öncelikleri doğrultusunda farklılaşan destek mimarileri geliştirdiğini ortaya koymaktadır.

Avrupa Birliği'nde KOBİ politikalarının, inovasyon, yeşil dönüşüm ve uluslararasılaşma ekseninde şekillendiği; hibe, risk sermayesi ve kredi garanti mekanizmalarının bütüncül bir çerçevede sunulduğu görülmektedir. ABD modelinde ise girişimcilik, teknoloji geliştirme ve istihdam yaratma ön plana çıkmakta; Ar-Ge temelli destekler ve erken aşama finansman araçları KOBİ politikalarının temelini oluşturmaktadır. Çin ve Güney Kore örnekleri, devletin aktif rol üstlendiği, ölçek büyütme ve üretim kapasitesini artırmayı hedefleyen daha yönlendirici ve seçici politikalarla öne çıkarken; Vietnam'da KOBİ desteklerinin ağırlıklı olarak kurumsallaşma, insan kaynağı gelişimi ve finansmana erişim sorunlarının giderilmesine odaklandığı görülmektedir.

AB ve ABD deneyimleri, KOBİ politikalarının başarısının yalnızca sağlanan destek miktarına değil; desteklerin hangi işletmelere, hangi gelişim aşamasında ve hangi stratejik hedefler doğrultusunda yönlendirildiğine bağlı olduğunu göstermektedir. Bu karşılaştırmalı çerçeve, KOBİ politikalarının tasarımında kurumsal kapasite, politika tutarlılığı ve hedefleme mekanizmalarının belirleyici rolünü açık biçimde ortaya koymaktadır.

Doğu Asya ekonomilerinde küçük ve orta büyüklükteki işletmelere (KOBİ) yönelik politikalar, piyasa başarısızlıklarını telafi eden pasif destek mekanizmalarının ötesine geçerek, sanayi yapısını dönüştürmeyi ve uzun vadeli kalkınma hedeflerini desteklemeyi amaçlayan stratejik bir politika aracı olarak kurgulanmaktadır. Çin, Güney Kore ve Vietnam örnekleri, devletin KOBİ'leri yalnızca istihdam yaratıcı aktörler olarak değil, aynı zamanda üretim kapasitesini, teknolojik yetkinliği ve ekonomik dayanıklılığı artıran temel unsurlar olarak konumlandığını göstermektedir.

Doğu Asya örnekleri birlikte değerlendirildiğinde, KOBİ politikalarının ortak özelliği, devletin aktif ve yönlendirici bir rol üstlenmesi, desteklerin sanayi politikalarıyla bütünleşik biçimde tasarlanması ve KOBİ'ler arasında performans temelli ayrımlar yapılmasıdır. Çin ve Güney Kore'de ölçek büyütme ve inovasyon öncelikli seçici politikalar öne çıkarken, Vietnam'da kurumsallaşma ve kapasite geliştirme hedefleri ön plandadır. Bu yapı, Doğu Asya KOBİ politikalarını AB ve ABD modellerinden ayıran temel farklardan biri olarak değerlendirilebilir.

Türkiye'de ise KOBİ destek sistemi, ağırlıklı olarak KOSGEB, TÜBİTAK ve KGF gibi merkezi kurumlar aracılığıyla yürütülmekte; destekler daha çok istihdamın korunması, üretimin sürdürülmesi ve dijitalleşme hedeflerine yönelmektedir. Ancak destek tutarlarının diğer ülke uygulamaları ile karşılaştırıldığında görece sınırlı olması, Türkiye'de KOBİ politikalarının ölçek büyütme ve yüksek teknoloji yatırımları açısından gelişmiş ekonomilere kıyasla daha temkinli bir çerçevede kaldığını göstermektedir.

Çalışmanın önemli bulgularından biri, destek miktarının tek başına başarıyı garanti etmediği, kurumsal yapı, politika tutarlılığı ve hedefleme düzeyinin en az finansal büyüklük kadar belirleyici olduğudur. Özellikle Çin ve Güney

Kore örneklerinde görüldüğü üzere, KOBİ politikalarının sanayi stratejileriyle uyumlu ve uzun vadeli bir çerçevede uygulanması, desteklerin ekonomik performans üzerindeki etkisini artırmaktadır. Buna karşılık, desteklerin kısa vadeli, dağınık ve izleme-değerlendirme mekanizmalarından yoksun olduğu sistemlerde, KOBİ'lerin verimlilik ve rekabet gücü kazanımlarının sınırlı kaldığı gözlemlenmektedir.

Bu çalışmanın bulguları, KOBİ politikalarının etkinliğinin yalnızca destek miktarına değil, desteklerin sektörel yapı ve üretim özellikleriyle uyumuna da güçlü biçimde bağlı olduğunu göstermektedir. İncelenen birçok ülkede KOBİ tanımları ve destek mekanizmaları, sektörlerin emek yoğunluğu, teknoloji düzeyi ve katma değer yapısı dikkate alınarak farklılaştırılmaktadır. Buna karşılık Türkiye'de KOBİ tanımının sektörler arasında büyük ölçüde homojen bir çerçevede ele alınması, emek yoğun sektörler ile bilgi ve teknoloji yoğun sektörlerin aynı ölçütler ve benzer destek araçları kapsamında değerlendirilmesine yol açmaktadır. Oysa üretim yapısı gereği yüksek istihdamla faaliyet gösteren geleneksel sektörler ile sınırlı çalışan sayısına rağmen yüksek katma değer üreten sektörlerin aynı destek mantığı içinde ele alınması, desteklerin hedefleme gücünü zayıflatabilmektedir. Bu durum, KOBİ desteklerinin ekonomik gerçeklikle uyumunu tartışmalı hâle getirmekte ve politika tasarımıyla sektörel farklılaşmanın önemini ortaya koymaktadır.

KOBİ'lere yönelik politikaların etkinliği yalnızca finansal desteklerin varlığıyla değil, bu desteklerin hangi işletmelere, hangi aşamada ve hangi stratejik hedefler doğrultusunda yönlendirildiğiyle yakından ilişkilidir. Türkiye açısından, KOBİ desteklerinin daha seçici, ölçek büyütmeyi teşvik eden ve yenilik kapasitesini merkeze alan bir yapıya kavuşturulması; destek politikalarının sanayi, ihracat ve dijital dönüşüm stratejileriyle daha güçlü biçimde bütünleştirilmesi önem arz etmektedir. Bu çerçevede, karşılaştırmalı ülke deneyimleri, Türkiye'nin KOBİ politikalarının yeniden tasarlanmasında yol gösterici nitelikte önemli çıkarımlar sunmaktadır.

Kaynakça

- Ayyagari, M., Beck, T., & Demirgüç-Kunt, A. (2007). *Small and medium enterprises across the globe*. *Small Business Economics*, 29(4), 415-434. <https://doi.org/10.1007/s11187-006-9002-5>.
- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Levine, R. (2005). *SMEs, growth, and poverty: Cross-country evidence*. *Journal of Economic Growth*, 10(3), 199-229. <https://doi.org/10.1007/s10887-005-3533-5>.
- Berisha, G., & Pula, J. S. (2015). *Defining small and medium enterprises: A critical review*. *Academic Journal of Business, Administration, Law and Social Sciences*, 1(1), 17-28.
- Birch, D. L. (1979). *The job generation process*. Cambridge, MA: MIT Program on Neighborhood and Regional Change.
- Choi, J.-U., Lee, C.-Y., & Lee, J.-H. (2024). Does government support make small and medium-sized enterprises reluctant to grow? Evidence from South Korea. *Journal of the Asia Pacific Economy*, 29*(2), 668-692. <https://doi.org/10.1080/13547860.2022.2039505>.
- Coad, A. (2009). *The growth of firms: A survey of theories and empirical evidence*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Cohen, E. (1995). France: National champions in search of a mission. In J. Hayward (Ed.), *Industrial enterprise and European integration: From national to international champions in Western Europe* (pp. 97-113). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Doh, S., & Kim, B. (2014). Government support for SME innovations in the regional industries: The case of government financial support program in South Korea. *Research Policy*, 43*(9), 1557-1569. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.05.001>.
- European Commission. (2023). *Annual report on European SMEs*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- European Innovation Council. (2023). *EIC Accelerator – Funding & tenders*. Retrieved from https://eic.ec.europa.eu/eic-funding-opportunities/eic-accelerator_en.
- EU SME Centre. (2025). *SME Policy Environment Report: 2025 update*. EU SME Centre. Retrieved from <https://www.eusmecentre.org.cn/publications/sme-policy-environment-report-2025-update/>.

- Geroski, P. A., Mata, J., & Portugal, P. (2010). Founding conditions and the survival of new firms. *Strategic Management Journal*, 31(5), 510–529. <https://doi.org/10.1002/smj.823>.
- Gibrat, R. (1931). *Les inégalités économiques*. Paris: Recueil Sirey.
- Gou, Q., Huang, Y., & Xu, J. (2018). Does ownership matter in banking credit allocation in China? *European Journal of Finance*, 24(16), 1409–1427. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2016.1190391>.
- Mead, D. C., & Liedholm, C. (1998). *The dynamics of micro and small enterprises in developing countries*. *World Development*, 26(1), 61–74. [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(97\)10010-9](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(97)10010-9).
- Meidner, R. (1993). Why did the Swedish model fail? In R. Miliband & L. Panitch (Eds.), *Real problems, false solutions* (pp. 103–117). London, UK: Merlin Press.
- Ministry of Finance of the People's Republic of China. (2021). *China's tax and fee cuts*. Retrieved from <https://www.mof.gov.cn>.
- National Bureau of Statistics of China. (2021). *China statistical yearbook 2021*. Retrieved from <http://www.stats.gov.cn>.
- Nguyen, D. C., & Nguyen, T. K. T. (2017). Southeast Asian SMEs and regional economic integration. *Journal of Southeast Asian Economies*, 34(1), 118–147.
- Nichter, S., & Goldmark, L. (2009). *Small firm growth in developing countries*. *World Development*, 37(9), 1453–1464.
- OECD. (2004). *OECD SME and entrepreneurship outlook*. OECD Publishing.
- OECD. (2005). *OECD SME and entrepreneurship outlook*. OECD Publishing.
- OECD. (2019). *SMEs and entrepreneurship outlook*. OECD Publishing.
- OECD. (2020). *Financing SMEs and entrepreneurs 2020: An OECD scoreboard*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/061fe03d-en>.
- OECD. (2021a). *Innovation in Southeast Asia: The case of Vietnam*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2021b). *SMEs and entrepreneurship outlook*. OECD Publishing.
- OECD. (2023a). *SMEs and entrepreneurship outlook*. Paris: OECD Publishing.
- Penrose, E. T. (1959). *The theory of the growth of the firm*. Oxford: Oxford University Press.
- Piore, M. J., & Sabel, C. F. (1984). *The second industrial divide*. New York: Basic Books.

- Yılmaz, M. & Güller A. (2026). *An Analysis of SME Definitions and Support Policies: Evidence from the EU, USA, East Asia, and Turkey*. *Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies*, 13(1), 43–61. doi: 10.48064/equinox.1871583
- Porter, M. E. (2000). *Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy*. *Economic Development Quarterly*, 14(1), 15–34. <https://doi.org/10.1177/089124240001400105>.
- T.C. Resmî Gazete. (2025, 7 Ağustos). Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin tanımı, nitelikleri ve sınıflandırılması hakkında yönetmelikte değişiklik yapılmasına dair yönetmelik. <https://www.resmigazete.gov.tr/>.
- SBA. (2022). *Table of small business size standards matched to North American Industry Classification System codes*. Washington, DC: U.S. Small Business Administration. Retrieved from https://www.sba.gov/sites/default/files/202306/Table%20of%20Size%20Standards_Effective%20March%2017%2C%202023.pdf.
- Shen, Y., Shen, M., Xu, Z., & Bai, Y. (2009). Bank size and SME lending: Evidence from China. *World Development*, 37(4), 800–811. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2008.07.014>.
- Storey, D. J. (1994). *Understanding the small business sector*. London: Routledge.
- Streeck, W. (1996). Lean production in the German automobile industry: A test case for convergence theory. In S. Berger & R. Dore (Eds.), *National diversity and global capitalism* (pp. 123–145). Ithaca, NY: Cornell University Press.
- U.S. Small Business Administration. (2023). *SBIR and STTR programs*. Retrieved from <https://www.sba.gov/funding-programs/innovation-research-programs>.
- World Bank. (2023). *Small and medium enterprise finance in China*. Retrieved from <https://www.worldbank.org>.
- Zhou, H., & de Wit, G. (2009). *Determinants and dimensions of firm growth*. SCALES EIM Research Reports (H200903).



Research Article

e-ISSN: 2687-4695

Journal of Economics, Business & Political Studies

Volume: 13, Issue: 1

<http://dergipark.gov.tr/equinox>

Artificial Intelligence-Enabled Customer Experience: A Bibliometric Analysis of Research Trends

Resul Öztürk

resul.ozturk@selcuk.edu.tr

Selcuk University

orcid.org/0000-0003-1493-7315

Corresponding Author

JEL Code: M31, M15, O33.

Received: 03.03.2026

Accepted: 25.03.2026

Available Online: 27.03.2026

To cite this document

Öztürk, R. (2026). *Artificial Intelligence-Enabled Customer Experience: A Bibliometric Analysis of Research Trends*. Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies, 13 (1), 62-81.
doi: 10.48064/equinox.1902332

Artificial Intelligence-Enabled Customer Experience: A Bibliometric Analysis of Research Trends

Abstract

This study maps the intellectual and conceptual structure of the artificial intelligence-powered customer experience literature within the marketing domain. Bibliometric data were retrieved from the Web of Science database. A bibliometric analysis was conducted on 1,048 documents using VOSviewer software; thematic clusters were identified through keyword co-occurrence analysis, and the field's intellectual foundation was determined through co-citation analysis. Furthermore, collaboration patterns, current research fronts, and temporal dynamics were evaluated through co-authorship, bibliographic coupling, and citation overlay visualizations. The findings indicate that publication and citation momentum accelerated after 2019, with a significant surge observed during the 2023–2025 period. The conceptual map reveals interconnected clusters comprising customer engagement and satisfaction outcomes, personalization and customer journey design, conversational service interactions, digital transformation and analytical methods, and themes of privacy, ethics, and perceived risk. Consequently, by integrating the fragmented literature, this study proposes a cumulative research agenda for future investigations into AI-powered customer experience.

Keywords: AI-enabled customer experience, conversational agents, digital transformation, bibliometric analysis, VOSviewer.

Yapay Zeka Destekli Müşteri Deneyimi: Araştırma Eğilimlerinin Bibliyometrik Analizi

Öz

Bu çalışma, pazarlama alanında yapay zeka destekli müşteri deneyimi yazınının entelektüel ve kavramsal yapısını bibliyometrik haritalama ile incelemektedir. Veriler Web of Science Core Collection'dan elde edilmiştir. İlk taramada belirlenen 1.545 kayıttan 2026 yılına ait 72 kayıt çıkarılmış; doküman türü ve dil filtreleri sonrasında nihai örneklem 1.048 İngilizce dergi makalesinden oluşmuştur. Analizler VOSviewer kullanılarak gerçekleştirilmiş; anahtar kelime eş-oluşum analiziyle tematik kümeler belirlenmiş, ortak atıf analiziyle alanın entelektüel temeli ortaya konmuş, ortak yazarlık, bibliyografik eşleşme ve atıf zaman katmanı görselleştirmeleriyle işbirliği örüntüleri, güncel araştırma cepheleri ve zamansal dinamikler değerlendirilmiştir. Bulgular, 2019 sonrasında yayın ve atıfivmesinin hızlandığını ve 2023-2025 döneminde belirgin bir sıçrama yaşandığını göstermektedir. Kavramsal harita; müşteri etkileşimi ve memnuniyet çıktıları, kişiselleştirme ve müşteri yolculuğu tasarımı, sohbet tabanlı hizmet etkileşimleri, dijital dönüşüm ve analitik yöntemler ile mahremiyet, etik ve algılanan risk temalarının birbirine bağlı kümeler oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Sonuçlar, parçalı literatürü bütünleştirerek kümülatif bir araştırma gündemi önermektedir.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zeka Destekli Müşteri Deneyimi, Sohbet Tabanlı Sistemler, Dijital Dönüşüm, Bibliyometrik Analiz, Vosviewer.

1. Giriş

Yapay zeka destekli teknolojilerin pazarlama pratiklerine hızla nüfuz etmesi, müşteri deneyimini belirli temas noktalarında ortaya çıkan bir çıktı olmaktan çıkararak, müşteriyle kurulan etkileşimlerin bütünü içinde tasarlanan, yönetilen ve değerlendirilen dinamik bir değer yaratımı alanına dönüştürmüştür (Hoyer vd., 2020; Marinchak vd., 2018). Bu dönüşüm içinde yapay zeka destekli müşteri deneyimi, müşterinin marka ile etkileşimlerinin yapay zeka tabanlı arayüzler, otomasyon sistemleri ve analitik altyapılar aracılığıyla kişiselleştirilmesi, hızlandırılması ve optimize edilmesi sonucunda şekillenen bilişsel, duygusal ve davranışsal deneyim örüntülerini ifade etmektedir (Chen ve Prentice, 2025; Sahut ve Laroche, 2025). Pazarlama yazınında da yapay zekanın müşteriyle etkileşim kurma, hizmet sunma ve deneyimi değerlendirme biçimlerini dönüştürdüğü giderek daha görünür hâle gelmektedir (Hoyer vd., 2020; Vashishth vd., 2024). Bu görünürlük yapay zeka destekli müşteri deneyimi yazınına geliştirse de henüz kavramsal olarak tam anlamıyla bütünleşmiş bir yapı görünmemektedir. Peruchini vd. (2024), yapay zeka ile müşteri deneyimi arasındaki kesişimin hızla genişlediğini, ancak bu birikimin farklı teknolojiler, bağlamlar ve deneyim boyutları arasında parçalı biçimde geliştiğini ifade etmiştir. Chen ve Prentice (2025) ise, müşteri deneyiminin yapay zeka uygulamaları boyunca nasıl şekillendiğini açıklayan daha bütünleşik bir kavramsallaştırma ihtiyacının olduğunu belirtmiştir. El Barki vd. (2025) ile Mouammine (2026) yapay zeka destekli müşteri deneyimine yönelik literatürün genişlediğini ve yeni araştırma kümeleri ürettiğini ortaya koymaktadır. Daha odaklı bir hatta Singh vd. (2024), müşteri elde tutma eksenindeki çalışmaların yapay zeka destekli müşteri deneyimi yazını içinde ayrı bir alt yönelim oluşturduğuna işaret etmektedir. Benzer biçimde Khanna vd. (2025) müşteri hizmetleri bağlamındaki yoğunlaşmayı görünür kılmaktadır. Birlikte değerlendirildiğinde, bu çalışmalar alanın hızla büyüdüğünü, ancak bu büyümenin henüz tam anlamıyla bütünleşmiş bir kavramsal mimariye dönüşmediğini göstermektedir.

Bu doğrultuda yapay zeka destekli müşteri deneyimi literatürü içinde üç belirsizlik özellikle dikkat çekmektedir. İlk olarak, yapay zeka destekli müşteri deneyimi araştırmalarının hangi temel tematik kümeler etrafında örgütlendiği ve bu kümeler arasındaki ilişkilerin nasıl yapılaştığı henüz yeterince açık değildir. Mevcut çalışmalar mikro etkileşimlerden kişiselleştirmeye, hizmet otomasyonundan bağlamsal farklılaşmaya kadar uzanan geniş bir araştırma alanı üretmiş olsa da bu hatların ortak kavramsal mimarisi net biçimde görünür değildir (Peruchini vd., 2024; El Barki vd., 2025; Mouammine, 2026). İkinci olarak, kişiselleştirme ve süreç temelli deneyim tasarımı giderek daha görünür hâle gelmiş, özellikle müşteri yolculuğu perspektifi bu alanda daha fazla dikkat çekmeye başlamıştır (Gao ve Liu, 2023; Rana vd., 2022). Ancak bu yönelimin pazarlama literatürünün diğer temalarıyla nasıl eklemlendiği ve

hangi alt araştırma kümeleriyle birlikte geliştiği sistematik biçimde ayrıştırılmış değildir. Üçüncü olarak, perakende, turizm, çoklu kanal hizmet sistemleri gibi farklı bağlamlarda yapay zeka destekli müşteri deneyiminin değişen biçimlerde ortaya çıktığı görülmektedir (Moore vd., 2022; Ghesh vd., 2024). Buna rağmen, sektör ve bağlam temalarının literatürün genel kavramsal yapısı içindeki yeri ve güncel araştırma cepheleriyle ilişkisinin daha açık bir şekilde açıklanması gerekmektedir.

Yapay zeka destekli müşteri deneyimi yazınındaki mevcut birikim önemli bir başlangıç sunmakla birlikte, alanın bütününe ilişkin sentez hâlâ sınırlıdır (Liu ve Duffy, 2023). Bu nedenle tematik yapı, entelektüel temel, iş birliği örüntüleri ve güncel araştırma sınırlarını eşzamanlı olarak inceleyen bütüncül bir değerlendirmeye ihtiyaç devam etmektedir. Bu çalışma, pazarlama alanında yapay zeka destekli müşteri deneyimi literatürünün kavramsal yapısını, entelektüel temelini ve zaman içindeki evrimini bibliyometrik haritalama yaklaşımıyla sistematik biçimde ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışma aşağıdaki araştırma sorularına odaklanmaktadır:

AS₁: Pazarlama alanında yapay zeka destekli müşteri deneyimi literatürü hangi temel tematik kümeler etrafında örgütlenmektedir?

AS₂: Bu literatürün entelektüel temeli hangi kaynaklar, dergiler ve yazarlar üzerinden şekillenmektedir?

AS₃: Tematik kümeler zaman içinde nasıl evrilmekte ve özellikle son yıllarda hangi yeni temalar öne çıkmaktadır?

Araştırma soruları temelinde bu çalışma, yapay zeka destekli müşteri deneyimi literatürünü bibliyometrik haritalama yoluyla çok boyutlu biçimde incelemektedir. Tematik kümeler anahtar kelime eş-oluşum analiziyle, alanın entelektüel temeli ortak atıf analiziyle, araştırmacılar arası iş birliği örüntüleri ortak yazarlık analiziyle, güncel araştırma eğilimleri ise bibliyografik eşleşme ve atıf temelli görselleştirmeler aracılığıyla değerlendirilmektedir. Böylece bu çalışma, mikro etkileşim odaklı bulguları, kişiselleştirme ve süreç sürekliliği tartışmalarını ve bağlamsal araştırma hatlarını (Peruchini vd., 2024; Chen ve Prentice, 2025; El Barki vd., 2025; Mouammine, 2026) aynı analitik düzlemde bir araya getirerek yapay zeka destekli müşteri deneyimi yazınındaki daha kümülatif bir şekilde değerlendirilmesini sağlamaktadır.

2. Teorik Çerçeve

Pazarlama yazınında yapay zeka destekli müşteri deneyimi, müşteriyle kurulan etkileşimlerin kişiselleştirme, otomasyon ve analitik karar süreçleri üzerinden yeniden yapılandığı bütünlük bir deneyim alanına işaret etmektedir (Chen ve Prentice, 2025; Sahut ve Laroche, 2025). Bu kavramsallaştırma, yeni teknolojilerin müşteri deneyimini pazarlama

yönetiminin merkezî meselelerinden biri hâline getirmiştir (Hoyer vd., 2020). Müşteri deneyimi, tekil temas noktalarındaki memnuniyetin ötesine geçen ve müşterinin marka ekosistemi içindeki tüm karşılaşmalarını kapsayan dinamik ve süreçsel bir yapı olarak tanımlanmaktadır (Lemon ve Verhoef, 2016). Bu süreç içinde yapay zeka, müşteri ile kurulan ilişkinin başlatılma, sürdürülme ve değerlendirilme biçimlerini dönüştürmekte; bu nedenle operasyonel bir araç olmanın ötesinde, pazarlamada değer yaratımını yeniden düzenleyen stratejik bir kapasite olarak ele alınmaktadır (Marinchak vd., 2018; Hardcastle vd., 2025).

Stratejik bakış açısıyla ele alınan müşteri deneyimi, aktörler arası etkileşim ve değerler birlikte yaratımı sürecinin bir çıktısı olarak gören hizmet baskın mantıkla da uyumludur (Vargo ve Lusch, 2004; 2008). Yapay zeka sistemleri bu süreçte yalnızca teknik bir altyapı sunmamakta, aynı zamanda etkileşimleri biçimlendiren aracı bir unsur olarak işlev görmektedir. Böylece temas noktası düzeyindeki kalite daha süreklilik taşıyan bir deneyim yapısına dönüşmekte ve pazarlama performansı ile ilişkilendirilmektedir (Abu Daqar ve Smoudy, 2019). Bu nedenle yapay zeka destekli müşteri deneyimi, veriye dayalı öngörülebilirlik ile insan benzeri etkileşim özellikleri arasında denge kuran çok katmanlı bir yapı olarak değerlendirilmektedir (Liu-Thompkins vd., 2022; Pappas vd., 2023).

Yapay zeka destekli müşteri deneyimi literatürü genel olarak üç düşünsel hat etrafında gelişmektedir. İlk hat, müşteri deneyimini mikro etkileşimler ve temas noktası kalitesi üzerinden açıklamaktadır. Bu yaklaşım, özellikle sohbet tabanlı sistemler ve dijital arayüzler üzerinden müşterinin algıladığı kullanılabilirlik, hız ve yanıt verebilirlik gibi unsurlara odaklanmaktadır. Chen vd. (2021), e-perakende bağlamında sohbet tabanlı sistemlerin çevrimiçi müşteri deneyiminin kalitesini şekillendirdiğini göstermektedir. Benzer biçimde Sidaoui vd. (2020), sohbet tabanlı etkileşimlerin deneyim verisinin sistematik biçimde toplanması ve yorumlanması için elverişli bir zemin sunduğunu ileri sürmektedir. Moore vd. (2022) ise perakende bağlamında yapay zeka destekli uygulamaların alışveriş deneyimini yeniden düzenleyen bir kapasite taşıdığını vurgulamaktadır. Bu araştırma hattı, deneyimin mikro düzeyde nasıl üretildiğini anlamak açısından önemlidir.

Yapay zeka destekli müşteri deneyimi literatüründe öne çıkan ikinci hat, müşteri deneyimini süreç sürekliliği ve kişiselleştirme ekseninde ele almaktadır. Buradaki temel vurgu, deneyimin tek bir temas anında değil, müşteriyle kurulan ilişkinin farklı aşamalarında birikimli biçimde oluştuğudur. Yapay zeka, müşteriye ilişkin verileri işleyerek etkileşimleri daha uyumlu, daha bağlamsal ve daha kişiselleştirilmiş hâle getirmekte; bu da deneyim sürekliliğini güçlendirmektedir (Gao ve Liu, 2023; Hardcastle vd., 2025). Bu noktada müşteri yolculuğu perspektifi, müşteri deneyiminin zaman içinde nasıl örgütlendiğini açıklayan süreçsel bir çerçeve olarak

değerlendirilmektedir (Lemon ve Verhoef, 2016). Nitekim Rana vd. (2022; 2023), otomasyon destekli müşteri yolculuğu çalışmalarının bu hattın görünürlüğünü artırdığını göstermektedir.

Yapay zeka destekli müşteri deneyimi literatüründe üçüncü hat ise müşteri ve yapay zeka etkileşiminin sosyo-duygusal ve bağlamsal boyutuna odaklanmaktadır. Bu yaklaşım, müşteri deneyiminin işlevsel performansın yanı sıra güven, yakınlık, rahatlık ve empati gibi unsurlarla da şekillendiğini vurgulamaktadır (Liu-Thompkins vd., 2022). Pappas vd. (2023), hibrit hizmet tasarımlarında insan unsurunun önemini koruduğunu göstermektedir. Benzer biçimde Ghesh vd. (2024), turizm bağlamında yapay zeka destekli müşteri deneyiminin sektörel özelliklere duyarlı biçimde oluştuğunu ortaya koymaktadır. Bu hat, yapay zeka destekli müşteri deneyiminin teknolojik yeterliliklerden ziyade, bağlam ve ilişki niteliğiyle de belirlendiğini göstermesi bakımından önem taşımaktadır.

Bu üç düşünsel hat birlikte değerlendirildiğinde, yapay zeka destekli müşteri deneyimi literatürünün zengin ancak tam anlamıyla bütünleşmiş bir yapı sergilediği anlaşılmaktadır. Temas noktası düzeyindeki müşteri temelli mikro etkileşim süreçleri, kişiselleştirme ve süreç sürekliliği gibi yapay zeka temelli yaklaşımlar ile güven, empati ve bağlam gibi daha sosyal boyutlar çoğu zaman farklı alt literatürler içinde ilerlemektedir. Yapay zeka destekli müşteri deneyimi yazınında yukarıda ifade edilen üç düşünsel hat arasında kavramsal bağlar henüz yeterince sistematik biçimde kurulmamıştır. Bu bağlamda tematik kümeleri, entelektüel yapıtaşlarını ve güncel araştırma sınırlarını ortak bir analitik düzlemde sentezleyen çok boyutlu analizler, alanın kuramsal bütünleşmesini ilerletmek açısından kritik bir işlev görmektedir. Bu nedenle tematik kümeleri, entelektüel yapısını ve güncel araştırma sınırlarını aynı analitik düzlemde sentezleyen çok boyutlu analizler, alanın kuramsal olgunlaşmasına katkı sağlayabilecek önemli bir imkân sunmaktadır (Peruchini vd., 2024; Mahdizadeh vd., 2025; El Barki vd., 2025; Mouammine, 2026; Singh vd., 2024).

3. Metodoloji

Bu çalışma, pazarlama disiplinde yapay zeka destekli müşteri deneyimi literatürünün kavramsal yapısını, entelektüel temelini, iş birliği örüntülerini ve güncel araştırma cephelerini ortaya koymak amacıyla bibliyometrik haritalama tasarımını benimsemektedir. Bibliyometrik analiz yöntemi, belirli bir bilimsel alandaki veri setlerini nesnel ölçütlerle sentezleyerek görselleştirme imkânı sunması ve geleneksel literatür taramalarının ötesinde sistematik bir çerçeve sağlaması nedeniyle tercih edilmiştir (Donthu vd., 2021). Çalışma kapsamında bibliyografik ağların oluşturulması ve görselleştirilmesi sürecinde, mesafe tabanlı haritalama ve kümelenme algoritmalarındaki etkinliğiyle tanınan VOSviewer (v.1.6.20) yazılımı kullanılmıştır. Bu yazılım,

bibliyografik ilişkileri düğüm-bağ yapısı üzerinden haritalandırmakta; kümelenme ve zaman katmanlı (overlay) görünüm gibi gelişmiş özellikleriyle temaların tarihsel evrimini ve güncel yönelimlerini derinlemesine yorumlamaya imkân vermektedir (van Eck ve Waltman, 2017).

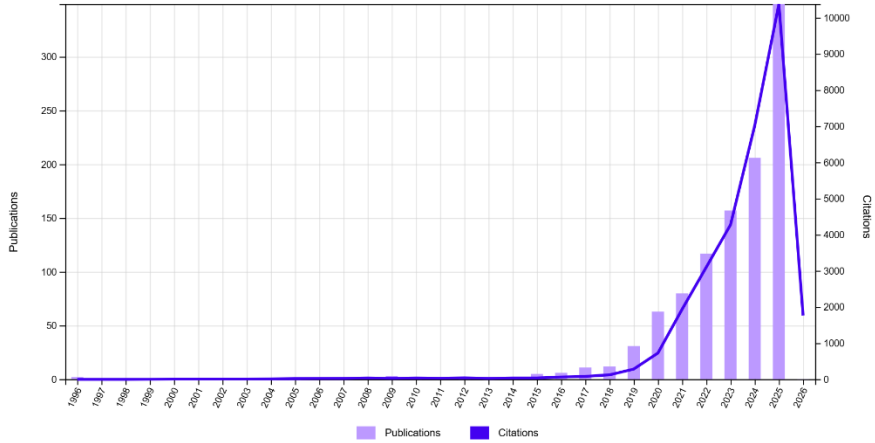
Araştırmanın veri seti, sosyal bilimler alanında en yüksek prestije sahip ve güvenilir atıf dizini olarak kabul edilen Web of Science (WoS) Core Collection veri tabanından "Topic" (başlık, özet ve anahtar kelimeler) aramasıyla elde edilmiştir. Arama anahtar kelimeleri Boolean taramasına uygun şekilde oluşturulmuştur: ("customer experience" OR CX OR "customer journey" OR "customer engagement" OR "service experience") AND ("artificial intelligence" OR AI OR "machine learning" OR "deep learning" OR chatbot* OR "conversational AI" OR "virtual assistant" OR "voice assistant" OR "recommendation system*" OR personaliz* OR "service robot*" OR "generative AI" OR ChatGPT OR LLM) AND (marketing OR "digital marketing" OR retail* OR service* OR CRM OR "relationship marketing" OR omnichannel OR "customer relationship"). İlk taramada tespit edilen 1.545 kayıt, bilimsel titizlik çerçevesinde belirli filtreleme süreçlerinden geçirilmiştir. Bu doğrultuda, 2026 yılına ait 72 kayıt dönem bütünlüğünü bozmamak ve henüz tamamlanmamış atıf döngülerinden kaçınmak amacıyla kapsam dışı bırakılmıştır. Doküman türü bazında yapılan daraltma ile yalnızca hakem denetiminden geçmiş ve standart bilimsel nitelik taşıyan makaleler seçilerek sayı 1.058'e indirilmiş; son olarak uygulanan dil filtresiyle İngilizce dışındaki kayıtlar ayıklanarak nihai örneklem 1.048 makale olarak kesinleştirilmiştir.

Analiz sürecinde VOSviewer aracılığıyla birbirini tamamlayan beş temel teknik entegre edilmiştir. İlk olarak, yayın ve atıf eğilim analizi ile alanın büyüme evreleri ve akademik ilgi düzeyi betimlenmiştir. Ardından, literatürün kavramsal omurgasını ortaya koymak üzere anahtar kelime eş-oluşum (co-occurrence) analizi gerçekleştirilmiş; alanın entelektüel temeli ve kurucu referansları ise ortak atıf (co-citation) analizi üzerinden incelenmiştir. Mevcut araştırma cephelerini belirlemek amacıyla benzer referansları paylaşan çalışmaları gruplandıran bibliyografik eşleşme (bibliographic coupling) tekniği kullanılırken, araştırmacı topluluklarının yapısı ortak yazarlık (co-authorship) analiziyle değerlendirilmiştir. Tüm bu süreçlerde, ağların aşırı seyrekleşmesini veya yorumlanamaz derecede yoğunlaşmasını önlemek için veri setinin büyüklüğüne uygun minimum eşik değerleri (minimum thresholds) titizlikle belirlenmiştir. Veri setindeki gürültüyü azaltmak ve tematik kümelenmelerin tutarlılığını artırmak amacıyla, VOSviewer thesaurus dosyası kullanılarak eş anlamlı kelimeler, kısaltmalar ve yazım farklılıkları (ör. AI ve Artificial Intelligence) standardize edilmiş, böylece analizin metodolojik güvenilirliği en üst düzeye çıkarılmıştır (van Eck ve Waltman, 2010).

4. Bulgular

Araştırma bulguları doğrultusunda yapay zeka destekli müşteri deneyimine ilişkin yayın ve atıf eğilimleri Tablo 1’de yer almaktadır.

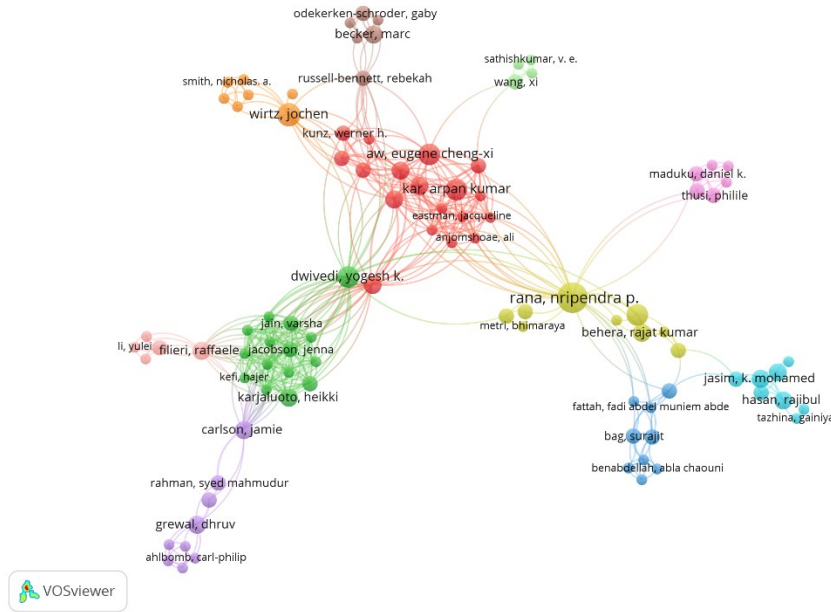
Tablo 1: Yıllara Göre Yayın ve Atıf Sayıları



Pazarlama alanında yapay zeka destekli müşteri deneyimi literatürünün tarihsel gelişimi incelendiğinde, alanın uzun bir süre sınırlı ve düşük yoğunluklu bir üretim yapısı sergilediği görülmektedir. Özellikle 1996–2018 döneminde yıllık yayın sayılarının oldukça düşük düzeyde kalması, bu konunun başlangıçta pazarlama yazınında bağımsız ve kurumsallaşmış bir araştırma alanı olarak henüz görünürlük kazanmadığını düşündürmektedir. Bu erken dönem, daha çok yapay zeka, dijital teknolojiler ve müşteri ilişkileri gibi daha geniş başlıklar altında dağınık biçimde yürütülen öncül tartışmalarla karakterize görünmektedir. Buna karşılık, 2019 yılı itibarıyla literatürde belirgin bir kırılma yaşandığı anlaşılmaktadır. Bu tarihten sonra yayın hacminde gözlenen ivmelenme, yapay zeka destekli müşteri deneyiminin pazarlama araştırmalarında ayrı bir ilgi alanı olarak daha açık biçimde tanımlanmaya başladığını göstermektedir. Özellikle 2020 sonrası dönemde hem yayın sayısında hem de atıf hacminde dikkat çekici bir artış ortaya çıkmıştır. Bu artış, alanın yalnızca nicel olarak büyüdüğünü değil, aynı zamanda daha geniş bir araştırmacı topluluğu tarafından görünür ve tartışılır hâle geldiğini de göstermektedir. Yayın sayılarındaki yükselişin atıf hacmindeki artışla eş zamanlı ilerlemesi, literatürün yalnızca yeni çalışmalar üretmediğine, aynı zamanda kümülatif bir bilgi yapısı oluşturmaya başladığına işaret etmektedir. Başka bir ifadeyle, artan yayın sayısı tek başına bir genişleme anlamına gelmezken, buna paralel biçimde yükselen atıf örüntüsü alanın akademik meşruiyetinin ve etkisinin de güçlendiğini düşündürmektedir. Özellikle 2022 sonrasında atıf eğrisindeki dikleşme, önceki yıllarda yayımlanan temel çalışmaların alan içinde referans noktası hâline geldiğini ve yapay zeka destekli müşteri deneyimi araştırmalarının daha

yoğun bir entelektüel dolaşıma girdiğini göstermektedir. 2025 yılı, 300'ü aşan yayın sayısı ve 10.000'e yaklaşan atıf hacmiyle literatürün en üretken ve en görünür dönemi olarak öne çıkmaktadır. Bu bulgu, alanın artık marjinal ya da yeni filizlenen bir konu olmaktan çıkıp, pazarlama yazını içinde yüksek ivmeli ve kurumsallaşma eğilimi gösteren bir araştırma sahasına dönüştüğünü düşündürmektedir. Aynı zamanda bu yoğunlaşma, yapay zekanın müşteri deneyimi, kişiselleştirme, etkileşim tasarımı, müşteri yolculuğu ve etik yönetim gibi farklı alt temalarla birlikte çalışmaya başlanmasının bir sonucu olarak da yorumlanabilir. 2026 yılına ilişkin öncül verilerde yayın ve atıf düzeylerinin 2025'in altında görünmesi, alanın ivme kaybettiği biçiminde yorumlanmamalıdır. Bibliyometrik verilerde son yılın genellikle tamamlanmamış olması ve atıfların zaman içinde birikmesi nedeniyle, bu tür görece düşük değerler çoğunlukla veri toplama zamanlamasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla 2026 verileri, düşüşten çok, henüz olgunlaşma sürecini tamamlamamış bir dönemi yansıtmaktadır. Bu yönüyle öncül bulgular, alanın güncelliğini ve akademik ilginin devam ettiğini göstermektedir.

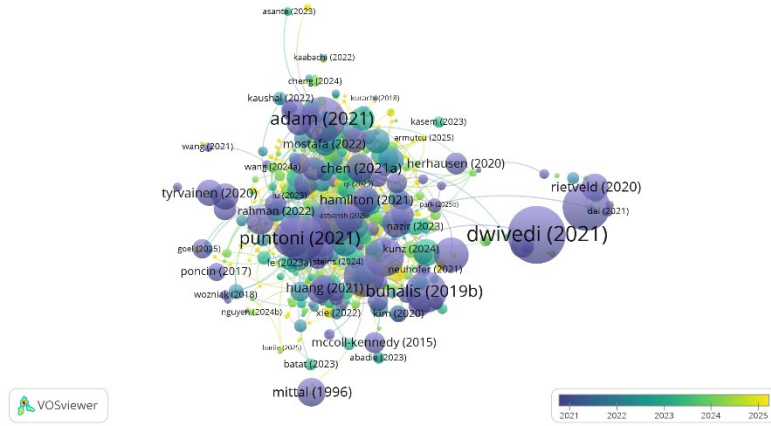
Şekil 1. Ortak Yazarlık Analizi



VOSviewer aracılığıyla gerçekleştirilen ortak yazarlık (co-authorship) analizi, yapay zeka destekli müşteri deneyimi literatüründeki sosyal etkileşim örüntülerini ve araştırmacı grupları arasındaki iş birliği ağlarını sistematik bir biçimde ortaya koymaktadır. Analiz sonuçlarına göre, haritadaki düğüm büyüklükleri yazarların yayın sayısını; bağ kalınlıkları ise araştırmacılar arasındaki ortak çalışma sıklığını temsil etmektedir. Bulgular, literatürün

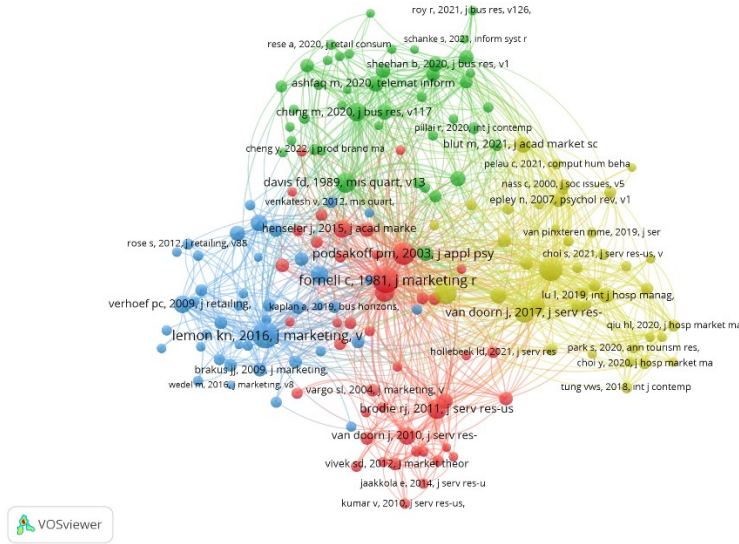
birbiriyle yüksek düzeyde etkileşim halindeki belirli kümeler etrafında yapılandığını göstermektedir. Özellikle kırmızı ve sarı kümelerde yoğunlaşan Yogesh K. Dwivedi, Nripendra P. Rana ve Arpan Kumar Kar arasındaki sıkı bağlar, bu araştırmacı grubunun alandaki yayın üretiminde merkezi bir konumda yer aldığını ve farklı akademik gruplar arasında bilgi akışını sağlayan bağlantı noktaları (knowledge bridges) işlevi gördüğünü işaret etmektedir. Benzer şekilde, yeşil ve turuncu kümelerde Jochen Wirtz, Werner H. Kunz ve Raffaele Filieri gibi isimlerin oluşturduğu ağ yapısı, yapay zekanın hizmet sektörü perspektifinden incelendiği güçlü bir akademik iş birliği geleneğine vurgu yapmaktadır. Haritanın çeperlerinde yer alan daha küçük kümelenmeler (mavi ve pembe) ise literatürün farklı coğrafi bölgelere ve yeni araştırmacı topluluklarına doğru genişleme eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu iş birliği yapısı, yapay zeka destekli müşteri deneyimi yazınının izole çalışmalar yerine, belirli öncü grupların rehberliğinde kümülatif ve çok uluslu bir ağ üzerinden geliştiğini ortaya koymaktadır. Ortak yazarlık ağının entegre olması, alanın teorik gelişiminin kolektif bir çabayla şekillendiğini ve metodolojik standartların bu yoğun etkileşim kanalları aracılığıyla yayılım gösterdiğini kanıtlamaktadır. Bu bulgular, yeni araştırmacıların literatüre dahil olurken bu yerleşik ağlarla eklemlenme stratejileri geliştirebileceğini veya henüz düşük bağlantı yoğunluğuna sahip olan çeperdeki konular üzerinden özgün akademik boşlukları doldurabileceğini göstermesi açısından kritik bir önem taşımaktadır.

Şekil 3. Atıf Analizi



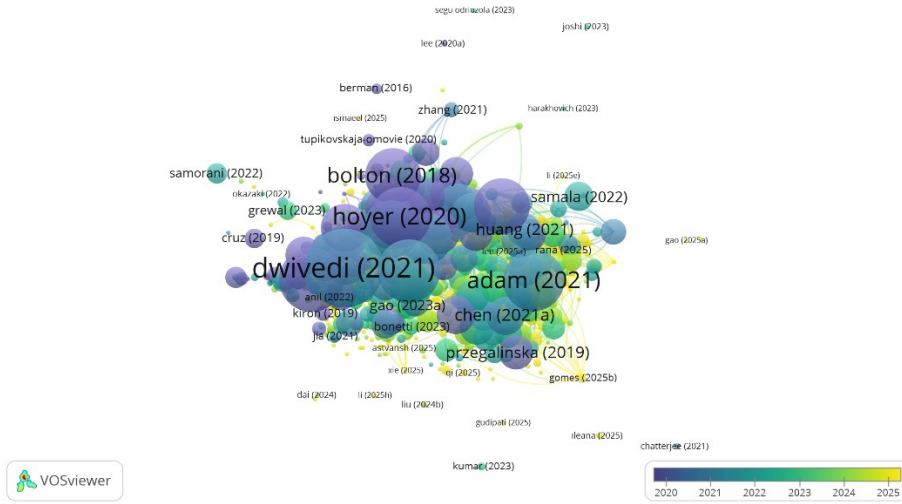
VOSviewer ile gerçekleştirilen zaman katmanlı görünüm (overlay visualization) ve atıf ağı analizleri, yapay zeka destekli müşteri deneyimi literatürünün son yıllardaki dinamik gelişimini ve etki merkezlerini net bir şekilde ortaya koymaktadır. Haritada mor ve koyu maviyle temsil edilen 2021 öncesi dönemde, Buhalis (2019), Dwivedi (2021) ve Puntoni (2021) gibi çalışmalar alanın kavramsal sınırlarını çizen ve en yüksek atıf hacmine ulaşan temel köşe taşları olarak merkezde konumlanmaktadır. 2023-2025 dönemini yansıtan yeşil ve sarı renkli düğümlerde ise Adam (2021), Mostafa vd. (2022) ve Chen vd. (2021) gibi yazarların çalışmaları, literatürün güncel odağının teknik otomasyondan daha sofistike müşteri etkileşimlerine doğru kaydığını göstermektedir. Özellikle haritanın dış çeperlerinde yer alan ve parlak sarıyla işaretlenen 2024-2025 tarihli yeni yayınlar, üretken yapay zeka ve etik tartışmalar gibi alanın en güncel araştırma cephelerini temsil ederek akademik ilginin tazeliğini kanıtlamaktadır. Sonuç olarak haritadaki düğüm büyüklükleri ve zamanla değişen renk skalası, literatürün sağlam bir temel üzerine hızla eklenildiğini ve çok kısa sürede kümülatif bir etki yaratarak pazarlama disiplininde dominant bir araştırma alanına dönüştüğünü doğrulamaktadır.

Şekil 4. Ortak Atıf Analizi



Ortak atıf analizi (co-citation analysis) ise yapay zeka destekli müşteri deneyimi literatürünün üzerine inşa edildiği entelektüel temeli ve kurucu referansları sistematik bir biçimde ortaya koymaktadır. Haritanın merkezinde en yüksek atıf yoğunluğu ve düğüm büyüklüğüyle yer alan Fornell (1981) ve Podsakoff vd. (2003) gibi çalışmalar, alanın ampirik geçerlilik, yapısal eşitlik modellemesi ve metodolojik titizliğe verdiği köklü önemi yansıtmaktadır. Teorik düzlemde ise Lemon ve Verhoef (2016) ile Vargo ve Lusch (2004) kaynaklarının oluşturduğu güçlü kümelenme, yapay zeka çalışmalarının pazarlamanın klasik "Müşteri Yolculuğu" ve "Hizmet Baskın Mantığı" kuramlarından beslendiğini ve bu geleneksel teorileri dijital bağlamda genişlettiğini kanıtlamaktadır. Mavi kümede yoğunlaşan Brakus (2009) ve Verhoef vd. (2009) atıfları, deneyim kavramının duyuşal boyutları ve yönetimi konusundaki temel birikimi temsil ederken; sarı bölgedeki Van Doorn (2017) ve Malik ve Choi (2021) gibi çalışmalar, yapay zekanın hizmet süreçlerindeki rolüne odaklanan modern araştırma cephelerini işaret etmektedir. Haritadaki düğümler arası bağların (links) yoğunluğu, literatürün farklı kuramsal disiplinlerden gelen bilgileri başarıyla bütünleştirdiğini ve kümülatif bir bilimsel derinlik oluşturduğunu doğrulamaktadır.

Şekil 5. Bibliyografik Eşleşme Analizi



Şekil 5'te yer alan bibliyografik eşleşme (bibliographic coupling) analizi, yapay zeka destekli müşteri deneyimi literatüründeki benzer referansları paylaşan çalışmalarını gruplandırarak mevcut araştırma cephelerini ve güncel akademik odağı ortaya koymaktadır. Haritanın merkezinde en geniş düğüm hacmiyle yer alan Dwivedi vd. (2021), Hoyer vd. (2020) ve Bolton (2018) gibi çalışmalar, alanın güncel literatürünü besleyen ve en yüksek paylaşılan atıf trafiğine sahip olan anahtar referanslar olarak öne çıkmaktadır. Zaman katmanlı (overlay visualization) renk skalası incelendiğinde, koyu mavi düğümlerle temsil edilen 2020-2021 dönemi çalışmalarının daha çok temel dijital pazarlama stratejilerine odaklandığı; ancak parlak yeşil ve sarı düğümlerle temsil edilen Adam (2021), Chen (2021) ve 2024-2025 projeksiyonlu yeni yayınların literatürü daha sofistike etkileşim modellerine doğru taşıdığı görülmektedir. Haritanın sağ tarafında yoğunlaşan sarı kümelenmeler, özellikle müşteri yolculuğu boyunca yapay zeka entegrasyonu ve üretken yapay zeka gibi konuların en güncel araştırma cephesini oluşturduğunu kanıtlamaktadır. Analizdeki düğümler arasındaki bağların sıklığı ve merkezi çalışmaların baskınlığı, literatürün parçalı bir yapıdan sıyrılarak kümülatif bir teorik çerçeve etrafında hızla bütünleştiğini ve pazarlama disiplininde güncelliğini koruyan dinamik bir araştırma alanı haline geldiğini doğrulamaktadır.

5. Sonuç

Bu çalışma, pazarlama alanında yapay zeka destekli müşteri deneyimi literatürünün son yıllarda belirgin biçimde genişlediğini ve giderek daha çok katmanlı bir araştırma alanına dönüştüğünü göstermektedir. Elde edilen bibliyometrik bulgular, bu literatürün tek bir araştırma hattı boyunca gelişmediğine; aksine müşteri etkileşimi ve deneyim çıktıları, müşteri

yolculuğu ve kişiselleştirme, sohbet tabanlı hizmet etkileşimleri, dijital dönüşüm ve analitik yöntemler ile mahremiyet, etik ve algılanan risk gibi birbiriyle ilişkili tematik kümeler etrafında yapılandığına işaret etmektedir (AS₁). Bu yönüyle çalışma, yapay zeka destekli müşteri deneyimi araştırmalarının pazarlama yazınında hem teknolojik hem de ilişkisel boyutları olan bir bilgi alanı olarak geliştiğini ortaya koymaktadır.

Alanın entelektüel temeline ilişkin bulgular da benzer biçimde dikkat çekicidir. Ortak atıf analizi, yapay zeka destekli müşteri deneyimi yazınının yalnızca teknoloji merkezli bir literatüre dayanmadığını; aynı zamanda müşteri deneyimi, hizmet baskın mantık, müşteri yolculuğu ve yöntem literatüründen beslenen karma bir kuramsal yapı üzerinde yükseldiğini göstermektedir. Bu durum, alanın pazarlama içindeki yerinin giderek daha fazla kuramsallaştığını ve müşteri deneyiminin dijital bağlamda yeniden yorumlandığını düşündürmektedir. Ortak yazarlık bulguları ise üretimin belirli uluslararası araştırma toplulukları etrafında yoğunlaştığını, dolayısıyla alanın bireysel katkılardan çok iş birliğine dayalı birikimle ilerlediğini göstermektedir (AS₂). Bununla birlikte, bu ağ yapısının doğrudan teorik liderlik biçiminde yorumlanmaması gerekir; bibliyometrik olarak daha görünür olan kümeler öncelikle iş birliği yoğunluğunu ve ağ içi merkeziliği yansıtmaktadır. Tematik evrime ilişkin bulgular, 2020 sonrasında yapay zeka destekli müşteri deneyimi yazınının daha hızlı bir çeşitlenme sürecine girdiğini göstermektedir. Bibliyografik eşleşme ve zaman katmanlı görselleştirmeler, güncel araştırma odağının temel otomasyon ve teknoloji kabulü tartışmalarından daha gelişmiş kişiselleştirme, etkileşim tasarımı, etik duyarlılık ve bağlamsal uygulamalara doğru kaydığını düşündürmektedir (AS₃). Bu eğilim, alanın yalnızca teknoloji kullanımına odaklanan erken dönem yaklaşımından uzaklaşarak, müşteri deneyiminin nasıl üretildiği, nasıl algılandığı ve hangi koşullarda değer yarattığı sorularına daha fazla yöneldiğini göstermektedir.

Bu bulguların teorik açıdan en önemli sonucu, yapay zeka destekli müşteri deneyiminin pazarlama literatüründe çok katmanlı bir yapı olarak ele alınması gerektiğidir. Anahtar kelime kümeleri ve entelektüel yapı birlikte değerlendirildiğinde, literatürün bir yandan mikro etkileşimler ve temas noktası kalitesi üzerinde yoğunlaştığı, diğer yandan kişiselleştirme ve süreç sürekliliği üzerinden müşteri deneyimini daha bütünsel bir çerçevede açıklamaya çalıştığı görülmektedir. Buna ek olarak, güven, empati, etik ve bağlam gibi unsurların daha görünür hâle gelmesi, müşteri deneyiminin yalnızca işlevsel performans veya bilişsel değerlendirme ile açıklanamayacağını ortaya koymaktadır (Liu-Thompkins vd., 2022; Pappas vd., 2023). Dolayısıyla yapay zeka destekli müşteri deneyimi yazını, teknik altyapı ile ilişkisel değer yaratımını bir arada düşünen daha bütünlük bir açıklama çerçevesine ihtiyaç duymaktadır.

Uygulama açısından değerlendirildiğinde, bulgular birkaç önemli noktaya işaret etmektedir. İlk olarak, sohbet tabanlı sistemler ve benzeri etkileşim teknolojileri, yalnızca operasyonel verimlilik araçları olarak değil, doğrudan müşteri deneyiminin niteliğini etkileyen hizmet tasarımı unsurları olarak ele alınmalıdır (Chen vd., 2021). İkinci olarak, kişiselleştirme stratejilerinin müşteri yolculuğunun farklı aşamalarına uyarlanması, deneyim sürekliliği ve algılanan değer açısından kritik görünmektedir (Gao ve Liu, 2023; Rana vd., 2022). Üçüncü olarak, etik, güven ve mahremiyet temalarının güncel kümelerde daha görünür hâle gelmesi, veri yönetimi ve şeffaflık meselelerinin artık müşteri deneyimi yönetiminin çevresel değil, kurucu boyutları arasında değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir (Chen ve Prentice, 2025; Mouammine, 2026). Son olarak, teknoloji yoğun hizmet ortamlarında insan unsurunun tamamen ortadan kalkmadığı; aksine hibrit hizmet tasarımlarında deneyimi anlamlandıran tamamlayıcı bir rol üstlenmeye devam ettiği anlaşılmaktadır (Pappas vd., 2023).

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları da bulunmaktadır. İlk olarak, analiz yalnızca Web of Science Core Collection veri tabanında yer alan ve belirlenen arama kriterlerini karşılayan çalışmalarla sınırlandırılmıştır; bu durum farklı veri tabanlarında veya farklı yayın türlerinde yer alan araştırmaların kapsam dışında kalmasına yol açmış olabilir. İkinci olarak, bibliyometrik analizler literatürün yapısal örüntülerini, ilişkilerini ve yoğunlaşma alanlarını görünür kılmak açısından güçlü bir yöntem sunsa da, nedensel açıklamalar üretmemektedir. Bu nedenle burada sunulan bulgular, alanın yönünü ve yapısını gösteren haritalama sonuçları olarak okunmalıdır. Gelecek araştırmalar için birkaç yön öne çıkmaktadır. Öncelikle, farklı yapay zeka uygulama türleri ile müşteri deneyimi sonuçları arasındaki ilişkilerin daha açık kavramsal modellerle sınanması gerekmektedir. Ayrıca insan-yapay zeka etkileşiminin sosyo-duygusal boyutları, özellikle güven, yapay empati ve etkileşim konforu açısından daha sistematik biçimde incelenmelidir (Liu-Thompkins vd., 2022). Etik, mahremiyet ve algılanan risk boyutlarını merkeze alan araştırmaların da alanın gelecekteki gelişimi açısından daha önemli hâle geleceği anlaşılmaktadır (Chen ve Prentice, 2025; Mouammine, 2026). Son olarak, turizm, perakende ve çoklu kanal hizmet sistemleri gibi bağlamlarda gözlenen farklı örüntülerin sektörler arası karşılaştırmalı tasarımlarla test edilmesi, bağlamın müşteri deneyimi mekanizmalarını nasıl dönüştürdüğünü daha açık biçimde ortaya koyabilir (Moore vd., 2022; Ghesh vd., 2024).

Kaynakça

- Abu Daqar, M. A., & Smoudy, A. K. (2019). The role of artificial intelligence on enhancing customer experience. *International Review of Management and Marketing*, 9(4), 22–31.
- Adam, M., Wessel, M., & Benlian, A. (2021). AI-based chatbots in customer service and their effects on user compliance: M. Adam et al. *Electronic Markets*, 31(2), 427-445.
- Bolton, R. N., McColl-Kennedy, J. R., Cheung, L., Gallan, A., Orsingher, C., Witell, L., & Zaki, M. (2018). Customer experience challenges: bringing together digital, physical and social realms. *Journal of Service Management*, 29(5), 776-808.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H., & Zarantonello, L. (2009). Brand experience: What is it? How is it measured? Does it affect loyalty? *Journal of Marketing*, 73(3), 52–68.
- Buhalis, D., Harwood, T., Stockdale, V., Michaelidou, N., Hofacker, C., & Rogers, C. (2019). Technological disruptions in services: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Service Management*, 30(4), 484–506.
- Chen, J. S., Le, T. T. Y., & Florence, D. (2021). Usability and responsiveness of artificial intelligence chatbot on online customer experience in e-retailing. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49(11), 1512–1531.
- Chen, Y., & Prentice, C. (2025). Integrating artificial intelligence and customer experience. *Australasian Marketing Journal*, 33(2), 141–153.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285–296.
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., Aarts, G., Coombs, C., Crick, T., ... & Williams, M. D. (2021). Artificial Intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 57, 101994.
- El-Barki, Y., Oubrich, M., El Ghazi, H., & Alzahrani, S. (2025, October). Artificial Intelligence and Customer Experience: A Bibliometric Review of Strategic Research Trends (2015–2025). In *2025 IEEE International Conference on Technology Management, Operations and Decisions (ICTMOD)* (pp. 1-8). IEEE.

- Fornell, C. (1981). A comparative analysis of two structural equation models: LISREL and PLS applied to market data. Working Paper No. 276.
- Gao, Y., & Liu, H. (2023). Artificial intelligence-enabled personalization in interactive marketing: A customer journey perspective. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 17(5), 663–680.
- Ghesh, N., Alexander, M., & Davis, A. (2024). The artificial intelligence-enabled customer experience in tourism: A systematic literature review. *Tourism Review*, 79(5), 1017–1037.
- Hardcastle, K., Vorster, L., & Brown, D. M. (2025). Understanding customer responses to AI-driven personalized journeys: Impacts on the customer experience. *Journal of Advertising*, 54(2), 176-195.
- Hoyer, W. D., Kroschke, M., Schmitt, B., Kraume, K., & Shankar, V. (2020). Transforming the customer experience through new technologies. *Journal of Interactive Marketing*, 51(1), 57–71.
- Khanna, A., Sarasan, S., & Sunil, MP. (2025). Navigating the AI revolution in customer service: A bibliometric analysis. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 2444-9709.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.
- Liu, L., & Duffy, V. G. (2023). Exploring the future development of artificial intelligence applications in chatbots: A bibliometric analysis. *International Journal of Social Robotics*, 15(5), 703–716.
- Liu-Thompkins, Y., Okazaki, S., & Li, H. (2022). Artificial empathy in marketing interactions: Bridging the human-AI gap in affective and social customer experience. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(6), 1198–1218.
- Mahdizadeh, B. M., Khodadad Hosseini, S. H., & Nazarpour Kashani, H. (2025). Bibliometric analysis of customer experience and artificial intelligence. *Scientometrics Research Journal*, 11(2, Autumn & Winter)), 91-114.
- Malik, T. H., & Choi, J. C. (2021). Social media versus personal experience in the consumer's apprehension on imported food security and safety dilemma. *Sage Open*, 11(2), 21582440211007486.
- Marinchak, C. M., Forrest, E., & Hoanca, B. (2018). Artificial intelligence: Redefining marketing management and the customer experience. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation*, 8(2), 14–24.

- Moore, S., Bulmer, S., & Elms, J. (2022). The social significance of AI in retail on customer experience and shopping practices. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102755.
- Mouammine, Y. (2026). AI in customer experience and digital marketing: A bibliometric and thematic review (2004–2025) with sensory marketing lens. *Cogent Business & Management*, 13(1), 2613596.
- Mostafa, K., Ahmad, F., Qaisar, M. N., Zada, S., Jamil, S., Anwer, N., ... & Mariam, S. (2022). Brand love: Role of online customer experience, value co-creation, and relationship quality. *Frontiers in Psychology*, 13, 897933.
- Pappas, A., Fumagalli, E., Rouziou, M., & Bolander, W. (2023). More than machines: The role of the future retail salesperson in enhancing the customer experience. *Journal of Retailing*, 99(4), 518–531.
- Peruchini, M., Da Silva, G. M., & Teixeira, J. M. (2024). Between artificial intelligence and customer experience: A literature review on the intersection. *Discover Artificial Intelligence*, 4(1), 4.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879–903.
- Puntoni, S., Reczek, R. W., Giesler, M., & Botti, S. (2021). Consumers and artificial intelligence: An experiential perspective. *Journal of Marketing*, 85(1), 131-151.
- Rana, J., Gaur, L., Singh, G., Awan, U., & Rasheed, M. I. (2022). Reinforcing customer journey through artificial intelligence: A review and research agenda. *International Journal of Emerging Markets*, 17(7), 1738–1758.
- Rana, J., Jain, R., & Santosh, K. C. (2023). Automation and AI-enabled customer journey: A bibliometric analysis. *Vision*, 09722629221149854.
- Sahut, J. M., & Laroche, M. (2025). Artificial intelligence and the transformation of the customer experience. *Journal of Business Research*, 170, 108684.
- Sidaoui, K., Jaakkola, M., & Burton, J. (2020). AI feel you: Customer experience assessment via chatbot interviews. *Journal of Service Management*, 31(4), 745–766.
- Singh, C., Dash, M. K., Sahu, R., & Kumar, A. (2024). Artificial intelligence in customer retention: A bibliometric analysis and future research framework. *Kybernetes*, 53(11), 4863–4888.

- Van Doorn, N. (2017). Platform labor: on the gendered and racialized exploitation of low-income service work in the 'on-demand' economy. *Information, communication & society*, 20(6), 898-914.
- van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538.
- van Eck, N. J., & Waltman, L. (2017). Citation-based clustering of publications using CitNetExplorer and VOSviewer. *Scientometrics*, 111(2), 1053-1070.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1-17.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2008). From goods to service (s): Divergences and convergences of logics. *Industrial Marketing Management*, 37(3), 254-259.
- Vashishth, T. K., Sharma, K. K., Kumar, B., Chaudhary, S., & Panwar, R. (2024). Enhancing customer experience through AI-enabled content personalization in e-commerce marketing. In *Advances in digital marketing in the era of artificial intelligence* (pp. 7-32).
- Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M., & Schlesinger, L. A. (2009). Customer experience creation: Determinants, dynamics and management strategies. *Journal of Retailing*, 85(1), 31-41.



From an Activist Movement to a Global Actor: How Effective Is Greenpeace in Global Environmental Governance?

Mahmut Özdemirkol

m.ozdemirkol@gmail.com

Kafkas University

orcid.org/0000-0003-4878-9947

Corresponding Author

JEL Code: Q50, Q56, Q58

Abstract

Received: 12.02.2026

Accepted: 11.03.2026

Available Online: 27.03.2026

To cite this document

Özdemirkol, M. (2026). *From an Activist Movement to a Global Actor: How Effective Is Greenpeace in Global Environmental Governance?* Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies, 13 (1), 82-104. doi: 10.48064/equinox.1887954

Greenpeace is an influential actor in the environmental policies of states, private companies ve traditional supranational institutions. On the one hve, it plays an active role in international conventions on environmental issues, ve on the other hve, it plays a supervisory role in the implementation of these laws ve policies. In addition, it is involved in the development of environmental awareness ve awareness-raising activities against environmental problems. Unlike traditional supranational institutions, Greenpeace is financially independent ve its organization is based on non-state members, i.e. civilian participants. This study examines Greenpeace, which has evolved globally ve differently from traditional supranational actors. Greenpeace's interaction with states, private companies ve supranational institutions ve its role in environmental policies are analyzed. Although the importance of nation states continues, the sovereignty of states is being undermined, as in the case of Greenpeace. It is seen that organizations such as Greenpeace are effective on issues such as environmental problems

Keywords: Environmental Governance, Greenpeace, Globalization, Environmental Policies

Aktivist Bir Hareketten Küresel Bir Aktöre: Greenpeace Küresel Çevre Yönetişiminde Ne Kadar Etkilidir?

Öz

Greenpeace her ne kadar küçük bir protesto grubu olarak ortaya çıkmışsa da günümüzde en organize olmuş ve küresel bir aktör olarak yerini korumaktadır. Greenpeace devletler, özel şirketler ve geleneksel ulus üstü kurumların çevre politikasında etkili olan bir aktördür. Bir taraftan çevre konularında çıkartılan uluslararası sözleşmelerde etkin rol oynamakta diğer taraftan bu yasa ve politikaların uygulanması aşamasında denetim misyonunda bulunmaktadır. Greenpeace geleneksel ulus üstü kurumlardan farklı olarak; finansal açıdan bağımsız ve kuruluş olarak devlet dışı üyelere yani sivil katılımcılara dayanmaktadır. Bu çalışmada küresel ve geleneksel ulus üstü aktörlerden farklı olarak gelişen Greenpeace incelenmektedir. Greenpeace'in devletler, özel şirketler ve ulus üstü kurumlar ile olan etkileşimi ve çevre politikalarındaki rolü analiz edilmektedir. Her ne kadar ulus devletlerin önemi devam ediyor olsa da Greenpeace örneğinde olduğu gibi devletlerin egemenlik alanları zedelenmektedir. Çevre sorunları gibi konularda Greenpeace gibi kuruluşların etkili oldukları görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Çevre Yönetişimi, Greenpeace, Küreselleşme, Çevre Politikaları

1. Giriş

Küreselleşme sürecinin önemli sonuçlarından biri, ulus devletlerin sınırlarını aşan ve onların politikalarını etkileyen yeni aktörlerin ortaya çıkmasıdır. Bu aktörlerden biri de Greenpeace'tir. İklim değişikliği, sürdürülebilirlik, gelecek kuşaklar, sağlıklı çevre, ormanların korunması, nükleer enerji ve fosil yakıtlar gibi çevre sorunları, yalnızca ulusların değil, uluslararası alanda da tartışılan ve çözüm önerileri geliştirilen kritik konular arasında yer almaktadır. Artan çevresel kaygı ve ilgi; diğer taraftan küresel yönetişimin sağladığı olanaklar Greenpeace gibi aktörlerin uluslararası çevre yönetişimi alanında önem kazanmasını ve gelişimini sağlamıştır. 1971 yılında Amerika'nın nükleer denemelerine tepkisiyle adını duyuran Greenpeace, zamanla çevre konusunda uzmanlaşmış ve uluslararası bir aktör konumuna gelmiştir. Çevresel sürdürülebilirlik ve çevre dengesi konularında küresel düzeyde baskı, denetleme, çözüm üretme ve çevresel bilinç geliştirme amacıyla etkili bir ulus üstü aktör olmuştur. Greenpeace, Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi, Paris İklim Anlaşması ve Kyoto Protokolü gibi önemli çevre temalı anlaşmaların gelişim sürecinde lobcilik gibi çeşitli araçlar kullanarak önemli baskılar oluşturmuş ve gündem belirlemiştir. Ayrıca, devletlerin ve özel sektörün çevresel politikalarını yeniden şekillendirmede etkili olmuş; hukuki ve siyasi mekanizmaların yanı sıra sosyal medyada imza toplama, barışçıl protestolar düzenleme ve raporlar yayımlama gibi çeşitli aktivist stratejilerle çevre politikalarında belirleyici ve bazen denetleyici bir rol oynamıştır.

Bu çalışma, küresel çevre politikalarının şekillenme sürecinde Greenpeace'in etkisini incelemeyi hedeflemektedir. Bu bağlamda, çalışmanın temel sorusu şudur: Greenpeace'in ulus üstü bir aktör olarak çevre politikalarında ve küresel çevre yönetişimindeki rolü ve etkileri nelerdir? Çalışmada Greenpeace'in küresel bir aktör olarak nasıl konumlandığı, uluslararası kurumlar, devletler, çok uluslu şirketler ve hukuki süreçlerdeki rolleri analiz edilerek değerlendirilmiştir. Bu farklı kategorilerdeki veriler Greenpeace'in etki gücünün ortaya konulması açısından önemli görülmüştür.

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Doküman analizi; araştırma konusu ile ilgili yazılı, görsel veya dijital materyallerin sistematik bir biçimde incelenmesi ve yorumlanmasına dayanan bir yöntemdir. Bu yöntem, özellikle tarihsel ve kurumsal süreçlerin analizinde önemli bir veri kaynağı sunmaktadır (Bowen, 2009). Greenpeace'in küresel çevre yönetişimindeki etkisini değerlendirmek amacıyla, devletler üzerindeki etkisi, uluslararası anlaşmalardaki ve hukuki süreçlerdeki rolü ile çok uluslu şirketler üzerindeki etkisi üzerinde durulmuştur. Bu doğrultuda, Web of Science, Scopus, Dergipark ve Google Akademi veri tabanları üzerinden literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Greenpeace'in etkili olduğu kampanyalar ise kurumun resmi sayfalarından elde edilmiştir.

Elbette, Greenpeace'in tüm faaliyetleri başarıyla sonuçlanmamıştır. Ancak, çalışmada özellikle başarılı olduğu faaliyetlere yer verilerek, ulusüstü bir aktör olarak küresel çevre politikalarındaki rolü ve etkisi anlamlandırılmaya çalışılmıştır. Ayrıca, çalışmanın sürdürülebilirliği açısından Greenpeace'in etkili olduğu önemli faaliyetlere vurgu yapılmıştır. Çalışmanın verileri, Greenpeace'in yalnızca bir sivil toplum kuruluşu olmadığını; aynı zamanda uluslararası çevre yönetiminde karar alıcılar üzerindeki baskı unsuru oluşturan ve politika oluşturma süreçlerine doğrudan müdahil olan küresel çevre yönetiminde önemli bir aktör olduğunu göstermektedir.

Literatürde Greenpeace'e ilişkin çalışmaların önemli bir bölümü örgütün aktivist kimliği, kampanya pratikleri ve iletişim stratejileri üzerinde yoğunlaşmaktadır. Buna karşılık Greenpeace'in küresel çevre yönetimi içerisinde devletler, uluslararası kurumlar ve çok uluslu şirketler üzerindeki etkisini bütüncül bir çerçevede ele alan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çalışma, Greenpeace'i yalnızca bir çevreci aktivist örgüt olarak değil, küresel çevre politikalarının oluşum süreçlerine etki eden ulus-ötesi bir aktör olarak ele almaktadır. Bu yönüyle çalışma, Greenpeace'in farklı aktörlerle geliştirdiği etkileşimler üzerinden çevre politikalarının oluşumundaki yapısal ve dönüştürücü rolünü analiz ederek literatüre katkı sunmayı amaçlamaktadır.

2. Ulus-Üstü Kurumlar ve Greenpeace

Bir örgüt içinde yer alan bireyler ve topluluklar, kendi istekleri, ilgi alanları ve çıkarları doğrultusunda daha etkili olabilmek için diğer bireyler veya topluluklarla dayanışma kurma ihtiyacı duymaktadır. Bu ihtiyaç, sivil toplum kuruluşlarının ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır (Yıldız, 2018, s. 357). Ulus-üstü kurumlar, genellikle devletlerarası antlaşmalarla kurulan ve belirli politika alanlarında düzenleyici, denetleyici veya yürütücü işlevler üstlenen yapılar olarak tanınmaktadır. Kâr amacı gütmeyen, hiyerarşik olarak bir ulusla bağı olmayan, devletlerle doğrudan ilişkisi bulunmayan, finansal olarak bağımsız ve şiddet karşıtı yapılar ulusüstü kurumlar olarak tanımlanabilir (Cicioğlu ve Bostancı, 2017, s. 73). Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği, Dünya Ticaret Örgütü ve Uluslararası Para Fonu gibi kurumlar, ulus-üstü yönetimin temel aktörleri arasında yer almaktadır. Günümüz küresel yönetim sisteminde ulus-üstü kurumlar, ulusal devletlerin ötesine geçerek küresel ölçekte politika oluşturma ve uygulama süreçlerinde etkili olmaktadır. Bununla birlikte, geleneksel ulus-üstü kurumların yanında, küresel sivil toplum kuruluşları da uluslararası karar alma süreçlerinde etkili olmaya başlamıştır. Gerçekten de çevre sorunlarının dünya siyasetinin bir konusu olarak ortaya çıkması, uluslararası ilişkilerin yeni alanlarından biri olan (diğerleri sağlık, insan hakları, küresel finans ve doğrudan yabancı yatırım) uluslararasılaşmanın genişlemesi için ek bir etki yarattı; bu alanda artan karşılıklı bağımlılık, daha çeşitli aktörlerin sınırlar ötesi siyasi faaliyetlerde

bulunmasına yol açtı (Hale, 2020, s. 205). Siyaset bilimciler küreselleşmenin yükselişinde ekonomik liberalleşmenin ve ulus-üstü iş birliğinin rolünü vurgularken, Greenpeace örneği küresel yönetişimin ortaya çıkışında tetikleyici olarak sivil toplum örgütlerinin önemli rolünü ortaya koymaktadır (Bernhardt, 2017, s. 208). Çevre koruma amacıyla hareket eden topluluklar, hedeflerine ulaşmak ve ortak hareket edebilmek amacıyla örgütlenerek kurumsal yapılar oluşturmuşlardır. Zamanla bu örgütler, ulusal ve uluslararası düzeyde çevre sorunlarına yönelik kamuoyu oluşturma süreçlerinde önemli bir baskı unsuru haline gelmiş ve siyasi karar alma mekanizmalarında etkili bir güç unsuru olmuşlardır (Onur ve Şener, 2024, s. 67). Çevresel aktörler, sınırlar ötesinde birbirleriyle bağlantı kurmanın yanı sıra, aktivizmlerini küresel kurumlara yönelterek daha uluslararası bir aktör haline geldiler. Çevreye zarar verdiği düşünülen küresel yönetim biçimlerine karşı protestoların yanı sıra, ulus ötesi aktörler de çevreyi korumak için hükümetler arası anlaşmalar ve örgütlerin oluşturulması ve güçlendirilmesinde önemli rol oynamışlardır (Hale, 2020, s. 206). Ulus üstü çevresel aktörlerin ortaya çıkışı, savaş sonrası dönemde dünya siyasetinde yaşanan küreselleşmenin önemli bir unsurudur.

Ulus devlet olgusunun aşınması, geleneksel egemenlik anlayışının dönüşmesi ve ulus-üstü kurumların önemli aktörler haline gelmesi küreselleşme süreciyle doğrudan ilişkilidir. Küreselleşmenin en önemli sonuçlarından biri, ulus devlet yapılarında meydana getirdiği değişimdir. Bu değişimle birlikte uluslararası ilişkilerde ulus-üstü kurumlar giderek daha belirleyici bir rol üstlenmiştir. İletişim ve ulaşımdaki teknolojik gelişmeler ve ekonomik bağlantılar ağı hem ulus ötesindeki siyasete olan ilgiyi artırmış ve bir zamanlar uzak olan insanları ve yerleri giderek daha fazla yakınlaştırmış ve sorunları tamamen yerel alandan çıkarmıştır (Hale, 2020, s. 205). Küreselleşmeyi tetikleyen temel dinamikler, bilginin ulusal sınırları aşmasını sağlarken; ekonomik, sosyal ve siyasal alanlarda küresel ölçekte bir bütünleşme sürecini de beraberinde getirmiştir. Bu bütünleşme, aynı zamanda toplulukların karşı karşıya kaldığı çeşitli sorunlara çözüm üretme çabalarını da içermektedir.

II. Dünya Savaşının ardından, dünyanın karşı karşıya olduğu ortak sorunlara çözümler üretmek amacıyla sayıları giderek artan uluslararası kurumlar ortaya çıkmıştır. Sınırlar ötesinde siyasi mücadeleye girmenin yanı sıra, ulus üstü aktörler aynı zamanda uluslararası yönetişimin inşasına doğrudan dahil olmuşlardır (Hale, 2020, s. 207). Bu kurumlar ilk başlarda yeteri kadar etkin olmasa da zamanla hem uzmanlıkları hem de etkinlikleri önemli ölçüde artmıştır. Ulus üstü kurumların etkin olamayışının önemli sebeplerinden biri, Soğuk Savaş Dönemi'nin yol açtığı siyasi dengeler ve güç ilişkilerdir. Soğuk Savaş'ın sona ermesiyle birlikte küreselleşme süreci hız kazanmış ve 1970'lerden itibaren yaşanan gelişmeler uluslararası kurumların dünya genelinde önemli roller üstlenmesine yol açmıştır (Cicioğlu ve Bostancı 2017, s. 75). Bu rollerinin bir parçası bir taraftan sınırları ötesinde siyasi mücadeleye

girmekte diğer taraftan uluslararası yönetişimin inşasına doğrudan dahil olmaktadır (Hale, 2020, s. 207). Bu çerçevede belirtmek gerekir ki uluslararası devlet dışı aktörlerin etkisi, nüfuzu ve otoritesi göz ardı edilemez. Çünkü oldukça açık olan şey, devlet dışı aktörlerin küresel sorunları inatçı veya uyusuk devlet ajanlarından daha hızlı ve daha etkili bir şekilde çözmek için her zamankinden daha fazla enerji, fırsat ve kapasiteye sahiptir (Moloney ve Legrve, 2024, s. 7-8). Ulus-üstü kurumların faaliyet alanlarını incelediğimizde, yalnızca ekonomik, kültürel, politik ve sosyal konularla sınırlı kalmadıkları; aynı zamanda insan hakları, ayrımcılık, sağlık, eğitim, çocuk hakları, engelli bireylerin durumu, din ve vicdan özgürlüğü, savaş, göç, mülteciler, çevre sorunları ve yolsuzluk gibi küresel meselelerle de derin bir bağlantı içinde oldukları anlaşılmaktadır (Cicioğlu ve Bostancı 2017, s. 75). Çevre sorunlarının dünya siyasetinin bir konusu olarak ortaya çıkması, uluslararası ilişkilerin yeni alanlarından biri olan (diğerleri sağlık, insan hakları, küresel finans ve doğrudan yabancı yatırım) uluslararasılaşmanın genişlemesi için ek bir etki yarattı; bu alanda artan karşılıklı bağımlılık, daha çeşitli aktörlerin sınırlar ötesi siyasi faaliyetlerde bulunmasına yol açtı (Hale, 2020, s. 205). Bu bağlamda çevreci sivil toplum kuruluşları uluslararası ağlar kurarak; uluslararası anlaşmaları, müzakereleri ve devletleri etkilemeye başlamışlardır (Downie, 2014, s. 381-390). Bu süreçte öne çıkan uluslararası bir kuruluş Greenpeace olmuştur. Greenpeace, çevre politikaları ve sürdürülebilir kalkınma alanlarında ulus-üstü bir aktör olarak konumlanmaktadır.

Greenpeace, ABD'nin nükleer denemelerine karşı gösterdiği tepkiyle, 1971 yılında Vancouver'dan Alaska'ya ilk eylemlerini gerçekleştirerek sesini duyurmuştur. Kuruluşu itibariyle Kanada merkezli olan Greenpeace'in günümüzdeki merkezi ise Hollanda'nın Amsterdam kentinde bulunmaktadır. Greenpeace'in tanınmış liderleri arasında Robert Hunter, David Mc Taggart ve Patrick Moore gibi isimler yer almaktadır (Arslan, 2011, s. 251). Greenpeace'in kuruluşunda, Sierra Club'dan ayrılan aktivistler, Amerikalılar ve Kanadalılar, barışseverler, hippiler, II. Dünya Savaşı gazileri, yeni lise mezunları yer almıştır. Zamanla farklı önceliklere, stratejilere, taktiklere ve yetki derecelerine sahip yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası ofisleri olan çok düzeyli uluslararası bir kurum haline gelmiştir (Zelko, 2017, s. 318; Onur ve Şener, 2024:67). Finansal bağımsızlık yaklaşımı doğrultusunda, çalışmalarını kendi ayakları üzerinde sürdürebilmek için devletler, şirketler ve siyasi partilerden hiçbir bağış veya sponsorluk kabul etmemektedirler. Tüm faaliyetlerinin kaynağını yalnızca bireylerden aldıkları maddi ve manevi destekle sağlamaktadırlar (Arslan, 2011, s. 250; Saatçioğlu, 2017, s. 163). Günümüzde Greenpeace, 55 farklı ülkede çeşitli şube ve temsilciliklerle faaliyetlerde bulunan ve çevre konusunda en önemli uluslararası profesyonel bir kurum niteliğindedir. Greenpeace, uluslararası çevre yönetiminde hem bir denetleyici hem de politika belirleyici olarak rol üstlenmektedir. Bu bağlamda, temel gayelerinin çevresel yıkımı durdurmak olduğunu belirten

Greenpeace, küresel çevre sorunları konularında şirketler ve devletlere karşı doğrudan barışçıl eylemlerde bulunmakta ve uluslararası anlaşmalarda gözlemci olarak katılmaktadır. Bununla birlikte kampanyalar, politika önerileri, rapor hazırlama, basın açıklamaları, sergiler, lobi faaliyetleri ve çevre eğitim gibi faaliyetlerde bulunmaktadır. Greenpeace, çevre koruma ve sürdürülebilirlik konularında farkındalık oluşturmayı ve eğitimi teşvik etmeyi hedefleyen bir çevre örgütü olduğu iddiasındadır. Greenpeace'in eğitim çalışmaları, toplumun çevresel sorunlar hakkında daha fazla bilgi sahibi olmasını, bu sorunlara karşı harekete geçmesini ve çevre koruma konusunda duyarlılığının artmasını amaçlamaktadır (Yalçın, 2024, s. 244). Faaliyetlerinin ayrılmaz bir parçası olan kamuoyu oluşturma konusunda sosyal medyayı son derece etkin bir şekilde kullanan bir kurum olan Greenpeace, bu alanda yaptığı çalışmalarla dikkat çekmektedir. Yapılan araştırmalar, Greenpeace'in sosyal medya kampanyalarının ve dijital aktivizm faaliyetlerinin geniş kitleler üzerinde önemli bir etki yarattığını ortaya koymaktadır (Onur ve Şener, 2024, s. 62; Yıldız, 2018, s. 358).

Greenpeace, ilk eylemini Phyllis Cormack adındaki kiralık bir balıkçı teknesiyle gerçekleştirmiştir. Günümüzde ise okyanusları aşan dev gemilerden nehir teknelerine kadar genişletilmiş bir filosu bulunmaktadır (Arslan, 2011, s. 252). Greenpeace, nükleer denemelere karşı başlattığı faaliyetlerini zamanla genişletmiştir. Greenpeace çalışmalarında bilim insanlarına ve araştırmalara başvurduğunu belirtmektedir. Bu amaç çerçevesinde İngiltere Exeter Üniversitesi'nde Greenpeace'e ait araştırma laboratuvarı bulunmaktadır (Greenpeace, 2024). Görülmek istenen değişim için eylem planı yapan Greenpeace'e göre öncelikle en önemli sorunlar belirlenmektedir. Sorunlar konusunda hükümetler, şirketler ve sıradan insanlar değişikliklerin yapması için ikna edilir. Taleplerin politikacılar ve şirketler gibi karar vericiler tarafından yerine getirilmesi istenilir. Daha sonra taleplerin gerçekleşmesi için doğrudan eylemler planlanır. Bütün eylemlerde her zaman barışçıl bir şekilde hareket edilir (Greenpeace, 2024). Greenpeace dört temel konuda kampanya yürütüyor (Greenpeace, 2024): (i) Okyanuslarımızı korumak, (ii) Ormanlarımızı korumak, (iii) İklim değişikliğini durdurmak ve (vi) Plastik kirliliğine son vermek. Greenpeace'in Türkiye temsilciliği ise amaçlarını şöyle sıralamaktadır (Greenpeace Türkiye, 2023): Dünyanın sunduğu zengin çeşitliliği koruyarak yaşamı desteklemek, her türlü biyoçeşitliliğin korunması için gereken önlemleri almak, okyanusların, toprağın, havanın ve su kaynaklarının tahribatını engellemek, nükleer tehditleri sona erdirmek ve barışı, küresel silahsızlanmayı ve şiddetsizliği desteklemek amacıyla hareket etmek.

Greenpeace ile ilgili bazı çalışmalar (Arslan, 2011, s. 250; Saatçioğlu, 2017, s. 181), kuruluşun derin ekoloji yaklaşımına yakın durduğunu belirtmektedir. Bilindiği üzere, Derin ekoloji kavramı, Arne Naess tarafından geliştirilmiştir. Bu yaklaşım, insan-merkezci düalizmi kesin bir şekilde reddederek, doğa ve

insanın birbirinden ayrı ya da farklı olmadığını vurgular. Aksine, doğa ile insanın 'bir' bütünü parçaları olarak değerlendirilmesi gerektiği savunulmaktadır. Greenpeace çevreci bir yaklaşıma sahip olmakla birlikte derin ekolojiye yakın olduğunu belirtmek zordur. Derin ekoloji radikal ve köktenci bir yaklaşıma sahiptir. Bu yaklaşım insan merkezli çözümler değil; doğa merkezli çözümlerin geliştirilmesi gerektiğini belirtirken, radikal söylemler etrafında şekillenmektedir. Bu yaklaşımın Greenpeace ile uyuştuğunu belirtmek zordur. Nitekim Greenpeace'in katkı sunduğu çevre sözleşmeleri insan merkezli bir yaklaşıma sahiptir. Aynı şekilde Greenpeace sürdürülebilir kalkınma ve çevresel sürdürülebilirlik yaklaşımları insan merkezli bir çerçeveye dayanmaktadır.

Greenpeace bazı noktalar üzerinden eleştirildiğini belirtmek gerekmektedir. Bu eleştiriler Greenpeace'in küresel çevre yönetimindeki yerinin sürdürülebilirliği açısından önemli görünmektedir.

Greenpeace'in finansal bağımsızlık politikası olumlu bir unsur olarak görülse de bu durum örgütün kaynaklarını genişletme kapasitesini sınırlamaktadır. Devletlerden, şirketlerden veya büyük bağışçılardan destek almamak, Greenpeace'in bağımsızlığını koruma açısından önemli olsa da küresel düzeyde daha büyük çaplı projeler yürütmesini zorlaştırabilir. Stromsnes'in Norveç örneğinde yaptığı çalışmaya göre Greenpeace'in finansal bağımsızlık tutumunun önemli sonuçlarından birisi çevre konularında devlet mekanizmalarıyla bir etkileşimin geliştirilmesi olanağının zayıflamasıdır. Finansal bağımsızlık politikası Greenpeace açısından devlet alanına entegre olamama ve devlet kurumlarıyla çevre örgütleri arasındaki iş birliği ağına daha az katılabilmektedir (Stromsnes, 2009, s. 397).

Greenpeace bilimsel bilgiyle hareket ettiğini belirtiyor olmasına rağmen Greenpeace'in doğru bilimsel temelden yoksun olduğu eleştiri konuları arasında yer almaktadır. Bu eleştiriler, özellikle genetiği değiştirilmiş organizmalar (GDO) içeren ürünlerin kullanımıyla ilgili olarak öne çıkmaktadır. 2000 yılında Altın Pirinç kullanımına ilişkin tartışmalar başlamıştır. Greenpeace, genetiği değiştirilmiş bu pirincin sağlıklı bir seçenek olduğunu ifade etmektedir. Bununla birlikte, bazı bilim insanları bu ürünün A vitamini bakımından son derece zengin ve güvenilir olduğunu belirterek, onu sürdürülebilir bir alternatif olarak değerlendirmişlerdir (Mayer, 2005, s. 726-727). Tüm bu iddialara rağmen, GDO'ların sağlıklı olduğu yönünde kampanyalar yürüten Greenpeace'e yönelik eleştiriler devam etmektedir; bu eleştiriler, örgütün bilimsel temelden yoksun olduğunu vurgulamaktadır (Cicioğlu ve Bostancı 2017, s. 78). Greenpeace'in bilimsel bilgiyi kullanma biçimini inceleyen bir çalışmada, Avrupa Komisyonu'ndan bir bilim insanı, Greenpeace ve diğer kampanya örgütlerinin genetiği değiştirilmiş ürünler hakkında "dürüst" olmayışı başaramadıklarını belirtmiştir (Price, 2023, s. 495). Öncelikle Greenpeace'in sürdürdüğü doğrudan eylem ve işgaller

yasallık ve etik açıdan tartışmalıdır. Greenpeace şiddet içermeyen bir yol izlediği açık olsa da özel mülkiyeti ihlal eden yöntemleri bulunmaktadır. Bunların başında özel şirketlere ait gemilere izinsiz bir şekilde binmeleri ve işgal etmeleri gelmektedir.

3. Greenpeace'in Etkileri

Greenpeace, ulus-üstü bir aktör olarak devletleri, uluslararası kurumları ve çok uluslu şirketleri çevresel sürdürülebilirlik konusunda daha sorumlu davranmayı yönlendiren güçlü bir baskı mekanizmasıdır. Greenpeace Financial Times tarafından 2024'te hem stratejik davalardaki çabaları hem de dünyanın en büyük kirleticilerine meydan okumak için toplulukları merkeze koymaları nedeniyle en yenilikçi ve etkili şirket içi hukuk ekiplerinden biri olarak ilan etti (Leman, 6 Mart 2025). Gerek hukuki mücadeleler gerekse kampanyalar yoluyla çevre politikalarının şekillenmesine doğrudan etki eden Greenpeace, küresel çevre yönetiminde en önemli aktörlerden biri olmaya devam etmektedir. Bütün bunlarla birlikte Greenpeace'in etki gücünün sınırları göz ardı edilmemelidir. Uluslararası yönetişimde devletlerin, geleneksel ulus ustü kurumların ve şirketlerin ekonomik çıkar politikaları çatışabilmektedir. Çevresel sürdürülebilirlik ve çevresel kalkınma gibi konularda politika farklılıkları ve öncelikleri değişebilir. Greenpeace'in doğrudan politik karar verici bir aktör olmaması zaman zaman yürüttüğü faaliyetlerin hukuki ve siyasi olarak yeterince veya hiç karşılık bulamamasıyla sonuçlanabilmektedir.

3.1. Çok Uluslu Şirketler Üzerindeki Etkisi

Sivil toplum kuruluşlarının şirketlerin politikaları üzerinde etkileri olabilmektedir. Çeşitli kampanyalar sonucunda oluşturulan kamuoyu aracılığıyla bu şirketler üzerinde bir baskı ve denetim mekanizması geliştirilmektedir. Şirketlerin varlıklarını sürdürebilmesinin yolu ürünlerini satın alacak kişilere bağlıdır. Müşteri çevresinin şirket hakkında sahip olduğu algı veya bilgi önemli olmaktadır. Bundan dolayı şirketler kendi üretim politikaları hakkında geliştirilen kampanyaları dikkate almak zorunda kalmaktadır. Ancak bu dikkate alma süreci geliştirilen kampanyanın gücüyle ilgilidir. Örneğin Greenpeace'in yürüttüğü kampanyayı önce dikkate almayan Zara tekstil markası bir süre sonra politikalarını değiştirmek zorunda kalmıştır. Bir habere göre Zara giyim markası gelişen toplumsal tepkiye sekiz gün dayanabilmiştir (Alphan, 2012). Sivil toplum kuruluşlarını incelediğimizde, kurumları etkileme açısından Greenpeace'in politikaları üzerinde önemli bir etki yarattığı dikkat çekmektedir (Yıldız, 2018, s. 360). Greenpeace hazırladığı raporlar, yürüttüğü protestolar veya sosyal medya kampanyalarıyla özel kurum ve kuruluşların izledikleri üretim politikaları üzerinde çeşitli etkiler yaratmış ve başarılı sonuçlar elde etmiştir.

Greenpeace şirketlerin ürünleri hakkında yürüttüğü başarılı kampanyalardan birisi Detoks Kampanyasıdır. Detoks kampanyası, Pekin'de düzenlenen bir moda gösterisi ve basın konferansı ile başlayarak hızlı bir şekilde sosyal medyada yankılanarak büyük bir etki yaratmıştır (Karagöz, 2013, s. 147). Bu kampanyada kurumlardan tehlikeli kimyasalların kullanılmamasını istemiştir. Bu süreçte Greenpeace raporlar yayınlamış, şirketlerden beklentiler dile getirilmiş ve ilgili markaların neler yaptığını kamuoyu ile paylaşmıştır (Yıldız, 2018, s. 360). Bu kapsamda Benetton, Jack&Jones, Only, VeroModa, Blazek, C&A, Diesel, Esprit, GAP, Armani, H&M, Zara, Levis, Mango, Marks& Spencer, Calvin Klein, Tommy Hilfiger gibi bilinen giyim markalarının zararlı kimyasallar içerdiği açıklandı (Alphan, 2012). Bu eylemle birlikte Zara'nın Facebook sayfasında markanın detoks sürecine destek veren birçok yorum yapıldı. Binlerce kişi, Greenpeace'in öncülüğünde başlatılan "Modayı zehirden arındır!" mesajını sosyal medya platformlarında yaygın bir şekilde paylaştı. Aynı zamanda, Jean markasının üretiminde kullanılan zararlı kimyasalları ifşa eden eylemciler, Levi's'ı bu konuya duyarlılık göstermeye yönlendirmek amacıyla bir kampanya başlattılar (Karagöz, 2013, s. 147-148). Bu kampanyanın şirketler üzerindeki etkilerini incelemek için Inditex ve Burberry şirketlerinin analiz edildiği çalışmada (Yıldız, 2018) her iki şirketin de Greenpeace'in kampanyasından etkilendiği ve şirket politikalarında önemli değişiklikler yaptığı belirtilmektedir (Yıldız, 2018, s. 362-364). Öte yandan, Zara, C&A ve Marks & Spencer gibi markalar, ürünlerinin üretiminde insan ve çevre sağlığına zararlı kimyasalların kullanılmaması yönünde olumlu adımlar atmışlardır (Alphan, 2012). Greenpeace sadece önemli giyim markaları üzerinde etkili olmamıştır. Aynı zamanda enerji, gıda ve teknoloji gibi farklı sektörlerde yer alan çok uluslu önemli şirketlerin de politikasını etkilemiştir.

Greenpeace, palm yağı tedarik zincirinin yağmur ormanlarının tahribatına yol açtığını gösteren kampanyası sonucunda, önemli bir gıda şirketi olan Nestle politika değişikliği yaparak; yağmur ormanlarının yok edilmesiyle elde edilen ürünlerin kullanılmayacağı kararını aldı. "Bulutun ne kadar temiz" kampanyası sonucu Apple şirketi veri merkezlerini %100 yenilenebilir enerjiyle çalıştırma kararı aldı. Greenpeace, McDonald's'ın tedarik zincirinde Amazon yağmur ormanlarının yok edilmesine neden olan soya üreticileriyle çalıştığını ortaya çıkardı. Büyük bir kampanya başlatıldı ve kamuoyu baskısı sonucunda McDonald's, tedarikçilerine sürdürülebilir soya üretimi şartı getirdi. Greenpeace, Coca-Cola'nın tek kullanımlık plastik şişe üretimini hedef alan kampanyalar yürüttü. Şirket, baskılar sonucu plastik kullanımını azaltma taahhüdü vererek, %50 geri dönüştürülmüş plastik kullanacağını ve yeniden doldurulabilir şişe sistemlerini geliştireceğini duyurdu. Greenpeace'in kampanyaları sonucunda Avustralya'daki Woolworths ve McDonald's ormansızlaşmadan arındırılmış sığır eti tedarik etme taahhütlerini kabul etti (Wagner, vd. 19 Aralık 2024). Çeşitli kampanyalar sonucunda yıllık bir koşu etkinliği olan Brüksel 20km organizasyonun ana sponsorluğundan

TotalEnergies şirketi ayrıldı (Greenpeace, 2024). Greenpeace önemli bir enerji markası olan Shell'in Kuzey Kutbu'nda petrol sondajı yapma planlarına karşı bir protesto düzenlemiştir. Bu protestoda LEGO isimli oyuncak markasının Shell ile olan ortaklığını sonlandırması istenilmiştir. Kampanya sonucunda LEGO firması Shell ile olan ortaklığını sonlandırmıştır (Hansen ve Lundholt, 2021, s. 29; Haber Ekonomi, 09. 10.2014). Greenpeace tarafından yürütülen bir kampanya sonucunda Kore merkezli HD Hyundai Construction Equipment (HD HCE) şirketi Amazon'un tahribatının ve Yerli Halkların yaşam tarzının ihlalinin ciddi bir sorun olduğunu kabul ederek ve Amazon'u korumak için çaba gösterme sözü verdi (Gonzaga, 2023). Topluluk ve balıkçıların protestolarının ardından Shell, Güney Afrika'nın Vahşi Kıyısı açıklarında petrol ve gaz arama planlarına karşı 2022'de verilen çığır açıcı karara karşı yaptığı itirazı kaybetti. Mahkeme, Shell'in etkilenen toplulukları uygun şekilde bilgilendirmediğini ve onlara danışmadığını, topluluk haklarını ve çevresel zararı hesaba katmadığını söylüyor (Wagner, at el. 19 Aralık 2024). Total Energies yakın zamana Güney Afrika'nın açık deniz bloklarındaki gaz arama faaliyetlerini durdurma kararı aldı. Bu hareket, fosil yakıt çıkarımına ve gezegen üzerindeki zararlı etkisine karşı mücadelede önemli bir zaferi temsil ediyor (Greenpeace, 2024). Greenpeace'in Türkiye şubesinin de şirketlerin kararını etkilediği kampanyaları olmuştur.

Greenpeace Türkiye sayfasındaki bilgilere göre, şirketlere yönelik yürütülen çeşitli kampanyalarda önemli başarılar elde edilmiştir (Greenpeace Akdeniz, 2025). 1995 yılında, İzmir Körfezi'ni zehirlediği iddiasıyla başlatılan kampanya sonucunda Vizon Deri Fabrikası kapatılmıştır. 1997 yılında Petkim, üretim sürecinde kullandığı civayı alternatif bir üretim yöntemi ile değiştirmiştir. 2012 yılında gerçekleştirilen "Yemezler" kampanyası sonucunda, Türkiye Gıda ve İçecek Sanayii Dernekleri Federasyonu, 29 gıda amaçlı genetiği değiştirilmiş organizma (GDO) için yaptığı ithalat başvurusunu geri çekmiştir. 2013 yılında düzenlenen bir imza kampanyası ile Anadolu Grubu'nun Sinop Gerze'de planladığı kömürlü termik santral projesi iptal edilmiştir. Ayrıca, 2014 yılında CENAL Elektrik Üretim A. Ş. 'nin Çanakkale Karabiga'da inşa etmeyi düşündüğü termik santral için de yürütmenin durdurulmasına karar verilmiştir. Aynı yıl Soma'da kurulması hedeflenen Kolin Termik Santrali projesi de iptal edilmiştir. 2017 yılında, tavukçuluk sektörüyle ilgili başlatılan "Yutmayız" kampanyasına karşı Keskinoglu şirketinin açtığı haksız rekabet davası Greenpeace lehine sonuçlanmıştır. 2020 yılında ise, Aktif 5 kömürlü termik santrali, belirtilen süre içinde baca filtresi takmadıkları gerekçesiyle mühürlenmiştir.

Bu örnekler, Greenpeace'in farklı sektörlerdeki büyük şirketleri sürdürülebilirlik politikalarını değiştirmeye zorladığını gösteriyor. Özellikle tedarik zinciri baskıları, kamuoyu farkındalığı ve sosyal medya kampanyaları ile şirketler üzerinde önemli etkiler oluşturduğunu göstermektedir.

3.2. Devletler Üzerindeki Etkisi

Greenpeace, çevre politikalarının oluşturulmasında devletler üzerinde baskı unsuru oluşturan bir aktördür. Hükümetlerin çevresel taahhütlerini artırmak ve daha sürdürülebilir politikalar benimsemelerini sağlamak için çeşitli eylemler, kampanyalar ve lobi faaliyetleri yürütmektedir. Devletlerin enerji politikaları, fosil yakıt kullanımı, nükleer enerji programları ve çevresel düzenlemeleri, Greenpeace'in müdahaleleri sonucunda değişiklik gösterebilmektedir. Greenpeace'in devletler üzerindeki etkisi sadece büyük kampanyalarla sınırlı kalmamaktadır. Aynı zamanda ulusal düzeyde çevre politikalarının oluşturulmasında da doğrudan lobi faaliyetleri yürütmektedir. Avrupa ülkelerinde tek kullanımlık plastiklerin yasaklanması yönündeki politikaların oluşturulmasında Greenpeace'in aktif rol aldığı bilinmektedir. Genel olarak, Greenpeace'in devletler üzerindeki etkisi, kamuoyu bilinci oluşturarak, doğrudan hükümetlere baskı yaparak ve uluslararası çevre politikalarının geliştirilmesine katkı sağlayarak gerçekleşmektedir. Bu sayede, birçok ülke daha sıkı çevre düzenlemeleri benimsemiş ve sürdürülebilir politikalar üretmeye yönlendirilmiştir. Yapılan çalışmada Greenpeace'in de içinde yer aldığı çevreci aktörler Berlin, Kyoto ve Lahey'deki müzakerelerin öncesinde aktif rol oynamış ve bu müzakerelerin her birinde Amerika Birleşik Devletleri'nin davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu gösteriyor (Downie, 2014, s. 390).

Greenpeace, 1987 ile 1992 yılları arasında çevresel suistimalleri belgeleyerek geliştirdiği kampanya sayesinde Antarktika'da "Dünya Parkı" olarak adlandırılan uluslararası üssün korunmasını sağlamıştır (Doruk, 2021, s. 373). Norveç hükümeti, Arktik sularında derin deniz madenciliği için yapılacak ilk lisanslama turunu durdurma kararı aldı (Greenpeace Türkiye, 2024). Greenpeace aktivistleri diğer aktivistlerle birlikte Alman nükleer santrallerinin kapatılması çağrısında bulunmuştur. Protestolar sonucunda Almanya'da nükleer enerjinin aşamalı olarak kaldırılması kararı vermiştir (Hipp, 2023). Ekim 2015'te Obama yönetimi, Arktik'i önümüzdeki iki yıl boyunca kiralama fırsatlarından çıkarma planlarını duyurdu (Greenpeace, 2025). Şubat 2022'de Greenpeace Arjantin ve koalisyon ortakları, Arjantin Çevre Bakanlığı'nın Aralık 2021'de Equinor'a Arjantin Denizi'nde sismik araştırma yapması için verdiği izinler için Adalet Bakanlığı'ndan askıya alma kararı aldı (Kolombo, 16 Ağustos 2022). Endonezya, balıkçı gemileri için çalışma stveartlarını düzenleyen tedbirler kabul edildi. Batı ve Orta Pasifik Balıkçılık Komisyonu (WCPFC) nihayet 3 Aralık 2024'te Mürettebat Çalışma Stveartları için Koruma ve Yönetim Önlemlerini (CMM) kabul etti. Greenpeace Endonezya'nın da dahil olduğu kampanyalar sonucunda; 25 Eylül 2024'te, Amazon yağmur ormanlarının kalbindeki Tapajós Nehri Havzası'ndaki Sawré Muybu bölgesinin sınırları resmen kabul edildi (Wagner, vd. 19 Aralık 2024). Brezilya hükümetinin fiziksel sınırları işaretlemesi ve bölgedeki yasadışı işgalcileri uzaklaştırması gerekiyor. Bundan sonra, Brezilya Devlet Başkanı bölgeyi

onaylayacak ve süreç tamamlanacak (Jorge Oliveira ve Camila Garc ez, 2024). 26 Ocak'ta Beyaz Saray, bekleyen LNG ihracat projesi onaylarını durdurma kararı aldı (Greenpeace, 2024). Greenpeace Australia Pacific'in sürdürdüğü kampanya sonucunda Avustralya Hükümeti yeni satılan otomobiller için karbon kirliliğine yıllık sınırlamalar getirme kararı aldı (Greenpeace, 2024). Greenpeace Brezilya'nın, "Yok Oluşu Finanse Etmek: Ormanların Yok Oluşunda Ortak Olarak Bankalar ve Yatırımcılar" adlı raporu sonucunda Brezilya Federal Savcılığı (MPF), sekiz bankanın Amazon'daki kamu ormanları, Yerli toprakları ve koruma birimlerinde bulunan mülklere kırsal kredi sistemi aracılığıyla verilen sözleşmeleri derhal feshetmesini önerdi (Greenpeace, 2024). Greenpeace Afrika, Senegal'deki balıkçılık yönetiminde daha fazla şeffaflık talep eden kampanyalar yürütmesi sonucunda, hükümet usulsüzlüklerin tespiti için denetim kararı aldı (Greenpeace, 2024). Belçika mahkemesi INEOS'un Antwerp limanındaki yeni 3 milyar avroluk plastik projesinin yasal olmadığına karar vermesi sonucu Hollanda hükümeti plastik fabrikasına verilen izini iptal etti (Greenpeace Belçika, 2022). Greenpeace, derin deniz madenciliğinin durdurulması kampanyaları sonucunda Yeni Zelanda ve Almanya ihtiyati ara çağrısında bulunurken; COP27'de, Fransa cumhurbaşkanı Emmanuel Macron derin deniz madenciliğinin yasaklanmasını desteklediğini ve benzer şekilde Jamaika, Kingston'da düzenlenen Uluslararası Deniz Tabanı Otoritesi (ISA) toplantısında, Pasifik, Latin Amerika ve Avrupa'dan daha fazla ülke ihtiyati bir ara veya tam bir yasak çağrısında bulundu (Greenpeace Akdeniz, 2022b).

Greenpeace Türkiye sayfasında yer alan başarılar içerisinde hükümet politikalarının değiştirildiği görülmektedir (Greenpeace Akdeniz, 2025). 2000 yılında Türkiye'de nükleer enerji ihalesi iptal edildi. Ardından, 2003 yılında asbest ve tehlikeli atık taşıyan Fransız uçak gemisi ile İspanyol Novoçerkask isimli geminin Türkiye'ye girişi engellendi. 2002 yılında, Akdeniz kirliliğini durdurma ve önleme amacı güden Barselona Anlaşması'nın çeşitli protokolleri Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde kabul edildi. 2003'te, gelişmiş ülkelerden taşınan tehlikeli atık ticaretini önleyen Basel Anlaşması onaylandı. 2004 yılında Denizcilik Müsteşarlığı, hurda gemilerin sökülme süreçlerinde yaşanan çevre kirliliğini önlemeye yönelik bir yönetmelik kabul etti. 2005 senesinde yayımlanan Rüzgâr Enerjisi Raporu sonrasında TBMM'de yenilenebilir enerji yasası yürürlüğe girdi. 2015 yılında "Zeytini Seviyorum" kampanyası sonucunda Zeytin Yasa Tasarısı gündemden kaldırıldı. 2011 yılında gerçekleştirilen "Seninki Kaç Santim?" kampanyası, avlanan balıklarla ilgili yeni düzenlemelerin kabul edilmesine zemin hazırladı. 2018 yılında yürütülen "Hepimiz Aynı Kovadayız" kampanyası, tarımda kullanılan bazı kimyasal maddelerin arılara zarar verdiği yönündeki taleplerle birleşince, ilgili bakanlık 4 ay sonra üç tür neonikotinoidin kullanımını yasakladı. 2019 yılında, Türkiye'deki 15 kömürlü termik santralin 2,5 yıl daha hava kirliliği yaratmasına izin veren yasa teklifi Meclis'ten veto edildi. Aynı yıl, Çerkezköy'de inşa

edilmesi planlanan bir kömürlü termik santral, yasal mücadele sonucunda iptal edildi. 2020 yılında ise “Türkiye Plastik Çöplüğü Olmasın” kampanyası etkisiyle bakanlık, atık kotasını yüzde seksenden yüzde 50’ye indirdi. 2020’de Danıştay Mahkemesi, Özelleştirme İdaresi’nin Eskişehir Alpu Ovası’ndaki kömürlü termik santral inşasına ilişkin kömür rezervlerinin özelleştirme kararını iptal etti.

3.3. Uluslararası Kurumlar Üzerindeki Etkisi

Greenpeace, Birleşmiş Milletler (BM), Avrupa Birliği (AB), Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) ve diğer uluslararası kuruluşlarla doğrudan etkileşimde bulunarak çevresel politikaların şekillenmesine katkı sağlamaktadır. Bu kurumlar aracılığıyla küresel çevre politikalarını etkilemekte, karar alma süreçlerinde baskı unsuru olarak hareket etmekte ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine uyum sağlanmasını teşvik etmektedir. Greenpeace, uluslararası kurumlar üzerindeki etkisini kamuoyu farkındalığını artırarak, doğrudan lobi faaliyetleri yürüterek ve hukuki süreçlere dahil olarak göstermektedir. Bu çabalar, çevresel koruma politikalarının uluslararası düzeyde daha etkin bir şekilde uygulanmasını sağlamaktadır.

Kyoto Protokolü ve Paris İklim Anlaşması gibi küresel iklim rejimlerinin oluşturulması sürecinde Greenpeace, hükümetleri karbon emisyonlarını azaltmaya teşvik eden kampanyalar düzenlemiş ve uluslararası baskı gruplarıyla iş birliği yapmıştır. Özellikle Paris Anlaşması öncesinde ve sonrasında Greenpeace, fosil yakıt kullanımının sınırlandırılması ve yenilenebilir enerjiye geçiş konusunda devletlerin taahhütlerini güçlendirmesi için kapsamlı kampanyalar yürütmüştür. Avrupa Birliği’ne yönelik faaliyetlerinde ise, Greenpeace, çevresel standartların artırılması ve daha sıkı karbon emisyon düzenlemelerinin uygulanması için lobi çalışmaları yapmaktadır. AB’nin Yeşil Mutabakat çerçevesinde kabul ettiği emisyon azaltım hedeflerinde, Greenpeace’in sunduğu raporlar ve halkın bilinçlendirilmesine yönelik çalışmaları etkili olmuştur. Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) gibi küresel ekonomik düzenleyici kurumlara karşı Greenpeace, çevresel sürdürülebilirliği tehdit eden ticaret anlaşmalarına karşı aktif mücadele vermektedir. Örneğin, Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı (TTIP) gibi anlaşmalarda çevre koruma standartlarının düşürülmesine karşı Greenpeace, kamuoyuna gizli belgeleri sızdırarak büyük bir farkındalık yaratmış ve müzakerelerin çevresel sürdürülebilirlik perspektifinden ele alınmasını sağlamıştır. BM’nin Okyanus Zirvesi gibi uluslararası çevresel forumlarında Greenpeace, deniz ekosistemlerinin korunması ve aşırı avlanmanın önlenmesi için çeşitli önerilerde bulunmuş, deniz koruma alanlarının genişletilmesine yönelik önemli kararların alınmasında rol oynamıştır.

Greenpeace’in yürüttüğü lobi çalışmaları sonucunda Avrupa Parlamentosu, Norveç’in Arktika’ya deniz madenciliğine açma kararının uyarılması büyük bir

çoğunluk oyu ile kabul edildi (Greenpeace, 2024). Dünyanın en yüksek okyanus mahkemesi olan Uluslararası Deniz Hukuku Mahkemesi tarihi bir danışma görüşünde sera gazı emisyonlarının bir tür deniz kirliliği olduğunu ve ülkelerin okyanuslarımız uğruna emisyonları azaltmakla yükümlü olduğunu tespit etti (Greenpeace, 2024; Holden, 15 Ağustos 2024; Leman, 6 Mart 2025). Nisan ayının sonlarında, AB Parlamentosu, hükümetlerin 2030 yılına kadar küresel okyanusun %30'unu korumasına yardımcı olacak Küresel Okyanus Anlaşması'nı onaylamak için oy kullandı (Greenpeace, 2024). Uzun süren iklim müzakereleri sonucunda Dubai'deki COP28 iklim zirvesinde fosil yakıt çağının kapandığını; bunun yerine yenilenebilir enerji ve verimliliğin artırılması çağrısı kabul edildi (United Nations, 2023; European Parliament, 2023a). Greenpeace lüks emisyonlar ve özel jetler konusunda gerçekleştirdiği kampanyalar sonucunda Avusturya, Fransa ve Hollanda'nın AB'yi jet seyahati yasalarını sıkılaştırmaya çağırmasıyla AB genelinde bir siyasi değişim dalgasına yaşatarak; ilk kez, özel jetler için bir düzenleme AB Ulaştırma Konseyi Toplantısı'nda tartışıldı (United Nations General Assembly, 2023; European Parliament, 2023b). Greenpeace'in içinde yer aldığı bir mücadele sonucunda Birleşmiş Milletler Genel Kurulu 29 Mart'ta Uluslararası Adalet Divanı'ndan ülkelerin iklim krizinden insan haklarını koruma görevleri ve bu görevleri ihlal eden ülkeler için uluslararası hukuk kapsamındaki yasal sonuçlar hakkında bir danışma görüşü yayınlamasını istedi (United Nations General Assembly, 2023). Greenpeace'in en fazla karşı karşıya kaldığı davaları da ilgilendiren bir karar Avrupa Komisyonunda yayınlandı. Bu karara göre 27 Nisan 2022'de şirketler, kamu görevlileri ve güçlü kişiler tarafından STK'lara, gazetecilere, çevre ve insan hakları savunucularına yönelik yasal zorbalığı önlemeye yardımcı olmak için yeni bir AB yasası taslağını içermektedir (European Commission, 2022b).

3.4. Küresel Çevre Politikaları ve Hukuki Süreçlerdeki Rolü

Greenpeace, küresel çevre politikalarının şekillendirilmesinde doğrudan etkili olan bir aktördür. Çevresel düzenlemelerin güçlendirilmesi için uluslararası hukuk mekanizmalarını kullanmakta, hükümetleri ve şirketleri daha çevre dostu politikalar benimsemeye zorlamaktadır. Greenpeace, çevresel suçlar konusunda farkındalık yaratmak amacıyla, çevresel zararların insan hakları ihlalleri kapsamında değerlendirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Greenpeace'in çevresel başarıları, yalnızca yaptığı eylemlerle sınırlı değildir. Örgüt, küresel çevre politikalarının şekillenmesinde de önemli bir rol oynamaktadır.

Greenpeace'in etkili kampanyaları, birçok uluslararası çevre anlaşmasında yer almış ve bu anlaşmaların içeriğini etkilemiştir. Lobi çalışmaları sayesinde, uluslararası antlaşmalar üzerinde etkili olan az sayıdaki örgütlerden biridir (Cicioğlu ve Bostancı, 2017, s. 78). Uzun yıllar süren baskı ve müzakerelerin ardından Birleşmiş Milletler, 2001 yılında Kalıcı Organik Kirleticilere son

verilmesi konusunda bir antlaşma imzalamıştır. Lobi faaliyetleri, bilimsel araştırmalar ve barışçıl eylemler sayesinde, Greenpeace ve diğer çevre örgütlerinin çabalarıyla Rusya'nın Kyoto Protokolü'nü imzalaması sağlanmış ve böylece küresel iklim değişikliğinin engellenmesine dair ilk anlaşma yürürlüğe girmiştir (Cicioğlu ve Bostancı, 2017, s. 79). Küresel vergi adaleti için büyük bir kazanım olarak, adil ve etkili bir küresel vergi sisteminin önünü açacak BM Vergi Anlaşması için olumlu bir taslak ağustos ayında ortaya konuldu (Wagner, vd. 19 Aralık 2024). Greenpeace'e göre onlarca yıl süren bir mücadele sonucu elde edilen başarılarından birisi Küresel Okyanus Antlaşmasıdır. Küresel Okyanus Anlaşması, son 20 yıldır okyanuslarla ilgili ilk hukuksal bağlayıcılığa sahip Anlaşma süreci olup, açık denizlerdeki deniz yaşamının korunmasına özel olarak odaklanan ilk anlaşmadır. Greenpeace, Anlaşma sürecinde en başından itibaren önemli bir rol oynadı. Greenpeace 2030 yılına kadar dünya okyanuslarının en az %30'unun korunması çağrısında bulunan ilk kurumlar arasında yer almaktadır. Yüzde 30 koruma hedefi Birleşmiş Milletler Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi kapsamında Aralık 2022'de tüm hükümetler tarafından kabul edildi (Hanson, 2023). Avrupa'daki en önemli çevre mevzuatı olan Avrupa biyoçeşitlilik merkezlerini restore etmeyi ve korumayı amaçlayan Avrupa Doğa Restorasyon Yasası kabul edildi (Wagner, vd., 19 Aralık 2024). BM Biyoçeşitlilik Konferansı'nda (COP15) yerli halkların çalışmalarını, bilgilerini ve uygulamalarını biyoçeşitliliğin korunması için en etkili araç olarak kabul etti (Sevinç, 2023).

Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AIHM) ve Uluslararası Ceza Mahkemesi (UCM) gibi platformlarda açtığı davalar, çevresel hakların korunmasını sağlamaya yönelik önemli emsal kararlar oluşturmuştur. Mart 2023'te, BM'nin neredeyse yirmi yıllık müzakerelerin ardından okyanusları korumanın yolunu açacak yeni bir Küresel Okyanus Anlaşması üzerinde nihayet anlaşmasıyla tarih yazıldı (Greenpeace International, 2023). Birleşmiş Milletler Çevre Meclisi, Mart ayında plastik kirliliğine son vermek ve 2024 veya 2025'e kadar anlaşmaya varılması hedefiyle yasal olarak bağlayıcı küresel plastik anlaşması için müzakereleri başlatmak üzere tarihi bir kararın kabul edildiğini duyurdu (Greenpeace Akdeniz, 2022a). İngiltere Yüksek Mahkemesi, Surrey'deki petrol sondaj planlarına karşı mücadelelerinde hukuki destek verdiği kararı kazandı (Greenpeace, 2024). Almanya - Uluslararası Deniz Hukuku Mahkemesi (ITLOS) bugün, danışma görüşünde, sera gazı emisyonlarının BM Deniz Hukuku Sözleşmesi uyarınca bir deniz kirliliği biçimi olduğunu duyurdu (Greenpeace International, 2024). Greenpeace'in hukuki danışmanlık yaptığı bir kararda dünyanın en yüksek okyanus mahkemesi olan Uluslararası Deniz Hukuku Mahkemesi sera gazı emisyonlarının bir tür deniz kirliliği olduğunu ve ülkelerin okyanuslarımız uğruna emisyonları azaltmakla yükümlü olduğunu tespit etti (Wagner, vd., 19 Aralık 2024; Okumu, vd., 4 Haziran 2024). Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi, İsviçreli İklim Koruma Kıdemli Kadınları lehine karar vererek, İsviçre'nin sera gazı emisyonlarını yeterince azaltmadaki

başarısızlığını insan haklarının ihlali olarak kabul etti (Leman, 6 Mart 2025). Norveç'in petrol ve gaz genişlemesine karşı AİHM'de açılan çığır açıcı dava küresel bir hukuki emsal oluşturmaktadır. Bu davada iklim değişikliğinin yalnızca çevresel bir sorun değil, aynı zamanda bir insan hakları sorunu olduğu vurgulanmıştır (Holden, 15 Ağustos 2024).

4. Sonuç ve Değerlendirme

Küreselleşme süreciyle birlikte devletlerin mutlak egemenlik anlayışında önemli değişimler gerçekleşmiş ve uluslararası yönetim süreçlerinde çok sayıda aktörün yer aldığı bir yapı ortaya çıkmıştır. Bu durum, Greenpeace gibi hükümet dışındaki çevre hareketlerinin uluslararası siyasette daha belirgin ve etkili bir konuma gelmesine zemin hazırlamıştır. Yirminci yüzyılın ikinci yarısında çağdaş çevre sorunlarının küresel politikanın önemli bir parçası haline gelmesi, uluslararası aktörlerin ve küresel yönetim sistemlerinin gelişimi açısından kritik bir süreç oluşturmuştur (Hale, 2020, s. 214). Küreselleşme sonrası dönemde neo-liberal politikaların önem kazanması, devletlerin bazı alanlarda küçülme yönünde adımlar atması ve uluslararası düzeyde ortaya çıkan küresel sorunlar ile çevresel problemlerinin artışı, uluslararası toplumu harekete geçiren ulus-üstü uygulamaların sayısında bir artışa neden olmuştur (Cicioğlu ve Bostancı, 2017, s. 72). Küresel yönetim teorisi, devletlerin yanı sıra uluslararası organizasyonlar, sivil toplum kuruluşları ve çok uluslu şirketlerin de küresel politika geliştirme süreçlerinde önemli rol üstlendiğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda Greenpeace, geleneksel devlet merkezli yaklaşımlardan farklı olarak uluslararası çevre politikalarında hükümet dışı bir baskı unsuru olarak faaliyet gösteren ulus-üstü bir sivil toplum kuruluşu örneğidir.

Birleşmiş Milletler ve Avrupa Birliği gibi geleneksel ulus-üstü organizasyonlar devletler tarafından oluşturulmuş ve finansmanı devletler tarafından sağlanmaktadır. Greenpeace ise bu kurumlardan farklı olarak devletlerden bağımsız bir şekilde gelişmiş ve bireyler tarafından kurulmuştur. Uluslararası politikanın giderek daha karmaşık hale geldiği bu dönemde, devlet dışı aktörlerin uluslararası düzeydeki etki ve otoritelerinin öneminin göz ardı edilemeyeceği gerçeği ortaya çıkmaktadır (Moloney ve Legrve, 2024, s. 8). Bu durum, uluslararası ilişkilerde sadece geleneksel ulus-üstü organizasyonların değil, aynı zamanda sivil ve gönüllü kuruluşların da önemli rollere sahip olduğunu göstermektedir.

Greenpeace, başlangıçta Amerika Birleşik Devletleri'nin nükleer denemelerine karşı mücadele eden küçük bir çevreci birlikken, zamanla küresel ölçekte etkin bir ulus-ötesi aktöre dönüşmüştür. Bugün Greenpeace, devletlerin çevre politikalarının ve çevre üzerine kurulu uluslararası anlaşmaların oluşturulmasında kritik bir rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra, bu politikaların ve anlaşmaların devletler, uluslararası kuruluşlar ve şirketler tarafından uygulanmasını gözeten bir görev de üstlenmektedir. Greenpeace, yalnızca

devletler ve uluslararası organizasyonlarla olan ilişkileri yoluyla değil, aynı zamanda uluslararası sivil toplum ağı ile yaptığı iş birlikleri sayesinde de çevre politikalarının şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda Greenpeace'in çevre alanında küresel bir sivil toplum ağı oluşturduğundan bahsedilebilir (Downie, 2014, s. 381). Böylece Greenpeace, çevre politikalarının geliştirilmesi ve uygulanmasında etkin bir baskı aracı haline gelmekte ve küresel çevre yönetiminde önemli bir konum kazanmaktadır. Çevre sorunlarının artık sadece ulusal sınırlarda kalmayıp gezegen genelinde etkiler yaratması, uluslararası çevre politikalarının dünya siyasetinde giderek daha merkezi bir yere ulaşmasına neden olmaktadır (Hale, 2020, s. 214).

Greenpeace, misyonunu gerçekleştirirken sosyal medya kampanyaları, sergi ve farkındalık etkinlikleri, hukuki eylemler, lobi çalışmaları, rapor yayınlama ve barışçıl protestolar gibi çeşitli yöntemlerden faydalanmaktadır. Paris İklim Anlaşması ve Kyoto Protokolü gibi uluslararası anlaşmaların gelişiminde önemli bir yer tutan Greenpeace, plastik kullanımını azaltmaya yönelik düzenlemelerin oluşturulmasında da aktif bir rol oynamaktadır. Avrupa Birliği, Birleşmiş Milletler ve Dünya Ticaret Örgütü gibi uluslararası organizasyonlarla iş birliği yaparak çevre politikalarının şekillenmesine katkıda bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, çok uluslu şirketlerin uygulamalarını izleyerek Zara, Nestlé, Apple, McDonald's ve LEGO gibi önde gelen şirketlerin çevresel politikalarını değiştirmesine yardımcı olmuştur. Greenpeace ayrıca farklı hukuki davalar yürütmekte ve bu davalarda aldığı kararlar, çevresel hakların korunması açısından önemli birer örnek teşkil etmektedir. Bu durum, çevresel hakların dünya genelinde daha güçlü bir şekilde korunmasına katkı sağlarken, örgütün uzun vadeli etkisini de artırmaktadır. Greenpeace, yalnızca devletler, uluslararası kurumlar ve özel sektör üzerindeki baskıyı artırmakla kalmıyor; aynı zamanda çevre bilinci ve duyarlılığının yayılması konusunda da önemli katkılarda bulunmaktadır. Özellikle sosyal medya ve dijital aktivizm yoluyla daha geniş kitlelerin çevresel sorunlarla ilgili bilgi edinmelerini ve harekete geçmelerini teşvik etmektedir. Bu da Greenpeace'in çevre yönetiminde sivil toplum ağlarını etkin bir şekilde kullandığını ve yalnızca politikaların oluşumunda değil, denetlenmesinde de önemli bir rol üstlendiğini göstermektedir.

Devletin uluslararası siyasetteki önemi önümüzdeki dönemde kaybolmayacak gibi görünse de, yeni yönetim biçimlerinin geleneksel iktidar yapılarına önemli etkiler yaptığı açıktır. (Hale, 2020, s. 210). Bu konuda Greenpeace, küresel çevre yönetiminde sivil toplum kuruluşlarının nasıl etkin bir aktör olabileceğini ortaya koyan en önemli örneklerden biridir. Politika savunucuları ve girişimcileri, küresel düzeyde yeni politikaların uygulanmasını teşvik ederek devletler üzerinde etki yaratabilir ya da kamuoyunu bilgilendirerek politik fikirlerin yayılmasına katkıda bulunabilirler (Moloney ve Legrve, 2024, s. 2).

Ancak Greenpeace, bilime dayalı verileri göz ardı ettiği iddiaları, radikal eylem yöntemleri ve finansal bağımsızlığı konusundaki politikası gibi çeşitli eleştirilere

de maruz kalmaktadır. Bu eleştiriler, örgütün küresel çevre yönetimindeki geleceği hakkında tartışmalar başlatmaktadır. Greenpeace, çevresel farkındalığı artırmak, hukuki mücadelelerde başarı sağlamak ve devletler ile çok uluslu şirketler üzerinde baskı oluşturmak konusunda önemli kazanımlar elde etmiş olsa da, uzun vadeli etkisini sürdürebilmek için politika yapım süreçlerine daha kurumsal bir şekilde katılma yollarını bulması gereklidir. Bu nedenle, Greenpeace'in gelecekteki rolü yalnızca kampanya ve lobi faaliyetleriyle değil, aynı zamanda sürdürülebilir çevresel çözümler üretme yeteneği ile de şekillenecektir.

Greenpeace, küresel çevre yönetiminde devlet dışı aktörlerin artan rolünü gösteren en önemli örneklerden biridir. Çeşitli kampanyalar, hukuki girişimler ve kamuoyu oluşturma faaliyetleri aracılığıyla devletleri, uluslararası kurumları ve çok uluslu şirketleri çevresel sorumluluk almaya yönlendiren güçlü bir baskı mekanizması oluşturmuştur. Bununla birlikte Greenpeace'in etkisi mutlak değildir ve özellikle politika yapım süreçlerine daha kurumsal biçimde dahil olma gerekliliği örgütün gelecekteki etkinliği açısından belirleyici olacaktır. Greenpeace, küresel çevre yönetiminde devlet dışı aktörlerin artan rolünü gösteren en önemli örneklerden biridir. Çeşitli kampanyalar, hukuki girişimler ve kamuoyu oluşturma çalışmaları aracılığıyla devletleri, uluslararası organizasyonları ve çok uluslu şirketleri çevresel yükümlülüklerini yerine getirmeye teşvik eden güçlü bir baskı mekanizması oluşturmuştur. Bununla birlikte, Greenpeace'in etkisi mutlak değildir ve özellikle politika yapım süreçlerine daha kurumsal olarak dahil olma gerekliliği, örgütün gelecekteki etkinliği açısından belirleyici bir faktör olacaktır.

Kaynakça

- Akbal, İ. & Çalı, H. (2008). Çevreci sivil toplum örgütlerinde sivil itaatsizlik uygulamaları ve Greenpeace Türkiye örneği. Akdemir, A. (Ed.). *V. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi: Küresel Barış içinde* (s. 399-408). Çanakkale: Aynalı Gazetecilik ve Matbaacılık.
- Alphan, M. (2012, 6 Aralık). Keşke iş Zara'yla bitse. *Hürriyet*. Erişim adresi: <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/melis-alphan/keske-is-zara-yla-bitse-22086620>
- Arslan, H. (2011). Bir doğrudan eylem hareketi olarak Greenpeace (Yeşil Barış). *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23, 247-258.
- Bernhardt, C. (2017). Governance, statehood, ve space in 20th century political struggles: An introduction. *Historical Social Research*, 42(2), 199-217. <https://doi.org/10.12759/hsr.42.2017.2.199-217>
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Cicioğlu, F. & Bostancı, B. (2017). Uluslararası sistemde hükümet-dışı örgütlenmeler: Greenpeace örneği. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 71-82.
- Doruk, E. (2021). Antarktika antlaşmalar sistemi kapsamında çevre örgütlerinin rolü: Antarktika ve Güney Okyanusu Koalisyonu örneği. *International Journal of Politics ve Security*, 3, 369-389. <https://doi.org/10.53451/ijps.866970>
- Downie, C. (2014). Transnational actors in environmental politics: Strategies ve influence in long negotiations. *Environmental Politics*, 23(3), 376-394. <https://doi.org/10.1080/09644016.2013.875252>
- European Commission. (2022). Protecting journalists ve human rights defenders from strategic lawsuits against public participation (SLAPPs). European Commission. https://commission.europa.eu/strategy-ve-policy/policies/justice-ve-fundamental-rights/democracy-eu-citizenship-anti-corruption/democracy-ve-electoral-rights/protecting-journalists-ve-human-rights-defenders-strategic-lawsuits-against-public-participation_en
- European Parliament. (2023a). *COP28 climate talks agree on transitioning away from fossil fuels*. European Parliament News. <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20231205IPR15686/cop28-climate-talks-agree-on-transitioning-away-from-fossil-fuels>

Özdemirkol, M. (2026). *From an Activist Movement to a Global Actor: How Effective Is Greenpeace in Global Environmental Governance?* *Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies*, 13 (1), 82-104. doi: 10.48064/equinox.1887954

European Parliament. (2023b). *Written question E-003706/2023 on environmental regulations for private jets*. European Parliament. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/E-9-2023-003706_EN.html

Gonzaga, D. (2023, 28 Nisan). Victory! After Greenpeace report, Hyundai construction equipment commits to help stopping illegal mining in the Amazon. *Greenpeace*. Erişim adresi: <https://www.greenpeace.org/international/story/59521/victory-after-greenpeace-report-hyundai-construction-equipment-commits-to-help-stopping-illegal-mining-in-the-amazon/>

Greenpeace Akdeniz. (2022a). Küresel Plastik Anlaşması: plastik kirliliğini sona erdirmek için büyük, cesur adım. *Greenpeace dergisi*, S. 172. https://www.greenpeace.org/static/planet4-turkey-stateless/2022/06/7d7a5444-gp172_dijital_mart2022.pdf

Greenpeace Akdeniz. (2022b). 2022'de birlikte neler başardık. *Greenpeace Akdeniz Dergisi*, S. 181. https://www.greenpeace.org/static/planet4-turkey-stateless/2023/02/2050c883-gp_181.pdf

Greenpeace Akdeniz. (2025). *Başarılar*. <https://www.greenpeace.org/turkey/greenpeace-turkiyenin-elde-ettigi-basarilar/>

Greenpeace Belçika. (2022). *Rechtszaak tegen miljardeninvestering van INEOS in plasticfabriek* Antwerpen. <https://www.greenpeace.org/belgium/nl/persbericht/28119/rechtszaak-tegen-miljardeninvestering-van-ineos-in-plasticfabriek-antwerpen/>

Greenpeace International. (2023). *UN Ocean Treaty formally adopted, as the race to ratification begins*. *Greenpeace International*. <https://www.greenpeace.org/international/press-release/60330/un-ocean-treaty-formally-adopted-race-ratification-begins/>

Greenpeace International. (2024). *ITLOS sets groundbreaking victory for ocean ve climate protection*. *Greenpeace International*. <https://www.greenpeace.org/international/press-release/67125/itlos-sets-groundbreaking-victory-for-ocean-ve-climate-protection/>

Greenpeace Türkiye. (2024, 2 Aralık). *Norveç'te derin deniz madenciliği planları durduruldu*. *Greenpeace Türkiye Blog*. Erişim adresi: <https://www.greenpeace.org/turkey/blog/norvectederin-deniz-madenciligi-planlari-durduruldu/>

Greenpeace. (2024). *Who is Greenpeace*. Erişim adresi: <https://www.greenpeace.org.uk/wp-content/uploads/2024/07/GP-11-14-Intro-Final.pdf>

- Greenpeace. (2025). *Stopping offshore drilling*. Erişim adresi: <https://www.greenpeace.org/usa/protect-the-arctic/stopping-offshore-drilling/>
- Haber Ekonomi. (2014, 9 Ekim). LEGO, Shell ile 50 yıllık işbirliğini sonlandırma kararı verdi. Erişim adresi: <https://www.haberekonomi.com.tr/index.asp?sayfa=haber&icerik=3681>
- Hale, T. (2020). Transnational actors ve transnational governance in global environmental politics. *Annual Review of Political Science*, 23(1), 203-220.
- Hansen, P. K. ve Lundholt, M. W. (2021). I thought Shell was the bad guy: Narrative ve fictionality in Greenpeace's campaign against the LEGO-Shell partnership. *Narrative*, 29(1), 29-46.
- Hanson, J. (2023, 19 Haziran). How we got a global ocean treaty – ve what comes next. *Greenpeace*. Erişim adresi: <https://www.greenpeace.org/international/story/60272/how-we-got-global-ocean-treaty-what-comes-next/>
- Hipp, R. (2023, 15 Nisan). Tschüss, Atomkraft: The end of nuclear power in Germany. *Greenpeace*. Erişim adresi: <https://www.greenpeace.org/international/story/59219/tschuss-atomkraft-end-nuclear-power-germany/>
- Karagöz, K. (2013). Yeni medya çağında dönüşen toplumsal hareketler ve dijital aktivizm hareketleri. *İletişim ve Diplomasi*, 1, 131-156.
- Kolombo, L. (2022, 16 Ağustos). How we're fighting the oil industry in the Argentine Sea. *Greenpeace*. Erişim adresi: <https://www.greenpeace.org/international/story/55252/fighting-oil-industry-argentine-sea>
- Leman, M. (2025, 6 Mart). Battling the giants: How Greenpeace fights back against SLAPP lawsuits. *Greenpeace*. Erişim adresi: <https://www.greenpeace.org/international/story/69821/battling-the-giants-how-greenpeace-fights-back-against-slapp-lawsuits/>
- Moloney, K. & Legrave, T. (2024). Actors, alterations, ve authorities: Three observations of global policy ve its transnational administration. *Policy ve Society*, 43(1), 1-10. <https://doi.org/10.1093/polsoc/puae003>
- NTV Haber. (2010, 20 Mayıs). Orangutanlar kurtuldu mu? Erişim adresi: <https://www.ntv.com.tr/turkiye/orangutanlar-kurtuldu-mu,AjCIFzgg4oClKI3GqB3rnQ>
- Okumu, S., Fournier, L., Alejvera, M. & Barney, S. (2024, 4 Haziran). Can an ocean court victory power the climate justice movement? Yes, ve here's why. *Greenpeace*. Erişim adresi:

<https://www.greenpeace.org/international/story/67499/ocean-court-itlos-climate-justice-advisory-opinion-legal-ruling-explained/>

- Onur, G. & Kocabay, Ş. N. (2024). Çevre ve ekoloji örgütlerinin iletişim perspektiflerine sosyal medya aracılığıyla bakmak: Kuzey Ormanları Savunması ve Greenpeace International örneği. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 7(2), 60-83. <https://doi.org/10.61766/hire.1493687>
- Price, C. (2023). Greenpeace ve the online genetically modified food debate in the UK: The role of science ve scientific evidence in environmental representation. *Public Understveing of Science*, 32(4), 489-503.
- Saatçioğlu, E. (2017). Sivil toplum örgütlerinin sosyal medya kullanımları: Greenpeace Türkiye Facebook sayfası örneği. *Selçuk İletişim*, 10(1), 158-187. <https://doi.org/10.18094/josc.330941>
- Sevinç, G. (2023). *COP15: Yerli halkların tanınması için büyük kazanım ama biyoçeşitliliğin korunması için daha fazlası gerekiyor*. <https://www.greenpeace.org/turkey/blog/cop15-yerli-halklarin-taninmasi-icin-buyuk-kazanim-ama-biyocesitliliğin-korunmasi-icin-daha-fazlasi-gerekliyor/>
- Strømsnes, K., Selle, P. ve Grendstad, G. (2009). Environmentalism between state ve local community: Why Greenpeace has failed in Norway. *Environmental Politics*, 18(3), 391-407. <https://doi.org/10.1080/09644010902823774>
- United Nations General Assembly. (2023). *Resolution 77/276: Request for an advisory opinion of the International Court of Justice on the obligations of states in respect of climate change*. International Court of Justice press office & United Nations. <https://www.icj-cij.org/node/202671>
- United Nations. (2023b). *COP28 ends with call to 'transition away' from fossil fuels; UN Chief says phaseout is inevitable*. United Nations. <https://unsdg.un.org/latest/stories/cop28-ends-call-%E2%80%98transition-away%E2%80%99-fossil-fuels-un-chief-says-phaseout-inevitable>
- Wagner, C., Cresta, F. & Kuen, T. L. (2024, 19 Aralık). Hope is created through action: Climate ve environmental victories of 2024. *Greenpeace*. Erişim adresi: <https://www.greenpeace.org/international/story/71853/hope-is-created-through-action-climate-environmental-victories-of-2024/>
- Yalçın, A. (2024). Küresel kuruluşların eğitim ve kültürel konularla ilgili faaliyetleri. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(2), 231-259. <https://doi.org/10.30692/sisad.1428728>

Özdemirkol, M. (2026). *From an Activist Movement to a Global Actor: How Effective Is Greenpeace in Global Environmental Governance?* *Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies*, 13 (1), 82-104. doi: 10.48064/equinox.1887954

Yıldız, E. (2018). Sivil toplum kuruluşlarının yaptıkları kampanyaların kurum politikalarına etkisi. *Kesit Akademi Dergisi*, 16, 354-367.

Zelko, F. (2017). Scaling Greenpeace: From local activism to global governance. *Historical Social Research*, 42(2), 318-342. <https://doi.org/10.12759/hsr.42.2017.2.318-342>