

PAZARLAMA

İçgörüsü Üzerine Çalışmalar

Studies on Marketing Insights



7 yıllık yayın serüveninin başlangıcında tabii ki Olgun Hocamız tetikleyici güç olacaktı. Her yerde olduğu gibi Türkçe Pazarlama literatüründe de fark yaratıcı bir katkımız olmalıydı. Tüm bürokratik süreçlerden her bir makalenin mizanpajına kadar her noktada birlikte çabalayarak çıkardığımız SOMI yayın hayatını sonlandırıyor. Onu anmadan, onu aramadan, onun yokluğunu hissetmeden, ağlamadan, isyan etmeden bu dergiyi yayımlamak artık imkânsız geliyor bize. Yaptığımız ve yapacağımız her şeyi olduğu gibi bu son sayıyı da onun hatırasına adıyoruz. Seni çok seviyoruz Olgun Hocam, çok özlüyoruz.

akdenizpaz

PAZARLAMA

İçgörüsü Üzerine Çalışmalar

Studies on Marketing Insights



Studies on Marketing Insights
Pazarlama İçgörüsü Üzerine Çalışmalar

Cilt/Volume:7, Sayı/No:1 - 2023

e-ISSN: 2667-6591

İmtiyaz Sahibi/Publisher: Olgun KİTAPCI
Editör/Editor: İ.Taylan DÖRTYOL
Dil Editörü/Language Editor: Aslı SAKARYA

Yayın Kurulu/Editorial Board:

Dicle YURDAKUL	<i>Altınbas Üniversitesi, TR</i>
Elif YOLBULAN OKAN	<i>İstanbul Bahçeşehir Üniversitesi, TR</i>
İbrahim SİRKECİ	<i>Regent's Londra University, UK</i>
Selcen ÖZTÜRKCAN-ÖZDİNÇ	<i>Linnaeus University, Kalmar, SE</i>
Selçuk Burak HAŞILOĞLU	<i>Pamukkale Üniversitesi, TR</i>
Uğur YAVAŞ	<i>East Tennessee State University, Johnson City, US</i>

Web: dergipark.gov.tr/somi

Pazarlama İçgörüsü Üzerine Çalışmalar (SOMI) Akdeniz Üniversitesi Pazarlama Bölümü tarafından yılda iki kez yayınlanmaktadır. SOMI, her yıl yayınlanan hakemli bir dergidir. Yazarlar, çalışmalarının içeriğinden sorumludur. SOMI, disiplinin içeriğini ve sınırlarını şekillendirmenin yanı sıra bilimsel araştırmaya dayalı pazarlama bilgisinin yaygınlaştırılmasında önemli bir rol oynayacaktır. SOBIAD ve ASOS tarafından taranmaktadır.

Studies on Marketing Insights (SOMI) are published biannually by the Marketing Department of Akdeniz University. SOMI is a peer-reviewed journal published each year. Authors are responsible for the content of their work. SOMI will play an important role in shaping the content and boundaries of the discipline as well as disseminating marketing knowledge based on scientific research. Indexed by SOBIAD and ASOS.

Dergide yayımlanmak üzere gönderilen yazılar <http://dergipark.gov.tr/somi> adresinden yüklenmelidir.

İletişim (Contact): Akdeniz Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Pazarlama Bölümü Dumlupınar Bulvarı 07058 Antalya/Türkiye, **e-mail:** pazarlama@akdeniz.edu.tr

Türk Patent ve Marka Kurumu'ndan Marka Tescili alınmıştır. (No: 2018 69921) Trademark Registration has been obtained from the Turkish Patent and Trademark Office.

Tüm haklar saklıdır. @2017 All rights reserved.

DANIŞMA KURULU (Advisory Board)

Ahmet BAŞÇI
Marmara Üniversitesi, TR

Aypar USLU
Marmara Üniversitesi, TR

Aysun ATAGAN ÇETİN
Trakya Üniversitesi, TR

Ayşen COŞKUN-ÇELEN
Akdeniz Üniversitesi, TR

Bora GÖKTAŞ
Bayburt Üniversitesi, TR

Bengü Sevil OFLAÇ
İzmir Ekonomi Üniversitesi, TR

Canan MADRAN
Dokuz Eylül Üniversitesi, TR

Duygu AYDIN ÜNAL
Akdeniz Üniversitesi, TR

Elif KARAOSMANOĞLU
İstanbul Teknik Üniversitesi, TR

Ezgi UZEL AYDINOCAK
Beykoz Üniversitesi, TR

Gamze ARABELEN
Dokuz Eylül Üniversitesi, TR

Gül BAYRAKTAROĞLU
Dokuz Eylül Üniversitesi, TR

Katarzyna DZIEWANOWSKA
Warsaw University, PL

Mehmet MARANGOZ
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, TR

Mehpare TOKAY ARGAN
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, TR

Mustafa ÜNSALAN
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, TR

Muthanna Maan Ibrahim ALOBAİDİ
Al-Mustansiria University, IQ

Nezahat EKİCİ
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, TR

Peren ÖZTURAN
Özyeğin Üniversitesi, TR

Raife Meltem YETKİN ÖZBÜK
Akdeniz Üniversitesi, TR

Sahavet GÜRDAL
Marmara Üniversitesi, TR

Sevgi ÖZTÜRK
Anadolu Üniversitesi

Tahir ALBAYRAK
Akdeniz Üniversitesi

Tutku EKER İŞÇİOĞLU
Piri Reis Üniversitesi

Ümit ALNIAÇIK
Kocaeli Üniversitesi

Vicky KATSONI
University of Western Attica, Atina, GR

Volkan DOĞAN
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, TR

Yener GİRİŞKEN
Altınbaş Üniversitesi, TR

Zafer Bayram ERDOĞAN
Anadolu Üniversitesi, TR

Zeliha ESER
Başkent Üniversitesi, TR

HAKEMLER (REFEREES)

Özlem GÜZEL

Serhat ATA

Mehmet ETLİOĞLU

Oya ERU

Sevgi Ayşe ÖZTÜRK

Ali Emre AYDIN

Edibe Asuman ATILLA

Burcu MUCAN ÖZCAN

Ayşen COŞKUN ÇELEN

Paşa GÜLTAŞ

Tufan ÖZSOY

R. Meltem YETKİN ÖZBÜK

Muhammet Bilgehan AYTAÇ

Tahir ALBAYRAK

İrem YILDIRIM

Buket BORA SEMİZ

Meftune ÖZBAKIR UMUT

Akdeniz Üniversitesi

Düzce Üniversitesi

Konya Gıda ve Tarım Üniversitesi

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Anadolu Üniversitesi

İzmir Bakırçay Üniversitesi

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Manisa Celâl Bayar Üniversitesi

Akdeniz Üniversitesi

Malatya Turgut Özal Üniversitesi

Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji
Üniversitesi

Akdeniz Üniversitesi

Aksaray Üniversitesi

Akdeniz Üniversitesi

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

İzmir Bakırçay Üniversitesi

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Pazarlama İlgörüsü Üzerine Çalışmalar dergimizin Cilt 7, Sayı 1, Eylül 2023'de yayımlanan makalelerini değerlendiren hakemlerimize teşekkürlerimizi sunarız.

We gratefully acknowledge the referees who kindly helped us to review the articles published in Volume 7, Issue 1, September 2023 of Studies on Marketing Insights, Journal.

Pazarlama İlgörüsü Üzerine Çalışmalar, Cilt 7, Sayı 1, 2023

Studies on Marketing Insights Volume 7, Issue 1, 2023

PAZARLAMA

İçgörüsü Üzerine Çalışmalar

Studies on Marketing Insights



Cilt/Volume:7, Sayı/No:1 - 2023

İÇİNDEKİLER - CONTENTS

Influencer Kullanan Markaların Dikkatine! Influencer Cinsiyeti Tüketicilerin Ödeme İstekliliğini Nasıl Etkiliyor? 1-13

Attention to Brands Using Influencers! How Does Influencer Gender Affect Consumers' Willingness To Pay?

Dr. Öğr. Üyesi Selçuk Yasin YILDIZ

E-Scooter Kullananlar ve Kullanmayanlar Açısından E-Scooter Kullanmanın Yararları ve Engelleri: Pilot Bir Çalışma 14-26

Benefits and Barriers of E-Scooter Users and Non-Users: A Pilot Study

Prof. Dr. Eda Yaşa Özeltürkay, Arş. Gör. Deniz Yalçıntaş ve Arş. Gör. Suzan Oğuz

Türkiye’de COVID-19 Pandemisi Döneminde Sağlık İşletmelerindeki İç Müşterilerin Çalışma Koşullarının ve Memnuniyetlerinin Değerlendirilmesi Üzerine Nitel Bir Araştırma 27-47

A Qualitative Research on The Evaluation of The Working Conditions and Satisfaction of Internal Customers in Healthcare Institutions During The COVID-19 Pandemic Period in Turkey

Dr. Öğr. Üyesi Tuğçe Üner ve Prof. Dr. Sezer Korkmaz

Sürdürülebilirlik ve Pazarlama Alanındaki Çalışmalarda Makro Bakış Açısının Gerekliliğine Yönelik Bir Tartışma 48-69

A Discussion on the Need for a Macro Perspective to Studies in the Field of Sustainability and Marketing

Dr. Öğr. Üyesi Ali Emre Aydın

Duygusal Yeme Çevrim İçi Gıda Satın Alma Niyetini Etkiler Mi? 70-85

Does Emotional Eating Affect Online Food Purchasing Intention?

Dr. Öğr. Üyesi Murat Fatih Tuna ve Dr. Öğr. Üyesi Selim Çam

Yeşil Tüketime Yönelik Tüketici Eğilimlerinin Belirlenmesi: Z Kuşağı Üzerine Bir Araştırma 86-102

Determination of Consumer Trends towards Green Consumption: A Research on Generation Z

Merve Kaya ve Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Can Demirtaş