



ISSN: 2717 – 7009

İŞLETME AKADEMİSİ DERGİSİ

JOURNAL OF BUSINESS ACADEMY

Cilt / Volume : 6
Sayı / Issue : 1
Yıl / Year : 2025



İŞLETME AKADEMİSİ DERGİSİ

ISSN: 2717-7009

Cilt: 6

Sayı:1

2025

Vol.6

No.1

www.isakder.org

DERGİ HAKKINDA

İşletme Akademisi Dergisi, İşletme alanındaki profesyonellere akademik katkı sağlayan, sektörel uygulamalara katkı sağlayan teorik ve uygulama arasında köprü olan, İşletme alanlarında ulusal ve uluslararası karşılaştırmaları inceleyen MAKALELER yer almaktadır. İşletme Akademi Dergisi'nin yayın kapsamında Muhasebe, Finansman, Bankacılık, Stratejik Yönetim ve Örgütsel Davranış, Üretim Yönetimi ve Pazarlama, Uluslararası İşletmecilik, Sayısal Yöntemler çalışmaları yer almaktadır.

ABOUT THIS JOURNAL

The publication of the Journal of Business Academy; there are works that examine the national and international comparisons in the fields of business management, which provide academic contributions to professionals in the business management, and provide a bridge between the theoretical and practical contributions that contribute to sectoral practices.

Journal of Business Academy; publishes double-blind reviewed papers covering issues relevant to: Accounting, Finance and Banking, Strategic Management and Organizational Behaviour, Production Management and Marketing, International Business.

EDİTÖR / EDITOR IN CHIEF

Prof. Dr. Seyhan ÇİL KOÇYIĞIT, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, editor@isakder.org

İNGİLİZCE DİL EDİTÖRÜ

Prof. Dr. Şükran GÜNGÖR TANÇ, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

ALAN EDİTÖRLERİ

Prof. Dr. Zekai ÖZTÜRK, Stratejik Yönetim ve Örgütsel Davranış, Yüksek İhtisas Üniversitesi
Doç. Dr. Fatma TEMELLİ, Muhasebe, Finansman ve Bankacılık, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
Prof. Dr. Ayşe YILDIZ, Sayısal Yöntemler, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Selma MEYDAN UYGUR, Üretim Yönetimi ve Pazarlama, Ankara Hacı Bayram Veli Üniv.
Doç. Dr. Selma KALYONCUOĞLU BABA, Üretim Yönetimi ve Pazarlama, Ankara Hacı Bayram Veli Ü.

YAYIN KURULU / BOARD OF EDITORS

Assoc. Prof. Agim MAMUTI, Mother Teresa University, Macedonia
Prof. Dr. Akyay UYGUR, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Ayşe PAMUKÇU, Marmara Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Bora ŞENYİĞİT, King's College, USA
Prof. Daniela FESCHIYAN, Regional Center for Distance Learning, Bulgaria
Prof. Dr. Derviş BOZTOSUN, Kayseri Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Fatma PAMUKÇU, Marmara Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Fevzi Serkan ÖZDEMİR, Ankara Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Ganite KURT, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Selma MEYDAN UYGUR, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Semra AKSOYLU, Kayseri Üniversitesi, Türkiye
Prof. Supriti MISHRA, International Management Institute, India
Prof. Dr. Şükran GÜNGÖR TANÇ, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Ümmühan ASLAN, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Yıldız ÖZERHAN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye

ABSTRACTING & INDEXING

[DRJI | Directory of Research Journals Indexing](#)

[RI-ROOTINDEXING](#)

[ResearchBib – Academic Resource Index](#)

[ISI | International Scientific Indexing](#)

[Eurasian Scientific Journal Index](#)

[SCRIBD](#)

[General Impact Factor](#)

[ICI Index Copernicus International](#)



Hakem Kurulu

- Prof. Dr. ACAR, Durmuş, Süleyman Demirel Üniversitesi, durmusacar@sdu.edu.tr
Prof. Dr. AKARÇAY, Vural, İstanbul Ticaret Üniversitesi, vakarcay@ticaret.edu.tr
Prof. Dr. AKARÇAY ÖĞÜZ, Ayça, Marmara Üniversitesi, aakarçay@marmara.edu.tr
Prof. Dr. AKAY, Hüseyin, İzmir Demokrasi Üniversitesi, huseyin.akay@idu.edu.tr
Prof. Dr. AKDOĞAN, Nalan, Başkent Üniversitesi, nalanakdogan@hotmail.com
Prof. Dr. AKSOY, Emine Ebru, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, emine.aksoy@hbv.edu.tr
Prof. Dr. AKSOYLU, Semra, Kayseri Üniversitesi, aksoylu@kayseri.edu.tr
Prof. Dr. AKTAŞ, Rafet, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, rafetaktas@gmail.com
Prof. Dr. AKTEPE, Cemalettin, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, c.aktepe@hbv.edu.tr
Prof. Dr. ALAGÖZ, Ali, Selçuk Üniversitesi, aalagoz@selcuk.edu.tr
Prof. Dr. ALKİBAY, Sanem, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, sanem.alkibay@hbv.edu.tr
Prof. Dr. ALTINÖZ, Mehmet, Hacettepe Üniversitesi, maltinoz@hacettepe.edu.tr
Prof. Dr. ANIL KESKİN, Duygu, İstanbul Üniversitesi, danil@istanbul.edu.tr
Prof. Dr. ARIKBOĞA, Dursun, Yeditepe Üniversitesi, dursun.arikboga@yeditepe.edu.tr
Prof. Dr. ARSLAN, Mehmet, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, mehmet.arslan@hbv.edu.tr
Prof. Dr. ARSOY, Aylin, Uludağ Üniversitesi, aporoy@uludag.edu.tr
Prof. Dr. ARZOVA, S. Burak, Marmara Üniversitesi, burakarzova@marmara.edu.tr
Prof. Dr. ASLAN, Ümmühan, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, uaslan40@gmail.com
Prof. Dr. ASLAN, Sinan, Marmara Üniversitesi, saslan@marmara.edu.tr
Prof. Dr. ATAMAN GÖKÇEN, Başak, Marmara Üniversitesi, bataman@marmara.edu.tr
Prof. Dr. ATİLLA, E. Asuman, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, asuman.atilla@hbv.edu.tr
Prof. Dr. AYANOĞLU, Yıldız, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, yildiz.ayanoglu@hbv.edu.tr
Prof. Dr. AYDINTAN, Belgin, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, belgin.aydintan@hbv.edu.tr
Prof. Dr. AYPEK, Nevzat, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, nevzat.aypek@hbv.edu.tr
Prof. Dr. AZALTUN, Murat, Yalova Üniversitesi, mazaltun@gmail.com
Prof. Dr. BALSARI, Çağnur, Dokuz Eylül Üniversitesi, cagnur.kaytmaz@deu.edu.tr
Prof. Dr. BANAR, Kerim, Anadolu Üniversitesi, kbanar@anadolu.edu.tr
Prof. Dr. BAŞ, Mehmet, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, mehmet.bas@hbv.edu.tr
Prof. Dr. BAŞAR, Ayşe Banu, Anadolu Üniversitesi, abbasar@anadolu.edu.tr
Prof. Dr. BAŞER, Furkan, Ankara Üniversitesi, furkan.baser@ankara.edu.tr
Prof. Dr. BAŞCI, Eşref Savaş, Hitit Üniversitesi, esavasbasci@hitit.edu.tr
Prof. Dr. BEKÇİ, İsmail, Süleyman Demirel Üniversitesi, ismailbekci@sdu.edu.tr
Prof. Dr. BEZİRCİ, Muhammet, Selçuk Üniversitesi, mbezirci@selcuk.edu.tr
Prof. Dr. BOYLU, Yasin, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, yasin.boylu@hbv.edu.tr
Prof. Dr. BOZDEMİR, Enver, Düzce Üniversitesi, enverbozdemir@duzce.edu.tr
Prof. Dr. BOZTOSUN, Derviş, Kayseri Üniversitesi, dboztosun@kayseri.edu.tr
Prof. Dr. BÜYÜKMİRZA, Kamil, Atılım Üniversitesi, kamil.buyukmirza@atilim.edu.tr
Prof. Dr. CAN, Ahmet Vecdi, Sakarya Üniversitesi, acan@sakarya.edu.tr
Prof. Dr. CANKUL, Duran, Osmangazi Üniversitesi, dcankul@ogu.edu.tr
Prof. Dr. CÖMERT, Nuran, Marmara Üniversitesi, nurancomert@marmara.edu.tr
Prof. Dr. ÇETİN, Ayten, Marmara Üniversitesi, acetin@marmara.edu.tr
Prof. Dr. ÇITAK, Nermin, Marmara Üniversitesi, ncitak@marmara.edu.tr
Prof. Dr. ÇİL, Burhan, İstanbul Gelişim Üniversitesi, bcil@gelisim.edu.tr
Prof. Dr. ÇÜRÜK, Turgut, Çukurova Üniversitesi, tcuruk@cu.edu.tr
Prof. Dr. DALKILIÇ, Fatih, Dokuz Eylül Üniversitesi, fatih.dalkilic@deu.edu.tr
Prof. Dr. DEMİREL, Bilge Leyli, Yalova Üniversitesi, bilgeleyli@gmail.com
Prof. Dr. DEMİRKOL, Ömer Faruk, Harran Üniversitesi, omerfarukd@hotmail.com
Prof. Dr. DERAN, Ali, Tarsus Üniversitesi, alideran@mersin.edu.tr
Prof. Dr. DOĞAN, Mesut, Bilecik Şeyh Edebali University, mesut.dogan@bilecek.edu.tr



İŞLETME AKADEMİSİ DERGİSİ

ISSN: 2717-7009

Cilt: 6	Sayı:1	2025	Vol.6	No.1
Prof. Dr. DOĞAN, Selen, Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi, sdogan01@ohu.edu.tr				
Prof. Dr. DOĞAN, Zeki, Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi, zdogan@ohu.edu.tr				
Prof. Dr. DURAN, Cengiz, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, cengiz.duran@dpu.edu.tr				
Prof. Dr. EKİYOR, Aykut, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, aykut.ekiyor@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. ELMACI, Orhan, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, oelmaci@gmail.com				
Prof. Dr. ERCAN, Metin Kamil, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, metin.ercan@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. ERDOĞAN, Melih, Anadolu Üniversitesi, merdogan@anadolu.edu.tr				
Prof. Dr. ERDOĞAN, Nurten, Anadolu Üniversitesi, nerdogan@anadolu.edu.tr				
Prof. Dr. ERER, Mert, Marmara Üniversitesi, merer@marmara.edu.tr				
Prof. Dr. ERGÜN, Ülkü, Dokuz Eylül Üniversitesi, ulku.ergun@deu.edu.tr				
Prof. Dr. ERHAN, Deniz Umut, Başkent Üniversitesi, duerhan@baskent.edu.tr				
Prof. Dr. ERSEN CÖMERT, Çağla, Marmara Üniversitesi, caglaersen@marmara.edu.tr				
Prof. Dr. ERTAŞ, Fatih Coşkun, Atatürk Üniversitesi, fatihcoskun.ertas@atauni.edu.tr				
Prof. Dr. ERYILMAZ, Selami, Gazi Üniversitesi, selamieryilmaz@gazi.edu.tr				
Prof. FESCHİYAN, Daniela, Regional Center for Distance Learning, Bulgaria, d.feschiyan@gmail.com				
Prof. Dr. GÖKSEL, Aykut, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, aykut.goksel@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. GÖKTEN, Soner, Başkent Üniversitesi, sgokten@baskent.edu.tr				
Prof. Dr. GÖNEN, Seçkin, Dokuz Eylül Üniversitesi, seckin.gonen@deu.edu.tr				
Prof. Dr. GÜCENME GENÇOĞLU Ümit, Uludağ Üniversitesi, umitgucenme@uludag.edu.tr				
Prof. Dr. GÜÇER, Evren, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, evren.gucer@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. GÜLCAN, Bilgehan, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, bilgehan.gulcan@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. GÜLER, Ender, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, ender.guler@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. GÜNEŞ, Recep, Malatya İnönü Üniversitesi, recep.gunes@inonu.edu.tr				
Prof. Dr. GÜNGÖR TANÇ, Şükran, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, sgungor@nevsehir.edu.tr				
Prof. Dr. GÜRDAL, Kadir, Ankara Üniversitesi, kadirgurdal@ankara.edu.tr				
Prof. Dr. GÜVEMLİ, Batuhan, Trakya Üniversitesi, batuhanguvemli@trakya.edu.tr				
Prof. Dr. HALICI, Ali, Başkent Üniversitesi, ahalici@baskent.edu.tr				
Prof. Dr. HASSAN, Azize, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, azize.hassan@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. HATUNOĞLU, Zeynep, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniv. zhatunoglu@hotmail.com				
Prof. Dr. KARACA, Süleyman Serdar, Gaziosmanpaşa Üniv., suleymanserdar.karaca@gop.edu.tr				
Prof. Dr. KARACAER, Semra, Hacettepe Üniversitesi, semra@hacettepe.edu.tr				
Prof. Dr. KARABINAR, Selahattin, İstanbul Üniversitesi, selahattin.karabinar@istanbul.edu.tr				
Prof. Dr. KARASİOĞLU, Fehmi, Selçuk Üniversitesi, fehmi@selcuk.edu.tr				
Prof. Dr. KARCIOĞLU, Reşat, Atatürk Üniversitesi, rkarcio@atauni.edu.tr				
Prof. Dr. KARDEŞ SELİMOĞLU, Seval, Anadolu Üniversitesi, sselimoglu@anadolu.edu.tr				
Prof. Dr. KARĞIN, Mahmut, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, mahmut.kargin@cbu.edu.tr				
Prof. Dr. KARĞIN, Sibel, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, sibel.kargin@cbu.edu.tr				
Prof. Dr. KESKİN BENLİ, Yasemin, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, yasemin.benli@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. KIYMETLİ ŞEN, İlker, İstanbul Ticaret Üniversitesi, ilksen@ticaret.edu.tr				
Prof. Dr. KIZIL, Cevdet, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, cevdet.kizil@medeniyet.edu.tr				
Prof. Dr. KOÇ, Hakan, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, hakan.koc@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. KORKMAZ, Sezer, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, sezer.korkmaz@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. KURT, Ganite, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, ganitekurt@gmail.com				
Prof. Dr. KÜÇÜKKOCAOĞLU, Güray, Başkent Üniversitesi, gurayk@baskent.edu.tr				
Prof. Dr. MEYDAN UYGUR, Selma, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, selma.meydan@hbv.edu.tr				
Prof. MISHRA, Supriti, International Management Institute, India, mishrasupriti@imibh.edu.in				
Prof. Dr. OKAN GÖKTEN, Pınar, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, pınar.okan@hotmail.com				
Prof. Dr. ÖNCE, Saime, Anadolu Üniversitesi, sonce@anadolu.edu.tr				
Prof. Dr. ÖNER KAYA, Emine, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, emine.oner@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. ÖZBEK, Cevdet Yiğit, Kırklareli Üniversitesi, yigitozbek@klu.edu.tr				
Prof. Dr. ÖZDEMİR, Fevzi Serkan, Ankara Üniversitesi, fsozdemir@ankara.edu.tr				
Prof. Dr. ÖZDEMİR, Serkan, Bursa Teknik Üniversitesi, serkan.ozdemir@btu.edu.tr				
Prof. Dr. ÖZERHAN, Yıldız, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, yildizozerhan@gmail.com				



İŞLETME AKADEMİSİ DERGİSİ

ISSN: 2717-7009

Cilt: 6 Sayı:1 2025 Vol.3 No.1

- Prof. Dr. ÖZKAN, Azzem, Erciyes Üniversitesi, azzem@erciyes.edu.tr
Prof. Dr. ÖZKUL, Fatma, Bahçeşehir Üniversitesi, fatma.ozkul@eas.bau.edu.tr
Prof. Dr. ÖZTÜRK, Erkan, Kırklareli Üniversitesi, erkan.ozturk@klu.edu.tr
Prof. Dr. ÖZTÜRK, M. Başaran, Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi, mbozturk@ohu.edu.tr
Prof. Dr. ÖZTÜRK, Zekai , Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, zekai.ozturk@hbv.edu.tr
Prof. Dr. ÖZÜDOĞRU, Haşim, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, hasim.ozudogru@hbv.edu.tr
Prof. Dr. PAMUKÇU, Ayşe, Marmara Üniversitesi, apamukcu@marmara.edu.tr
Prof. Dr. PAMUKÇU, Fatma, Marmara Üniversitesi, fpamukcu@marmara.edu.tr
Prof. Dr. PELİT, Elbeyi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, elbeyipelit@aku.edu.tr
Prof. Dr. SAGLAM ARI, Güler, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, guler.saglam@hbv.edu.tr
Prof. Dr. SAYAR, A. R. Zafer, Atılım Üniversitesi, zafer.sayar@atilim.edu.tr
Prof. Dr. SEVİM, Şerafettin, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, serafettin.sevim@dpu.edu.tr
Prof. Dr. ŞAHBAZ, Ramazan Pars , Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, pars.sahbaz@hbv.edu.tr
Prof. Dr. ŞENYİĞİT, Bora, King's College, USA, senyigit@gmail.com
Prof. Dr. TANSEL ÇETİN, Ayşe, Yalova Üniversitesi, aysetanselcetin@gmail.com
Prof. Dr. TEKSEN, Ömer, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, omerteksen@mehmetakif.edu.tr
Prof. Dr. TEKTÜFEKÇİ, Fatma, Dokuz Eylül Üniversitesi, f.tektufekci@deu.edu.tr
Prof. Dr. TEMİZKAN, Pınar, Osmangazi Üniversitesi, sptemizkan@ogu.edu.tr
Prof. Dr. TEMİZKAN, Rahman, Osmangazi Üniversitesi, rtemizkan@ogu.edu.tr
Prof. Dr. TOLON, Metehan, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, metehan.tolon@hbv.edu.tr
Prof. Dr. TOSUNOĞLU, Nuray, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, nuray.tosunoglu@hbv.edu.tr
Prof. Dr. TUNCA ÇALIYURT, Kıymet, Trakya Üniversitesi, kiymetcaliyurt@trakya.edu.tr
Prof. Dr. TÜRK, Zeynep, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, zeynepturk@osmaniye.edu.tr
Prof. Dr. UÇMA UYSAL, Tuğba, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, utugba@mu.edu.tr
Prof. Dr. UĞURLUEL ATAĞAN, Gülşah, Dokuz Eylül Üniversitesi, gulsah.ugurluel@deu.edu.tr
Prof. Dr. USUL, Hayrettin, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, hayrettin.usul@ikcu.edu.tr
Prof. Dr. UYAR, Süleyman, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, suyar@akdeniz.edu.tr
Prof. Dr. UYGUR, Akyay, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, akyay.uygur@hbv.edu.tr
Prof. Dr. UZAY, Şaban, Erciyes Üniversitesi, suzay@erciyes.edu.tr
Prof. DR. YALÇINER, Kürşat, İstanbul Gelişim Üniversitesi, kyalciner@gelisim.edu.tr
Prof. Dr. YAŞAR, Şebnem, Dokuz Eylül Üniversitesi, sebnem.yasar@deu.edu.tr
Prof. Dr. YAYLI, Ali, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, ali.yayli@hbv.edu.tr
Prof. Dr. YAZICIOĞLU, İrfan, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, irfan.yazicioglu@hbv.edu.tr
Prof. Dr. YENİCE, Sedat, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, sedat.yenice@hbv.edu.tr
Prof. Dr. YILDIZ, Ayşe, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, ay.yildiz@hbv.edu.tr
Prof. Dr. YÜKÇÜ, Süleyman, Dokuz Eylül Üniversitesi, suleyman.yukcu@deu.edu.tr
Doç. Dr. AYTAŞ, Gonca, Afyon Kocatepe Üniversitesi, kilicgonca@aku.edu.tr
Doç. Dr. BOZKUŞ KAHYAOĞLU, Sezer, İzmir Bakırçay Üniversitesi, sezer.bozkus@bakircay.edu.tr
Doç. Dr. DERYA BASKAN, Tuba, Kırıkkale Üniversitesi, tdbaskan@gmail.com
Doç. Dr. ESMERAY, Azize, Kayseri Üniversitesi, esmeray@kayseri.edu.tr
Doç. Dr. GÜLEÇ, Ömer Faruk, Kırklareli Üniversitesi, omerfarukgulec@klu.edu.tr
Doç. Dr. GÜMRAH, Abdurrahman, Selçuk Üniversitesi, agumrah@selcuk.edu.tr
Doç. Dr. GÜNEY, Aysel, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, aysel.guney@bilecik.edu.tr
Doç. Dr. GÜZEL, Alper, Gazi Üniversitesi, guzel@gazi.edu.tr
Doç. Dr. KANDİL GÖKER, İ. Elif, Ankara Üniversitesi, egoker@ankara.edu.tr
Doç. Dr. KAYA, Hatice Pınar, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, pkaya@ahievran.edu.tr
Doç. Dr. KEVSER, Mustafa, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, mkevser@bandirma.edu.tr
Doç. Dr. KILLI, Mustafa, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, mkilli@osmaniye.edu.tr
Doç. Dr. KORKMAZ, Ersin, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, ekorkmaz@erzincan.edu.tr
Assoc. Prof. MAMUTI, Agim, Mother Teresa University, Macedonia, agim.mamuti@unt.edu.mk



İŞLETME AKADEMİSİ DERGİSİ

ISSN: 2717-7009

Cilt: 6	Sayı:1	2025	Vol.6	No.1
----------------	---------------	-------------	--------------	-------------

Doç. Dr. ÖZCAN, Murat, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, mozc@ibu.edu.tr
Doç. Dr. ÖZTÜRK, Mahmut Sami, Süleyman Demirel Üniversitesi, samiozturk@sdu.edu.tr
Doç. Dr. SERÇEMELİ, Murat, Giresun Üniversitesi, muratsercemeli@gmail.com
Doç. Dr. SUBAŞI, Şerife, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, serife.subasi@bilecik.edu.tr
Doç. Dr. SULTANOĞLU, Banu, Bilkent Üniversitesi, sbanu@bilkent.edu.tr
Doç. Dr. TANÇ, Ahmet, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, atanc@nevsehir.edu.tr
Doç. Dr. TEMELLİ, Fatma, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, ftemelli@agri.edu.tr
Doç. Dr. TEMİZ, Hüseyin, Samsun Üniversitesi, huseyin.temiz@samsun.edu.tr
Doç. Dr. TUĞAY, Osman, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, otugay@mehmetakif.edu.tr
Doç. Dr. TÜRK, Murat, Sağlık Bilimleri Üniversitesi, 1.muratturk@gmail.com
Doç. Dr. YANIK, Oktay, Yüksek İhtisas Üniversitesi, oktayyanik@yiü.edu.tr
Doç. Dr. YÜKSEL, Filiz, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, filiz.yuksel@dpu.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi ARSLAN ARAS, İlknur Yüksek İhtisas Üniversitesi, ilknurarslan@yiu.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi AKIN, Hakan, Yüksek İhtisas Üniversitesi, hakanakin@yiü.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi GÜNLÜK, Mehmet, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, mehmetgunluk@mu.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi UYSAL, Bahadır, Kırıkkale Üniversitesi, bahadiruysal@kku.edu.tr



İŞLETME AKADEMİSİ DERGİSİ

2025, Cilt 6, Sayı 1
İçindekiler / Contents

Araştırma Makalesi

Hedonik Model İle Otel Fiyat Endeksi Uygulaması: The World's 50 Best Hotels Örneği
Application of Hotel Price Index With Hedonic Model: The Case of The World's 50 Best Hotels
Gizem KARA, Mete SEZGİN, Zührem YAMAN
ss.1-19

Kavramsal Makalesi

Yeşil Farkındalık, Yeşil Temel Yetkinlik Ve Yeşil İnovasyon Bağlamında Bir Literatür Taraması
A Literature Review in the Context of Green Awareness, Green Core Competence and Green Innovation
Zeynep Ayfer BOZAT
ss.20-33

Araştırma Makalesi

Liderliğin Karanlık Yüzü: Türkiye'de Yapılan Lisansüstü Tezler Üzerine Bir İnceleme
The Dark Side of Leadership: A Review of Graduate Theses in Turkey
Mustafa YILDIRIM, Mehmet ÖZTÜRK, İrem SÖNMEZER
ss.34-56



Liderliğin Karanlık Yüzü: Türkiye’de Yapılan Lisansüstü Tezler Üzerine Bir İnceleme The Dark Side of Leadership: A Review of Graduate Theses in Turkey

Mustafa YILDIRIM ^a Mehmet ÖZTÜRK ^b İrem SÖNMEZER ^c

^a Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, İİSBF, Alanya, Türkiye. mustafa.yildirim@alanya.edu.tr

^b Adıyaman Üniversitesi, Kahta MYO, Adıyaman, Türkiye. mozturk@adiyaman.edu.tr

^c Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, İİSBF, Alanya, Türkiye. irem.sonmezer@alanya.edu.tr

ÖZET

Bu araştırma, liderliğin karanlık yönüne dair Türkiye’de yapılan lisansüstü tezlerin araştırma hattına genel bir bakış sunmayı ve akademik ilginin seyrini görmeyi amaçlamıştır. Araştırma, yarı-sistemik literatür incelemesi yöntemi benimsenerek gerçekleştirilmiştir. Liderliğin ve yönetimin karanlık yönüne dair beş kavram araştırma sürecinde dâhil edilmiştir. Bunlar; toksik liderlik, istismarcı yönetim, yıkıcı liderlik, narsist liderlik ve etik dışı liderliktir. Beş kavram, Yükseköğretim Kurulu’nun tez merkezinde (YÖK Tez), “tez adı” kısmında aranmış ve başlığında ilgili kavramlar olan tezler araştırma sürecine dâhil edilmiştir. Toksik liderlikle ilgili 43, istismarcı yönetim ile ilgili 20, yıkıcı liderlikle ilgili 7, narsist liderlik ve etik dışı liderlikle ilgili birer teze ulaşılmıştır. Tezler; yazar, yıl, lisansüstü düzey, anabilim dalı, araştırma sahası, bağımsız, bağımlı ve aracı/düzenleyici değişken ve nicel/nitel araştırma tasarımları kategorilerinde sınıflandırılmıştır. Sonuçlar; tezlerin çoğunlukla toksik liderlik konusunu ele aldığını, nicel araştırma tasarımlarıyla gerçekleştirildiğini, baskın şekilde işletme anabilim dalında yürütülen çalışmalar olduğunu, bunu eğitim bilimlerinde gerçekleştirilen tezlerin takip ettiğini göstermektedir. İncelenen tezlerden yola çıkarak, ilgili alanda bundan sonraki yürütülecek tezlerde nitel araştırma yöntemlerini daha sık yararlanmak, daha çeşitli ve amacına hizmet eden örneklem kullanmak, daha farklı pek çok kavramdan oluşan modellerle, sorunun derinliklerine inerek yeni ilişkiler keşfetme yolunda ilerlemesinin hem araştırma sahasının bilimsel gelişimine hem de örgütsel-bireysel ve dolayısıyla toplumsal düzeyde katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Toksik Liderlik, İstismarcı Yönetim, Yıkıcı Liderlik, Narsist Liderlik, Etik Dışı Liderlik.

Gönderme Tarihi: 8 Ocak 2025

Kabul Tarihi: 20 Mart 2025

Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi

ABSTRACT

This study aims to provide an overview of the research line of postgraduate theses on the dark side of leadership in Turkey and to see the course of academic interest. The research was conducted by adopting a semi-systematic literature review method. Five concepts related to the dark side of leadership and management were included in the research process. These are toxic leadership, abusive management, destructive leadership, narcissistic leadership and unethical leadership. The five concepts were searched in the “thesis title” section of the thesis center of the Council of Higher Education (YOK Tez) and theses with the relevant concepts in the title were included in the research process. There were 43 theses on toxic leadership, 20 on abusive management, 7 on destructive leadership, and one each on narcissistic leadership and unethical leadership. Theses were classified under the categories of author, year, graduate level, department, research field, independent, dependent and mediator/regulator variables, and quantitative/qualitative research designs. The results show that the theses mostly addressed the issue of toxic leadership, were conducted with quantitative research designs, were predominantly conducted in the department of business administration, followed by theses in educational sciences. Based on the theses examined, it is believed that making more frequent use of qualitative research methods in the theses to be conducted in the relevant field, using more diverse and purposeful samples, and moving towards discovering new relationships by going deeper into the problem with models consisting of many different concepts will contribute both to the scientific development of the research field and to the organizational-individual and therefore social level.

Anahtar Kelimeler: Toxic Leadership, Abusive Management, Destructive Leadership, Narcissistic Leadership, Unethical Leadership.

Received: 8 Ocak 2025

Accepted: 20 Mart 2025

Article Classification: Research Article

Önerilen Atıf/Suggested Citation

Yıldırım, M., Öztürk, M., Sönmezer, İ. (2025). Liderliğin Karanlık Yüzü: Türkiye’de Yapılan Lisansüstü Tezler Üzerine Bir İnceleme, İşletme Akademisi Dergisi, 6 (1), 34-56.

1. GİRİŞ

Liderliğin olumlu yönlerine ve pozitif etkilerine odaklanan araştırmaların yanı sıra, liderliğin karanlık tarafına olan ilginin de giderek arttığı görülmektedir. Bu ilginin iki ana nedeni bulunmaktadır: Yıkıcı liderlik davranışlarının yaygınlığı ve bu davranışların çalışanlar üzerindeki önemli olumsuz etkileri (Schyns & Schilling, 2013). ABD’de çalışanların yüzde ellisi sözlü taciz, başkalarıyla ilişkilerinin kasıtlı olarak bozulması, mesleki konumları nedeniyle eleştiriye maruz kalmaları gibi istismara maruz kalmaktadır (Sharma, 2018). Türkiye’de de durum ABD’ninkinden farklı değildir. Farklı ölçüm araçlarıyla gerçekleştirilmiş olsa da Türkiye’de liderliğin karanlık yüzü ile karşılaşma oranının çalışanlar arasında %55 olduğu görülmektedir (Eschleman vd., 2014). 2021 yılında yürütülen bir başka araştırmada ise Ulusal İş Yeri Zorbalığı Anketine göre Amerikalı çalışanların %30’unun yöneticileri tarafından sözlü taciz ve toksik bir örgüt kültürü yoluyla zorbalığa uğradığı ortaya konulmuştur (Yue vd., 2024). Liderliğin bu karanlık tarafı hem örgütsel hem de bireysel açıdan ciddi maliyetleri beraberinde getirmektedir. ABD’li şirketlerin istismarcı yönetim nedeniyle ödediği maliyetlerin yaklaşık 23,8 milyar dolar olduğu tahmin edilmektedir (Tepper vd., 2006). Diğer taraftan karanlık liderlik davranışları çalışanların, işten ayrılma niyetini artırmakta (Haider vd., 2018), iş tatmini (Wolor vd., 2022) azaltmaktadır. Karanlık liderlik davranışlarına maruz kalan çalışanların işe adanmışlıkları azalmakta (Oliveira & Najnudel, 2022), iş stresleri artmaktadır (Kesen & Dincer, 2021).

Karanlık liderlik davranışlarının bireysel ve örgütsel etkileri göz önüne alındığında, konuyla ilgili akademik çalışmaların yapılması, karanlık liderlik davranışlarına karşı geliştirilecek stratejilere ve yönetsel rolleri üstlenecek kişilerin seçiminde farkındalık yaratılmasına katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda mevcut çalışmada; 2024 Aralık ayına kadar Türkiye’de hazırlanan liderliğin karanlık yüzü ile ilgili lisansüstü tezlerin çeşitli açılardan incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla; Yüksek Öğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezinde bulunan tezler doküman inceleme yöntemi ile incelenmiştir. Liderliğin karanlık yüzünü yansıtmaları bakımından literatürde sıklıkla yer alan istismarcı yönetim, etik dışı liderlik, toksik liderlik, yıkıcı liderlik ve narsist liderlik başlıklarında aramalar gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın ilk bölümünde, söz konusu karanlık liderlik türleri ile ilgili teorik bir çerçeve sunulmuş, ikinci bölümde doküman analizi neticesinde elde edilen verilere yer verilmiştir. Araştırmanın son bölümünde ise bulguların yorumlanması ve gelecek araştırmalara öneriler yer almaktadır. Çalışmanın ulusal lisansüstü çalışmalarda liderliğin karanlık yüzü olgusunun nasıl bir hat üzerinde ilerlediğiyle ilgili bir çerçeve sunması ve konuyla ilgili gelecek araştırmalara da yol gösterici nitelikte olması beklenmektedir.

2. LİTERATÜR

Bu kısımda liderliğin karanlık yönü ile ilgili araştırma kapsamında odaklanılan beş kavrama dair literatür çerçevesi sunulmuştur.

2.1. İstismarcı Yönetim

İstismarcı yönetim ile ilgili öncü çalışmalar yapan Tepper’e (2007) göre istismarcı yönetim; “yöneticilerin fiziksel temas olmaksızın, astlarına yönelik olarak düşmanca, sözlü ya da sözsüz davranışlarına sürekli olarak ne ölçüde maruz kaldıklarına ilişkin algılarını” ifade etmektedir. Bu tanıma göre istismarcı yönetimin belirli özellikleri bulunmaktadır. Bunlardan ilki istismarcı yönetim algısının kişiden kişiye değişen öznel bir özellik taşımasıdır. Dolayısıyla çalışanlardan bazıları yöneticinin sergilemiş olduğu davranışları istismar gibi algılamakta bazıları böyle bir algıya kapılmayabilir (Harris vd., 2007). İkinci özellik olarak istismarcı yönetim, çalışanların bir kereye mahsus değil sürekli olarak kötü bir muameleye maruz kalmasıdır. Dolayısıyla kötü bir gün geçirmesinin sonucu olarak sıkıntısını astlarına yönelten bir amir, bu davranışı sürekli hale gelmedikçe istismarcı sayılamayacaktır (Çeliker, 2021). İstismarcı yönetimin üçüncü belirleyici özelliği ise maruz kalınan davranışlar arasında fiziksel temasın olmamasıdır (Başar vd., 2016). Yöneticinin kendi hatalarından astları sorumlu tutması, astlara yönelik hakaret etme, başkalarının önünde küçük düşürme, bağırma, suçlama, aşağılama ve dışlama gibi davranışlar istismarcı yönetim davranışlarına örnek olarak gösterilmektedir (Serdar & Özsoy, 2019; Tepper, 2000).

2.2. Etik Dışı Liderlik

Etik dışı liderlik “örgüt yöneticileri tarafından yürütülen, yasadışı olan ya da etik sınırları ihlal eden, bununla birlikte çalışanları etik dışı davranmaya yönlendiren süreçleri ve yapıları dayatan davranış ve kararlar” olarak tanımlanmaktadır (Brown & Mitchell, 2010). Etik dışı liderler, kendi çıkarlarını için çalışanları ve kurumsal

kaynakları sömüren (Malik vd., 2023), kararlarını keyfi olarak alan, içinde buldukları durumda menfaatine en uygun şekilde davranan ve kalıcı değerlerden yoksunlukla (Eisenbeiß & Brodbeck, 2014) karakterize edilir. Lašáková ve Remišová (2015) etik dışı liderliğin kapsamına ilişkin üç temel kriter üzerinde durmuştur. Bunlardan ilki; liderin davranışları niyetinden bağımsız olarak, sonuçları bakımından zararlı oluyorsa etik dışı olarak kabul edilir. Dolayısıyla liderin kuruma ya da çalışanlara zarar verme motivasyonu olsun ya da olmasın yıkıcı etkiler söz konusuysa etik dışı liderlik olarak değerlendirilir. İkinci olarak; lider etik dışı davranışların bizzat içinde yer alarak ve/veya uygulayıcısı olarak sergileyebilir ya da başkalarının etik olmayan davranışlarını pasif bir şekilde destekleyip sürdürebilir. Bir başka ifadeyle liderin yanlış şeyler yapması ya da yanlış şeyler yapılmasına izin vermesi etik dışı olarak kabul edilir. Üçüncü olarak ise liderin sergilediği etik dışı davranışların sıklığı ile ilgilidir. Buna göre liderin etik dışı liderlik kapsamında değerlendirilmesi için yapmış olduğu davranışların süreklilik arz etmesi gerekir. Böyle bir durumda lider, etik dışı davranmayı bir tarz haline getirerek sistematik olarak bireye, kuruma ya da topluma karşı bu tarz davranışları sergilemeye devam eder (Lašáková & Remišová, 2015). Sahtekarlık, haksız muamele, sorumsuz davranışlar, kural, yasa ve yönetmeliklere uymama, yolsuzluk, ben merkezci olma, manipülatif eğilimler ve çalışanlara karşı empati yapmaktan yoksun olma etik dışı liderlerin özelliklerindedir (Hassan vd., 2023).

2.3. Toksik Liderlik

Walton (2007) tarafından “sessiz katil” olarak adlandırılan toksik liderler, astların refahı ile ilgili herhangi bir endişe duymayan, örgütsel iklimi olumsuz etkileyen bir kişiliğe sahip olan ve öncelikle kendi çıkarlarını düşünen liderlerdir (Reed, 2004). Örgütün özünü aşındıran, kültürünü zehirleyen, potansiyelini ortadan kaldıran, kolektif ruhu baltalayan toksik liderler, sergiledikleri yıkıcı davranışlarla hem çalışanların hem de organizasyonun sağlığını bozarak, çalışanların moral ve motivasyonunu olumsuz etkiler ve organizasyonel etkinliği önemli ölçüde tehdit ederler (Gupta & Chawla, 2024). Bu tarz liderler kendi düşüncesinden başka düşüncelere önem vermedikleri gibi ikna etmek için tehdit etmekten çekinmez (Kimura, 2003), çalışanlara karşı tehditkar davranışlar sergileyerek korkutmaktan ve yıldırırmaktan da geri durmazlar (Baloyi, 2020). Aşırı kontrol, iletişim sorunları ve güvensizlik ortamı yaratması toksik liderlerin temel özelliklerindedir. Uyguladıkları aşırı kontrol örgütsel yaratıcılığın ortaya çıkmasına engel olurken, yaşadığı iletişim sorunları bilgilerin çalışanlara ulaşmasına engel olarak etkililiği ortadan kaldırır. Yaratılan güvensizlik ortamı çalışanların birbirlerine karşı mesafeli olmasına yol açar ve yabancılaşmayı beraberinde getirir (Wilson-Starks, 2003). Toksik liderler, çalışanlar üzerindeki hakimiyetlerini sert ve saldırgan davranışlar sergileyerek sağlamaya çalışırlar (Azeez & Aboobaker, 2024). Toksik liderler, cinsel tacizden, hırsızlığa, dolandırıcılıktan, gerçeklerin çarpıtılmasına kadar uzanan davranışlar sergilerler (Indradevi, 2016).

2.4. Yıkıcı Liderlik

Yıkıcı liderlik, “bir liderin takipçilerini, kurumun meşru amaçlarına aykırı davranmaya teşvik ederek ve/veya takipçileri üzerinde zararlı etkileri olacak yöntemler içeren bir liderlik tarzı kullanarak, davranışının gerekçesi ne olursa olsun, kurumuna ve takipçilerine zarar verebilecek ya da zarar vermeyi amaçlayan istemli liderlik davranışlarıdır” (Krasikova vd., 2013). Bir başka tanıma göre “yıkıcı liderlik, uzun bir zaman diliminde bir bireyin ya da grubun üyelerinin faaliyetlerinin, deneyimlerinin ve/veya ilişkilerinin, amirleri tarafında düşmanca ve/veya engelleyici olarak algılanan bir şekilde tekrar tekrar etkilendiği bir süreç” olarak tanımlanmaktadır (Schyns & Schilling, 2013, syf. 141). Yıkıcı liderler genellikle karizmatik olarak algılanmaktadır. Etik anlayışı yapıcı karizmatik liderler ile yıkıcı karizmatik liderleri birbirinden ayırmaktadır. Etik kaygısı olan karizmatik liderler elinde bulundurduğu gücü kurum ya da topluma hizmet için kullanırken, yıkıcı olanlar bu gücü kişisel kazançları için sarf eder. Yıkıcı liderler, kibirli ve bencilce davranış gösterme eğilimi olan narsist duygulara sahiptir. Genellikle olumsuz yaşam öykülerine sahip olan yıkıcı liderler ile yapıcı liderleri ayıran bir diğer husus da yıkıcı liderlerin bir nefret ideolojisine sahip olmalarıdır (Padilla vd., 2007). Yıkıcı liderler, örgütün kaynaklarını ve etkinliğini sabote eden, çalışanların motivasyonunu, refahını ve iş tatminini sistematik olarak baltalayan liderlerdir (Einarsen vd., 2007).

2.5. Narsist Liderlik

Narsisizm genellikle aşırı benlik sevgisi, kendini önemli görme ve güçlü bir hak sahibi olma duygusuna sahip olan kişileri ifade etmektedir (Duchon & Drake, 2009). Narsist kişiliğe sahip olan bireyler; benzersiz olduğunu düşünürler, güç ve saygınlık arzuları vardır, düşük düzeyde empatiktirler (Campbell vd., 2011). Kendilerine duydukları yüksek saygıyı başkalarının da kabullenmesini isteyen narsistler, kişiler arası

ilişkilerinde sömürücüdür. Onlara göre kendi istekleri başkalarının isteklerinden önce gelir ve diğerleri kendisine hizmet etmelidir (de Vries & Miller, 1985). Psikiyatrik bir kişilik bozukluğu olarak değerlendirilen narsisizm, 1920’lerde Freud’un çoğu liderin narsisistik eğilimlere sahip olduğunu ileri sürmesinin ardından akademik çevrelerde narsist liderlik yeni bir liderlik tarzı olarak incelenmeye başlanmıştır (Wang vd., 2022). Narsist liderlik “liderlik eylemlerinin, liderlik ettikleri kurumların ve paydaşların ihtiyaç ve çıkarlarının önüne geçerek, esas olarak kendi ihtiyaç ve inançları tarafından motive edilmesi” olarak tanımlanmaktadır (Rosenthal & Pittinsky, 2006, syf. 629). Narsist liderler, davranışlarının başkaları üzerindeki olumsuz etkilerini ya fark etmezler ya da önemsemezler. Sürekli aç ve kıskacırlar. Başkalarıyla gerçek bir şefkat bağı kuramamaları öz saygı eksikliğiyle de birleşince büyük bir boşluk hissine kapılırlar (Lubit, 2002). Narsist liderler amaçlarına ulaşmak için başkalarını kullanırlar. Eşsiz olduklarını düşündükleri için başkalarının uymakla yükümlü oldukları etik kurallardan kendilerini azade görürler. Gücü ele geçirdiklerinde ise yozlaşmaları kaçınılmaz olur (Allio, 2007).

3. YÖNTEM

Araştırma yarı-sistemik literatür incelemesi yöntemi benimsenerek gerçekleştirilmiştir. Yarı sistemik literatür incelemesinde amaç, bir araştırma alanına dair genel bir haritalama yapmak, mevcut bilgi gelişiminin seyrini takip ederek alana dair bilgi setini sentezleme ve konuya dair tema ve teorileri ortaya koyarak gelecek çalışmalara öneriler getirmektedir (Snyder, 2019). Bu araştırma da liderliğin karanlık yönüne dair Türkiye’de yapılan lisansüstü tezlerin araştırma hattına dair genel bir bakış sunmayı ve akademik ilginin seyrini görmeyi amaçlamıştır.

Veri toplama sürecinde liderliğin ve yönetimin karanlık yönüne dair beş kavram araştırma sürecinde dâhil edilmiştir. Bunlar; toksik liderlik, istismarcı yönetim, yıkıcı liderlik, narsist liderlik ve etik dışı liderliktir. Beş kavram, Yükseköğretim Kurulu’nun tez merkezinde (YÖK Tez), “tez adı” kısmında aranmış ve başlığında ilgili kavramlar olan tezler araştırma sürecine dâhil edilmiştir. Toksik liderlikle ilgili 43, istismarcı yönetim ile ilgili 20, yıkıcı liderlikle ilgili 7, narsist liderlik ve etik dışı liderlikle ilgili birer teze ulaşılmıştır. Tezler; yazar, yıl, lisansüstü düzey, anabilim dalı, araştırma sahası, bağımsız, bağımlı ve aracı/düzenleyici değişken ve nicel/nitel araştırma tasarımları kategorilerinde sınıflandırılmıştır. Böylelikle anılan konuların yıllar itibarıyla, nasıl bir araştırma seyrini takip ettiği, ilişkili konuların ne olduğu, hangi anabilim dallarında ve araştırma sahaslarında çalışıldığı, hangi yöntemlerin sıklıkla kullanıldığı gibi sorulara yanıt aranmıştır.

4. BULGULAR

4.1. Toksik Liderlikle İlgili Bulgular

Toksik liderlikle ilgili yapılan elli dokuz (59) tez bulunmaktadır. Bu tezlerin kırk ikisini (42) yüksek lisans (Tablo 1.), geri kalan on yedi (17) adedini doktora tezleri (Tablo 1.1.) oluşturmaktadır. Yazılan elli dokuz tezin önemli bir kısmı (52) nicel, üçü nitel, ikisi karma araştırma tasarımlarından yararlanmakta ve ikisi toksik liderlikle ilgili teorik bir incelemedir.

Tablo 1. Toksik Liderlikle İlgili Yapılan Yüksek Lisans Tezleri

YAZAR / YIL	ANABİLİM DALI	ARAŞTIRMA SAHASI	BAĞIMSIZ DEĞİŞKEN	BAĞIMLI DEĞİŞKEN	ARACI DÜZENLEYİCİ DEĞİŞKEN	ARAŞTIRMA TASARIMI
Burak Burdurlu (2024)	Yönetim ve Organizasyon	Enerji Dağıtım Şirketi / Çalışanlar	Toksik Liderlik	Örgütsel Sinizm	-	Nicel
Elçin Eker (2024)	İşletme	Çeşitli Şirketler / En Az 1 Yıl Tec. Beyaz Yaka	Toksik Liderlik	İşten Ayrılma Niyeti	Tükenmişlik	Nicel
Volkan Yarar (2024)	Turizm İşletmeciliği	4 Ve 5 Yıldızlı Konaklama İşletmeleri- Yiyecek İçecek İşletmeleri	Toksik Liderlik	Örgütsel Sinizm	-	Nicel

Mehmet Oğuzhan Kalem (2024)	Yönetim Organizasyonu ve Örgütsel Davranış	Kamu-Özel Beyaz Yakalısı	Toksik Liderlik	Örgütsel Sinizm	Duygusal Tükenmişlik, Algılanan Sosyal Destek	Nicel
Süleyman Yatağan (2024)	Eğitim Bilimleri	Kamu Okulu / Öğretmenler	Toksik Liderlik	Örgütsel Adalet, Örgütsel Muhalefet	-	Nicel
Pelin Özcan (2024)	Eğitim Bilimleri	Okul / Öğretmenler	Toksik Liderlik	Örgüt Ortamı, Çalışan Performansı	-	Nicel
Meryem Erçetin (2024)	İşletme	Devlet Hastanesi- Sağlık Çalışanları / Devlet Üniversitesi-Akademisyenler	Örgütsel Dışlanma, Örgütsel Yalnızlık	Toksik Liderlik	-	Nicel
Kadriye Eroğlu (2024)	Eğitim Bilimleri Eğitimi	Kamu Okulu / Öğretmenler	Toksik Liderlik	Yaşam Doyumu	-	Nicel
Ertan Tamer (2023)	İşletme	Tekstil / Beyaz Yaka	Toksik Liderlik	İşe Bağlılık	-	Nicel
İlayda Atanlar (2023)	Turizm İşletmeciliği	Üç, Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri	Toksik Liderlik	Örgütsel Bağlılık	-	Nicel
Egemen Doğan (2023)	İşletme	Belediye / Çalışanlar	Toksik Liderlik	Öznel İyi Oluş	-	Nitel
Mehmet Ünsal (2023)	Beden Eğitimi ve Spor	Okul / Öğretmenler	Toksik Liderlik	Mesleki Tükenmişlik	-	Nicel
Gizem İşbilir (2023)	Eğitim Bilimleri	Okul / Öğretmenler	Demografik Değişkenler	Öğretmenlerin Toksik Liderlik Algıları	-	Nicel
Ozan Öztürk (2023)	Uluslararası Ticaret ve Lojistik	Lojistik Firması / Çalışanlar	Toksik Liderlik	Sosyal Sanal Kaytarma	-	Nicel
Fatih Zengin (2023)	Eğitim Bilimleri	Kamu Okulu / Öğretmenler	Toksik Liderlik	Psikolojik İklim	-	Nicel
Esmâ Aytekin Güler (2023)	İşletme	Kamu Sağlık Kurumu / Personel	Toksik Liderlik	Örgütsel Bağlılık	-	Nicel

Hawkar Hussein Rahman (2022)	İşletme	Farklı Sektörlerdeki Farklı Şirketler	Toksik Liderlik	İçeriksel Performans	Çalışan Sessizliği	Nicel
Burçin Karlı (2022)	Eğitim Bilimleri	Kamu Okulu / Öğretmenler	Öğretmenlerin Toksik Liderlik Davranışlarına İlişkin Görüşleri		-	Karma
Çağıl Kartal Özkan (2022)	İşletme	Vakıf Üniversitesi / Akademik Personel	Toksik Liderlik	Örgütsel Sessizlik	-	Nicel
Ferit Özkaya (2022)	Eğitim Bilimleri	Okul / Öğretmenler	Toksik Liderliğin Bireysel ve Örgütsel Etkileri		-	Nitel
Merve Bakır (2022)	Eğitim Bilimleri	Okul / Öğretmenler	Toksik Liderlik	Örgütsel Mutluluk	-	Nicel
Sümeyye Karakaya (2022)	Eğitim Bilimleri	Kamu Okulu / Öğretmenler	Toksik Liderlik	Örgütsel Vatandaşlık	-	Nicel
Seren Ocak (2022)	İşletme	Beyaz Yaka	Toksik Liderlik	İşe Yabancılaşma , İşten Ayrılma Niyeti	-	Nicel
Birsel Tepebaşı (2021)	Turizm İşletmeciliği	Üniversite / Gastronomi Öğrencileri	Öğrencilerin Toksik Liderlik Algıları		-	Nitel
Selçuk Ertuğrul (2021)	Eğitim Bilimleri	Kamu Okulu / Öğretmenler	Toksik Liderlik	Motivasyon, İş Tatmini	-	Nicel
Emre Zenginoğlu (2021)	Eğitim Bilimleri	Okul / Öğretmenler	Toksik Liderlik	Psikolojik Sermaye	-	Nicel
Lala Mammadova (2021)	Eğitim Bilimleri	Kamu Okulu / Öğretmenler	Toksik Liderlik	Örgütsel Performans	-	Nicel
Yunus Emre Çağırıcı (2021)	İşletme	Çalışanlar	Toksik Liderlik	Örgütsel Sessizlik, İşten Ayrılma Niyeti	-	Nicel
Muzaffer Tamay (2021)	İşletme	Üniversite Hastanesi / Sağlık Çalışanları	Toksik Liderlik	Mobbing Algıları, İş Performansı	-	Nicel

Adem Doğan (2021)	Psikoloji	Gıda Perakende / Market Çalışanları	Demografik Değişkenler	Toksik Liderlik, Örgütsel Depresyon, Örgüt Temelli Benlik Saygısı Düzeyleri	-	Nicel
Aynur Karakaya (2020)	Hastane ve Sağlık Kur. Yön. Bilim Dalı	Hastane/ Hastane Çalışanları	Demografik Değişkenler	Toksik Liderlik Algıları	-	Nicel
Serdar Çeken (2020)	Örgütsel Davranış	Hizmet- Üretim Sektörü	Psikolojik Sermaye	Çalışmaya Tutkunluk	Toksik Liderlik	Nicel
Eda Yağcı (2020)	İşletme	Çalışanlar	Toksik Liderlik	Örgütsel Sessizlik	Yöneticiye Güven	Nicel
Nilay Sarıkaya Erdoğan (2020)	İşletme	Medya Sektörü	Toksik Liderlik	Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini	-	Nicel
Berkay İskit (2019)	Yönetim ve Organizasyon	Hizmet/Üretim Sektörü	Toksik Liderlik	İşgören Motivasyonu	-	Nicel
Fadime Melis Maden (2019)	İşletme	Bilgi ve İletişim Teknolojileri / Çalışanlar	Toksik Liderlik	Örgütsel Bağlılık, Çalışan Performansı	-	Nicel
Hafize İlhan (2019)	Eğitim Yönetimi	Okul	Toksik Liderlik	Örgütsel Bağlılık	-	Nicel
Yeşim Eriş (2019)	İşletme	Kamu Bankası / Çalışanlar	Toksik Liderlik	Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini	-	Nicel
Elif Bahadır (2018)	Eğitim Bilimleri	Okul	Toksik Liderlik	Psikolojik Sermaye	-	Nicel
Aykan Uncu (2018)	İşletme			İkincil Tarihsel Kaynaklardan Yararlanan Psikolojik Bir Tahlil		
Nasip Demirel (2015)	Eğitim Yönetimi, Teftişi, Planlaması ve Eko.	Okul	Toksik Liderlik	Örgütsel Sinizm	-	Nicel
Metin Kırbaç (2013)	Eğitim Yönetimi ve Denetimi			Eğitim Kurumları ile İlişkili Olarak Toksik Liderlik Üzerine Teorik Bir İnceleme		

Tablo 1.1. Toksik Liderlikle İlgili Yapılan Doktora Tezleri

YAZAR / YIL	ANABİLİM DALI	ARAŞTIRMA SAHASI	BAĞIMSIZ DEĞİŞKEN	BAĞIMLI DEĞİŞKEN	ARACI DÜZENLEYİCİ DEĞİŞKEN	ARAŞTIRMA TASARIMI
Melek Bayındır (2024)	Spor Yöneticiliği	Amatör Spor Kulüpleri / Sporcular	Toksik Liderlik	İşten Ayrılma Durumu	Psikolojik İyi Oluş, Tükenmişlik	Nicel
Nuri Karaca (2023)	İşletme	Kamu Termik Santrali / Teknik Personel	Toksik Liderlik	Fırsatçı Sessizlik	Örgütsel Politika, Ahlaki Çözülme	Nicel
Aslı Tenderis (2023)	İşletme	Hizmet Sektörü / İdari Çalışan, Orta Düzey Yönetici, Üst Düzey Yönetici ve İşletme Sahibi	Toksik Liderlik	Üretkenlik Karşıtı İş Davranışı, İşten Ayrılma Niyeti	Örgütsel İtaat	Nicel
Mehmet Öztürk (2023)	İşletme	Devlet Üniversiteleri / Arş. Gör.	Toksik Liderlik	İşe Adanmışlık	İş Stresi	Nicel
Kamil Gökhan Nebioğlu (2023)	Rekreasyon Yönetimi	Halk Kütüphaneleri / Çalışanlar	Toksik Liderlik	İş Performansı	Örgütsel Özdeşleşme	Nicel
Tunç Biçer (2023)	Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri	Özel Banka / Beyaz Yaka	Toksik Liderlik	İşten Ayrılma Niyeti, Genel Sağlık Durumu	Beş Büyük Faktör Kişilik Özellikleri	Nicel
Mehmet Bilgin Karademir (2022)	Spor Yöneticiliği	Türkiye Halkoyunları Federasyonu'na Bağlı Gençler ve Büyükler Kategorilerinde Yer Alan Lisanslı Sporcular	Toksik Liderlik	Psikolojik Sağlık, Tatmin	-	Nicel
Hüseyin Tatlıcı (2022)	İşletme	Özel Güvenlik Firması	Güç Kültürü, Toksik Liderlik	İşten Ayrılma Niyeti	Örgüt İklimi	Nicel

Cihan Kara (2022)	Yönetim ve Organizasyon	Kamu-Özel Kurumlar / Çalışan Yl-Dr Öğrencileri	Toksik Liderlik	Duygusal Bağlılık, İş Tatmini, Örgütsel Özdeşleşme, Algılanan İş Performansı ve İşten Ayrılma Niyeti	-	Nicel
Murat Yalçın Kırca (2021)	İşletme	Yöneticiye Bağlı Çalışmış/Çalışmakta Olanlar	Toksik Liderlik	Örgütsel Sessizlik, İş Motivasyonu	Pozitif Psikolojik Sermaye	Nicel
İhsan Akca (2021)	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	Kamu Kuruluşları / Personeller	Toksik Liderlik	İşten Ayrılma Niyeti	Etik İklim	Nicel
Şükran Oruç (2021)	İşletme	Hastane / Sağlık Çalışanları	Toksik Liderlik	Hizmet İnovasyon Davranışı, İşten Ayrılma Niyeti	Metanet	Karma
Nuri Çeliker (2020)	Turizm İşletmeciliği	Turizm/ Konaklama İşletmeleri	Toksik Liderlik, Lider Üye Etkileşimi, İş Stresi, Duygusal Tükenmişlik	Örgütsel Vatandaşlık	-	Nicel
Özkan Küçük (2020)	Eğitim Bilimleri	Okul	Toksik Liderlik	Okul Etkililiği	Örgütsel Sinizm, Psikolojik Sermaye	Nicel
Birgül Demir (2019)	İşletme Yönetimi	Hastane	Toksik Liderlik	Görev Performansı	Örgütsel Sessizlik	Nicel
Özgür Arlı (2019)	Yönetim ve Organizasyon	Okul / Öğretmenler	Öz Kendilik Değerlendirmesi	İş Tatmini, Örgütsel Sinizm ve Tükenmişlik	Toksik Liderlik	Nicel
Mert Kılıç (2019)	Yönetim ve Organizasyon	Banka	Toksik Liderlik	Psikolojik İyi Oluş, Örgütsel Bağlılık, Bireysel Performans	-	Nicel

Çalışmaların büyük oranda İşletme bölümüne bağlı Anabilim Dallarında yapılmış olması dolayısıyla, araştırma sahasının genelinde çeşitli sektörlerden özel şirketler yer almaktadır. Yine benzer şekilde, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı'nda yapılan çalışmalara sık rastlanması dolayısıyla bir diğer yaygın araştırma sahası olarak kamu ve özel okullar belirlenmiştir. Sonucunda, çalışmaların ağırlıklı olarak İşletme veya Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı'nda yapıldığı görülmektedir. İlgili alanda yapılan çalışmaların önemli bir kısmında (48) toksik liderlik bağımsız değişken olarak ele alınmıştır. Toksik liderlik kavramıyla beraber en çok ele alınan bağımlı değişkenlerse işten ayrılma niyeti, iş tatmini, bireysel/ iş /görev performansı, örgütsel bağlılık, örgütsel

sessizlik, örgütsel sinizm, psikolojik sermaye/ iyi oluş/ sağlamlıktır. Bununla beraber en sık rastlanan bir diğer çalışma konusu, toksik liderliğe maruz kalanların algılarını analiz etmeyi amaçlayan çalışmalardır.

Toksik liderlik konusuyla ilgili ilk çalışma 2013 yılında Metin Kırbacı tarafından yapılmıştır. Genel toksik lider özelliklerini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışma, alanyazın taramasına dayanan betimsel bir çalışmadır. Uncu (2018) benzer bir yöntemle tezinde, toksik lider örneği olarak ele aldığı iki tarihsel figür olan Hitler ve Stalin'in ikincil tarihsel kaynaklara dayanarak psikolojik tahlilini yapmış ve günümüze dair çıkarımlar yapmayı amaçlamıştır.

Nicel yapılan çalışmaların (52) büyük bir kısmında (46) toksik liderlik bağımsız değişken, dördünde bağımlı, birinde aracı değişken, birinde düzenleyici değişken olarak ele alınmıştır. Bağımsız değişken olarak toksik liderliğin ele alındığı nicel çalışmalarda, toksik liderlikle beraber en sık ele alınan bağımlı değişkenler şu şekilde sıralanabilir; örgütsel sinizm, işten ayrılma niyeti, örgütsel sessizlik, örgütsel vatandaşlık, psikolojik sermaye, örgütsel bağlılık, motivasyon ve performans. Çalışmaların büyük çoğunluğunda toksik liderliğin bu kavramlar üzerindeki etkisi incelenmiştir. Toksik liderliği bağımlı değişken olarak ele alan dört nicel çalışmada, katılımcıların demografik bilgileriyle toksik liderlik algıları arasındaki ilişki araştırılmıştır. Toksik liderliğin aracı değişken olarak ele alındığı çalışmada (Arlı, 2019), toksik liderliğe sebep olan unsurların ve sonuçlarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, öz kendilik değerlendirmesinin (bağımsız değişken), iş tatmini, örgütsel sinizm ve tükenmişlik üzerindeki etkisindeki toksik liderliğin aracı rolü incelenmiştir. Toksik liderliği düzenleyici değişken olarak araştırmaya dahil edilen tez çalışmasındaysa (Çeken, 2020) psikolojik sermayeyle çalışmaya tutkunluk arasındaki ilişkide toksik liderliğin olarak rolü incelenmiştir. Nicel olarak yürütülen çalışmalarda analize dahil edilen aracı/düzenleyici değişkenlerse şu şekilde sıralanabilir; tükenmişlik, algılanan sosyal destek, psikolojik iyi oluş, iş stresi, beş büyük faktör kişilik özellikleri, çalışan sessizliği, etik iklim, toksik liderlik, örgütsel sinizm, psikolojik sermaye, örgütsel sessizlik.

Toksik liderlikle ilgili yapılan tezlerin yalnızca üçü nitel araştırma yöntemlerini kullanmaktadır. Doğan (2023), tezinde toksik liderliğin öznel iyi oluş üzerindeki etkisini anlamayı amaçlamış ve bu doğrultuda belediye çalışanı 14 katılımcıyla derinlemesine mülakat gerçekleştirmiştir. Özkaya (2022), yöneticinin hangi özelliklerinin öğretmenler tarafından toksik olarak algılandığını ve toksik liderlerin kişiler üzerindeki etkilerini tespit etmeyi amaçladığı tezinde olgubilim araştırma deseninden yararlanmıştır. Tepebaşı (2021), yaptığı çalışmada kırk Turizm Fakültesi öğrencisiyle yüz yüze görüşmeler yaparak öğrencilerin toksik liderliğe dair algılarının incelemeyi amaçlamıştır.

Yapılan çalışmaların iki tanesinde karma araştırma tasarımlarından yararlanılmıştır; Oruç'a ait doktora tezinde (2021) toksik liderliğin hizmet inovasyon davranışı ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinin incelendiği çalışmada metanet, düzenleyici değişken olarak analize dahil edilmiştir. Diğer karma yöntem kullanan çalışmada (Karlı, 2022), öğretmenlerin toksik liderlik algıları araştırılmıştır.

4.2. İstismarcı Yönetim ile İlgili Bulgular

İstismarcı yönetimle ilgili ilki 2017'de (Aksu, 2017) olmak üzere 20 tez çalışması gerçekleştirilmiştir. Bunlardan 12'si yüksek lisans (Tablo 2.), 8'i doktora tezidir (Tablo 2.1.). 2018'den sonra görece artan konuyla ilgili tez çalışmaları, yıllar içinde dengeli bir dağılım göstermiştir. 15 tez çalışması İşletme, bir tez çalışması da onunla ilişkili olan Yönetim ve Organizasyon anabilim dalında yapılmıştır. Diğer tezler, kamu yönetimi, turizm işletmeciliği, sağlık yönetimi ve beden eğitimi ve spor anabilim dallarında gerçekleştirilmiştir. Bütün tezler nicel araştırma tasarımına dayanmaktadır. Saha araştırmaları hizmet ve üretim sektörü başta olmak üzere, özel sektörde gerçekleştirilmiştir. Kamu alanında yapılan çalışmalar da bulunmaktadır.

Tablo 2. İstismarcı Yönetim ile İlgili Yapılan Yüksek Lisans Tezleri

YAZAR/ YIL	ANABİLİM DALI	ARAŞTIRMA SAHASI	BAĞIMSIZ DEĞİŞKEN	BAĞIMLI DEĞİŞKEN	ARACI DÜZENLEYİCİ DEĞİŞKEN	ARAŞTIRMA TASARIMI
Mustafa Gülbaş (2023)	Yönetim ve Organizasyon	Kobi	İstismarcı Yönetim	İş Tatmini	İş Zanaatkârlığı	Nicel
Banan Adnan Alturki (2023)	İşletme	KOBİ	İstismarcı Yönetim	Duygusal Zekâ	-	Nicel
Dilara Türe Gültekin (2023)	İşletme	Kamu ve Özel Sektör	İstismarcı Yönetim	Örgütsel Sinizm	-	Nicel
Merve Aşkın (2022)	Sağlık Yönetimi	Asistan Hekimler	İstismarcı Yönetim	Örgütsel Sapma	-	Nicel
Ertan Aktürk (2022)	İşletme	Emniyet Teşkilatı ve Özel Güvenlik	Karanlık Üçlü Kişilik Özellikleri	Yaşam Tatmini	İstismarcı Yönetim	Nicel
Berkay Gökgöz (2022)	Turizm İşletmeciliği	Konaklam a İşletmeleri	İstismarcı Yönetim	Tükenmişlik ve İşten Ayrılma Niyeti	-	Nicel
Fatma Çetin Tur (2019)	İşletme	Perakende Sektörü	Kurumsallaşm a Düzeyi	Üretkenlik Karşıtı İş Davranışı	İstismarcı Yönetim	Nicel
Emel Doğan (2019)	İşletme	Kamu	İstismarcı Yönetim	Zorunlu Vatandaşlık Davranışı	Kariyerizm	Nicel
Oğuz Gençay (2019)	İşletme	Kamu, Özel	İstismarcı Yönetim	Duygusal Tükenme, Algılanan Örgütsel Destek, Örgütsel Vatandaşlık	Lider-Üye Etkileşimi	Nicel
Selin Taftaf (2018)	İşletme	Üniversite Öğrenciler i	Toplumsal Cinsiyet Algıları	İstismarcı Yönetim	-	Nicel
İlhan Uğur (2018)	İşletme	Özel Sektör	İstismarcı Yönetim	Duygusal Tükenmişlik	İstismarcı Yönetim İklimi	Nicel
Nesrin Aksu (2017)	İşletme	Okul	Benlik Saygısı	Psikolojik İyi Oluş	İstismarcı Yönetim	Nicel

Tablo 2.1. İstismarcı Yönetim ile İlgili Yapılan Doktora Tezleri

YAZAR / YIL	ANABİLİM DALI	ARAŞTIRMA SAHASI	BAĞIMSIZ DEĞİŞKEN	BAĞIMLI DEĞİŞKEN	ARACI DÜZENLEYİCİ DEĞİŞKEN	ARAŞTIRMA TASARIMI
Duygu Topal Yıldırım (2024)	İşletme	Konaklama İşletmeleri	İstismarcı Yönetim	İşten Ayrılma Niyeti, İş Tatmini	Psikolojik Sermaye	Nicel
Fatih Uçan (2023)	Kamu Yönetimi	Okul	Güç Mesafesi, İstismarcı Yönetim	Örgütsel Dedikodu	Karanlık Üçlü Kişilik Özellikleri	Nicel
Yusuf Gündüz (2023)	İşletme	Sivil Havaçılık	İstismarcı Yönetim	Çalışanların Emniyet Davranışları	Lider-Üye Etkileşimi, Psikolojik Sermaye ve Psikososyal Emniyet İklimi	Nicel
Benan Arda (2023)	İşletme	Perakende Sektörü	Zehirleyici Kişilik Özellikleri	Sabotaj ve İntikam Davranışları	İstismarcı Yönetim	Nicel
Arzu Eryılmaz (2022)	İşletme	Özel Sektör	Çalışan Saygınlığı	Çalışan Hevesi	İstismarcı Yönetim	Nicel
Ayşe Hatun Dirican (2020)	İşletme	Özel Sektör	İstismarcı Yönetim, Psikolojik Sözleşme İhlali	İşe Gömülmüşlük	Örgütsel Destek	Nicel
Alpay Bülbül (2019)	Beden Eğitimi ve Spor	Lisanslı Sporcular	İstismarcı Yönetim	Antrenör- Sporcu İlişkisi	-	Nicel
Esra Serdar (2019)	İşletme	Hizmet/ Üretim Sektörü	İstismarcı Yönetim	İş Tatmini, Yaşam Tatmini ve Örgütten Memnuniyet	-	Nicel

İstismarcı yönetim 14 tezde bağımsız değişken, 5 tezde aracı/düzenleyici değişken, 1 tezde ise bağımlı değişken olarak yer almaktadır. İş tatmini, işten ayrılma niyeti, duygusal zeka, çalışanların emniyet davranışları, tükenmişlik, örgütsel destek ve vatandaşlık, örgütsel sinizm, işe gömülmüşlük, sapma, intikam davranışları, yaşam doyumu, çalışan hevesi gibi konular, istismarcı yönetimin bağımsız değişken olduğu çalışmalarda bağımlı değişken olarak modelde kullanılmıştır. İstismarcı yönetimin bağımlı değişken olarak ele alındığı tek çalışma (Taftaf, 2018), aynı zamanda toplumsal cinsiyet konusuyla istismarcı yönetim kavramını beraber ele alan ilk çalışmadır. Bu çalışma, istismarcı yönetimin algılanmasında cinsiyetin etkisini araştırmak amacıyla yapılmış nicel bir çalışmadır. İstismarcı yönetimin aracı/düzenleyici değişken olarak yer aldığı diğer çalışmaların konusu genel olarak zehirleyici kişilik özellikleri ve sabotaj/intikam davranışları, çalışan saygınlığı ve çalışan hevesi, karanlık üçlü kişilik özellikleri, yaşam doyumu, benlik saygısı ve psikolojik iyi oluş ilişkisine dairdir. Alanda ilk yazılan Aksu'nun tezi (2017), aynı zamanda istismarcı yönetimi düzenleyici değişken olarak ele alan ilk çalışmadır. Bu çalışmada örgüt temelli benlik saygısı ile psikolojik iyi oluş arasındaki ilişkide istismarcı yönetimin düzenleyici rolü tespit edilmeye çalışılmıştır. İstismarcı

yönetimin aracı değişken olarak ele alındığı bir diğer çalışmada (Tur, 2019), kurumsallaşma düzeyinin üretkenlik karşıtı iş davranışı üzerindeki etkisini bulmak amaçlanmıştır. Aktürk (2022), aracı değişken olarak istismarcı yönetime odaklandığı tezinde, karanlık üçlü kişilik özellikleri ve yaşam tatmini arasındaki ilişkiyi tespit etmeyi amaçlamıştır. Eryılmaz (2022), iş hayatındaki saygınlığın heves üzerindeki etkisini araştırdığı doktora tezinde, istismarcı yönetime düzenleyici değişken olarak yer vermiştir. Zehirleyici kişilik ölçeğini geliştirmeyi amaçladığı doktora tezinde Arda (2023), bağımsız değişkenin zehirleyici kişilik özellikleri, bağımlı değişkenlerin sabotaj ve intikam davranışları, aracı değişkenin istismarcı yönetim olduğu bir araştırma modeli kurgulamıştır.

4.3. Yıkıcı, Narsist ve Etik Dışı Liderlik ile İlgili Bulgular

Yıkıcı liderlikle ilgili 13 tez çalışması gerçekleştirilmiştir. Konu ilk kez 2016'da Kıyıkçı'nın (2016) yüksek lisans teziyle çalışılmaya başlanmıştır. İşletme anabilim dalında yürütülen ve yıkıcı liderliğin, çalışanların tükenmişlikleri üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla gerçekleştirilen nicel araştırma tasarımına dayanan bu çalışmayı takiben, 2017 ila 2024 arasında 12 tez çalışması daha gerçekleştirilmiştir. Bunlardan 6'sı yüksek lisans (Tablo 3.), diğer 6'sı da doktora tezidir (Tablo 3.1.).

Tablo 3. Yıkıcı Liderlikle İlgili Yapılan Yüksek Lisans Tezleri

YAZAR / YIL	ANABİLİM DALI	ARAŞTIRMA SAHASI	BAĞIMSIZ DEĞİŞKEN	BAĞIMLI DEĞİŞKEN	ARACI DÜZENLEYİCİ DEĞİŞKEN	ARAŞTIRMA TASARIMI
Eylül Sucularlı (2024)	Beden Eğitimi ve Spor	Lisanslı Sporcular	Karanlık Üçlü Kişilik	Yıkıcı Liderlik	Saldırganlık Tutumları	Nicel
Meltem Başyigit Turan (2024)	Eğitim Bilimleri	Okul	Yıkıcı Liderlik	Örgütsel Sessizlik	-	Nicel
Timur Köse (2023)	İşletme	Vakıf Üniversitesi Hastaneleri	Yıkıcı Liderlik	İş Motivasyonu, İşten Ayrılma Niyeti	-	Nicel
Ozan Arıcı (2021)	Eğitim Bilimleri	Okul	Yıkıcı Liderlik	Motivasyon	-	Nicel
Mehmet Dincer (2020)	İnsan Kaynakları Yönetimi	Jandarma (İstifa Eden)	Yıkıcı Liderlik	İş Stresi, İşten Ayrılma Niyeti	-	Nicel
Murat Günsel (2017)	İşletme Yönetimi	İşgörenler	Yıkıcı Liderlik, Toksik Liderlik	İşgören Performansı	-	Nicel
Mustafa Kıyıkçı (2016)	İşletme	Banka	Yıkıcı Liderlik	Tükenmişlik	-	Nicel

Tablo 3.1. Yıkıcı Liderlikle İlgili Yapılan Doktora Tezleri

YAZAR / YIL	ANABİLİM DALI	ARAŞTIRMA SAHASI	BAĞIMSIZ DEĞİŞKEN	BAĞIMLI DEĞİŞKEN	ARACI DÜZENLEYİCİ DEĞİŞKEN	ARAŞTIRMA TASARIMI
Hamide Selçuk (2022)	İşletme	Özel sektör	Yapıcı ve Yıkıcı Liderlik	Örgütsel İklim ve Çalışan Performansı	-	Nicel
Remzi Güneş (2020)	İşletme	Kamu ve Özel Sektör	Algılanan Yıkıcı Liderlik ve Benlik Kurguları	Psikolojik Uyumsuzluk ve Örgütsel Sinizm	-	Nicel
Murat Aydınay (2019)	İşletme	-	Yıkıcı Liderlik	Öz-Yeterlilik Algısı ve Üretim Karşıtı Davranış Geliştirme	-	Karma
Furkan Çelebi (2019)	İşletme	-	Yıkıcı Liderlik Davranışları	Örgütsel Sapma Davranışları	Örgütsel Sinizm	Karma
Onur Kazancı (2019)	İşletme	Birincil ve İkincil Tarihsel Kaynaklardan Yararlanan Fenomenolojik Bir Analiz				Nitel
Seçil Selçuk (2018)	İşletme	Kamu / Özel İşgörenleri	Yapıcı ve Yıkıcı Lider Davranışları	Ar-Ge Takım Öğrenmesi	-	Nicel

Tezlerin 9'u işletme anabilim dalında yürütülen tez çalışmaları olup, 2 tez eğitim bilimleri, biri insan kaynakları yönetimi, diğeri ise beden eğitimi ve spor alanında gerçekleştirilmiştir. Bundan kaynaklı olarak araştırma sahalarının büyük kısmı özel şirketler; örneklemse özel şirket çalışanlarıdır. Tezlerin 10'u nicel, 1'i nitel ve geriye kalan 2'si karma yöntemlerle yürütülmüştür. Yıkıcı liderlikle ilgili yapılan tezlerden yalnızca 1 tanesinin (Kazancı, 2019) nitel bir çalışma olduğu görülmektedir. Bahsi geçen çalışmada Sultan II. Abdülhamid Han'ın yıkıcı liderlik davranışı analiz edilmiştir. Yazar, birincil ve ikincil tarihsel kaynaklardan faydalanarak fenomenolojik bir analiz yöntemi kullanmıştır. Yıkıcı liderlik, tezlerin 11'inde bağımsız değişken, yalnızca 1'inde bağımlı değişkendir. Örgütsel sessizlik, motivasyon, örgütsel iklim, çalışan performansı, psikolojik uyumsuzluk ve örgütsel sinizm yıkıcı liderlik tezlerinde bağımlı değişken olarak ele alınan diğer kavramlardır. Yıkıcı liderliğin bağımlı değişken olarak ele alındığı tek tez olan Sucularlı'nın (2024) çalışmasında karanlık üçlü kişilik özelliklerinin bu liderlik tutumları üzerindeki etkisini belirlemek amaçlanmıştır. Saldırganlık tutumları ise bu çalışmada aracı değişken olarak model dahil edilmiştir.

Narsist liderlikle ilgili bir doktora (Tablo 4.) bir yüksek lisans (Tablo 4.1.) olmak üzere 2 tez yazılmıştır. Bu çalışmalarda, bağımsız değişken olarak ele alınan narsist liderliğin, üretkenliğe aykırı çalışma davranışları, iş tükenmesi, bağlamsal performans ve örgütsel vatandaşlık bağımlı değişkenleri üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla nicel araştırma tasarımlarına başvurulmuştur. Küçük (2019) tarafından yazılan doktora tezindeki araştırma modelinde öz-kontrol ve öz-saygı kavramları aracı değişken olarak belirlenmiştir. Öğretmenoğlu (2019)'un narsist liderlik çalışması, catering işletmelerinin çalışmaları üzerinde yürütülen ve narsist liderliğin örgütsel vatandaşlığa etkisini tespit etmeye yönelik bir çalışmadır.

Tablo 4. Narsist Liderlikle İlgili Yapılan Doktora Tezi

YAZAR / YIL	ANABİLİM DALI	ARAŞTIRMA SAHASI	BAĞIMSIZ DEĞİŞKEN	BAĞIMLI DEĞİŞKEN	ARACI DÜZENLEYİCİ DEĞİŞKEN	ARAŞTIRMA TASARIMI
Burcu Aydın Küçük (2019)	İşletme	Kamu-Özel Kurumlarda Yönetici ve Yönetici Olmayan Çalışanlar	İş Yerinde Kıskançlık, Toksik Örgüt İklimi ve Narsist Liderlik	Üretkenliğe Aykırı Çalışma Davranışları, İş Tükenmesi ve Bağlamsal Performans	Öz-Kontrol ve Öz-Saygı	Nicel

Tablo 4.1 Narsist Liderlikle İlgili Yapılan Yüksek Lisans Tezi

Mert Öğretmen oğlu (2019)	Turizm İşletmeciliği	Catering İşletmeleri	Narsist Liderlik	Örgütsel Vatandaşlık	-	Nicel
---------------------------	----------------------	----------------------	------------------	----------------------	---	-------

Diğer yandan etik dışı liderlik konusunda Mualla Kâtip (2019) tarafından yapılan tez çalışması, öğretmenlerin etik dışı yöneticiye dair düşüncelerinden yola çıkarak etik dışı liderliğe dair genel bir yargıya ulaşmak amacıyla yapılan nitel bir çalışmadır (Tablo 5.). Etik dışı liderlikle ilgili ilk ve tek tezin nitel araştırma yöntemi kullanmış olması ayrıca önemlidir.

Tablo 5. Etik Dışı Liderlikle İlgili Yapılan Yüksek Lisans Tezi

YAZAR / YIL	ANABİLİM DALI	ARAŞTIRMA SAHASI	BAĞIMSIZ DEĞİŞKEN	BAĞIMLI DEĞİŞKEN	ARACI DÜZENLEYİCİ DEĞİŞKEN	ARAŞTIRMA TASARIMI
Mualla Katip (2019)	Eğitim Bilimleri	Okul / Öğretmenler	Okullardaki Etik Dışı Liderlik Tutumları Hakkında Nitel Bir çalışma			Nitel

5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu çalışma; toksik liderlik, istismarcı yönetim, yıkıcı liderlik, narsist liderlik ve etik dışı liderlik olmak üzere beş farklı konunun alanyazın tez taramasına dayanmaktadır. Mevcut literatürde, adı geçen konuların hangi kavramlarla ele alındığı, hangi yöntemi kullanarak ve hangi değişkenlerle nasıl modellerin kurulduğu serimlenmeye çalışılmıştır. Böylece çalışma, literatürde gelinen aşama, şu ana kadarki gelişim ve çeşitliliğe odaklanarak mevcut durumla ilgili genel bir değerlendirme yapmayı amaçlamıştır.

Bu doğrultuda toksik liderlik, istismarcı yönetim, yıkıcı liderlik, narsist liderlik ve etik dışı liderlik kavramlarını konu eden, ilki 2013 yılında olmak üzere 2024 yılına kadar yazılmış toplamda doksan beş (95) adet tez incelenmiştir. 2013-2018 yılları arasında toplamda 16 tez çalışması yapılmışken 2019 yılı itibarıyla çalışma sayısında fark edilir bir ivme yaşanmış ve 2019-2024 yılları arasında toplamda 78 tez çalışması yapılmıştır. Özellikle toksik liderlikle ilgili yapılan çalışmalar günümüzde de hala yaygınlığını korumaktadır. Doksan beş (95) tezin 59'unu toksik liderlikle ilgili yapılan çalışmalar; 20'sini istismarcı yönetim; 13'ünü yıkıcı liderlik; 2'sini narsist liderlik; 1'ini etik dışı liderlik tezleri oluşturmaktadır. Tezlerin 32'si doktora, 63'ü yüksek lisans tezidir. Bu tezlerin 84'ü nicel, yalnızca 5'i nitel ve 4'ü karma yöntemlerle yürütülmüştür. Geriye kalan iki tez, teorik çalışmalar olup betimsel özellik taşımaktadır. Tezlerin 47'si işletme bölümüne; 23'ü eğitim bilimlerine bağlı anabilim dallarında yapılmıştır. Dolayısıyla en sık rastlanan iki araştırma sahası farklı sektörlerden özel şirketler ve kamu/özel okullardır. Tezlerde bağımlı, bağımsız, aracı/düzenleyici olarak en

sık konu edilen kavramlara işten ayrılma niyeti, iş tatmini, örgütsel sinizm, örgütsel sessizlik, tükenmişlik, motivasyon ve performanstır.

Yapılan inceleme sonucunda toksik liderlik ve onun türevi kavramlara ilişkin tezlerde genel bir eğilim olduğu gözlemlenmiştir. Nicel çalışmaların ağırlıkta olduğu işletme bölümüne bağlı anabilim dallarında, özel şirketlerde yapılan çalışmalar ağırlıktadır. Bu çalışmalar, nicel olmalarından kaynaklı olarak belli bir durumu tespit etmeyi amaçlamış ve neden-sonuç ilişkisi kurmakla sınırlı kalmıştır. Sektör ve örneklem dağılımındaki çeşit azlığı yapılan araştırmaların ve sonuçlarının aynı çizgide ilerlemesine yol açmıştır. Bu da tekdüze hatta ilerleyen ve araştırma tasarımı açısından, görece, tekrara düşen tez çalışmalarına neden olmuştur. Öyle ki; anket ve benzeri nicel veri toplama araçları sınırlı ve yüzeysel sonuçlar çıkarabilmektedir. Bu anlamda, yüz yüze görüşmelere veya gözleme dayanan nitel araştırma desenlerinden faydalanmak, Mills'in (1959) sosyal bilim araştırmaları için dikkat çektiği, toplumsal bağlama kör kalan yaıtılmış ampirizm yanılığını aşmak ve liderliğin karanlık yönü gibi toplumsal neden, süreç ve sonuçları çok katmanlı olguları örgütsel alanda çözümlenmek için önemli bir katkı sağlayacaktır. Dolayısıyla ilgili alanda bundan sonraki yürütülecek tezlerde nitel araştırma yöntemlerini daha sık yararlanmak, mevcut nicel tezlerin yetkinlikle ulaştığı bilgi birikimin çok yönlü gelişmesini mümkün kılabilir. Bu doğrultuda, alanda yapılan çalışmaların daha çeşitli ve amacına hizmet eden örneklerden yararlanarak, daha farklı pek çok kavramdan oluşan modellerle, sorunun derinliklerine inerek yeni ilişkiler keşfetme yolunda ilerlemesinin hem araştırma sahasının bilimsel gelişimine hem de örgütsel-bireysel ve dolayısıyla toplumsal düzeyde katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akca, İ. (2021). *Kamuda toksik liderlik, işten ayrılma niyeti ve etik iklim algısı ilişkisi: Bir alan araştırması* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Aksu, N. (2017). *Örgüt temelli benlik saygısının psikolojik iyi oluşa etkisinde istismarcı yönetimin rolü* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars
- Aktürk, E. (2022). *Karanlık üçlü kişilik özelliklerinin yaşam tatminine etkisinde istismarcı yönetimin aracı rolü: Emniyet teşkilatı ve özel güvenlik ve koruma çalışanları üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gümüşhane Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gümüşhane.
- Allio, R. J. (2007). Bad leaders: How they get that way and what to do about them. *Strategy & Leadership*, 35(3), 12-17.
- Alturkı, B. A. (2023). *İstismarcı yönetimin duygusal zekâ üzerindeki etkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Arda, B. (2023). *Zehirleyici kişilik özelliklerinin sabotaj ve intikam davranışları üzerindeki etkisinde istismarcı yönetim tarzının rolü* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çanakkale.
- Arıcı, O. (2021). *Ortaokul öğretmenlerinin görüşlerine göre okul müdürlerinin yıkıcı liderlik davranışları ile öğretmen motivasyonu arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- Arlı, Ö. (2019). *Öz kendilik değerlendirmesinin, sinizm, iş tatmini ve tükenmişliğe etkisinde toksik liderliğin rolü* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aşkın, M. (2022). *İstismarcı yönetim tarzının örgütsel sapma davranışlarına etkisi: Asistan hekimler örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sivas.
- Atanlar, İ. (2023). *Konaklama işletmelerinde dönüşümcü liderlik ve toksik liderliğin örgütsel bağlılığa etkisi: Eskişehir örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Aydınay, M. (2019). *Yıkıcı liderliğin çalışanların öz-yeterlilik algısı ve üretim karşıtı davranış geliştirme eğilimleri üzerine etkisi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.

- Azeez, F. Ve Aboobaker, N. (2024). Echoes of dysfunction: A thematic exploration of toxic leadership in higher education. *Journal of Aggression, Conflict and Peace Research*, 16(4), 439-456.
- Bahadır, E. (2018). *Öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri ile okul müdürlerinin toksik liderlik davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Rize.
- Bakır, M. (2022). *Okul müdürlerinin toksik liderlik davranış düzeyleri ile öğretmenlerin örgütsel mutlulukları arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Baloyi, G. T. (2020). Toxicity of leadership and its impact on employees: Exploring the dynamics of leadership in an academic setting. *HTS Theologiese Studies/Theological Studies*, 76(2).
- Başar, U. Sığrı, Ü. Ve Basım, N. (2016). İş yerinde karanlık liderlik. *İş ve İnsan Dergisi*, 3(2), 65-76.
- Bayındır, M. (2024). *Antrenörlerin toksik liderlikleri ile sporcu devamlılığı arasındaki ilişkide psikolojik iyi oluş ve tükenmişliğin aracı rolü* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya.
- Biçer, T. (2023). *Toksik liderlik algısı ile işten ayrılma niyeti ve genel sağlık durumu ilişkisinde kişilik özelliklerinin rolü* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Brown, M. E. Ve Mitchell, M. S. (2010). Ethical and unethical leadership: Exploring new avenues for future research. *Business ethics quarterly*, 20(4), 583-616.
- Burdurlu, B. (2024). *Örgütlerde toksik liderlik ve örgütsel sinizm ilişkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pamukkale.
- Bülbül, A. (2019). *Sporcu perspektifinden istismarcı yönetim algısının antrenör-sporcu ilişkisine etkisinin incelenmesi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Campbell, W. K., Hoffman, B. J., Campbell, S. M. Ve Marchisio, G. (2011). Narcissism in organizational contexts. *Human resource management review*, 21(4), 268-284.
- Çağrıncı, Y. E. (2021). *Toksik liderliğin örgütsel sessizlik ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Çeken, S. (2020). *The relationship between psychological capital and work engagement: The role of toxic leadership perception* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çelebi, F. (2019). *Yıkıcı liderliğin örgütsel sapma davranışı üzerindeki etkisinde örgütsel sinizmin aracı rolü: Samsun ili sağlık sektöründe bir araştırma* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.
- Çeliker, N. (2020). *Konaklama işletmelerinde toksik liderlik ölçeğinin geliştirilmesi ve toksik liderlik, lider-üye etkileşimi, iş stresi, duygusal tükenmişlik değişkenleri bağlamında örgütsel vatandaşlık davranışının veri madenciliği yöntemi ile incelenmesi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Çeliker, N. (2021). *İstismarcı Yönetim. İçinde Yönetim Bilimlerinde Güncel Çalışmalar* (1. Basım, ss. 57-76). Akademisyen Yayınevi.
- De Vries, M. F. K. Ve Miller, D. (1985). Narcissism and leadership: An object relations perspective. *Human Relations*, 38(6), 583-601.
- Demir, B. (2019). *Toksik liderlik algısının örgütsel sessizlik, duygusal bağlılık ile görev performansı arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Demirel, N. (2015). *Öğretmen algılarına göre okul müdürlerinin toksik liderlik davranışları ile öğretmenlerin örgütsel sinizm tutumları arasındaki ilişki (Gaziantep Şehitkâmil İlçesi örneği)* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Zirve Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

- Dinçer, M. (2020). *Yıkıcı liderliğin iş stresi ve işten ayrılmaya etkisi: Kurumlarından istifa eden jandarma personeli üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Dirican, A. H. (2020). *İstismarcı yönetim ve psikolojik sözleşme ihlalinin çalışanların işe gömülmüşlükleri üzerine etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracı rolü* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- Doğan, A. (2021). *Toksik liderlik davranışlarının örgütsel depresyona ve örgüt temelli benlik saygısına etkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Doğan, E. (2019). *İstismarcı yönetim algısının zorunlu vatandaşlık davranışlarına etkisinde Kariyerizmin moderatör etkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze.
- Doğan, E. (2023). *Çalışanların öznel iyi oluşunu şekillendirmede toksik liderlik algısının rolü* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çanakkale.
- Duchon, D. Ve Drake, B. (2009). Organizational narcissism and virtuous behavior. *Journal of business ethics*, 85, 301-308.
- Einarsen, S., Aasland, M. S. Ve Skogstad, A. (2007). Destructive leadership behaviour: A definition and conceptual model. *The leadership quarterly*, 18(3), 207-216.
- Eisenbeiß, S. A. Ve Brodbeck, F. (2014). Ethical and unethical leadership: A cross-cultural and cross-sectoral analysis. *Journal of Business Ethics*, 122, 343-359.
- Eker, E. (2024). *Toksik liderlik ile işten ayrılma niyeti ilişkisinde tükenmişliğin aracı rolü* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Erçetin, M. (2024). *Örgütsel dışlanma ve örgütsel yalnızlık ilişkisinde toksik liderin aracı rolü: Bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Trakya Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Edirne.
- Erdoğan, N. S. (2020). *Algılanan toksik liderlik ve örgütsel bağlılık ile iş tatmini etkileşimi: Medya çalışanları üzerinde bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Eriş, Y. (2019). *Toksik liderliğin örgütsel bağlılığa ve iş tatminine etkisi: Bir kamu bankası örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tekirdağ.
- Eroğlu, K. (2024). *Okul müdürlerinin toksik liderlik davranışları ile öğretmenlerin yaşam doyumu arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dicle Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Diyarbakır.
- Ertuğrul, S. (2021). *Öğretmen algılarına göre okul müdürlerinin toksik liderlik davranışları ile öğretmenlerin motivasyon ve iş tatmin düzeyleri arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Eryılmaz, A. (2022). *Çalışma ortamında çalışanların saygınlığı ile hevesleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi ve istismarcı yönetim davranışının düzenleyici rolü* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Eschleman, K. J., Bowling, N. A., Michel, J. S. Ve Burns, G. N. (2014). Perceived intent of supervisor as a moderator of the relationships between abusive supervision and counterproductive work behaviours. *Work & Stress*, 28(4), 362-375.
- Gençay, O. (2019). *Abusive supervision and leader-member exchange: An analysis of attitudinal, emotional and behavioral outcomes* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gökgöz, B. (2022). *Konaklama işgörenlerinin istismarcı yönetim algısı: 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük.

- Gupta, A. Ve Chawla, S. (2024). Toxic leadership in workplaces: Insights from bibliometric, thematic analysis, and TCM framework. *International Journal of Organizational Leadership*, 13(1), 179-200.
- Gülbaş, M. (2023). *How abusive supervision affects job satisfaction: The mediating role of job crafting* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Güler, E. A. (2023). *Sağlık kurumlarında toksik liderliğin çalışanların örgütsel bağlılıklarına etkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Toros Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Mersin.
- Gültekin, D. T. (2023). *İstismarcı yönetim ile örgütsel sinizm arasında özsaygının aracılık etkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Gündüz, Y. (2023). *İstismarcı yönetim ile çalışanların emniyet davranışları arasındaki ilişkide lider-üye etkileşimi, psikolojik sermaye ve psikososyal emniyet ikliminin etkisi: Sivil havacılık sektöründe bir araştırma* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Güneş, R. (2020). *The relations of perceived destructive leadership and self-construals with employees' psychological disharmony and organizational cynicism: the roles of need thwarting, psychological contract breach and task significance* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Günsel, M. (2017). *Toksik ve yıkıcı liderliğin çalışan performansı üzerindeki etkileri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Haider, S., Nisar, Q. A., Baig, F. Ve Azeem, M. (2018). Dark Side of Leadership: Employees' Job Stress & Deviant Behaviors in Pharmaceutical Industry. *International Journal of Pharmaceutical Research & Allied Sciences*, 7(2).
- Harris, K. J., Kacmar, K. M. Ve Zivnuska, S. (2007). An investigation of abusive supervision as a predictor of performance and the meaning of work as a moderator of the relationship. *The leadership quarterly*, 18(3), 252-263.
- Hassan, S., Kaur, P., Muchiri, M., Ogbonnaya, C. Ve Dhir, A. (2023). Unethical leadership: Review, synthesis and directions for future research. *Journal of Business Ethics*, 183(2), 511-550.
- Indradevi, R. (2016). Toxic leadership over the years—a review. *PURUSHARTHA-A journal of Management, Ethics and Spirituality*, 9(1), 106-110.
- İlhan, H. (2019). *Okul müdürlerinin toksik liderlik davranışları ile öğretmenlerin örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük.
- İskit, B. (2019). *Liderliğin karanlık yüzüne bir bakış: Toksik liderlik kavramı ve toksik liderliğin işgören motivasyonu ve tutumları üzerindeki etkileri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- İşbilir, G. (2023). *Öğretmen algılarına göre okul müdürlerinin toksik liderlik davranışlarının incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Kalem, M. O. (2024). *Algılanan toksik liderlik ile sosyal desteğin çalışan duygusal tükenmişlik ve örgütsel sinizm seviyeleri üzerindeki etkileri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kara, C. (2022). *Liderliğin karanlık yüzü, toksik liderlik davranışının çalışanlar üzerine etkisi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük.
- Karaca, N. (2023). *Algılanan toksik liderliğin fırsatçı sessizlik üzerine etkisinde örgütsel politikanın ve ahlaki çözülmenin aracılık rolü* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Karademir, M. B. (2022). *Halkoyunları antrenörlerinin toksik liderlik davranışlarının sporcuların psikolojik sağlamlık ve tatmin düzeyleri üzerindeki belirleyici rolü* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Karakaya, A. (2020). *Toksik liderlik ve sağlık çalışanlarının toksik liderlik algı düzeylerinin araştırılmasına yönelik bir hastane örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Esenyurt Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Karakaya, S. (2022). *Ortaöğretim okul müdürlerinin toksik liderlik davranışları ile öğretmenlerin örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Rize.
- Karlı, B. (2022). *Okul müdürlerinin toksik liderlik davranışına ilişkin öğretmen görüşleri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Katip, M. (2019). *Ortaöğretim okul yöneticilerinin etik dışı liderlik davranışları hakkında öğretmen görüşleri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Kültür Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Kazancı, O. (2019). *Bir yıkıcı liderlik örneği: Sultan II. Abdülhamid* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kesen, M. Ve Dincer, M. (2021). Yıkıcı liderliğin algılanan stres ve işten ayrılmaya etkisi: Kurumlarından istifa eden jandarma personeli üzerine bir araştırma. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 21(2), 210-225.
- Kılıç, M. (2019). *X ve Y kuşaklarındaki toksik liderlik algılarının örgütsel bağlılık, psikolojik iyi oluş ve bireysel performans üzerindeki yansımaları* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Kırbaç, M. (2013). *Eğitim örgütlerinde toksik liderlik* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Malatya.
- Kırca, M. Y. (2021). *Çalışanlardaki toksik liderlik algısının örgütsel sessizlik ve iş motivasyonu üzerindeki etkisi: Pozitif psikolojik sermayenin düzenleyici rolü* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Kıyıkçı, M. (2016). *Yıkıcı liderlik algısı ve tükenmişlik arasındaki ilişki: Bankacılık sektöründe bir inceleme* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Kimura, H. (2003). Overcome toxic management. *Nursing management*, 34(1), 26-29.
- Köse, T. (2023). *Yıkıcı liderliğin iş motivasyonu ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi: İstanbul Küçükçekmece ilçesi vakıf üniversite hastaneleri örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Krasikova, D. V., Green, S. G. Ve LeBreton, J. M. (2013). Destructive leadership: A theoretical review, integration, and future research agenda. *Journal of management*, 39(5), 1308-1338.
- Küçük, B. A. (2019). *The impacts of toxic organizational climate, narcissistic leader and workplace envy on individual outcomes of counterproductive work behavior, work exhaustion and contextual performance: The roles of perceived self-esteem and self-control* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Küçük, Ö. (2020). *Okul müdürlerinin toksik liderlik davranışları ile okul etkililiği arasındaki ilişkide örgütsel sinizm ve psikolojik sermayenin aracılık etkisi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Fırat Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Elazığ.
- Lašáková, A. Ve Remišová, A. (2015). Unethical leadership: Current theoretical trends and conceptualization. *Procedia Economics and Finance*, 34, 319-328.
- Lubit, R. (2002). The long-term organizational impact of destructively narcissistic managers. *Academy of management perspectives*, 16(1), 127-138.
- Maden, F. M. (2019). *Toxic workplaces, toxic leaders and effect on organizational commitment and employee performance* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Malik, S. A., Nawab, S. Ve Shafi, K. (2023). Saving the moral self: Unethical leadership and employee behaviors—a moral cleansing perspective. *European Journal of Management and Business Economics*, 32(3), 370-387.
- Mammadova, L. (2021). *Öğretmenlerin okul yöneticilerinin toksik liderlik davranışlarına ilişkin algıları ile performansları arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siirt.
- Nebioğlu, K. G. (2023). *Toksik liderliğin iş performansı ve örgütsel özdeşleşmeye etkisi: Kütüphane çalışanları üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
- Ocak, S. (2022). *Toksik liderliğin işe yabancılaşmaya ve işten ayrılma niyetine etkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Oliveira, L. B. Ve Najnudel, P. S. (2022). The influence of abusive supervision on employee engagement, stress and turnover intention. *Revista de Gestão*, 30(1), 78-91.
- Oruç, Ş. (2021). *Toksik liderlik algısının hizmet inovasyon davranışı ve işten ayrılma niyeti üzerine etkisinde metanetin düzenleyici rolü* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aksaray.
- Öğretmenoğlu, M. (2019). *Narsist liderlik ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki: Ankara'daki catering işletmelerinde bir uygulama* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
- Özcan, P. (2024). *Toksik liderliğin öğretmenlerin mobbing algıları ve örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çanakkale.
- Özkan, Ç. K. (2022). *Toksik liderlik davranışının örgütsel sessizlik üzerindeki etkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özkaya, F. (2022). *Okul yöneticilerinin toksik liderlik davranışlarının bireysel ve örgütsel etkileri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Düzce Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Düzce.
- Öztürk, M. (2023). *Toksik liderlik, iş stresi ve işe adanmışlık ilişkisi: 50/d kadrosundaki araştırma görevlileri üzerine bir çalışma* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Alanya.
- Öztürk, O. (2023). *Toksik liderlik algısının sosyal sanal kaytarma üzerindeki etkisi: Lojistik sektörü üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bandırma.
- Padilla, A., Hogan, R. Ve Kaiser, R. B. (2007). The toxic triangle: Destructive leaders, susceptible followers, and conducive environments. *The leadership quarterly*, 18(3), 176-194.
- Rahman, H. H. (2022). *The mediator role of employee silence in the relationship between toxic leadership behaviour and contextual performance* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Reed, G. E. (2004). Toxic leadership. *Military review*, 84(4), 67-71.
- Rosenthal, S. A. Ve Pittinsky, T. L. (2006). Narcissistic leadership. *The leadership quarterly*, 17(6), 617-633.
- Schyns, B. Ve Schilling, J. (2013). How bad are the effects of bad leaders? A meta-analysis of destructive leadership and its outcomes. *The Leadership Quarterly*, 24(1), 138-158.
- Selçuk, H. (2022). *Yapıcı ve yıkıcı liderlik özelliklerinin örgütsel iklim ve çalışan performansına etkisi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Selçuk, S. (2018). *Yapıcı ve yıkıcı lider davranışları ve ar-ge takımlarında öğrenme üzerine etkisi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

- Serdar, E. (2019). *İstismarcı yönetimin iş tatmini, yaşam tatmini ve örgütten memnuniyet ile ilişkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü, Sakarya.
- Serdar, E. Ve Özsoy, E. (2019). *İstismarcı Yönetim: Bir Literatür Taraması. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 1-11.
- Sharma, P. N. (2018). Moving beyond the employee: The role of the organizational context in leader workplace aggression. *The Leadership Quarterly*, 29(1), 203-217.
- Sucularlı, E. (2024). *Takım sporcularında karanlık üçlü kişilik ve yıkıcı liderlik algısı arasındaki ilişkide saldırganlığın aracı rolünün incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339.
- Taftaf, S. (2018). *Examining the dark side of leadership: The role of gender on the perception of abusive supervision* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tamay, M. (2021). *Toksik liderliğin çalışanların mobbing algıları ve iş performansları üzerindeki etkisi: Kütahya ili sağlık çalışanları örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Kütahya.
- Tamer, E. (2023). *The relationship between perceived toxic leadership and work engagement* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tatlıcı, H. (2022). *Güç kültürü ve toksik liderliğin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde örgüt ikliminin aracı rolü: Özel güvenlik sektörü üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Tenderis, A. (2023). *Toksik liderliğin örgütsel itaat aracılığıyla üretkenlik karşıtı iş davranışı ve işten ayrılma niyeti üzerine etkileri* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Tepebaşı, B. (2021). *Turizm öğrencilerinin toksik liderlik algıları üzerine karşılaştırmalı bir bilişsel haritalama araştırması* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Tepper, B. J., Duffy, M. K., Henle, C. A. Ve Lambert, L. S. (2006). Procedural injustice, victim precipitation, and abusive supervision. *Personnel psychology*, 59(1), 101-123.
- Tur, F. Ç. (2019). *İşletmelerde kurumsallaşma düzeyi, istismarcı yönetim ve üretkenlik karşıtı iş davranışı ilişkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Turan, M. B. (2024). *Okul müdürlerinin yıkıcı liderlik davranışları ile öğretmenlerin örgütsel sessizliklerinin ilişkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Antalya
- Uçan, F. (2023). *Güç mesafesi yönelimi ve istismarcı yönetimin örgütsel dedikodu üzerindeki etkisinde karanlık üçlü kişilik özelliklerinin aracı rolü: Eğitim kurumlarında ampirik bir çalışma* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Uğur, İ. (2018). *The relationship between abusive supervision and emotional exhaustion: The role of abusive supervision climate* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Uncu, A. (2018). *Liderlik teorilerinde toksik liderliğin araştırılması: Hitler ve Stalin örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Ünsal, M. (2023). *Okul yöneticilerinin toksik liderlik davranışları ile beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin mesleki tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bayburt Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bayburt.

- Wang, H., Jiao, R. Ve Li, F. (2022). Research on the effect of narcissistic leadership on employee job embeddedness. *Frontiers in Psychology*, 13, 927529.
- Wilson-Starks, K. Y. (2003). Toxic leadership. Transleadership, Inc, 1, 2016.
- Wolor, C. W., Ardiansyah, A., Rofaida, R., Nurkhin, A. Ve Rababah, M. A. (2022). Impact of toxic leadership on employee performance. *Health psychology research*, 10(4).
- Yağcı, E. (2020). *Toksik liderliğin yöneticiye güven aracılığı ile örgütsel sessizlik üzerindeki etkisi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yarar, V. (2024). *Turizm işletmeleri çalışanlarının toksik liderlik alguları ile örgütsel sinizm tutumları arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Samsun.
- Yatağan, S. (2024). *Okul müdürlerinin toksik liderlik davranışları ile öğretmenlerin örgütsel adalet ve örgütsel muhalefet alguları arasındaki ilişkiler* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pamukkale.
- Yıldırım, D. T. (2024). *İstismarcı yönetim ve psikolojik sözleşme ihlalinin çalışanların iş tatmini ve işten ayrılma niyetine etkisi: Antalya ili konaklama işletmeleri örneği* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Yue, C. A., Qin, Y. S. Ve Men, L. R. (2024). The dark side of leadership communication: The impact of supervisor verbal aggressiveness on workplace culture, employee–organization relationships and counterproductive work behaviors. *Corporate Communications: An International Journal*, 29(3), 405-429.
- Zengin, F. (2023). *Öğretmen algılarına göre okul yöneticilerinin toksik liderlik davranışları ile psikolojik iklim arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Zenginoğlu, E. (2021). *Öğretmen algılarına göre okul müdürlerinin toksik liderlik davranışları ile öğretmenlerin psikolojik sermaye düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.



Hedonik Model ile Otel Fiyat Endeksi Uygulaması: The World's 50 Best Hotels Örneği* Application of Hotel Price Index With Hedonic Model: The Case of The World's 50 Best Hotels

Gizem KARA ^a Mete SEZGİN ^b Zührem YAMAN ^c

^a Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, Türkiye. gizem.kara@email.com

^b Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Konya, Türkiye. metesezgin@hotmail.com

^c Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Konya, Türkiye. zyaman@selcuk.edu.tr

ÖZET

Turistik tüketicilerin tatmin ve mutluluk derecesinin ölçülmesi için kullanılan yöntemlerden biri hedonik fiyat modelidir. Hedonik fiyat modeli, ürünü oluşturan özelliklerin ürünün fiyatı üzerindeki etkilerini görebilme olanağı sunan bir yaklaşım olmakla beraber ürünlerin özelliklerine göre piyasa değerlemesinin yapılabilmesine neden olmaktadır. Özellikle ürünün fiyatının sahip olduğu özelliklerine göre nasıl değiştiğini gösteren bir yaklaşım olmasıyla piyasadaki farklı ürünlerin karşılaştırılabilmesini de sağlamaktadır. Bu çalışmada, zincir, konum (merkeze yakınlık), kahvaltı (dâhil), konferans salonu, shuttle, ücretsiz wi-fi, otopark, gece kulübü/bar, fitness salonu, yüzme havuzu, türk hamamı, oyun odası, mağazalar, döviz alım/satımı, faks/fotokopi, oda büyüklüğü (m²), emanet kasası, telefon, klima ve ses yalıtımı faktörleri belirlenmiş ve bu faktörlerden The World's 50 Best Hotels listesindeki otel işletmelerinde hafta sonu ve hafta içi oda fiyatlarını etkileyenlerin ortaya konması amaçlanmıştır. Araştırmanın sonucunda, faktörlerin hiç birinin hafta sonu oda fiyatlarının artmasına neden olmadığı; ancak otel işletmelerinin zincir otel olması durumunda yalnızca hafta sonu oda fiyatları olumsuz etkilenirken, işletmelerde otopark bulunması hem hafta içi hem de hafta sonu oda fiyatlarını olumsuz etkileyerek fiyatları düşürdüğü sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca diğer faktörlere göre otel işletmelerinde konferans salonu ve ses yalıtımının bulunmasının hafta içi oda fiyatlarını olumlu etkilediği ve böylece fiyatların artmasına neden olduğu; diğer taraftan otel işletmelerinde faktörlerin sayıca artmasının hem hafta sonu hem de hafta içi oda fiyatlarını olumlu yönde etkileyerek arttıracığı anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Hedonik Fiyat Modeli, Otel İşletmeleri, Turizm

Gönderme Tarihi: 19 Kasım 2024

Kabul Tarihi: 15 Mart 2025

Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi

ABSTRACT

One of the methods used to measure the degree of satisfaction and happiness of touristic consumers is the hedonic price model. Hedonic price model is an approach that provides the opportunity to see the effects of the features that make up the product on the price of the product and causes market valuation according to the characteristics of the products. In particular, as it is an approach that shows how the price of the product changes according to its characteristics, it also enables the comparison of different products in the market. In this study, the factors of chain, location (proximity to the center), breakfast (included), conference room, shuttle, free wi-fi, parking, night club/bar, fitness center, swimming pool, Turkish bath, game room, shops, currency exchange, fax/photocopying, room size (m²), safe deposit box, telephone, air conditioning and sound insulation were determined and it was aimed to reveal the factors that affect the weekend and weekday room rates in The World's 50 Best Hotels. As a result of the research, it was concluded that none of the factors caused an increase in weekend room prices; however, if the hotel establishments are chain hotels, only weekend room prices are negatively affected, while the presence of a parking lot in the establishments negatively affects both weekday and weekend room prices and decreases prices. In addition, compared to other factors, the presence of a conference room and sound insulation in hotel establishments positively affects weekday room prices and thus causes an increase in prices; on the other hand, increasing the number of factors in hotel establishments will positively affect both weekend and weekday room prices and increase them.

Anahtar Kelimeler: Hedonic Pricing Model, Hotels, Tourism

Received: 19 Kasım 2024

Accepted: 15 Mart 2025

Article Classification: Research Article

*Bu araştırma, 3-4 Mayıs 2024 tarihinde 1. International Business and Society Conference (Kyrenia-Cyprus)'da bildiri olarak sunulmuştur.

Önerilen Atıf/Suggested Citation

Kara, G., Sezgin, M., Yaman, Z. (2025). Hedonik Model İle Otel Fiyat Endeksi Uygulaması: The World's 50 Best Hotels Örneği, İşletme Akademisi Dergisi, 6 (1), 1- 9.

GİRİŞ

Hedonik fiyat modeli, fayda temelli bir modeldir. Turistik ürün gibi heterojen bir ürünü oluşturan özelliklerin ürünün fiyatı üzerindeki etkilerini görebilme olanağı sunmaktadır. Bu da ürünlerin özelliklerine göre piyasa değerlemesinin yapılabilmesine neden olmakta ve piyasadaki farklı ürünlerin karşılaştırılabilmesini sağlamaktadır. Bu kapsamda çeşitli destinasyonlarda yer alan The World's 50 Best Hotels listesindeki dünyanın en iyi otellerinin hafta sonu ve hafta içi oda fiyatlarını etkileyen faktörlerin hedonik fiyat modeli ile ortaya konması bu araştırmanın amacını oluşturmaktadır.

Araştırmada literatüre bağlı olarak zincir, konum (merkeze yakınlık), kahvaltı (dâhil), konferans salonu, shuttle, ücretsiz wi-fi, otopark, gece kulübü/bar, fitness salonu, yüzme havuzu, türk hamamı, oyun odası, mağazalar, döviz alım/satımı, faks/fotokopi, oda büyüklüğü (m²), emanet kasası, telefon, klima ve ses yalıtımı olmak üzere 20 faktör belirlenmiş, bu faktörlerin söz konusu otel işletmelerinde hafta sonu ve hafta içi oda fiyatlarını etkileyip etkilemediğini saptamak için tam logaritmik regresyon modeli kurulmuş, hedonik fiyat modeli doğrultusunda analiz edilmiştir. Araştırmanın bulgularında, faktörlerin hiç birinin hafta sonu oda fiyatlarını olumlu etkilemediği; ancak otel işletmelerinde otopark bulunmasının hafta içi oda fiyatlarını %65 olumsuz etkileyerek fiyatları düşürdüğü sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca otel işletmelerinin zincir otel olması durumunda hafta sonu oda fiyatlarının düşük olduğu; otel işletmelerinde konferans salonu ve ses yalıtımı bulunması durumunda ise bu faktörlerin diğer faktörlere göre hafta içi oda fiyatlarını olumlu etkilediği saptanmıştır. Böylece otel işletmelerinde bu iki faktörün bulunmasının fiyatların artmasına neden olduğu; diğer taraftan otel işletmelerinde faktörlerin yer alma durumunun artmasının hem hafta sonu hem de hafta içi oda fiyatlarını olumlu yönde etkileyerek arttıracığı anlaşılmıştır.

Araştırmanın sonucunda, araştırmaya katılan otel işletmelerinin çeşitli destinasyonlarda bulunması nedeniyle rekabet unsuru olarak nitelendirilen faktörlerin fiyatlara etkisinin net bir biçimde ortaya konamaması sebebiyle bu alanda yapılacak yeni araştırmalar için araştırmacılara öneriler getirilmiştir.

OTEL İŞLETMELERİNDE FİYATLANDIRMA VE HEDONİK FİYAT MODELİ

Turizm sektöründe hizmetin değişim değeri fiyat ile ifade edilmektedir (Emir, 2015: 7). Fiyat, otel işletmelerinin sunduğu her türlü mal veya hizmetin parasal bedeli ya da mal veya hizmete verilen değerlerin toplamıdır (Demirezen, 2019: 24). Turizm sektöründe sunulan hizmetlerin emek-yoğun olması, değişkenlik göstermesi ve üretilen yerde tüketilmesi gibi özelliklere sahip olması, bu hizmetlerin standardını ve kalitesini değiştirmekte ve doğrudan işletmeler tarafından verilen fiyatlandırma kararlarını etkilemektedir (Işık ve Bilici, 2016: 734). Ayrıca işletmeler, fiyatlama kararları alırken genel pazarlama stratejilerine uygun hareket etmekte ve çeşitli hedef tespitine gitmekte ise de uygulanan pazarlama stratejisinde meydana gelen değişimlere bağlı olarak zamanla meydana gelen değişimleri göz önünde bulundurmaktadır (Akat, 1988: 108).

Otel işletmelerinin serbest piyasa sisteminde fiyatlandırma kararlarına etki eden en önemli faktörün rekabet olduğunun söylenmesi mümkündür (Yıldıztekin, 2009: 216). Bunun yanı sıra otel işletmeleri, ticari işletmeler olmakla beraber bazı özellikleri nedeniyle diğer ticari işletmelerden farklılık göstermektedir. Otel işletmeleri mal ve hizmete yönelik fiyatlandırma kararını verirken söz konusu bu işletme türlerinin taşıdığı farklılıklara dikkat etmesi gerekmektedir. Bu farklılıklardan en önemlisi, turistlerin mal ve hizmeti görmeden satın almasıdır. Nitekim önceden satın alınan zaman, üreticinin sağladığı güven ile doğru orantılıdır. Dolayısıyla kalite ve fiyat uygunluğu otelin imajı açısından belirleyici özellikte olmasıyla birlikte tüketiciler gözünde uygun olması durumu, otel işletmesinin uzun vadede kazançlı olmasını sağlamaktadır (Ateş ve Yurtlu, 2019: 210).

Otel işletmeleri de diğer türdeki işletmelerde olduğu gibi arz ve talep miktarlarına bağlı olarak değişen turistik mal veya hizmet fiyatlarını belirlerken çeşitli maliyet metotları kullanarak en yüksek kârı en düşük maliyet ile elde etmeyi amaçlarken, turistik tüketiciler satın alma davranışı gösterdikleri mal veya hizmetten memnun olmayı amaçlamaktadır. Bu amaca göre şekillenen mal veya hizmete yönelik fiyat algısı ile değer bilinci, tüketicilerin gelir ile zevk ve alışkanlıklarını kapsamakta, bu da fayda fonksiyonu kavramını gündeme getirmektedir. Fayda fonksiyonu, tüketicilerin satın aldığı mal veya hizmetten sağladığı fayda ile yaptığı

harcama arasındaki farkı azamileştirme isteğini ifade etmektedir (Tuna, 2022). Bu doğrultuda tüketiciler, en yüksek faydayı elde ederek en yüksek tatmine ulaşmak için bir takım tercihlerde bulunmaktadır. Söz konusu tatmin ve bu tatminin sağladığı mutluluk derecesinin ölçülmesinde çeşitli yöntemler kullanılmakta ise de bu yöntemlerden en yaygın ve kapsamlı olanı hedonik fiyat modelidir. Bu modelin temelinde fiyat faktörünün bir mal veya hizmetin çeşitli özelliklerinin bir fonksiyonu olması nedeniyle o mal veya hizmetin marjinal bir değer yaratan özelliklerinin neden olduğu fiyat farklılaştırması yer almaktadır (Işık ve Bilici, 2016: 734).

Hedonik fiyat modeli, fayda temelli olmakla beraber bir araştırmacıya heterojen ürünü oluşturan özelliklerin ürünün fiyatı üzerindeki etkilerini görebilme olanağı sunan bir yaklaşımdır (Cingöz, 2011: 131). Bu da ürünlerin özelliklerine göre piyasa değerlemesinin yapılabilmesine neden olmaktadır. Özellikle ürünün fiyatının sahip olduğu özelliklerine göre nasıl değiştiğini gösteren bir yaklaşım olmasıyla piyasadaki farklı ürünlerin karşılaştırılabilmesini sağlamaktadır (Afşar, Yılmazel ve Yılmazel, 2017: 198).

TURİZMDE HEDONİK FİYAT MODELİ ÜZERİNE YAPILAN ARAŞTIRMALAR

Hedonik fiyat modeline ilişkin literatür incelendiğinde, araştırmaların ürünlerin karakteristik özellikleri ile fiyatları arasındaki ilişkinin ve dolayısıyla bu özelliklerin ürünün talebi üzerindeki etkisinin araştırılmasına yönelik olduğu görülmektedir. Konu ile ilgili literatürde çoğunlukla konut fiyatlarına ilişkin araştırmalar bulunmakla beraber turizmde de hedonik fiyat çalışmalarına ilişkin araştırmalar bulunmaktadır. Turizme ilişkin olanlar Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Hedonik fiyat modeline ilişkin turizm araştırmaları

Yazar	Yıl	Yer	Yöntem	Sonuç	Değişkenler
Espinet, Saez, Coenders ve Fluvia	2003	4 yıldız oteller/ Genel	Hedonik fiyat modeli	Otelin şehir merkezine uzaklığı veya plaja olan konumu otel oda değerini etkilemekte, fiyatları arttırmaktadır.	Yetişkin ve çocuk yüzme havuzu, TV salonu, bar, diskotek, oda servisi, bahçe/balkon, şezlong, plaj aktiviteleri, tenis kortu.
Monty ve Skidmore	2003	Wisconsin	Hedonik fiyat modeli	Otelin şehir merkezine uzaklığı, odaların genişliği, odalarda jakuzi ve özel banyo bulunması, ay ve gün oda fiyatlarını arttırırken, oda servisi, şömine ve manzara otel oda fiyatları üzerinde anlamlı etki yaratmamaktadır.	Sezon, hafta sonu, merkeze uzaklık, (konum), trafik, oda sayısı ve büyüklükleri, şömine, jakuzi, özel banyo.
Rigall-I-Torrent ve Fluvia	2007	Katalonya/ İspanya	Hedonik fiyat modeli	Otelin bulunduğu konum, otel oda değerini yükseltmektedir..	Konum.
Hamilton	2007	Almanya	Hedonik fiyat modeli	Kıyıda yer alan dalgakıranların uzunluğu ortalama konaklama fiyatının düşmesine neden olurken, kıyının açıklığı ortalama konaklama fiyatının artmasına yol açmaktadır.	Otelin sınıfı ve pansiyon tipi, kıyı özellikleri.
Falk	2008	Avusturya	Hedonik fiyat modeli	Kayak otellerinin sahip olduğu mekanik tesislerin yüksek hızlı olması otel oda fiyatlarının artış göstermesine neden olmaktadır.	Sezon uzunluğu, diğer kış destinasyonlarına yakınlık (konum), mekanik tesislerin taşıma kapasitesi, bilet kullanım esnekliği. kayak pistinin uzunluğu, telesiyej ve gondolun hızı.

Chen ve Rothschild	2010	Taipei	Hedonik fiyat modeli	Otellerin zincir olması, oda büyüklüğü, internet, LCD TV, shuttle, konferans salonu, bar ve fitness otel oda değerini artırarak fiyatları yükseltirken, otellerin konumu; özellikle merkeze uzak olması otel oda fiyatlarını düşürmektedir.	Şehir merkezine uzaklık (konum), yıldız sayısı, otelin zincir olup olmadığı, oda büyüklüğü, kahvaltı, yüzme havuzu, led TV, internet, fitness merkezi, konferans salonu, bar, banyo, shuttle.
Kesbiç vd.	2011	Muğla	Hedonik fiyat modeli	Yarım pansiyon, güzellik salonu, oda-kahvaltı ve self-servis hizmetleri otel oda fiyatları üzerinde değişkenlik yaratmaktadır.	Otelin pansiyon tipi, self servis, güzellik merkezi,
Rigall-I-Torrent, Fluvia,, Ballester, Albert, Eduard ve Espinet	2011	Katalonya/İspanya	Hedonik fiyat modeli	Otelin plaja olan uzaklığının otel oda değeri üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır .	Yıldız tipi, mevsim, yüzme havuzu, oda sayısı, plaj özellikleri, mavi bayrak, bahçe/balkon, oda servisi, spor olanakları, çocuk oyun odası, otopark, güvenlik.
Rigall-I-Tonent ve Fluvia	2011	Katalonya/İspanya	Hedonik fiyat modeli (OLS)	Otel yöneticilerinin fiyatlama kararlarını otellerin yer aldığı turizm destinasyonu ve mevcut turistik ürün etkilemektedir.	Mevsim, yıldız tipi, oda genişliği, oda servisi, restoran, bahçe/balkon, , plaja yakınlık (konum), sahildeki koy sayısı, yüzme havuzu, sportif faaliyetler, kültür, liman, güvenlik, otopark.
Santos ve Oliveria	2016	Hostel/Dünya	Hedonik fiyat modeli	Otel oda fiyatlarını etkileyen temel karakteristik özelliklerin başında otelin bulunduğu konum ve tesisin temizliği yer almaktadır.	Konum, imkânlar atmosfer, güvenlik, temizlik, personel.

Kaynak: Işık ve Bilici, 2016.

Hedonik fiyat modeline ilişkin turizm araştırmalarında Tablo 1.'deki araştırmalara ek olarak Işık ve Bilici (2016), Erzurum'daki farklı yıldızlara sahip otel işletmelerine ilişkin oda fiyatlarına etki edebilecek 26 değişken belirlemiştir. Bu değişkenler, yıldız sayısı, zincir otel, oda büyüklüğü, konum, banyo, Türk hamamı, kahvaltı, LCD TV, iş oteli, bar, Wİ-Fİ, shuttle, konferans salonu, yüzme havuzu, fitness, kayak imkânı, otopark, oyun odası, gece kulübü, restoran, mini bar, mağazalar, faks/fotokopi, engelli konuklar için olanaklar, döviz alım/satımı ve emanet kasasıdır. Araştırmanın sonucunda, bunlardan otelin zincir otel olması durumu ve konumu, oda büyüklüğü, banyo, kahvaltı, Wİ-Fİ, LCD TV, bar, shuttle, konferans salonu, kayak imkânı, fitness, gece kulübü, restoran, faks/fotokopi değişkenlerinin otel oda fiyatlarını etkilediği görülmüştür.

Bu araştırmada da, Işık ve Bilici (2016)'nin araştırması kaynak alınmış, The World's 50 Best Hotels listesindeki otel işletmelerine ait oda fiyatlarını etkileyen söz konusu değişkenler belirlenmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda araştırmanın dünyadaki en iyi 50 otelin fiyatlarını etkileyen seçenek, özellik ve olanakların ortaya konulması bakımından turizm literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Araştırmanın amacı, The World's 50 Best Hotels listesindeki 50 otel işletmesinde hafta sonu ve hafta içi oda fiyatlarını etkileyen faktörlerin hedonik fiyat modeli ile belirlenmesidir.

1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini The World's 50 Best Hotels listesinde yer alan dünyanın en iyi 50 otel işletmesi oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise araştırma kapsamında belirlenen faktörlere yönelik verilerine ulaşılabilen 37 otel işletmesinden oluşmaktadır.

2. Verilerin Toplanması ve Analizi

Literatürden faydalanılarak belirlenen 20 faktöre yönelik The World's 50 Best Hotels listesindeki 37 otel işletmesine ait veriler 15.12.2023 ile 25.12.2023 tarihleri arasında "booking.com" web sitesinden elde edilmiştir. Elde edilen veriler ile logaritmik regresyon modeli kurulmuş ve EVIEWS 12 programında analiz edilmiştir.

3. Hedonik Fiyat Modeli ve Veri Seti

Hedonik fiyat modelinde Rosen (1974) her bir malı özelliklerine göre gruplandırmış ve bir sabit ile göstererek bu model kapsamında tam rekabet piyasası koşulları altında kısa ve uzun dönem piyasa dengesi için heterojen bir ürün analizi yapmıştır (Işık ve Bilici, 2017: 308).

Rosen (1974)'in ileri sürdüğü hedonik modeldeki fiyat oluşumuna ilişkin geçerli tercihlerinin ve ürün özelliklerinin fiyat üzerindeki etkilerini anlamak bu 3 eşitlik ile kolaylaşmaktadır:

Eşitlik 1: Satıcılar çeşitli özelliklerdeki mal veya hizmetleri piyasaya sunarken, alıcılar farklı seçenekler arasından tercih yapmaktadır.

Eşitlik 2: Bir mal veya hizmetin çeşitli özelliklerine bağlı olarak alım ve satım grubunu ifade etmektedir. Bu eşitlik aynı zamanda fiyat ve özellik ilişkisi açısından talep fonksiyonunu ortaya koymaktadır.

Eşitlik 3: Bir mal veya hizmetin özelliğinin talep üzerindeki etkisini gösteren ve eşitlik 2'nin kısmi türevinin alınmış bir formudur.

3.1. Hedonik Fiyat Modeli

Heterojen bir mal veya hizmet, o mal veya hizmetin sahip olduğu tüm özelliklerinin toplamıdır (Rosen, 1974). Hedonik modelde tüketicinin fayda fonksiyonunu meydana getiren heterojen bir mal veya hizmetin her bir özelliği, söz konusu mal veya hizmetin fiyatının farklılaşmasında aktif rol oynamaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın analizlerindeki otel oda fiyatı, otelin sahip olduğu özelliklerin tamamını ifade etmekte; diğer bir deyişle oda fiyatının otelin özelliklerinin toplamına eşit olduğunu göstermektedir.

3.2 Veri Seti

Araştırmada yapılan analizlerde bağımlı değişkeni otel oda fiyatı, bağımsız değişkenleri ise zincir, konum (merkeze yakınlık), kahvaltı (dahil), konferans salonu, shuttle, ücretsiz wi-fi, otopark, gece kulübü/bar, fitness salonu, yüzme havuzu, türk hamamı, oyun odası, mağazalar, döviz alım/satımı, faks/fotokopi, oda büyüklüğü (m²), emanet kasası, telefon, klima ve ses yalıtımı faktörleri oluşturmaktadır.

3.3. Ampirik Bulgular

Tam logaritmik regresyon modeli kullanılan analizlerden elde edilen bulgular Tablo 2. ile Tablo 3.'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Hafta sonu otel oda fiyatlarına ilişkin tam logaritmik regresyon bulguları

Bağımsız Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi
Zincir (Zincir otel ise = 1)	-0.301745	0.303160	-0.995331	0.0000*
Konum (Merkeze yakın ise = 1)	-0.081046	0.302208	-0.268180	0.7920
Kahvaltı (Fiyata dâhil ise = 1)	0.053554	0.235207	0,227688	0.8228
Konferans Salonu (Varsa = 1)	0.466776	0.255006	1.830455	0.0859
Shuttle (Varsa = 1)	0.050793	0.201162	0.252496	0.8039
Ücretsiz Wi-Fi (Varsa = 1)	-0.596196	0.732522	-0.813895	0.4277
Otopark (Varsa = 1)	-0.562843	0.279664	-2.012568	0.0613
Gece Kulübü/Bar (Varsa = 1)	-0.064662	0.249468	-0.259198	0.7988
Fitness Salonu (Varsa = 1)	0.509380	0.475629	1.070961	0.3001
Yüzme Havuzu (Varsa = 1)	-0.225549	0.344314	-0.655066	0.5217
Türk Hamamı (Varsa = 1)	0.302150	0.277680	1.088121	0.2927
Oyun Odası (Varsa = 1)	0.132418	0.421695	0.314013	0.7576
Mağazalar (Varsa = 1)	-0.282241	0.286749	-0.984277	0.7920
Döviz Alım/Satımı (Varsa = 1)	0.026241	0.233767	0.112252	0.9120
Faks/Fotokopi (Varsa = 1)	0.086617	0.408979	0.211789	0.8349
Oda Büyüklüğü(m ²)	0.002275	0.001822	1.248795	0.2297
Emanet Kasası (Varsa = 1)	0.460867	0.351615	1.310712	0.2085
Telefon (Varsa = 1)	-0.126690	0.502076	-0.252333	0.8040
Klima (Varsa = 1)	0.362456	0.705290	0.513911	0.6143
Ses Yalıtımı (Varsa = 1)	0.487714	0.308808	1.579345	0.1338

Regresyon Sabiti ©	9.690969	1.213572	7.985491	0.0000
--------------------	----------	----------	----------	--------

R ²	0.612	Bağımlı Değişken Ortalaması	10.41340
Düzeltilmiş R ²	0.126	Değişken Standart Sapma	0.516780
Regresyon Standart Hatası	0.483123	Akaike Bilgi Kriteri	1.679717
Artık Kareler Toplamı	3.734533	Schwarz Kriteri	2.594022
Olabilirlik İşlevi	-10.07477	Hannan-Quinn Kriteri	2.002052
F İstatistiği	1.2595	Durbin-Watson İstatistiği	1.548897
Anlamlılık Düzeyi (Prob.) (F İstatistiği)			0.323

Tablo 2.'de regresyonun tamamının anlamlılık düzeyini gösteren F testi (F=1.2595, p<0,05) sonucu incelenmiş, buna göre araştırmaya katılan otel işletmelerinin sahip olduğu 20 faktörden oluşan bağımsız değişkenlerin hiç birinin bağımlı değişken olan hafta sonu oda fiyatlarını olumlu yönde etkilemediği, diğer bir deyişle hafta sonu oda fiyatlarının arttırmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bağımsız değişkenlerin katsayıları ve anlamlılık düzeylerine bakıldığında ise, 20 faktörden yalnızca zincir otel faktörünün istatistiksel olarak anlamlı olduğu, ancak bu faktörün katsayısının -30.2 olduğu görülmektedir. Bu durumda araştırmaya katılan otellerin zincir otel olmasının hafta sonu oda fiyatlarına %30,2 olumsuz yönde etki ettiği; hafta sonu oda fiyatlarını düşürdüğü anlaşılmıştır. Buna ek olarak anlamlılık düzeyi 0,05'e yakın olan otopark (0,06) faktörü, katsayısı (-0.56) da dikkate alındığında, hafta sonu oda fiyatı değişkenini diğer faktörlere göre olumsuz etkilediği, böylece hafta sonu oda fiyatlarının düşmesine neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3. Hafta içi otel oda fiyatlarına ilişkin tam logaritmik regresyon bulguları

Bağımsız Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	t İstatistiği	Anlamlılık Düzeyi
Zincir (Zincir otel ise = 1)	-0.308709	0.304914	-1.012444	0.3264
Konum (Merkeze yakın ise = 1)	-0.126624	0.303957	-0.416586	0.6825
Kahvaltı (Fiyata dâhil ise = 1)	0.042302	0.236568	0.178815	0.8603
Konferans Salonu (Varsa = 1)	0.471685	0.256481	1.839063	0.0845
Shuttle (Varsa = 1)	0.062290	0.202326	0.307868	0.7622
Ücretsiz Wi-Fi (Varsa = 1)	-0.712355	0.736761	-0.966875	0.3480
Otopark (Varsa = 1)	-0.650988	0.281282	-2.314356	0.0343*
Gece Kulübü/Bar (Varsa = 1)	-0.099239	0.250912	-0.395514	0.6977
Fitness Salonu (Varsa = 1)	0.472669	0.478381	0.988059	0.3378
Yüzme Havuzu (Varsa = 1)	-0.104145	0.346307	-0.300731	0.7675
Türk Hamamı (Varsa = 1)	0.317892	0.279287	1.138224	0.2718
Oyun Odası (Varsa = 1)	0.191687	0.424135	0.451948	0.6574
Mağazalar (Varsa = 1)	-0.277910	0.288409	-0.963599	0.3496
Döviz Alım/Satımı (Varsa = 1)	0.099745	0.235120	0.424232	0.6770
Faks/Fotokopi (Varsa = 1)	0.101760	0.411346	0.247384	0.8078
Oda Büyüklüğü(m ²)	0.002178	0.001833	1.188484	0.2520
Emanet Kasası (Varsa = 1)	0.242186	0.353650	0.684818	0.5033
Telefon (Varsa = 1)	-0.021712	0.504981	-0.042996	0.9662
Klima (Varsa = 1)	0.395092	0.709372	0.556960	0.5853
Ses Yalıtımı (Varsa = 1)	0.555085	0.310595	1.787168	0.0929
Regresyon Sabiti ©	9.701255	1.220595	7.947973	0.0000
R ²	0.621	Bağımlı Değişken Ortalaması	10.36136	
Düzeltilmiş R ²	0.147	Değişken Standart Sapma	0.526008	
Regresyon Standart Hatası	0.485919	Akaike Bilgi Kriteri	1.691257	
Artık Kareler Toplamı	3.777880	Schwarz Kriteri	2.605562	
Olabilirlik İşlevi	-10.28826	Hannan-Quinn Kriteri	2.013593	
F İstatistiği	1.3093	Durbin-Watson İstatistiği	1.517945	
Anlamlılık Düzeyi (Prob.) (F İstatistiği)			0.294972	

Tablo 3.'e göre bağımsız değişkenlerden yalnızca otopark bağımsız değişkeni istatistiksel olarak anlamlıdır. Regresyonun tamamen anlamlılık düzeyini gösteren F testi (F=1.3093, p<0,05) sonucuna bakıldığında ise araştırmaya katılan otel işletmelerinin sahip olduğu 20 faktörden oluşan bağımsız değişkenlerin hiç birinin bağımlı değişken olan hafta içi oda fiyatlarını etkilemediği görülmektedir. Nitekim otopark bağımsız değişkeninin katsayısının -0.65 olmasıyla hafta içi oda fiyatı bağımlı değişkenine olumsuz yönde etki ettiği; diğer bir deyişle otel işletmelerinde otopark bulunmasının hafta içi oda fiyatlarını %65 olumsuz etkileyerek fiyatları düşürdüğü sonucu elde edilmiştir. Buna ek olarak anlamlılık düzeyleri 0,05'e yakın olan konferans salonu (0,09) ve ses yalıtımı (0,09) değişkenlerinin hafta içi oda fiyatı değişkenini diğer değişkenlere göre etkilediği, böylece fiyatların artmasına neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Hafta sonu ve hafta içi oda fiyatı analizlerinde Tablo 2. ve Tablo 3.'de görülen regresyon sabiti © (0,00<p=0,05) anlamlı ve yüksek bir katsayıda çıkmıştır. Buna göre, otel işletmelerinde bağımsız değişkenleri oluşturan faktörlerin artması hem hafta sonu hem de hafta içi oda fiyatlarını olumlu yönde etkileyerek arttıracığı sonucu elde edilmiştir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Otel işletmelerinin serbest piyasa sisteminde fiyatlandırma kararlarına etki eden en önemli faktör rekabettir. Ancak sahip olunan özellikler ve olanaklar da otel işletmelerinde oda fiyatlarını etkileyen şüphesiz en önemli unsurdur. Nitekim turistik tüketicilerin fayda fonksiyonunda fiyat faktörü, gelir ve tüketici zevk ve tercihlerini kapsamaktadır. Tüketiciler, en yüksek faydayı elde etmek için bir takım tercihlerde bulunarak en

yüksek tatmine ulaşmayı arzulamaktadır. Bu tatmin ve mutluluk derecesinin ölçülmesi için kullanılan yöntemlerden biri hedonik fiyat modelidir. Hedonik fiyat modeli, fayda temelli olmakla beraber bir araştırmacıya heterojen ürünü oluşturan özelliklerin ürünün fiyatı üzerindeki etkilerini görebilme olanağı sunan bir yaklaşımdır. Bir mal veya hizmetin piyasa fiyatının o ürünün çeşitli özelliklerinin bir fonksiyonu olması nedeniyle marjinal bir değer yaratan ürünün özellikleri fiyat farklılaştırmasının temelini oluşturmaktadır. Bu araştırmada da The World's 50 Best Hotels listesinde yer alan dünyanın en iyi 50 otel işletmesinin hafta sonu ve hafta içi oda fiyatlarını etkileyen faktörlerin ortaya konması amaçlanmış, bu kapsamda bağımlı değişken olarak hafta sonu ve hafta içi oda fiyatları ile bağımsız değişken olarak zincir, konum (merkeze yakınlık), kahvaltı (dahil), konferans salonu, shuttle, ücretsiz wi-fi, otopark, gece kulübü/bar, fitness salonu, yüzme havuzu, türk hamamı, oyun odası, mağazalar, döviz alım/satımı, faks/fotokopi, oda büyüklüğü (m²), emanet kasası, telefon, klima ve ses yalıtımı olmak üzere 20 faktörün logaritmik regresyon modeli kurularak hedonik fiyat modeli doğrultusunda analiz edilmiştir.

Araştırmanın sonucunda, faktörlerin hiç birinin hafta sonu oda fiyatlarının yüksek olmasını sağlamadığı; ancak otel işletmelerinin zincir otel olması durumunda yalnızca hafta sonu oda fiyatları olumsuz etkilenirken, işletmelerde otopark bulunması hem hafta içi hem de hafta sonu oda fiyatlarını olumsuz etkileyerek fiyatların düşük olmasına neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca diğer faktörlere göre otel işletmelerinde konferans salonu ve ses yalıtımının bulunmasının hafta içi oda fiyatlarını olumlu etkilediği ve böylece fiyatların artmasına neden olduğu; diğer taraftan otel işletmelerinde faktörlerin sayıca artmasının hem hafta sonu hem de hafta içi oda fiyatlarını olumlu yönde etkileyerek arttıracığı anlaşılmıştır.

Araştırmada elde edilen bulgularla, geçmişte yapılmış araştırmaların sonucunda elde edilen bulgular karşılaştırıldığında; bu araştırmada zincir otel faktörünün hafta içi oda fiyatlarını etkilemediği; ancak hafta sonu oda fiyatlarını düşürdüğü, konferans salonu faktörünün ise hafta sonu oda fiyatlarını etkilemediği; ancak hafta içi oda fiyatlarını arttırdığı görülmüştür. Chen ve Rothschild (2010)'in Tayvan'ın başkenti olan Taipei'de bulunan otel işletmelerindeki oda fiyatlarına yönelik yaptıkları hedonik fiyat analizi araştırmasında otellerin zincir otel olmasının ve konferans salonu bulunmasının otel değerini arttırarak hem hafta içi hem de hafta sonu oda fiyatlarının yüksek olmasına neden olduğu sonucuna ulaşmıştır. Işık ve Bilici (2016)'nin Erzurum'daki çeşitli yıldızlara sahip otel işletmelerindeki oda fiyatları üzerinde yaptıkları hedonik model analizi araştırmasında, otellerin zincir olmasının ve otellerde konferans salonunun bulunmasının diğer özellik ve olanaklara göre hem hafta içi hem de hafta sonu fiyatlarını daha fazla olumlu etkileyerek oda fiyatlarını yükselttiğini saptamıştır.

Bu araştırmada belirlenen faktörler otel işletmelerinin çoğunluğunda genellikle bulunan özellikler olup, ulaşılabilmiş geçmişte bu kapsamda yapılmış araştırmalarda belirlenen faktörler otel işletmelerinin bulunduğu destinasyona özgü faktörlerdir. Örneğin; Hamilton, 2007 yılında yaptığı hedonik konaklama fiyatı analizinde otel işletmelerinin yer aldığı bölgedeki kıyıda bulunan dalgakıranların uzunluğunun ortalama konaklama fiyatlarını düşürdüğü, kıynın açıklığının ise ortalama konaklama fiyatlarını arttırdığı sonucunu elde etmiştir. Bu nedenle, bu araştırmada elde edilen bulgular, ulaşılabilmiş geçmişte yapılmış araştırmalarla detaylı olarak tartışılmamıştır.

Sonuç olarak, bu araştırmada yer alan otel işletmelerinin sahip oldukları rekabet unsuru olan özelliklerin ve olanakların hafta sonu/hafta içi oda fiyatlarının yönünü ve gücünü yüksek katsayılarla etkileyen belirleyiciler olmamasının nedeni otel işletmelerinin aynı destinasyonda bulunmaması; çeşitli destinasyonlarda yer almalarıdır. Bundan dolayı gelecekte bu alanda yapılması istenen araştırmalarda, belirli bir ülke veya bölgede yer alan otel işletmelerinin fiyatlarına yönelik analizler yapılabilir ve bu destinasyonlara yönelik yapılmış analizler doğrultusunda karşılaştırmalar uygulanabilir.


KAYNAKÇA

- Afşar, A., Yılmazel, Ö. & Yılmazel, S. (2017). Konut fiyatlarını etkileyen faktörlerin hedonik model ile belirlenmesi: Eskişehir örneği. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 37, s. 195-205.
- Akat, Ö. (1988). İşletmelerde fiyat kararları ve stratejileri. Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9 (1-2), s. 107-127.
- Ateş, A. & Yurtlu, M. (2019). Online kanal yöneticisiyle otel oda fiyatlandırmada verim yönetimi. Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 16 (2), s. 207-228.
- Chen, C. F. & Rothschild, R. (2010). An application of hedonic pricing analysis to the case of hotel rooms in Taipei. Tourism Economics, 16 (3), pp. 685-694.
- Cingöz, A. R. A. (2011). Hedonik Talep Teorisi Çerçevesinde Bir Fiyatlandırma Örneği. Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Demirezen, B. (2019). Turizm işletmelerinde fiyatlandırma stratejileri: Kriz dönemlerinde Kayseri'deki konaklama işletmelerinin fiyat uygulamaları. Aydın Adnan Menderes University Journal of Travel and Tourism Research, Issue 14, s. 21-55.
- Emir, G. (2015). Turizm Ekonomisi. Bartın Üniversitesi Yayınları No: 24, Bartın Meslek Yüksek Okulu Yayın No: 02. Bartın: Karınca Ajans Yayıncılık.
- Espinet, J., Saez, M., Coenders, G. & Fluvia, M. (2003). Effect on prices of the attributes of holiday hotels: A hedonic prices approach. Tourism Economics, 9 (2), pp. 165-177.
- Falk, M. (2008). Hedonic price model for ski lift tickets. Tourism Management, Issue 29, pp. 1172-1184.
- Hamilton, J. M. (2007). Coastal landscape and the hedonic price of accommodation. Ecological Economics, Issue 62, pp. 594-602.
- Işık, C. & Bilici, N. (2016). Otel Oda Fiyatlarının Hedonik Model İle Analizi: Erzurum Örneği. International Conference On Eurasian Economies Bildiri Kitabı, 2016, s. 734-740.
- Kesbiç, C. Y., Bahar, O., Baldemir, E. & İnci, M. (2011). Muğla deniz turizminde hizmet niteliğinin piyasa fiyatı üzerindeki etkileri: Hedonik fiyatlandırma modeli. Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar, 48 (555), s. 65-82.
- Monty, B. & Skidmore, M. (2003). Hedonic pricing and willingness to pay for bed and breakfast amenities in Southeast Wisconsin. Journal of Travel Research, Issue 42, pp. 195-199.
- Rigall-I-Torrent, R. & Fluvia, M. (2007). Public goods in tourism municipalities: Formal analysis, empirical evidence and implications for sustainable development. Tourism Economics, 13 (3), pp. 361-378.
- Rigall-I-Torrent, R. & Fluvia, M. (2011). Managing tourism products and destination embedding public good components: A hedonic approach. Tourism Management, 32 (2), pp. 244-255.
- Rigall-I-Torrent, R., Fluvia, M., Ballester, R., Albert, S., Eduard, A. & Espinet, J. M. (2011). The effects of beach characteristics and location with respect to hotel prices. Tourism Management, 32 (5), pp. 1150-1158.
- Rosen, S. (1974). Hedonic prices and implicit markets: Product differentiation in pure competition. Journal of Political Economy, 82 (1), pp. 34-55.
- Santos, G. & Oliveria, E. (2016). Worldwide hedonic prices of subjective characteristics of hostels. Tourism Management, 52, pp. 451-454.
- Tuna, K. (2022). Marjinal Fayda. TÜBİTAK Bilim ve Toplum Başkanlığı Popüler Bilim Yayınları. https://ansiklopedi.tubitak.gov.tr/ansiklopedi/marjinal_fayda.
- Yıldıztekin, İ. (2009). Konaklama hizmetlerinde maliyete dayalı fiyatlandırma ve fiyat değişiminin bölüm karlılığına etkisi. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 23 (4), s. 215-240.



Yeşil Farkındalık, Yeşil Temel Yetkinlik Ve Yeşil İnovasyon Bağlamında Bir Literatür Taraması

A Literature Review in the Context of Green Awareness, Green Core Competence and Green Innovation

Zeynep Ayfer BOZAT  ^a

^aİstanbul Topkapı Üniversitesi, İİSBF, İşletme İngilizce Bölümü, İstanbul, Türkiye. zeynepayferbozat@topkapi.edu.tr

ÖZET

Bu çalışma, günümüzde son derece önemli olan “yeşil” kavramına üç farklı kavram yardımıyla bir bakış açısı getirmeyi amaçlamıştır: farkındalık, inovasyon ve temel yetkinlik. Çalışma her üç kavram bağlamında da seçkin yayınlardan oluşan bir yazın taraması içermektedir. Bu çalışmanın amacı, seçkin dünya yazınında yeşil kavram bağlamında bu kavramlar üzerine yapılan çalışmaları bir araya getirmek, anlaşılır birer liste oluşturmak ve bu konuda çalışma yapacak firmalar ve çalışmayı daha ileriye taşıyabilecek akademisyenler için başvurulabilir bir kaynak oluşturmaktır. Nitekim, bu çalışmada “yeşil” bakış açısı üç kavram bağlamında yazın kullanılarak açıklanmaya çalışılmıştır: Yeşil farkındalık, yeşil inovasyon ve yeşil temel yetkinlik. Buradan hareketle, çalışmanın ilk bölümü yeşil farkındalık kavramına ilişkin çalışmaları, ikinci bölümü yeşil temel yetkinlik kavramına ilişkin çalışmaları, üçüncü bölümü ise yeşil inovasyon kavramına ilişkin çalışmaları bir araya getirmiştir. Dördüncü ve son kısımda ise bir sonuç ve değerlendirme oluşturulması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Farkındalık, Yeşil Temel Yetkinlik, Yeşil İnovasyon

Gönderme Tarihi: 15 Ocak 2025

Kabul Tarihi: 18 Mart 2025

Makale Kategorisi: Kavramsal Makale

ABSTRACT

This study aimed to provide a perspective on “green” concept, which is extremely important today, with the help of three different concepts: awareness, innovation and basic competence. The study includes a review of a manuscript consisting of selected publications in all three-concept links. The aim of this study is to bring together the studies on these concepts in green concept link in the distinguished world article, to create an understandable list and to create an applicant resource for companies that will work on this topic and academics who can take the work further. As a matter of fact, in this study, “green” perspective has been tried to explain the uses of writing in three concept connections: green awareness, green innovation and green basic competence. Based on this, studies on the concept of green awareness were compiled in the first part of the study, studies on the concept of green basic competence in the second part, and studies on the concept of green innovation in the third part. In the fourth and final section, it is aimed to create a conclusion and evaluation.

Anahtar Kelimeler: Green Awareness, Green Innovation, Green Core Competence

Received: 19 Kasım 2024

Accepted: 15 Mart 2025

Article Classification: Conceptual Article

Önerilen Atf/Suggested Citation

Bozat, Z. A. (2025). Yeşil Farkındalık, Yeşil Temel Yetkinlik Ve Yeşil İnovasyon Bağlamında Bir Literatür Taraması, İşletme Akademisi Dergisi, 6 (1), 10- 33.

GİRİŞ

Bu çalışma, günümüzde her alanda son derece önemli olan, yaşamlarımızın bir parçası haline gelen “yeşil” kavramına üç farklı kavram yardımıyla bir bakış açısı getirmeyi amaçlamıştır: Farkındalık, inovasyon ve temel yetkinlik. Çalışma her üç kavram bağlamında da seçkin yayınlardan oluşan bir yazın taraması içermektedir. Dolayısıyla bu çalışmada yeşil farkındalık, yeşil inovasyon ve yeşil temel yetkinlik kavramları üzerine yapılan çalışmalar derlenmiştir. Çalışma üç ana başlık altında ele alınmış, seçkin yazın kaynaklarından (SCOPUS veri tabanı kullanılmıştır) konularla ilintili arama yapılmış, ilişkili bulunan çalışmalar bir araya getirilmiştir.

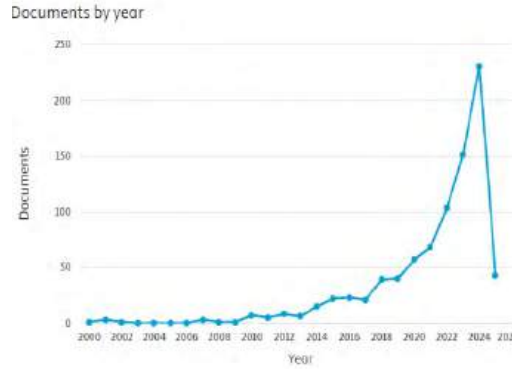
Çalışmanın ilk bölümünde yeşil farkındalık ve onu oluşturan faktörler, ikinci bölümünde ise yeşil inovasyon ve üçüncü bölümünde de yeşil temel yetkinlik kavramlarına ilişkin yazın bilgileri verilmiştir. İki tablo oluşturulmuş ve iki tabloda yeşil farkındalık ve yeşil inovasyon-yeşil temel yetkinlik kavramlarıyla ilgili yapılan çalışmaların bilgileri derlenmiştir. Çalışmanın son bölümünde ise, derlenen çalışmalardan çıkarılan sonuçlar verilmeye çalışılmış ve yorumlanmıştır.

Çalışmanın Yöntemi ve Modeli

Bu çalışmada SCOPUS veri tabanı konuyla ilişkili çalışmalar araştırılmış, konu başlıklarına göre sınıflandırılmış ve tablolar halinde sunulmuştur. Veri tabanından elde edilen bibliyometrik bulgular, grafikler ve tablolar şeklinde paylaşılmıştır.

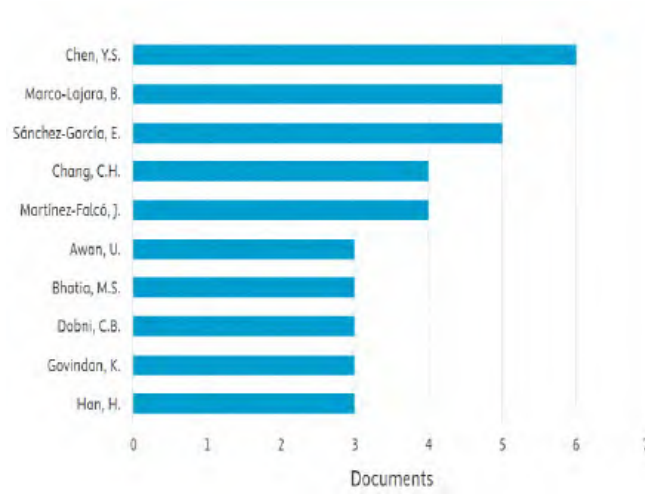
Veri tabanında yer alan çalışmalar üç anahtar kelime üzerinden yapılmıştır: Yeşil farkındalık, yeşil temel yetkinlik ve yeşil inovasyon. Çalışmaların tarihleri kavramların güncel olmasından ötürü 2000-2025 yılları arası baz alınarak daraltılmıştır. 2725 ilgili doküman bulunmuş, bunlardan 1261 tanesi Sosyal Bilimler, 824 tanesi İşletme, Yönetim ve Muhasebe, 397 tanesi Psikoloji, 387 tanesi Çevre Bilimleri, 382 tanesi de Ekonomi, Ekonometri ve Finans alanlarına ait olduğu verisi alınmıştır. Çalışmamızın kapsadığı alan itibariyle iki alandan alınan çalışmalardan faydalanılmıştır: Sosyal bilimler ve İşletme, yönetim ve muhasebe. Psikoloji, Çevre Bilimleri, Ekonomi, Ekonometri ve Finans gibi alanlar çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır. Sadece makaleler çalışmaya dâhil edildiğinden 862 ilgili makale taranmış, çalışmayla en çok ilgili olanlar özet halinde grafiklerde verilmiştir.

Aşağıdaki grafik çalışmaların yıllara göre dağılımını göstermektedir.



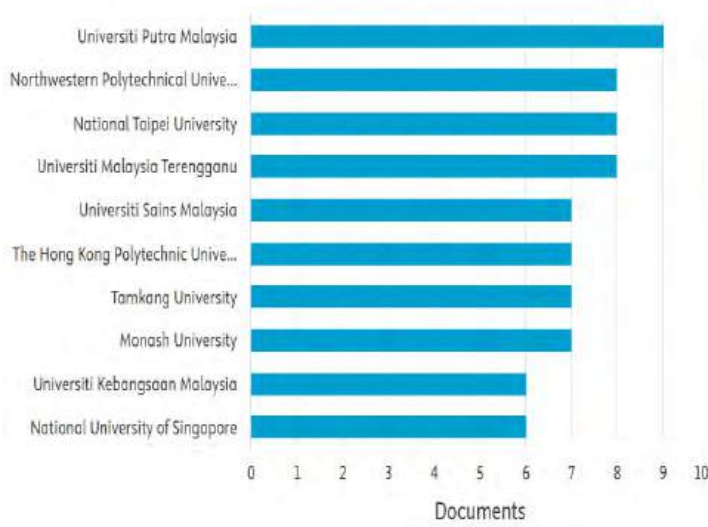
Grafik 1. Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Grafik 2, çalışmaların yazarlarına göre dağılımı göstermektedir. Buna göre, en çok çalışma Chen tarafından yapılmıştır. Çalışmamızda da Chen'in çalışmalarına yer verilmiştir.



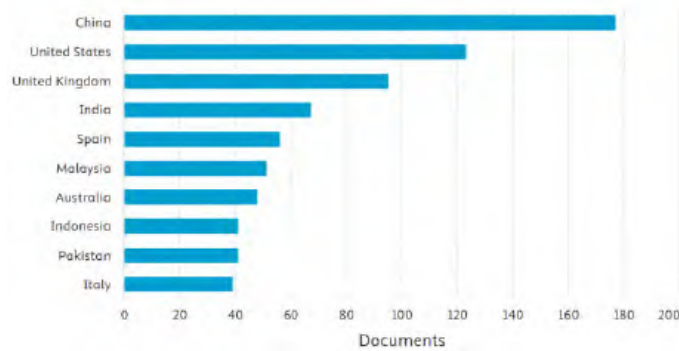
Grafik 2. Çalışmaların Yazarlara Göre Dağılımı

Grafik 3, çalışmaların yapıldıkları üniversitelere veya kurumlara göre dağılımını göstermektedir. Buna göre en çok çalışma Malezya Putra Üniversitesi'nde yapılmıştır.



Grafik 3. Çalışmaların Yapıldıkları Üniversitelere veya Kurumlara Göre Dağılımı

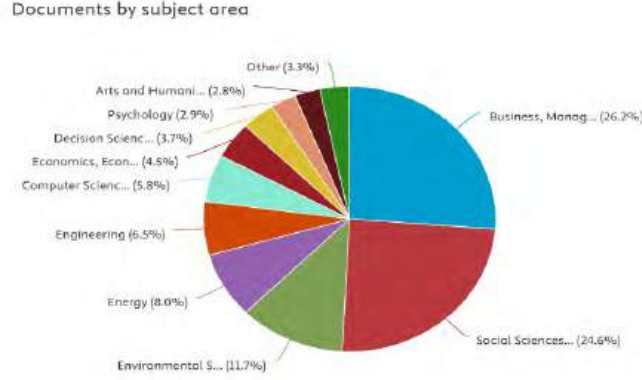
Grafik 4, çalışmaların yapıldıkları ülkelere göre dağılımını göstermektedir. Buna göre, en çok çalışma sırasıyla Çin, ABD ve Birleşik Krallık 'ta yapılmıştır.



Grafik 4. Çalışmaların Yapıldıkları Ünelere Göre Dağılımı

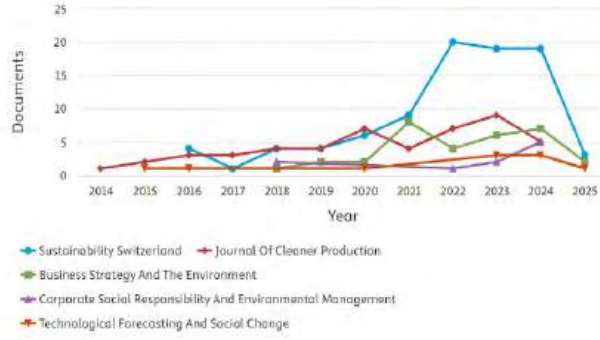
Grafik 5, çalışmaların alanlarının yüzdelere göstermektedir. Çalışmamızın kapsadığı alan itibariyle iki alandan alınan çalışmalardan faydalanılmıştır: Sosyal bilimler ve İşletme, yönetim ve muhasebe. Buna göre,

çalışmaların %26.2'si işletme, yönetim ve muhasebe, %24,6'sı sosyal bilimler alanlarına aittir. Bunun dışında kalan Psikoloji, Çevre Bilimleri, Ekonomi, Ekonometri ve Finans gibi alanlar çalışma kapsamı dışında bırakılmıştır.



Grafik 5. Çalışmaların Ait Olduğu Alanlara Göre Dağılımı

Son olarak, Grafik 6, çalışmaların yayımlandıkları dergilerin dağılımını göstermektedir. Buna göre, en fazla çalışma 2020-2025 yılları arasında Sustainability Switzerland dergisinde yayımlanmıştır.



Grafik 7. Çalışmaların Yayımlandıkları Dergilerin Dağılımı

Sonuç olarak, bütün bu kısıtlamalara uyan çalışmalar bölümlerin bitimindeki tablolarda (Tablo 1 ve Tablo 2) isimleriyle belirtilmiş, çalışma özetleri ve bulguları paylaşılmıştır.

Yeşil Farkındalık Hakkında Yapılan Çalışmalar

Son yıllarda toplumda hızla oluşan doğal çevre endişesi ve yeşil ürünlere olan talebin artması iş dünyasını başka bir gerçekliğe götürmüştür. İnovasyon ziyadesiyle önemli bir kavramken, doğayla barışık inovasyon anlayışı da giderek önem kazanmaktadır. Nitekim, halkın doğal çevre konusundaki artan endişesi, iş dünyasında da yankı bulmakta, firmaların rekabet biçimini değiştirmekte ve dolayısıyla firmalar yeşil inovasyon stratejileri oluşturma çalışmaları yapmaktadır (Wang, 2019) ve Wang'ın (2019) çalışması da göstermiştir ki, birçok imalat firması da bu bağlamda yeşil inovasyon kavramını kabul etmiştir. Buradan hareketle, yeşil inovasyon ve yeşil temel yetkinlik kavramlarına dair bir anlayış oluşturmak için önce toplumda ve iş dünyasında oluşan yeşil farkındalık olgusuna ve bu olguya dair yapılan çalışmalara bakmak gereklidir.

Wang (2019), çalışmasında bu konuda önemli bir açığı kapatmaya çalışmıştır. Çünkü kendisinin de belirttiği gibi birçok imalat firması yeşil inovasyon kavramının farkına varmış olsa da bu kavramın itici gücü ve etkisi üzerine nispeten az araştırma yapılmıştır. Dolayısıyla Wang (2019), örgütsel yeşil kültürün yeşil performansı ve rekabet avantajını nasıl etkilediğini analiz eden teorik bir modeli ampirik olarak geliştirmeyi ve test etmeyi amaçlamıştır. Bu model özellikle yeşil inovasyonun bu ilişkilere nasıl aracılık ettiğini açıklamaktadır.

Yu v.d. (2016) çalışmalarında, çevresel inovasyon stratejisinin aracılık rolünü ve pazarlama kabiliyetinin moderatör rolünü göz önünde bulundurarak çevresel baskılar (yani çevresel düzenleme ve paydaş baskıları)

ile performans arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır.

Çevresel zararı en aza indirmek için üretim faaliyetinin ekolojik etkilerinin hükümet tarafından izlenmesi ve kontrolü uygulanmaktadır. Çevresel kaygılar bu nedenle imalat firmalarının inovasyonunu etkilemektedir (Wang, 2019). Wang (2019) çalışmasında bu çevresel kaygıları dile getirmiştir.

Alamsyah ve Muhammed (2018), çalışmalarında yeşil farkındalığın gelişimini en güçlü şekilde destekleyen değişkenin yeşil reklam olduğunu, bunu yeşil girişimlerin algılanan değeri, yeşil marka imajı ve yeşil marka özelliklerinin izlediğini ortaya koymuşlardır.

Nitekim, çevre bilinci, Ogiemwonyi ve Harun'un (2021) çalışmalarında belirttikleri gibi, bir tüketicinin çevresel zorlukların farkında olma ve bunları çözmek için destek gösterme derecesidir. Çevre sorunlarının üstesinden gelmek için yeşil ürünlerin gerekli olduğuna ikna olması, tüketicuyu çevreye zarar vermeyen ürünler satın almaya motive eder. Suki'nin (2013) çalışmasına göre müşteri satın alma davranışı ile ilgili olarak yeşil farkındalık dört şey ile oluşturulabilir: tüketicilerin çevreye duyarlı kaygıları, yeşil ürün farkındalığı, fiyat farkındalığı ve marka farkındalığı Şimdi, Suki'nin (2013) ortaya koyduğu bu dört faktöre ilişkin yapılan çalışmalara bakmak gerekir.

Değişen Kaygılar

Lajevardi v.d. (2021) çalışmalarında çevreciliğin yükselişiyle, tüketicilerin yalnızca minimum etki yaratan ürünleri satın almaya daha istekli hale gelmekle kalmadığı, aynı zamanda toplumun da çevre ile daha fazla ilgilenmeye başladığı ortaya koyulmuştur.

Tüketicilerin çevresel kaygıları, genellikle biyofiziksel çevreye olan ilgi ve tüketici ve çevre ile ilgili sorunları ile ilgili olmaktadır (Suki, 2013).

Yeşil Ürün Farkındalığı

Sheldon'a (1996) göre yeşil ürün farkındalığı, bir tüketicinin ait olduğu çevrede karşılaştığı sorunlar ve sorunlarla ilgili olarak sosyal çevresine aşinalık göstermesidir.

Yeşil ürün ise, tipik olarak toksik olmayan, orijinal olarak yetiştirilen, geri dönüştürülen veya yeniden kullanılabilen, hayvanlar üzerinde test edilmeyen, çevreyi kirletmeyen ve minimum düzeyde paketlenmiş bir ürünü ifade eder ve doğal bileşenler, geri dönüştürülmüş içerik ve onaylanmış kimyasallar içerir (Ottman 1994; Pavan 2010).

Yeşil ürün, Gurau ve Ranchhod (2005) tarafından da *"zehirsiz bileşenler ve çevre dostu prosedürler kullanılarak üretilen ve tanınmış bir kuruluş tarafından bu şekilde onaylanan bir ürün"* olarak tanımlanmaktadır.

Yeşil Marka Farkındalığı

Marka, bir şirketin isim, ürün veya hizmet, ideoloji ve hizmet personeli ile müşteriler arasındaki iletişim düzeyi gibi fiziksel ve davranışsal özelliklerini ifade eder (Tiwari, 2022).

Marka imajı, tüketicinin yeşil etiketli veya görselli ürünlerin imajı üzerindeki algısı ile ilgilidir. (Markwick ve Fill 1997). Padgett ve Allen (1997) ve Cretu ve Brodie (2007), "yeşil marka imajını" "bir tüketicinin zihnindeki çevresel taahhütler ve çevresel kaygılarla bağlantılı bir marka algısı" olarak tanımladılar. Malik v.d. (2012) ise, yeşil marka imajını genellikle tüketicinin bir şirket içindeki belirli bir marka hakkındaki duygusal algısı olarak tanımladılar. Yeşil marka imajı, yeşil farkındalığı artırdığı için firmalar için önemlidir (Alamsyah, v.d., 2018); yeşil marka tercihi üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir (Mourad ve Serag Eldin Ahmed, 2012) ve yeşil marka sadakati ile olumlu ilişkilidir (Lin, v.d, 2017). Daha da önemlisi, yeşil marka imajının doğrudan yeşil satın alma davranışına bağlandığı bulunmuştur (Chen, v.d., 2018) ve yeşil rekabet avantajı elde etmeye de katkıda bulunur (Zameer, v.d., 2020).

Yeşil Fiyat Farkındalığı

Fiyat, tüketicilerin yeşil satın alma kararı verirken yansıttığı özelliktir. Tüketicilerin daha pahalıya yeşil ürünler satın alma olasılıkları daha düşüktür (Blend ve Ravenswaay, 1999; D'souza ve Taghian, 2005). D'souza ve Taghian (2005), ayrıca, sunulan tüm ürünlerin, kaliteden ödün vermeye veya bunlar için pahalı fiyatlar ödemeye gerek kalmadan çevre açısından güvenli olması gerektiğini belirtmiştir.

Küresel yeşil eğilimler, müşteriler artık çevreye daha duyarlı ve yeşil hizmetler ve ürünler için fazladan ödeme yapmaya istekli oldukları için dünya çapındaki girişimciler için yeni zorluklar ve fırsatlar yaratmaktadır (Khan vd., 2020). Tüketicilerin yeşil ürünler için ödeyeceği fiyatlar ile ana akım ürünler için ödeyeceği fiyatlara ilişkin bazı tartışmalar devam etmektedir. Bazı çelişkili bulgular, yeşil ürünler için niş bir pazar bulunmadığını ve tüketicilerin bu ürünler için daha yüksek fiyatlar ödemeyeceklerini ve pazar payında beklenen bir kazanç olmadan doğrulama prosedürlerinin ek maliyeti nedeniyle yeşil ürünlerin daha yüksek fiyatlarının kaçınılmaz olabileceğini göstermektedir (Graviria, 1995).

Ancak, tüketicilerin çevresel kaygılarının satın alma davranışlarında kendini gösterdiği ve yeşil ürünler için daha fazla ödemeye istekli olduklarını belirten tüketici iddialarının eylemleriyle eşleşmediğini hiçbir kanıt göstermemektedir (Bennett, 1992). Araştırmalarda, tüketicilerin, çevresel konulara yanıt verirken sosyal açıdan sorumlu davranışlara yönelik güçlü tutumsal tercihlerini yoğunlaştırdıkları veya satın alma niyetlerini gereğinden fazla bildirebildikleri bulunmuştur (McGougall, 1993).

Tablo 1’de şu ana kadar ele alınan terimler üzerine yapılan çalışmaların bilgileri ve bulguları verilmiştir.

Tablo 1. Yeşil Farkındalık ve Öğeleri Hakkında Yapılan Çalışmalar

	Çalışmanın Yazarı ve Yılı	Adı	İçeriği	Bulgular
1	Wang, C.-H. (2019).	How organizational green culture influences green performance and competitive advantage	Bu makalenin amacı, örgütsel yeşil kültürün, yeşil performansı ve rekabet avantajını nasıl etkilediğini analiz eden teorik bir modeli ampirik olarak geliştirmek ve test etmektir. Bu model özellikle yeşil inovasyonun bu ilişkilere nasıl aracılık ettiğini açıklamaktadır.	Bu çalışmanın bulguları, örgütsel yeşil kültürün sırasıyla yeşil performansı ve rekabet avantajını önemli ölçüde öngördüğünü göstermektedir. Ayrıca, sonuçlar hem yeşil inovasyonun örgütsel yeşil kültür ile yeşil performans arasında tamamen aracılık ettiğini hem de çevresel baskı altında yeşil kültür ve rekabet avantajı arasındaki ilişkide kısmen aracılık etkisine sahip olduğunu göstermektedir.
2	Yu v.d. (2016)	Environmental pressures and performance: An analysis of the roles of environmental innovation strategy and marketing capability	Bu çalışmanın amacı, çevresel inovasyon stratejisinin aracılık rolünü ve pazarlama kabiliyetinin moderatör rolünü göz önünde bulundurarak çevresel baskılar (yani çevresel düzenleme ve paydaş baskıları) ile performans arasındaki ilişkiyi araştırmaktır.	Sonuçlar, çevresel yenilik stratejisinin çevresel düzenleme/paydaş baskıları ile çevresel performans arasındaki ilişkiye tamamen/kısmen aracılık ettiğini ve çevresel düzenlemenin finansal performans üzerindeki etkisine kısmen aracılık ettiğini göstermektedir. Sonuçlar ayrıca pazarlama kabiliyetinin çevresel düzenleme ve çevresel inovasyon stratejisi arasındaki ilişkiyi önemli ölçüde yönettiğini göstermektedir.
3	Suki (2013)	Green Awareness Effects on Consumers' Purchasing Decision: Some Insights From Malaysia	Bu çalışma, tüketicilerin çevresel kaygılarının, yeşil ürün farkındalığının, fiyat ve marka imajının yeşil ürünlerin satın alma kararları üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır.	Birden fazla regresyon yoluyla elde edilen sonuçlar, tüketicilerin fiyat ve marka imajı konusundaki farkındalıklarının, yeşil ürünlerin satın alma kararlarını önemli ölçüde etkilediğini doğruladı. Çevreye ve marka imajına biraz önem veren bir kişi, yeşil bir ürün satın almak için daha güçlü bir tercihe sahip olacaktır. Bulgular çevresel sürdürülebilirlik için verimli bilgiler sağlayabilir.
4	Alamsyah ve Muhammed, (2018)	Antecedents of green awareness for increased Consumption of eco-friendly products	Bu çalışmada çevre dostu ürünlerin tüketiminin artırılması için müşteriler arasında yeşil bilincin geliştirilmesini destekleyen faktörler incelenmiştir.	Bulgular, yeşil farkındalığın gelişimini en güçlü şekilde destekleyen değişkenin yeşil reklam olduğunu, bunu yeşil girişimlerin algılanan değeri, yeşil marka imajı ve yeşil marka özelliklerinin izlediğini göstermiştir.

5	Ogiemwonyi ve Bin Harun (2021)	Green product awareness has the potential to promote green consumer behaviour: Evidence from Kuala Lumpur	Farkındalık, karar verirken tüketici kararını etkileyebilir ve böylece pazardaki olumlu bir görüntünün geri kazanılmasına yardımcı olabilir. Bu çalışma, farkındalığı yeşil tüketici davranışı için doğrudan bir öncül olarak gören ve tutumun bir aracı yapı olarak rolünü ele alan 262 yeşil tüketici örneğine dayanmaktadır.	Bu çalışma, olumlu yeşil davranışı iyileştirmek için kullanılacak potansiyel strateji hakkında yeni bilgiler sunmaktadır. Bu bulgular, politika yapımcıların Malezya gibi dairesel bir ekonomide yeşil davranışı teşvik etmek için stratejiler oluşturmalarına yardımcı olabilir.
6	Lajevardi v.d. (2021)	Understanding Environmental Awareness Through Green Marketing: An Empirical Study Using Q-Methodology	Bu çalışmanın amacı, yeşil pazarlama faktörleri hakkında çevre bilincini anlamak ve bu faktörlerin bir göstergesini oluşturmaktır.	Çalışmada yapılan değerlendirmeye dayanarak, altı spesifik fonksiyonel gösterge ortaya çıkmıştır. Uzmanların zihinsel kalıplarındaki değişiklikler kısmen çevresel yönelimler ve firmaların kurucuları tarafından yönlendiriliyor gibi görünmektedir.
7	Shrum v.d. (1995)	Buyer characteristics of the green consumer and their implications for advertising strategy	Bu çalışmanın amacı, belirli tüketici tutum ve inançlarının, çevreye duyarlı ürünlerin satın alınmasına olan ilgiyle ne ölçüde ilişkili olduğunu belirlemektir.	Sonuçlar, yeşil (çevresel) tüketicinin, reklam bilgileri de dâhil olmak üzere ürünler hakkında bilgi arayan bir kanaat önderi ve dikkatli bir alışverişçi olduğunu göstermiştir. Sonuçlar ayrıca yeşil tüketicinin reklam konusunda şüpheli olduğunu göstermiştir. Yeşil tüketicilerin yeşil pazarlama ve reklamcılığa açık olabileceği, ancak pazarlamacıların belirsiz veya yanıltıcı mesajlar kullanarak onları yabancılaştırmamaya özen göstermeleri gerektiği sonucuna varılmıştır.
8	Kumar ve Ghodeswar, (2015)	Factors affecting consumers' green product purchase decisions	Bu makalenin amacı, tüketicilerin Hindistan'daki yeşil ürün satın alma kararlarını etkileyen faktörleri incelemektir.	Sonuçlar, katılımcıların çevrenin korunmasını destekleme istekliliğine, çevresel sorumlulukların gerçekleştirilmesine ve yeşil ürünle ilgili bilgi arama ve yeşil ürünler hakkında bilgi edinme eğilimine sahip olduklarına tanıklık etmiştir. Çevrenin korunmasını desteklemek, çevresel sorumluluk arzusu, yeşil ürün deneyimi, şirketlerin çevre dostu olması ve sosyal çekiciliği, yeşil ürün satın alma kararlarını etkileyen önemli faktörler olarak tanımlanmıştır.

9	Tiwari (2022)	Influence of the Green brand image on the green word of mouth of millennials: A mediation study on banks.	Bu çalışma, Y jenerasyonu arasında yeşil farkındalığın göreceli önemini ve yeşil marka imajının Y jenerasyonunun ağızdan ağıza pazarlaması üzerindeki etkisini incelemektedir.	Çalışma, yapısal denklem modellemesini kullanarak bu değişkenler arasında anlamlı bir ilişki bulmuştur. Araştırma, markalaşma ve ilişki pazarlamasındaki değişkenleri açıkça inceleyen ilk araştırmadır.
10	Chen v.d. (2018)	Greenwash and green purchase behaviour: the mediation of green brand image and green brand loyalty	Bu makale, firmaların yeşil yıkamasının tüketicilerinin yeşil satın alma davranışları üzerindeki etkisini tartışmakta ve yeşil marka imajlarının arabuluculuk rollerini ve tüketicilerinin yeşil marka sadakatini araştırmaktadır. Bu çalışma, yeşil ürünler satın alma deneyimi olan Tayvanlı tüketicilere odaklanmaktadır.	Sonuçlar, firmaların yeşil yıkamasının tüketicilerinin yeşil satın alma davranışlarını olumsuz etkilediğini göstermektedir. Ayrıca bu araştırma, firmaların yeşil yıkamasının hem yeşil marka imajı hem de tüketicilerinin yeşil satın alma davranışlarını olumlu yönde etkileyecek olan tüketicilerinin yeşil marka sadakati ile olumsuz ilişkili olduğunu kanıtlamaktadır.
11	Chen (2010)	Towards green loyalty: driving from green perceived value, green satisfaction, and green trust	Bu çalışma dört orijinal kavram önermiştir – yeşil algılanan değer, yeşil memnuniyet, yeşil güven ve yeşil sadakat- ve bu kavramların arasındaki ilişkileri incelemiştir.	Sonuçlar, müşterilerin yeşil algılanan değerini, yeşil memnuniyetini ve yeşil güvenini artırmanın yeşil sadakatlerini artırabileceğini göstermiştir. Ayrıca, bu çalışma, yeşil algılanan değerın yalnızca yeşil sadakati doğrudan olumlu yönde etkilemekle kalmayıp, aynı zamanda yeşil memnuniyet ve yeşil güven yoluyla dolaylı olarak olumlu yönde etkileyebileceğini göstermiştir.
12	Kumar ve Ghodeswar (2015)	Factors affecting consumers' green product purchase decisions	Yazında Hintli tüketicilerde çevre bilinci gözlenmektedir ancak yeşil ürünlere yönelik satın alma davranışları henüz net olarak anlaşılmamıştır. Bu nedenle, bu makalenin amacı, tüketicilerin Hindistan'daki yeşil ürün satın alma kararlarını etkileyen faktörleri incelemektir.	Sonuçlar, katılımcıların çevrenin korunmasını destekleme istekliliğine, çevresel sorumlulukların gerçekleştirilmesine ve yeşil ürünle ilgili bilgi arama ve yeşil ürünler hakkında bilgi edinme eğilimine sahip olduklarına tanıklık etti. Çevrenin korunmasını desteklemek, çevresel sorumluluk arzusu, yeşil ürün deneyimi, şirketlerin çevre dostu olması ve sosyal çekiciliği, yeşil ürün satın alma kararlarını etkileyen önemli faktörler olarak tanımlanmaktadır.

13	Tiwari ve Pal (2024)	Exploring green brand equity for millennials: an SEM-ANN analysis of green brand knowledge, environmental attitude, and green brand image.	Bu çalışma, çevresel tutum (ERA) ve yeşil marka imajının (GRI) yeşil marka bilgisi (GRK) ile yeşil marka değeri (GRE) arasındaki ilişkiye aracılık etkisini analiz ederek bankacılık sektöründeki Y kuşağının satın alma davranışını incelemeyi amaçlamaktadır.	Çalışma, GRC, GRID ve Era'nın Y kuşağına ait müşteriler arasında önemli ölçüde büyüdüğünü ortaya koyuyor. ANN modeli, bağımsız ve bağımlı değişkenler arasındaki telafi edici olmayan ve doğrusal olmayan korelasyonları tanımlar. Çalışma, Geri Bildirim Yayma ANN algoritmasını ve çok katmanlı algıları kullanarak, GRK, marka imajı, çevresel tutumlar ve marka değeri üzerindeki olumlu etkileri belirlemektedir. Sonuçlar, ANN yönteminin yeşil marka değerinin% 73,6'sını tahmin edebileceğini göstermektedir.
14	Plotkina, Daria v.d. (2025)	The role of green brand image in explaining European consumers' reactions to different types of sustainable packaging	Bu makale, biyolojik olarak parçalanabilen, yeniden kullanılabilir ve geri dönüştürülebilir ambalajların yeşil marka imajı yoluyla tüketicilerin satın alma niyetleri ve ödeme isteklilikleri üzerindeki etkilerini incelemektedir. Ayrıca algılanan paket işleme çabasının ılımlı rolünü de incelemektedir.	Sonuçlar, tüketicilerin çevre dostu ambalajlı, özellikle biyolojik olarak parçalanabilen ürünleri satın almaya ve ödemeye daha istekli olduklarını göstermektedir. Yeşil marka imajı, sürdürülebilir ambalajın satın alma niyetleri ve ödeme istekliliği üzerindeki etkisine aracılık etmekte ve daha yüksek algılanan sürdürülebilir ambalaj kullanma çabası bu etkiyi artırmaktadır.

Yeşil Temel Yetkinlik

Temel yetkinlik, belirli bir şirketi diğerlerinden ayırabilen ve rakiplerine karşı bir şirketin vizyonuna ulaşmasına yardımcı olmada rol oynayabilen, taklit edilmesi zor bir yetenek, bilgi ve yeteneği ifade eder (Koçel, 2003). Chen'e (2007) göre, önerilen yeteneğin yeşil bir temel yetkinlik olarak kabul edilebilmesi için pazarların çevresel ihtiyaçlarını karşılama, müşteri yanlısı çevresel katkılar sunma ve rakipleri tarafından taklit edilmesi zor olma gibi ihtiyaçların karşılanması gerekir.

Trott (2013), çalışmasında yeşil temel yetkinliğin yeşil inovasyonu ve yeşil marka imajını etkilediğini savunmuştur. Ancak, çalışmanın sonuçları yeşil temel yetkinliğin yeşil ürün inovasyonunu etkilediğini, yeşil süreç inovasyon üzerinde yeterince etkinliği olmadığını, bununla beraber yeşil imaj üzerinde kesin bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Chen (2007) çalışmasında yeşil temel yetkinliğin yeşil inovasyon ve yeşil imaj üzerindeki etkisini incelediği çalışmasında yeni bir yeşil temel yetkinlik yapısı geliştirmiştir. Çalışmanın sonuçları, yeşil inovasyonun ve yeşil imajın oluşturulmasında yeşil temel yetkinliğin önemli bir rol oynadığı sonucuna varmıştır. İnovasyon kavram üzerine yapılan çalışmaları da ele almak gerekmektedir.

Yeşil İnovasyon

Son birkaç yılda, yeşil ürün inovasyonlarının benimsenmesi ivme kazanmıştır çünkü firmalar yeşil ürün inovasyonlarını pazarda rekabetçi kalmak için bir fırsat olarak görmektedir (Porter & Van Der Linde, 1995). Chen ve arkadaşlarına (2006) göre yeşil inovasyon, "enerji tasarrufu, kirliliğin önlenmesi, atıkların geri dönüşümü, yeşil ürün tasarımı veya kurumsal çevre marjı ile ilgili teknolojilerdeki yenilikler de dahil olmak üzere yeşil ürünler veya süreçlerle ilgili donanım veya yazılım inovasyonu" olarak tanımlanmaktadır.

Yeşil inovasyon, yeşil ürünler ve yöntemler kullanılarak çevreye yönelik olumsuz sonuçları azaltmak için gerçekleştirilen inovasyonu ifade eder (Chen, 2007). Yeşil inovasyon, doğal kaynakların kullanımını optimize ederken çevreye verilen zararı azaltmak için ürün ve hizmetlerin yaratılmasına katkıda bulunan bu tür yeniliklerdir (Dagher ve Itani, 2014; Schandl ve West, 2010). Chen'in (2007) çalışmasının ampirik sonuçları, firmaların yeşil temel yetkinliklerinin yeşil ürün inovasyon performansı, yeşil süreç inovasyon performansı ve yeşil imajları üzerinde olumlu etkileri olduğunu göstermiştir. Ayrıca sonuçlar, yeşil ürün inovasyon performansının ve yeşil süreç inovasyon performansının yeşil imajlarıyla pozitif ilişkili olduğunu göstermiştir.

Bu nedenle, bu araştırmalar, firmaların yeşil temel yetkinliklerine yapılan yatırımların ne kadar fazla olursa, yeşil ürün inovasyon performansı, yeşil süreç inovasyon performansı ve yeşil imajlarının o kadar iyi olduğunu, firmaların yeşil ürün inovasyon performansı ve yeşil süreç inovasyon performansının ise yeşil imajlarıyla pozitif ilişkili olduğunu göstermiştir. Dolayısıyla, yeşil temel yetkinliğe, yeşil ürün inovasyon performansına ve yeşil süreç inovasyon performansına yapılan yatırım işletmelere yardımcı olmaktadır (Chen, 2007). Tablo 2'de yeşil temel yetkinlik ve yeşil inovasyon üzerine yapılan çalışmalar gösterilmiştir.

Tablo 2. Yeşil Temel Yetkinlik ve Yeşil İnovasyon Üzerine Yapılan Çalışmalar

	<i>Çalışmanın Yazarı ve Yılı</i>	<i>Adı</i>	<i>İçeriği</i>	<i>Bulgular</i>
1	Chen (2007)	The Driver of Green Innovation and Green Image – Green Core Competence	Bu çalışma, yeşil inovasyon ve firmaların yeşil imajları üzerindeki olumlu etkilerini araştırmak için yeni bir yapı – yeşil temel yeterlilik – önermiştir.	Sonuçlar, firmaların yeşil temel yetkinliklerinin, yeşil inovasyon performansları ve yeşil imajları ile pozitif ilişkili olduğunu göstermiştir. Ek olarak, bu araştırma aynı zamanda iki tür yeşil inovasyon performansının, yeşil temel yetkinlikler ile firmaların yeşil imajları arasında kısmi arabuluculuk etkileri olduğunu doğrulamıştır. Bu nedenle, yeşil temel yetkinliğin geliştirilmesine yapılan yatırım, işletmelere yeşil inovasyonlarını ve yeşil imajlarını geliştirmeleri için yardımcı olmuştur.
2	Chen v.d. (2006)	The Influence of Green Innovation Performance on Corporate Advantage in Taiwan	Bu çalışmanın amacı, yeşil inovasyonun performansının rekabet avantajına olumlu etki yaratıp yaratmadığını araştırmaktır.	Bu çalışma, yeşil ürün inovasyonu ve yeşil süreç inovasyonunun performanslarının kurumsal rekabet avantajı ile pozitif ilişkili olduğunu bulmuştur. Bu nedenle sonuç, yeşil ürün inovasyonuna ve yeşil süreç inovasyonuna yapılan yatırımın işletmeler için faydalı olduğu anlamına gelmektedir. Bu çalışma, işletmelerin yeşil inovasyonun doğru değerini ve konumlandırmasını bilmeleri gerektiğini savunmuştur.
3	Chang (2011)	The Influence of Corporate Environmental Ethics on Competitive Advantage: The Mediation Role of Green Innovation	Bu çalışma, kurumsal çevre etiğinin Tayvan imalat endüstrisindeki rekabet avantajı üzerindeki olumlu etkisini arabulucu: yeşil inovasyon performansı aracılığıyla araştırmak için yapısal denklem modellemesini (SEM) kullanmaktadır. Bu çalışmanın içeriğinde, yeşil inovasyon iki başlık altında ele alınmıştır: ürün ve süreç.	Elde edilen ampirik bulgular, kurumsal çevre etiği ve yeşil ürün inovasyonu ve yeşil süreç inovasyonu arasında olumlu bir ilişki olduğunu göstermiştir. Buna ek olarak, yeşil ürün inovasyonunun aracı olarak kurumsal çevre etiği ve rekabet avantajı arasında pozitif bir ilişkiye neden olduğu görülmüştür. Bununla beraber yeşil süreç inovasyonunun aracılık rolünün olmadığı ortaya çıkmıştır.
4	Trott (2013)	The impact of green core competencies on Green Image	Makalenin temel amacı, Hindistan'daki otomobil	Çalışma, elde ettiği ampirik sonuçlarla, yeşil temel yetkinliğin yeşil ürün inovasyonunu etkilediğini, ancak süreç inovasyonunu etkilemediğini

		and green innovation-an Indian perspective	endüstrisi ile ilgili olarak yeşil temel yetkinliklerin yeşil inovasyon ve yeşil imaj üzerindeki etkisini incelemektir.	ortaya çıkarmıştır. Bununla birlikte, yeşil temel yetkinliğin yeşil imajı çok etkili bir şekilde etkilediği sonucuna varılmıştır.
5	Porter ve van der Linde (1995)	Green and competitive: Ending the stalemate	Makalenin amacı yazarların şu görüş üzerine bir öneri sunmalarıdır: Altta yatan bir mantık, çevreyi, kaynak verimliliğini, yeniliği ve rekabet gücünü birbirine bağlar. Yazarlar, bu konu hakkındaki görüşlerini ortaya koymuşlardır ve çalışma yeşil inovasyon üzerine yapılan ilk çalışmalardan birisidir.	Bu çalışma çevreyi korumak için düzenlemeye duyulan ihtiyacın yaygınlaştığını ancak isteksizce kabul gördüğünü vurgulamaktadır: herkes yaşanabilir bir gezegen istediği için bu ihtiyaç yaygın ancak, çevresel düzenlemelerin rekabet gücünü aşındırdığına dair süregelen inançtan dolayı da isteksizce kabul görüyor. Hâkim görüş, içsel ve sabit bir uzlaşmanın olduğudur: ekonomiye karşı ekoloji. Uzlaşmanın bir tarafında, katı çevre standartlarından kaynaklanan sosyal faydalar var. Öte yandan, önleme ve temizlik için endüstrinin özel maliyetleri – daha yüksek fiyatlara ve rekabet gücünün azalmasına yol açan maliyetler olarak gösterilmektedir. Bu şekilde çerçevelenen argümanla, çevre kalitesi konusundaki ilerlemenin bir tür bilek güreşi maçı haline geldiği vurgulanmaktadır.
6	Amores-Salvado v.d. (2015)	The importance of the complementarity between environmental management systems and Environmental Innovation Capabilities: A firm level approach to environmental and Business Performance Benefits.	Bu çalışma, çevre yönetim sistemleri ile çevresel inovasyon yetenekleri arasındaki mevcut tamamlayıcılığı ve bu ilişkinin firma performansı üzerindeki etkisini analiz etmektedir.	Sonuçlar, çevre yönetim sistemlerinin çevresel ürün inovasyonu ile firma pazar performansı arasındaki ilişkiyi olumlu yönde yönettiğini göstermektedir. Önerilen teorik model, 100 veya daha fazla çalışanı olan İspanyol metal üretim ve dönüşüm endüstrisine (en kirleticilerden biri) ait 157 firmadan oluşan bir örnek üzerinde test edilmiştir.
7	Ghisetti ve Rennings (2014)	Environmental innovations and profitability: how does it pay to be green? An empirical analysis on the German innovation survey	Çevresel yenilik ve rekabet gücü arasındaki ilişkiyi analiz eden ampirik literatürün çoğu, “yeşil olmanın karşılığını verip vermediği” sorusuna odaklanmıştır. O yüzden bu çalışma, olumsuz dışsallıkları azaltmayı amaçlayanlarla	Çalışmada hem Çevresel İnovasyonun tipolojisinin hem de bunların benimsenmesinin itici gücünün rekabet gücü ile çevresel performans arasındaki ilişkinin işaretini etkilediğine dair ampirik kanıtlar bulunmuştur. Çıktı birimi başına enerji veya malzeme kullanımında azalmaya yol açan yenilikler, firmaların rekabet gücünü olumlu yönde etkiler. Aksine, yenilikleri azaltan dışsallık firmaların rekabet gücünü engellemektedir.

			verimlilik artışlarına ve maliyet tasarrufuna izin verenlerde çözülecek farklı çevresel yenilik türleri arasında ayırım yapmaktadır.	
8	Soewarno, v.d. (2019)	Green innovation strategy and green innovation The roles of green organizational identity and environmental organizational legitimacy Green innovation strategy and green innovation The roles of green organizational identity and environmental organizational legitimacy Green innovation strategy and green innovation The roles of green organizational identity and environmental organizational legitimacy	Bu çalışmanın amacı, yeşil inovasyon stratejisinin yeşil inovasyon üzerinde olumlu bir etkisi olup olmadığını araştırmaktır. Ayrıca, bu çalışma hem yeşil örgütsel kimliğin hem de çevresel örgütsel meşruiyetin yeşil inovasyon stratejisi ile yeşil inovasyon arasındaki ilişkiye aracılık edip etmediğini araştırmaktadır.	Ampirik sonuçlar, yeşil inovasyon stratejisinin yeşil inovasyonu olumlu etkilediğini göstermektedir. Bu çalışma aynı zamanda yeşil inovasyon stratejisinin, gelişmekte olan bir ülke olarak Endonezya'daki imalat şirketlerinde yeşil örgütsel kimlik ve çevresel örgütsel meşruiyet yoluyla dolaylı olarak yeşil inovasyonu olumlu etkilediğini göstermektedir. Bu çalışma, firmaların yeşil inovasyon stratejisi geliştirmeleri gerektiğini ve çevresel örgütsel meşruiyet elde etmek için yeşil örgütsel kimlik olarak yansıtılması gerektiğini ve ardından firmaların daha iyi bir yeşil inovasyon performansı elde edeceğini göstermektedir.
9	Song ve Yu (2017)	Green Innovation Strategy and Green Innovation: The Roles of Green Creativity and Green Organizational Identity	Modern şirketler birçok çevresel zorluk ve baskıyla karşı karşıyadır. Firmaların yöneticileri, yeşil inovasyonun sürdürülebilir kalkınmada önemli bir faktör olduğunu ve	Sonuçlar, yeşil inovasyon stratejisinin hem yeşil örgütsel kimliği hem de yeşil yaratıcılığı olumlu etkilediğini gösterdi. Yeşil örgütsel kimlik ile yeşil yaratıcılık arasında olumlu ilişkiler bulunur ve yeşil yaratıcılık yeşil yeniliği olumlu etkiler. Ayrıca, yeşil örgütsel kimliğin, yeşil inovasyon stratejisi ile yeşil yaratıcılık arasındaki ilişkiye kısmen aracılık ettiğini görüyoruz. Ayrıca, yeşil örgütsel kimliğin yeşil inovasyon stratejisi ile

			rekabet avantajı sunabileceğini fark etmişlerdir. Bu çalışma, yeşil inovasyon stratejisini anlamak için teorik bir çerçeve oluşturmak üzere örgütsel kimlik ve örgütsel yaratıcılık teorisini kullanmaktadır.	yeşil inovasyon arasındaki ilişkiye tam olarak aracılık ettiğini görüyoruz; bu, yeşil inovasyon stratejisinin yeşil inovasyonu doğrudan etkilemediği, ancak dolaylı olarak bu tür inovasyonu yeşil organizasyonel kimlik yoluyla teşvik ettiği anlamına geliyor.
10	Raheem Ahmed, v.d. (2023)	The role of green innovation on environmental and organizational performance: Moderation of human resource practices and management commitment	Yeşil inovasyon, çevresel ve organizasyonel performans için vazgeçilmez ve yakıcı bir konudur. Bu nedenle bu araştırma, yeşil inovasyonun örgütsel performansa yol açan çevresel performans üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Diğer bir amaç, yeşil süreç ve yeşil ürün önlemleri gibi yeşil inovasyonun iki boyutunun yeşil inovasyon üzerindeki etkisini ölçmektir. Bu araştırmanın ikinci temel amacı, yeşil inovasyon ile organizasyonel ve çevresel performans arasındaki bir ilişki içinde yönetim taahhüdü ve insan kaynakları uygulamalarının ölçülmesini değerlendirmektir.	Araştırma bulguları, ürün ve süreç inovasyonunun yeşil inovasyon üzerinde olumlu ve önemli bir etkisini ortaya koymaktadır. Ayrıca, yeşil inovasyonun çevresel ve organizasyonel performansı önemli ölçüde etkilediği ortaya çıkmıştır. İnsan kaynakları uygulamalarının ve yeşil inovasyonun iki yönlü etkileşimi (ılımlılığı), organizasyonel ve çevresel performans üzerinde ikna edici bir ılımlı etkiye sahip değildir. Bununla birlikte, yönetim taahhüdünün yeşil inovasyon ve organizasyonel performans arasında önemli bir ılımlılığı vardır.
11	Fan, Qiuyan v.d. (2023)	Role of organizational and environmental factors in firm green innovation and sustainable development:	Paydaş teorisinin merceğini kullanan bu çalışma, firmaların yeşil inovasyon ve sürdürülebilir kalkınma faaliyetlerinde çevresel	Örgütsel ve çevresel faktörlerin firmaların yeşil inovasyon ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmalarına önemli ölçüde yardımcı olduğu bulunmuştur. Dahası, bilgiyi özümsemeye yönelik örgütsel kapasite, ana hipotezler arasındaki ilişkiyi güçlendirdiği

		Moderating role of knowledge absorptive capacity	ve örgütsel faktörlerin rolünü araştırmaya odaklanmaktadır.	görülmüştür. Çevresel ve örgütsel faktörleri firma performansının itici güçleri olarak gören bu çalışma, KAC'yi (Knowledge absorptive capacity-bilgi emme kapasitesi) akut bir sınır koşulu olarak entegre ederek onları yeşil inovasyon ve sürdürülebilir kalkınma faaliyetleriyle ilişkilendirmektedir. Bulgular, incelenen değişkenlerden yararlanarak Birleşmiş Milletler'in sürdürülebilir kalkınma hedeflerine uymaları için sanayicilere ve paydaşlara pratik çıkarımlar sağlamaktadır.
12	Setyaningrum ve Wulandari (2024)	The Influence of Green Human Resource Management, Green Product Development in the Mediation of Green Innovation Strategy on Innovation Performance	Bu çalışma, yeşil insan kaynakları yönetiminin inovasyon performansı üzerindeki rolünü, yeşil ürün geliştirmenin inovasyon performansı üzerindeki rolünü ve yeşil insan kaynakları yönetiminin inovasyon performansı üzerindeki arabuluculuğu olarak yeşil inovasyon stratejisinin rolünü ampirik olarak test etmeyi ve analiz etmeyi amaçlamaktadır.	Bu çalışma, yeşil insan kaynakları yönetiminin inovasyon performansı üzerinde hiçbir etkisi olmadığını, ancak yeşil insan kaynaklarının yeşil inovasyon stratejisi yoluyla inovasyon performansı üzerinde bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca bulgulara göre, yeşil ürün geliştirme, inovasyon performansı üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir ve yeşil ürün geliştirme, yeşil inovasyon stratejisinin aracılık ettiği inovasyon performansı üzerinde dolaylı bir etkiye sahiptir.
13	Liu ve Chen (2024)	Executives' green cognition and corporate green innovation: evidence from China	Bilişsel ve üst kademe teorilerine dayanan bu çalışma, yöneticilerin yeşili kavrama yetisinin, 2007'den 2021'e kadar Çinli A hisseli borsada işlem gören şirketler hakkındaki panel verilerini kullanarak kurumsal yeşil inovasyon üzerindeki etkisini araştırmıştır.	Bulgular, yeşil bilince sahip yöneticileri olan şirketlerin, bu tür bir bilince sahip olmayan şirketlere kıyasla yeşil inovasyonda minimum%12,5 artış gösterdiğini ortaya koymuştur. Mekanizma analizi, yöneticilerin yeşil bilincinin, yönetsel miyopluğu hafifleterek ve yeşil yatırımcıları çekerek yeşil inovasyonu desteklediğini öne sürmüştür. Heterojen etki analizi, ağırlıklı olarak ağır kirletmeyen endüstriler ve daha düşük çevresel düzenleme yoğunluğuna sahip bölgeler arasında olumlu bir etkinin gözlemlendiğini göstermiştir. Bu çalışma, yöneticilerin yeşil psikolojik bilincinin olumlu rolünü belirleyerek, kurumsal yeşil inovasyon düzeyini artırmak ve kurumsal kalite yönetiminin inşasını teşvik etmek için yönetici seçiminde psikolojik bilişsel faktörlerin dâhil edilmesine ilişkin iç görüler sağlamıştır.

14	Perotti Francesco Antonio v.d. (2024)	Bridging Innovation Management and Circular Economy: An Empirical Assessment of Green Innovation and Open Innovation	Bu araştırma, açık inovasyon stratejilerinin benimsenmesini gözlemlemenin yanı sıra, ekonomik organizasyonlarda yeşil inovasyon ve CE (circular economy-döngüsel ekonomi) arasındaki bağlantıyı ele almaktadır. Yeni uygulamaları, teknolojileri veya ürünleri benimseyerek bir öğrenme süreci olarak anlaşılan yeşil inovasyon, etkili ilişkileri tipik olarak göz ardı edilmiş veya varsayılmış olsa da CE uygulamasıyla ilişkilendirilmiştir.	Bulgular, yeşil ürün ve süreç inovasyonunun, şirketlerin özellikle açık inovasyon mekanizmalarına güvenirken CE uygulamalarını uygulamak için gerekli kaynakları elde etmelerini sağladığını göstermektedir. Sonuç olarak, bu çalışma, bu inovasyon stratejilerinin sinerjik olarak benimsendiğini göstermiş ve yenilenebilir iddialara dayalı yeni görüşler sunmuştur. Firmanın kaynağa dayalı görüşüne dayanarak, CE uygulamasını kolaylaştıran kritik kaynaklar ve bilgi edinmeye yönelik stratejik bir yaklaşım olarak çevre bilincinin ve paydaşların inovasyon süreçlerine katılımının önemini kanıtlamıştır. Buna göre makale, CE geçişine yönelik ilk adımlarını atmak için inovasyon yönetiminden nasıl yararlanılacağına altını çizerek yönetsel rakamlar için pratik öneriler sunmaktadır.
15	Liu, Feng v.d. (2023)	Mapping green innovation with machine learning: Evidence from China	Ekonomik faaliyetlerin çevresel etkilerini ortadan kaldırmak için yeşil inovasyona ulaşmak, endüstrilerdeki firmalar için önemli bir görev olmuştur. Bu çalışma, bir yeşil inovasyon belirleyicileri modeli geliştirmek ve firma özelliklerinin, icra kurulu başkanı (CEO-Chief Executive Officer) özelliklerinin, çevresel eylemlerin, çevresel açıklamaların ve endüstri özelliklerinin kurumsal yeşil inovasyonu nasıl etkilediğini araştırmak için kaynağa dayalı görüş (RBV-Resource Based View) ve üst kademeler teorisini	Sonuçlar, çevresel, sosyal ve yönetim (ESG) derecelendirmesinin yeşil inovasyon için en önemli belirleyici olduğunu, bunu uluslararasılaşma, CEO ücreti, firma satışları, sektör büyüklüğü, araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) yoğunluğu ve CEO eğitiminin izlediğini göstermektedir. Genel olarak, bulgular yeşil inovasyonun itici güçlerinin daha geniş bir şekilde anlaşılmasına katkıda bulunmakta ve yöneticilerin ve politika yapıcıların sürdürülebilir kalkınmayı iyileştirmeleri için kritik sonuçlar sunmaktadır.

			(UET-Upper Echelons Theory) kullanmaktadır.	
16	Yang, Licheng v.d. (2023)	Green signals: The impact of environmental protection support policies on firms' green innovation	Firmaların yeşil inovasyonunu teşvik etmede hükümetin çevresel mali teşviklerinin önemi uzun zamandır kabul edilmektedir. Bununla birlikte, araştırmacılar, pahalı yeşil inovasyonu teşvik etmek için az miktarda finansal teşviklerin nasıl kullanılabileceğini henüz tam olarak belirlememişlerdir. Doğrudan etkilerin araştırılmasına dayanan önceki çalışmaların aksine, bu çalışma sinyal teorisi kullanılarak yeni bir bakış açısı sunmaktadır.	Sonuçlar, EPSP (environmental protection support policy- çevre koruma destek politikası) finansmanının, firmaların yeşil inovasyon için dış kaynaklar edinmelerine yardımcı olan yeşil bir sinyal olarak hizmet edebileceğini göstermektedir. Bu çalışmanın sonuçları, devlet mali teşviklerinin firmaların yeşil inovasyonunda oynadığı rol hakkındaki anlayışımızı geliştirmekte ve politika yapıcılarını etkili çevre politikalarının nasıl formüle edileceği konusunda bilgilendirmektedir.
17	Derya Özilhan Özbey, v.d. (2024)	Green Core Competencies, Green Process Innovation, and Firm Performance: The Moderating Role of Sustainability Consciousness, a Mixed Method Study on Golf Hotels	Bu makalenin temel amacı, yeşil temel yetkinliklerin, yeşil süreç inovasyonunun ve firma performans değişkenlerinin birbirleri üzerindeki etkilerini belirlemek ve sürdürülebilirlik bilincinin bu etkiler üzerindeki ılımlı rolünü incelemektir.	Araştırma sonuçları, yeşil temel yetkinliklerin yeşil süreç inovasyonunu olumlu yönde etkilediğini ve yeşil süreç inovasyonunun firma performansını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Ayrıca sürdürülebilirlik bilincinin tutumsal ve davranışsal boyutlarının, yeşil süreç inovasyonunun firma performansı üzerindeki etkisine olan ılımlı etkisi desteklenirken, sürdürülebilirlik bilincinin ılımlı etkisi desteklenmemektedir.
18	Ashraf v.d. (2024)	Green horizons: Unleashing green innovation through green business strategies and competencies	Çalışma, yeşil iş stratejilerinin ve yetkinliklerinin imalat firması performansı için yeşil inovasyonu nasıl geliştirdiğini incelemektedir.	Sonuçlar, bu faktörler arasındaki karmaşık ilişkileri ortaya çıkararak, değer yaratma ve özümseme yeteneğinin yeşil stratejiler ve yetenekler aracılığıyla nasıl yenilik ve iş performansı yarattığını göstermektedir. Ayrıca, yeşil değerlerin birlikte yaratılması, bir firmanın yeşil inovasyonunu geliştirir ve firma performansına ulaşılmasına yardımcı olur. Bu çalışma, sürdürülebilir üretim teknikleri hakkındaki bilgi birikimine katkıda bulunmakta ve firmaların çevreye duyarlı bir

				toplumda başarılı olmalarına yardımcı olmaktadır.
19	Sabando-Vera v.d. (2025)	Growing a greener future: A bibliometric analysis of green innovation in SMEs	Yeşil inovasyon (GI), özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler) arasında çevrenin korunmasına, yaşam kalitesine, çevre dostu ürünlere ve ekonomik sonuçlara verdiği önem nedeniyle akademi, toplum ve iş dünyasına artan ilgi çekmiştir. Sonuç olarak, geniş literatür göz önüne alındığında, Kobi'lerdeki gi'nin kavramsal yapılarını Scopus ve Web of Science veritabanlarını kullanarak VOSviewer ve R yazılımı ile performans ve bibliyometrik haritalama yoluyla değerlendirmek için bibliyometrik bir analizi sunulmaktadır.	Sonuçlar, 1373 yazar, 218 dergi ve 63 ülke tarafından geliştirilen 496 makale ile bu konunun giderek büyüyen bir araştırma alanı olduğunu göstermektedir. Yapı, ana araştırma konularının sürdürülebilir iş geliştirme, yeşil iş dönüşümü, sürdürülebilir iş inovasyonu ve performansı, sürdürülebilir üretim, engeller, itici güçler ve sonuçlar, eko-inovasyon ve sürdürülebilirlik ve inovasyon ve bilgi yönetimi ile ilgili olduğunu göstermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yeşil farkındalık, yeşil temel yetkinlik ve yeşil inovasyon bağlamında yapılan çalışmaların incelenmesi ve kavramların, bu çalışmalar aracılığıyla açıklanmaya çalışılmasıyla bu yönde yazında pek çok yönlü çalışma olduğu görülmüştür. Bu çalışma için sadece önde gelen, saygın indekslerde (SCOPUS) taranan dergilerden alınan çalışmalar derlenmiştir. Dolayısıyla, bu çalışmaların sonuçlarının güvenilir olduğuna kanaat getirilmiştir.

Çalışmanın ilk kısmında yeşil farkındalık kavramı ele alınmış, yeşil farkındalık ve yeşil farkındalığı oluşturan faktörler hakkında yapılan çalışmalara yer verilmiştir ve ilk tabloda çalışmaların özeti sunulmuştur. Çalışmanın ikinci kısmında yeşil temel yetkinlik ve üçüncü kısmında yeşil inovasyon kavramı ele alınmış, ikinci tabloda yazında bu iki kavram hakkında yapılan çalışmalar sunulmuştur.

Çalışmaların sonuçları, yöneticilerin kuruluşlarının yeşil kimlik duygusunu geliştirmeye ve yeşil yaratıcılığı teşvik etmeye çalışmaları gerektiğini göstermektedir, çünkü bu, firmalarının sürdürülebilir kalkınma yeteneğini artıracaktır.

Yine araştırma sonuçları, uygulayıcıların ve politika yapıcıların örgütsel ve çevresel performanslarını artırmak için kuruluşlarındaki yeşil inovasyon uygulamalarını kurumsallaştırmaları gerektiğine önemli ölçüde katkıda bulunmakta ve önermekte olduklarını ortaya koymuştur. Çalışma bulguları ayrıca, yönetimin yeşil inovasyona olan bağlılığının, yeşil uygulamaları benimsemeye yönelik organizasyon düzeyinde dönüşümleri savunduğunu göstermektedir.

Çalışmanın sınırlandırıldığı son 25 yıla bakıldığında, “yeşil” kavramının iş dünyasında ve literatüründe gittikçe daha önem kazandığı ve bu çalışmada da ele alınan kavramlar üzerinden araştırmalar yapıldığı görülmektedir. Üzerinde en çok çalışma yapılan ve yapılmaya da devam edilen kavram “yeşil inovasyon” olarak görülmektedir ve bu kavram üzerinden farklı etkenlerle ilişkisi ya da farklı etkenler üzerindeki etkileri araştırılmaktadır. Ayrıca çalışmada 2000-2025 dönemi baz alınmış olmasına ve henüz 2025 döneminin çok başında olmamıza rağmen 2025 dönemi için kabul edilen yayın sayısının 50’ye yakın olması konunun güncelliği ve önemi açısından dikkat çekicidir. Anlaşılmaktadır ki, bu konuda gelecek yıllarda daha çok çalışmalar yapılacaktır.

Bu bağlamda, bu üç kavram arasındaki bağın önemini bu konuda yapılan çalışmalarla anlatmaya çalışırken, Türkçe yazında bu konuda büyük bir eksiklik olduğu da görüldüğü için bu kavramları yazına tanıtarak, yapılacak ampirik çalışmalara öncü olmak amaçlanmıştır.

Türkçe yazına iş dünyasının geleceğini oluşturacak çalışmalar kazandırmak açısından bu kavramların anlaşılması ve özümsemesi gerekmektedir. Bu yüzden de bu çalışmanın yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. İleriki dönemlerde bu çalışmanın ampirik bir uzantısının yazar tarafından yapılması da amaçlanmaktadır.

REFERANSLAR

- Alamsyah, D. P., ve Muhammed, H. A. A. (2018). Antecedents of Green Awareness for Increased Consumption of Eco-Friendly Products. *ASEAN Marketing Journal*, 10(2), 109–126.
- Alamsyah, D. P., Suhartini, T., Rahayu, Y., Setyawati, I., ve Hariyanto, O. I. (2018). Green advertising, Green brand image and Green Awareness for environmental products. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 434, 012160. <https://doi.org/10.1088/1757-899x/434/1/012160>
- Amores-Savadó, J., Martín-de Castro, G., ve Navas-López, J. E. (2015). The importance of the complementarity between environmental management systems and Environmental Innovation Capabilities: A firm level approach to environmental and Business Performance Benefits. *Technological Forecasting and Social Change*, 96, 288–297. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.04.004>
- Arslan, İ. K. (2019). Green Core Competence as a Sustainable Competitive Advantage in Production and Marketing. *Journal of Economic & Management Perspectives*, 13(3), 5–15.

- Ashraf, S. F., Li, C., Wattoo, M. U., Murad, M., & Mahmood, B. (2024). Green horizons: Unleashing green innovation through green business strategies and competencies. *Business Strategy and the Environment*, 33(5), 4233–4251. <https://doi.org/10.1002/bse.3696>
- Ayyıldız, H., ve Genç, K. Y. (2008). Çevreye Duyarlı Pazarlama: Üniversite Öğrencilerinin Çevreye Duyarlı Pazarlama Uygulamaları İle İlgili Tutum Ve Davranışları Üzerine Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2).
- Barr, S., ve Gilg, A. (2006). Sustainable lifestyles: Framing environmental action in and around the home. *Geoforum*, 37(6), 906–920. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2006.05.002>
- Bennett, S. (1992). Green commitment: fading out? *Progressive Grocer*, 71(12), 4–7.
- Berger, I. (1993). The relationship between environmental attitudes and behaviour. *Canadian Journal of Marketing Research*, 12, 36–43.
- Blend, J. R., ve Ravenswaay, E. O. (1999). Measuring consumer demand for ecolabeled apples. *American Journal of Agricultural Economics*, 81(5), 1072–1077. <https://doi.org/10.2307/1244086>
- Chang, N. J., ve Fong, C. M. (2010). Green product quality, green corporate image, green customer satisfaction, and green customer loyalty. *African Journal of Business Management*, 4(13), 2836–2844.
- Chang, C.-H. (2011). The influence of corporate environmental ethics on competitive advantage: The mediation role of Green Innovation. *Journal of Business Ethics*, 104(3), 361–370. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0914-x>
- Chen, Y.-S., Lai, S.-B., & Wen, C.-T. (2006). The influence of Green Innovation performance on corporate advantage in Taiwan. *Journal of Business Ethics*, 67(4), 331–339. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9025-5>
- Chen, Y.-S. (2007). The driver of Green Innovation and green image – green core competence. *Journal of Business Ethics*, 81(3), 531–543. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9522-1>
- Chen, Y.-S. (2009). The drivers of Green Brand Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust. *Journal of Business Ethics*, 93(2), 307–319. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0223-9>
- Chen, Y.-S. (2010). Towards green loyalty: Driving from green perceived value, green satisfaction, and Green Trust. *Sustainable Development*, 21(5), 294–308. <https://doi.org/10.1002/sd.500>
- Chen, Y.-S., Huang, A.-F., Wang, T.-Y., ve Chen, Y.-R. (2018). Greenwash and green purchase behaviour: The mediation of Green Brand Image and Green Brand Loyalty. *Total Quality Management & Business Excellence*, 31(1-2), 194–209. <https://doi.org/10.1080/14783363.2018.1426450>
- Cretu, A. E., ve Brodie, R. J. (2007). The influence of Brand Image and Company reputation where manufacturers market to small firms: A customer value perspective. *Industrial Marketing Management*, 36(2), 230–240. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2005.08.013>
- Delmas, M. A., ve Toffel, M. W. (2008). Organizational responses to environmental demands: Opening the Black Box. *Strategic Management Journal*, 29(10), 1027–1055.
- Derya Ozilhan Ozbey, Gul Coskun Degirmen, Osman Nurullah Berk, Emine Sardagi, Emel Celep, Koc, D., & Ebru Gozen. (2024). Green Core Competencies, Green Process Innovation, and Firm Performance: The Moderating Role of Sustainability Consciousness, a Mixed Method Study on Golf Hotels. *Sustainability*, 16(10), 4181–4181. <https://doi.org/10.3390/su16104181>
- D’Souza, C., ve Taghian, M. (2005). Green advertising effects on attitude and choice of advertising themes. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 17(3), 51–66. <https://doi.org/10.1108/13555850510672386>
- Esty, D. C., ve Winston, A. S. (2007). *Green to gold*. New Zealand Genetics.
- Fan, Q., Abbas, J., Zhong, Y., Pawar, P. S., Adam, N. A., & Alarifi, G. (2023). Role of organizational and environmental factors in firm green innovation and sustainable development: Moderating role of knowledge absorptive capacity. *Journal of Cleaner Production*, 411, 137262–137272.

<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.137262>

- Ghisetti, C., ve Rennings, K. (2014). Environmental innovations and profitability: How does it pay to be green? an empirical analysis on the German Innovation Survey. *Journal of Cleaner Production*, 75, 106–117. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.03.097>
- Glegg, G. (2005). *Barriers to Green Buying: Household Chemicals. A Report for the Clean Water Initiative*. Plymouth: Marine and Coastal Policy Research Group, University of Plymouth.
- Graviria, D. (1995). Introducing the ecolabelling concept: experience of Colombia. *International Trade Forum*, 395, 8–11.
- Gurău, C., ve Ranchhod, A. (2005). International Green Marketing. *International Marketing Review*, 22(5), 547–561. <https://doi.org/10.1108/02651330510624381>
- Gursoy, D., ve McCleary, K. W. (2004). An integrative model of tourists' information search behavior. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 353–373. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.12.004>
- Ha, M.-T. (2021). Optimizing Green Brand Equity: The Integrated Branding and Behavioral Perspectives. *SAGE Open*, 11(3), 215824402110360. <https://doi.org/10.1177/21582440211036087>
- Henion, K. E. (1972). The effect of ecologically relevant information on detergent sales. *Journal of Marketing Research*, 9(1), 10. <https://doi.org/10.2307/3149598>
- Hoffmann, E. (2007). Consumer Integration in Sustainable Product Development. *Business Strategy and the Environment*, 16(5), 322–338. <https://doi.org/10.1002/bse.577>
- Khan, E. A., Royhan, P., Rahman, M. A., Rahman, M. M., & Mostafa, A. (2019). The impact of enviropreneurial orientation on small firms' Business Performance: The Mediation of Green Marketing Mix and eco-labeling strategies. *Sustainability*, 12(1), 221. <https://doi.org/10.3390/su12010221>
- Koçel, T. (2007). *Corporate Management* (11th ed.). Arıkan Press.
- Kumar, P., ve Ghodeswar, B. M. (2015). Factors affecting consumers' green product purchase decisions. *Marketing Intelligence & Planning*, 33(3), 330–347. <https://doi.org/10.1108/mip-03-2014-0068>
- Lajaverdi, S., Bakhtiarty, M. J., ve Hesari, B. (2021). Understanding Environmental Awareness Through Green Marketing: An Empirical Study Using Q-Methodology. *Iranian Journal of Management Studies*, 14(3), 609–628.
- Leonidou, L. C., Fotiadis, T. A., Christodoulides, P., Spyropoulou, S., ve Katsikeas, C. S. (2015). Environmentally Friendly Export Business Strategy: Its determinants and effects on competitive advantage and performance. *International Business Review*, 24(5), 798–811. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2015.02.001>
- Liu, F., Wang, R., & Fang, M. (2024). Mapping green innovation with machine learning: Evidence from China. *Technological Forecasting & Social Change*, 200, 123107–123107. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123107>
- Liu, Y., & Chen, Y. (2024). Executives' green cognition and corporate green innovation: evidence from China. *Total Quality Management & Business Excellence*, 35(9-10), 1054–1075. <https://doi.org/10.1080/14783363.2024.2352577>
- Luchs, M. G., Naylor, R. W., Irwin, J. R., ve Raghunathan, R. (2010). The sustainability liability: Potential negative effects of ethicality on product preference. *Journal of Marketing*, 74(5), 18–31. <https://doi.org/10.1509/jmkg.74.5.18>
- Markwick, N., ve Fill, C. (1997). Towards a framework for managing corporate identity. *European Journal of Marketing*, 31(5), 396–409. <https://doi.org/10.1108/03090569710167619>
- McGougall, G. (1993). The green movement in Canada: implications for marketing strategy. *Journal of International Consumer Marketing*, 5(3), 69–87.

- Mourad, M., ve Serag Eldin Ahmed, Y. (2012). Perception of green brand in an emerging innovative market. *European Journal of Innovation Management*, 15(4), 514–537. <https://doi.org/10.1108/14601061211272402>
- Murphy, P. E., Kangun, N., ve Locander, W. B. (1978). Environmentally concerned consumers-racial variations. *Journal of Marketing*, 42(4), 61. <https://doi.org/10.2307/1250087>
- Ogiemwonyi, O., ve Harun, A. B. (2021). Green product awareness has the potential to promote green consumer behaviour: Evidence from Kuala-Lumpur. *Israel Journal of Ecology and Evolution*, 67(1-2), 39–50. <https://doi.org/10.1163/22244662-bja10010>
- Ottman, J. A. (1994). *Green Marketing: Challenges & Opportunities for the new marketing age*. NTC Business Books.
- Ottman, J. A. (2001). *Green Marketing: Opportunity for Innovation*. NTC Business Books.
- Padel, S., ve Foster, C. (2005). Exploring the gap between attitudes and behaviour. *British Food Journal*, 107(8), 606–625. <https://doi.org/10.1108/00070700510611002>
- Padgett, D., ve Allen, D. (1997). Communicating experiences: A narrative approach to creating service brand image. *Journal of Advertising*, 26(4), 49–62. <https://doi.org/10.1080/00913367.1997.10673535>
- Pavan, M. P. S. (2010). Green Marketing in India: Emerging Opportunities and Challenges. *Journal of Engineering, Science and Management Education*, 3, 9–14.
- Peattie, K. (2001). Towards sustainability: The Third age of Green Marketing. *The Marketing Review*, 2(2), 129–146. <https://doi.org/10.1362/1469347012569869>
- Perotti, F., Troise, C., Ferraris, A., & Wan Mohd Hirwani Wan Hussain. (2024). Bridging Innovation Management and Circular Economy: An Empirical Assessment of Green Innovation and Open Innovation. *Creativity and Innovation Management*, 0, 1–20. <https://doi.org/10.1111/caim.12647>
- Phypher, J.-D., ve MacLean, P. A. (2009). *Good to green: Managing business risks and opportunities in the age of environmental awareness*. J. Wiley & Sons Canada.
- Polonsky, M. J. (1994). An introduction to green marketing. *Electronic Green Journal*, 1(2). <https://doi.org/10.5070/g31210177>
- Plotkina, D., Landisoa Rabeson, & Silke Bambauer-Sachse. (2025). The role of green brand image in explaining European consumers' reactions to different types of sustainable packaging. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 84, 104228–104241. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2025.104228>
- Porter, M. E., ve Van Der Linde, C. (1995). Green and competitive: Ending the stalemate. *Long Range Planning*, 28(6), 128–129. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(95\)99997-e](https://doi.org/10.1016/0024-6301(95)99997-e)
- Ranaei Kordshoulil, H., Ebrahimi, A., ve Allahyari Bouzanjani, A. (2015). An analysis of the green response of consumers to the environmentally friendly behavior of corporations. *Iranian Journal of Management Studies*, 8(3), 315–334.
- Roberts, J. A. (1996). Green consumers in the 1990s: Profile and implications for advertising. *Journal of Business Research*, 36(3), 217–231. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(95\)00150-6](https://doi.org/10.1016/0148-2963(95)00150-6)
- Sabando-Vera, D., Néstor Montalván-Burbano, Parrales-Guerrero, K., Yonfá-Medrandá, M., & José Antonio Plaza-Úbeda. (2025). Growing a greener future: A bibliometric analysis of green innovation in SMEs. *Technological Forecasting and Social Change*, 212, 123976–123976. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2025.123976>
- Schandl, H., ve West, J. (2010). Resource use and resource efficiency in the Asia-pacific region. *Global Environmental Change*, 20(4), 636–647. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2010.06.003>
- Setyaningrum, R. P., & Wulandari, A. (2024). The Influence of Green Human Resource Management, Green Product Development in the Mediation of Green Innovation Strategy on Innovation Performance. *Quality-Access to Success*, 25(199). <https://doi.org/10.47750/qas/25.199.10>

- Sheldon, K. M. (1996). The Social Awareness Inventory: Development and Applications. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(6), 620–634. <https://doi.org/10.1177/0146167296226007>
- Shrum, L. J., McCarty, J. A., ve Lowrey, T. M. (1995). Buyer characteristics of the green consumer and their implications for advertising strategy. *Journal of Advertising*, 24(2), 71–82. <https://doi.org/10.1080/00913367.1995.10673477>
- Soewarno, N., Tjahjadi, B., ve Fithrianti, F. (2019). Green innovation strategy and green innovation. *Management Decision*, 57(11), 3061–3078. <https://doi.org/10.1108/md-05-2018-0563>
- Song, W., ve Yu, H. (2017). Green Innovation Strategy and Green Innovation: The roles of green Creativity and Green Organizational Identity. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(2), 135–150. <https://doi.org/10.1002/csr.1445>
- Suki, N. M. (2013). Green Awareness Effects on Consumers' Purchasing Decision: Some Insights From Malaysia. *IJAPS*, 9(2).
- Tiwari, P. (2022). Influence of the Green brand image on the green word of mouth of millennials: A mediation study on banks. *Public Organization Review*, 23(1), 59–78. <https://doi.org/10.1007/s11115-021-00597-3>
- Tiwari, P., & Pal, S. (2024). Exploring green brand equity for millennials: an SEM-ANN analysis of green brand knowledge, environmental attitude, and green brand image. *International Journal of Technology, Policy and Management*, 24(1), 93–122. <https://doi.org/10.1504/ijtpm.2024.135978>
- Trott, D. S. (2013). The impact of green core competencies on Green Image and green innovation-an Indian perspective. *Paradigm*, 17(1-2), 81–87. <https://doi.org/10.1177/0971890720130109>
- Varadarajan, P. R., ve Menon, A. (1988). Cause-related marketing: A coalignment of marketing strategy and Corporate Philanthropy. *Journal of Marketing*, 52(3), 58. <https://doi.org/10.2307/1251450>
- Walters, K. (2006). Certified green. *Business Review Weekly*, 16, 39–40.
- Wang, C.-H. (2019). How organizational green culture influences green performance and competitive advantage. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(4), 666–683. <https://doi.org/10.1108/jmtm-09-2018-0314>
- Wasik, J. (1992). Green marketing: marketing is confusing, but patience will pay. *Marketing News*, 26(21), 16–18.
- Yang, G., ve Liu, B. (2021). Research on the impact of managers' green environmental awareness and strategic intelligence on Corporate Green Product Innovation Strategic Performance. *Annals of Operations Research*. <https://doi.org/10.1007/s10479-021-04243-5>
- Yang, L., Song, S., & Liu, C. (2023). Green signals: The impact of environmental protection support policies on firms' green innovation. *Business Strategy and the Environment*, 33(4), 3258–3278. <https://doi.org/10.1002/bse.3656>
- Yu, W., Ramanathan, R., ve Nath, P. (2017). Environmental pressures and performance: An analysis of the roles of environmental innovation strategy and marketing capability. *Technological Forecasting and Social Change*, 117, 160–169. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.12.005>
- Zameer, H., Wang, Y., ve Yasmeen, H. (2020). Reinforcing Green competitive advantage through green production, creativity and Green Brand Image: Implications for cleaner production in China. *Journal of Cleaner Production*, 247, 119119. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119119>
- Zhu, Q., Sarkis, J., ve Lai, K.-hung. (2008). Green Supply Chain Management Implications for “Closing the loop.” *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 44(1), 1–18. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2006.06.003>