



**MALATYA
TURGUT ÖZAL
ÜNİVERSİTESİ**



**İSTANBUL
KENT
ÜNİVERSİTESİ**
Geleceğin En Kenti



**İNÖNÜ
ÜNİVERSİTESİ**



**INTERNATIONAL
SUSTAINABLE
BUSINESS AND
ECONOMIC
STRATEGIES
CONGRESS
MALATYA**

**20-21
November
2025**

KONGRE ÖZET KİTAPÇIĞI CONFERENCE ABSTRACTS

**20-21 KASIM 2025
20-21 NOVEMBER 2025**

**3. ULUSLARARASI SÜRDÜRÜLEBİLİR
İŞLETMECİLİK VE EKONOMİ STRATEJİLERİ KONGRESİ**

www.isbescongress.org



**MALATYA
TURGUT OZAL
UNIVERSITESİ**



**İSTANBUL
KENT
ÜNİVERSİTESİ**
İlerleyen Bir Kent'te



**İNÖNÜ
ÜNİVERSİTESİ**



**INTERNATIONAL
SUSTAINABLE
BUSINESS AND
ECONOMIC
STRATEGIES
CONGRESS
MALATYA**

**20-21
November
2025**

**The 3th International Sustainable Business and
Economic Strategies Congress**

(ISBES)

(20-21 November 2025)

ABSTRACT BOOK

ISBN: 978-625-6671-60-7

EDITOR

Assist. Prof. Arif YILDIZ

**3. ULUSLARARASI SÜRDÜRÜLEBİLİR
İŞLETMECİLİK VE EKONOMİ STRATEJİLERİ KONGRESİ**

www.isbescongress.org

**3rd INTERNATIONAL SUSTAINABLE BUSINESS AND
ECONOMIC STRATEGIES CONGRESS**

3. ULUSLARARASI SÜRDÜRÜLEBİLİR
İŞLETMECİLİK VE EKONOMİ STRATEJİLERİ KONGRESİ
MALATYA

Chair of the Organising Committee

Asst. Prof. Arif YILDIZ

(Malatya Turgut Özal University)

Prof. Dr. Ayça Can KIRGIZ ÖZER

(İstanbul Kent University)

Prof. Dr. Recep KARABULUT

(İnönü University)

Prof. Dr. Banu BAYBARS

(Kadir Has University)

Assoc. Prof. Burçak VATANSEVER DURMAZ

(Bahçeşehir University)

Asst. Prof. Berkant DULKADİR

(Adıyaman University)

Advisory Committee

Prof. Dr. Adnan ul Haque- Yorkville University, Canada

Prof. Dr. Ahmet KARADAĞ - İnönü University

Prof. Dr. Avni Zafer ACAR - Piri Reis University

Prof. Dr. Aykut ARIKAN - Türk Alman University

Prof. Dr. Banu BAYBARS HAWKS - Kadir Has University

Prof. Dr. Bersam BOLAT - İstanbul Teknik University

Prof. Dr. Burak ARZOVA - Marmara University

Prof. Dr. Burcu ERŞAHAN - Kahramanmaraş Sütçü İmam University

Prof. Dr. Bünyamin AKDEMİR - İnönü University

Prof. Dr. Çağrı BULUT - Yaşar University

Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN - İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu

Prof. Emmanuel MOGAJİ - University of Greenwich, England

Prof. Dr. Erhan ASLANOĞLU - Piri Reis University

Prof. Dr. Fadime ÜNEY YÜKSEKTEPE - İstanbul Kültür University

Prof. Dr. Fatma DEMİRCİ OREL - Çukurova University

Prof. Dr. Fatma ZEREN - İnönü University

Prof. Dr. Ferhan ÇEBİ - İstanbul Teknik University

Prof. Dr. Feride Bahar IŞIN - Başkent University

Prof. Dr. Gökhan SÖNMEZLER - Trakya University

Prof. Dr. Gökhan TUNCEL- İnönü University

Prof. Dr. Hakan YILDIRIM - Marmara University

Prof. Dr. Hüseyin ALTAY - İnönü University

Prof. Dr. İbrahim Halil SUGÖZÜ - Kırgızistan-Türkiye Manas University

3rd INTERNATIONAL SUSTAINABLE BUSINESS AND ECONOMIC STRATEGIES CONGRESS

3. ULUSLARARASI SÜRDÜRÜLEBİLİR
İŞLETMECİLİK VE EKONOMİ STRATEJİLERİ KONGRESİ
MALATYA

- Prof. Dr. İbrahim ANIL - İstanbul Kent University
Prof. Dr. İbrahim KIRCOVA - Yıldız Teknik University
Prof. Dr. İsmail Orçun GÜNDÜZ - Trakya University
Prof. Dr. Kadir KARTALCI - İnönü University
Prof. Dr. Mehmet BAŞ - Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr. M. Yaman ÖZTEK - Galatasaray University
Prof. Dr. Mustafa ÖZBİLGİN - Brunel University, London
Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN - Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Prof. Dr. Mücahit ÇELİK - Adıyaman University
Prof. Dr. Nihat AKBIYIK - İnönü University
Prof. Dr. Nurhan BABÜR TOSUN - Fenerbahçe University
Prof. Dr. Oğuzhan GÖKTOLGA - Malatya Turgut Özal University
Prof. Dr. Öcal USTA - İstanbul Kent University
Prof. Dr. Ömür Yaşar SAATÇIOĞLU - Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Recep KARABULUT - İnönü University
Prof. Dr. Refika BAKOĞLU - Marmara University
Prof. Dr. Rıfat KAMAŞAK - Yeditepe University
Prof. Dr. Sadi UZUNOĞLU - Trakya University
Prof. Dr. Selahhadin BAKAN - İnönü University
Prof. Dr. Soner TASLAK - Muğla Sıtkı Koçman University
Prof. Dr. Süphan NASIR - İstanbul University
Prof. Dr. Yiğit KAZANÇOĞLU - Yaşar University

Scientific Committee

- Prof. Dr. Adnan ul Haque- Yorkville University, Canada
Prof. Dr. Ahu Tuğba KARABULUT - İstanbul Kent Üniversitesi
Prof. Dr. Avni Zafer ACAR - İstanbul Bilgi Üniversitesi
Prof. Dr. Aykut ARIKAN - Türk Alman Üniversitesi
Prof. Dr. Barış AYTEKİN - Kırklareli Üniversitesi
Prof. Dr. Bengü HIRLAK - Kilis 7 Aralık Üniversitesi
Prof. Dr. Bersam BOLAT - İstanbul Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Burak ARZOVA - Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Burcu ERŞAHAN - Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Prof. Dr. Burcu ORALHAN - Nuh Naci YAZGAN Üniversitesi
Prof. Dr. Bünyamin AKDEMİR - İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Çağrı BULUT - Yaşar Üniversitesi

3rd INTERNATIONAL SUSTAINABLE BUSINESS AND
ECONOMIC STRATEGIES CONGRESS

3. ULUSLARARASI SÜRDÜRÜLEBİLİR
İŞLETMECİLİK VE EKONOMİ STRATEJİLERİ KONGRESİ
MALATYA

- Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN - İzmir Kavram Meslek Yüksekokulu
Prof. Emmanuel MOGAJİ - University of Greenwich, England
Prof. Dr. Erhan Aslanoğlu - Piri Reis Üniversitesi
Prof. Dr. Fadime ÜNEY YÜKSEKTEPE - İstanbul Kültür Üniversitesi
Prof. Dr. Fatih DOĞANOĞLU - Adıyaman Üniversitesi
Prof. Dr. Fatma DEMİRCİ OREL - Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Ferhan ÇEBİ - İstanbul Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Feride Bahar IŞIN - Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Gökhan SÖNMEZLER - Trakya Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan YILDIRIM - Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim ANIL - İstanbul Kent Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim KIRCOVA - Yıldız Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. İsmail Orçun GÜNDÜZ - Trakya Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet BAŞ - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. M. Yaman ÖZTEK - Galatasaray Üniversitesi
Prof. Dr. M. Kemal ÖKTEM - Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa ÖZBİLGİN - Brunel University, London
Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN - Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Prof. Dr. Mücahit ÇELİK - Adıyaman Üniversitesi
Prof. Dr. Nihal KARTALTEPE BEHRAM
Prof. Dr. Nurhan BABÜR TOSUN - Fenerbahçe Üniversitesi
Prof. Dr. Oğuzhan GÖKTOLGA - Malatya Turgut Özal Üniversitesi
Prof. Dr. Oktay KIZILKAYA - Malatya Turgut Özal Üniversitesi
Prof. Dr. Ozan ÖRMECİ - İstanbul Kent Üniversitesi
Prof. Dr. Öcal USTA - İstanbul Kent Üniversitesi
Prof. Dr. Ömür Yaşar SAATÇIOĞLU - Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Özlen ONURLU - Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Refika BAKOĞLU - Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Rıfat KAMAŞAK - Yeditepe Üniversitesi
Prof. Dr. Sadi UZUNOĞLU - Trakya Üniversitesi
Prof. Dr. Serdar PİRTİNİ - Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Soner TASLAK - Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Süphan NASIR - İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Yavuz AKÇİ - Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Prof. Dr. Yiğit KAZANÇOĞLU - Yaşar Üniversitesi
Assoc. Prof. Ahmet ŞİT - Malatya Turgut Özal Üniversitesi
Assoc. Prof. Arif GÜMÜŞ - Malatya Turgut Özal Üniversitesi

3rd INTERNATIONAL SUSTAINABLE BUSINESS AND
ECONOMIC STRATEGIES CONGRESS

3. ULUSLARARASI SÜRDÜRÜLEBİLİR
İŞLETMECİLİK VE EKONOMİ STRATEJİLERİ KONGRESİ
MALATYA

- Assoc. Prof. Arif Selim EREN - Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Assoc. Prof. Aybüke YALÇIN - Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Assoc. Prof. Berk KÜÇÜKALTAN - University of Bradford
Assoc. Prof. Betül ALTAY TOPCU - Kayseri Üniversitesi
Assoc. Prof. Bora GÖKTAŞ - Bayburt Üniversitesi
Assoc. Prof. Burçin KAPLAN - İstanbul Aydın Üniversitesi
Assoc. Prof. Bülent DEMİR - İstanbul Kent Üniversitesi
Assoc. Prof. Cem IŞIK - Anadolu Üniversitesi
Assoc. Prof. Doğan Şafak POLAT - İstanbul Kent Üniversitesi
Assoc. Prof. Duygu HIDIROĞLU - Mersin Üniversitesi
Assoc. Prof. Erhan AYDIN - Uşak Üniversitesi & IPAG Business School Paris
Assoc. Prof. Gül YILMAZ - İstanbul Ayvansaray Üniversitesi
Assoc. Prof. Hande KARADAĞ - MEF Üniversitesi
Assoc. Prof. Hulisi BİNBAŞIOĞLU - Malatya Turgut Özal Üniversitesi
Assoc. Prof. Hüseyin ÇİÇEKLİOĞLU - Mersin Üniversitesi
Assoc. Prof. İnci ERDOĞAN TARAKÇI - Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Assoc. Prof. İpek KAZANÇOĞLU - Ege Üniversitesi
Assoc. Prof. Katia IANKOVA - The Higher Colleges of Technology, UAE
Assoc. Prof. Kazım KILINÇ - Batman Üniversitesi
Assoc. Prof. Mert ÖZGÜNER - Adıyaman Üniversitesi
Assoc. Prof. Mustafa KOCAOĞLU - Necmettin Erbakan Üniversitesi
Assoc. Prof. Mücahit AYDIN - Sakarya Üniversitesi
Assoc. Prof. Nurettin KOCA - Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
Assoc. Prof. Osman Cenk KANCA - Atatürk Üniversitesi
Assoc. Prof. Pınar ACAR - Beykoz Üniversitesi
Assoc. Prof. Ramazan ASLAN - Adıyaman Üniversitesi
Assoc. Prof. Sevgi SÜMERLİ SARIGÜL - Kayseri Üniversitesi
Assoc. Prof. Vedat YILMAZ - Malatya Turgut Özal Üniversitesi
Assoc. Prof. Zeynep ÖZGÜNER - Hasan Kalyoncu Üniversitesi
Asst. Prof. Abdulaziz Elwalda- Misurata University, Libya
Asst. Prof. Ayşe ERSOY YILDIRIM - Malatya Turgut Özal Üniversitesi
Asst. Prof. Bilge GÜLER - Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Asst. Prof. Cansu ATILGAN BİRİN - Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi
Asst. Prof. Chipu MUKONZA - Tshwane University of Technology, South Africa
Asst. Prof. Derya YALÇIN - Nişantaşı Üniversitesi
Asst. Prof. Eda FENDOĞLU - Malatya Turgut Özal Üniversitesi
Asst. Prof. Harun Reşit GÜNDOĞAN - Malatya Turgut Özal Üniversitesi

3rd INTERNATIONAL SUSTAINABLE BUSINESS AND
ECONOMIC STRATEGIES CONGRESS

3. ULUSLARARASI SÜRDÜRÜLEBİLİR
İŞLETMECİLİK VE EKONOMİ STRATEJİLERİ KONGRESİ
MALATYA

Asst. Prof. Hikmet MARAŞLI - Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi

Asst. Prof. Itari Turner - Baze University, Nigeria

Asst. Prof. Karim Mohamed Soliman, Arab Academy for Science, Technology, and Maritime
Transport, Egypt

Asst. Prof. Melek ERDİL - Maltepe Üniversitesi

Asst. Prof. Mesut ÖZEL - İstanbul Kent Üniversitesi

Asst. Prof. Murat KORAY - İstanbul Kent Üniversitesi

Asst. Prof. Mustafa ÜNSALAN - Nevşehir Üniversitesi

Asst. Prof. Nur ÇAĞLARÇETİNKAYA - Çankırı Karatekin Üniversitesi

Asst. Prof. Özge ÖZKAN - Malatya Turgut Özal Üniversitesi

Asst. Prof. Pınar BACAKSIZ - İstanbul Sağlık ve Teknoloji Üniversitesi

Asst. Prof. Serkan AKGÜN - İstanbul Kent Üniversitesi

Asst. Prof. Thomas Anning DORSON - University of the Witwatersrand, South Africa

Asst. Prof. Turgay MÜNYAS - İstanbul Okan Üniversitesi

Asst. Prof. Yasemin KESKİN YILMAZ - Malatya Turgut Özal Üniversitesi

Dr. Merve BAKAN - İnönü Üniversitesi

LÜKS MARKALARDA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Sustainability in Luxury Brands

Dr. Evrim Derinözlü

Bağımsız Araştırmacı, Ankara, Türkiye, evrimderinozlu@gmail.com

Orcid ID: 0000-0002-1408-4386

ÖZET

Lüks konusu birçok alanda önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir. Bunun en önemli sebebi lüksün artık soyluların ya da zenginlerin ilgi alanına giren niş bir sektör olmaktan çıkarak küreselleşmesi ve sınıf farkı gözetmeksizin küresel bazda tüketim toplumlarının hayatlarının bir parçası haline gelmesidir. Geçmişte ihtiyaç fazlası, gereksiz tüketim olarak tanımlanan lüks olgusunun bugün geldiği nokta birçok lüks markanın da öngörmediği gelişmelere imza atmasını sağlamaktadır. Lüks marka kullanıcılarının sürdürülebilirlik beklentilerinin karşılanabilmesi için lüks markaların gelecekte de sürdürülebilir lüksü müşterilerine sunan markalar olarak varlıklarını devam ettirmeleri gerekmektedir. Lüks markalar üretimden geri dönüşüme, ambalajlarından mağaza tasarımlarına, enerji tasarrufundan atık yönetimine, marka yönetiminden iletişimine her konuda sürdürülebilir bir marka olduğunu yansıtabilmelidir. Bu araştırmanın amacı lüks markaların Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri'ne uyumlu faaliyetleri aktararak, tüm sektörlerde benzer uygulamalar yapılabilmesi için öneriler sunmaktır. Ayrıca ilerleyen zamanlarda yapılabilecek akademik çalışmalara yol gösterici bir araştırma olması hedeflenmiştir. Bu amaç doğrultusunda literatürde yer alan lüks ve sürdürülebilirlik konulu araştırmalardan tesadüfi olarak seçilenler sistematik literatür tarama yöntemi kullanılarak derlenmiştir. Bu çalışma sonunda lüks markaların sürdürülebilirlik ile ilgili yapmış oldukları uygulamalar ve literatürde yer alan çalışmaların bir özeti ortaya konacak, lüks markalar kapsamında sürdürülebilirlik konusunda öneriler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Lüks Marka, Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Marka Yönetimi, Sürdürülebilir Marka İletişimi

ABSTRACT

The topic of luxury and the area its around have become an important research topic in many fields. The leading reason for this is that luxury is no longer a niche interest belonging to the aristocracy or the bourgeoisie; it has become globalized and a part of daily life of consumer societies on a global basis, regardless of their social class. The concept of luxury, once defined as surplus or unnecessary consumption, has reached a point that couldn't be imagined by even luxury brands. In order to meet the sustainability expectations of luxury brand users, luxury brands must continue to exist as brands that offer sustainable luxury to their customers in the future. Luxury brands must be able to reflect that they are a sustainable brand in every aspect, from production to recycling, from packaging to store design, from energy saving to waste management, from brand management to communication. The purpose of this research is to present luxury brands' activities aligned with the United Nations' Sustainable Development Goals and offer recommendations for similar practices to all sectors. In addition, it is aimed to be a guiding research for academic studies that can be conducted in the future. For this purpose, randomly selected studies on luxury and sustainability in the literature were compiled using the systematic literature review method. At the end of this study, a summary of the sustainability practices of luxury brands and the studies in the literature were analyzed, and suggestions on sustainability within the scope of luxury brands were presented.

Keywords: Luxury Brand, Sustainability, Sustainable Brand Management, Sustainable Brand Communication

YATIRIMCI KARARLARINDA MEDYA KAYNAKLI SÜRÜ EĞİLİMİ: UZUN VADELİ ETKİLER ÜZERİNE BİR İNCELEME¹

Herding Bias in Inventor Decisions Driven by Media: An Examination of Long-Term Effects

Dr. Öğr. Üyesi, Ali Korhan Özen

İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Lojistik Yönetimi (Türkçe),
İstanbul, Türkiye, akozen@gelisim.edu.tr

Orcid ID: 0000-0002-4995-6914

Ismayıl Hasanov

ATV Azərbaycan Televizyonu, Bakü, Azərbaycan, ismayil.hasanov@gmail.com

Orcid ID: 0009-0005-5050-9993

ÖZET

Medya kaynaklı sürü davranışı önyargısının yatırımcıların uzun vadeli yatırım niyeti üzerindeki etkisini ve bu ilişkide cinsiyet değişkeninin düzenleyici rolünü analiz etmeyi amaçlayan bu araştırma kapsamında, 500 kişiye anket formu dağıtılmış, bunlardan 311'inden geçerli veri elde edilmiştir. Araştırma modeli Kısmi En Küçük Kareler Yapısal Eşitlik Modellemesi (PLS-YEM) kullanılarak test edilmiştir. Araştırma bulgularına göre, medya kaynaklı sürü davranışı önyargısının uzun vadeli yatırım niyeti ile pozitif olarak ilişkili olduğu görülmüştür. Bu bulgu, medya aracılığıyla şekillenen yatırımcı tutumlarının, bazı durumlarda bireylerin karar alma süreçlerini etkileyerek onları uzun vadeli yatırım tercihlerine yönlendirebileceğine işaret etmektedir. Elde edilen bu sonuçlara ek olarak çalışmada cinsiyetin bu ilişki üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir düzenleyici etkisinin bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu bulgu, yatırımcıların cinsiyete bakılmaksızın benzer tepkiler gösterdiklerini ve yatırım kararlarını daha çok bilgi ve analiz temelli biçimde şekillendirdiklerini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Sürü Davranışı, Medya, Yatırım Kararları

ABSTRACT

This study, which aims to analyze the impact of media-driven herding bias on investors' long-term investment intentions and the moderating role of gender in this relationship, distributed a questionnaire to 500 individuals, and valid data were obtained from 311 of them. The research model was tested using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The research findings indicate that media-induced herding bias is positively correlated with long-term investment intentions. This finding suggests that investor attitudes shaped by media can, in some cases, influence individuals' decision-making processes, leading them to long-term investment preferences. In addition to these results, the study found that gender did not have a statistically significant moderating effect on this relationship. This finding suggests that investors, regardless of gender, exhibit similar responses and make investment decisions based more on information and analysis.

Keywords: Herd Behavior, Media, Investment Decisions

¹ Bu çalışma ikinci yazarın birinci yazar danışmanlığında hazırladığı yüksek lisans tezinin bir kısmından üretilmiştir

DÖNGÜSEL EKONOMİ AÇISINDAN SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM ÜZERİNE YAPILMIŞ ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Bibliometric Analysis of Studies on Sustainable Production from a Circular Economy Perspective

Ali Aydın URUL

İstanbul Gedik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası Ticaret, Doktora Öğrencisi
İstanbul, Türkiye, hasalikural@hotmail.com

Orcid ID: 0000-0001-5931-3253

Zafer YILDIRIM

İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama, Doktora Öğrencisi,
Malatya, Türkiye, zaferyildiriimm@gmail.com

Orcid ID: 0000-0002-7554-4112

Turgay YILDIRIM

İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama, Doktora Öğrencisi,
Malatya, Türkiye, turgayyildiriimm@gmail.com

Orcid ID: 0000-0003-2865-2599

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, Döngüsel ekonomi ve sürdürülebilir üretim alanlarında son yıllarda hızla gelişen bilimsel birikimi sistematik biçimde analiz ederek literatürün tematik yapısını, eğilimlerini ve araştırma yönelimlerini bütüncül bir bakış açısıyla ortaya koymaktır. Bu kapsamda bibliyometrik analiz için gerekli olan veri setini elde etmek için kullanılan anahtar kelimeler literatürde benzer çalışmalardan derlenerek elde edilmiştir. Daha sonra SCOPUS veri tabanı üzerinden “circular economy” ve “sustainable production” gibi anahtar kelimeler ile tarama yapılmıştır. Tarama sonucunda, elde edilen ilk bulgulara göre 3047 bilimsel çalışmaya ulaşılmıştır. Bu çalışmalar üzerinden gerekli filtrelemeler yapılarak araştırma amacına uygun 1043 makale çalışması araştırmaya konu edilmiştir. Araştırma yönteminde, R-Studio (biblioshiny) ara yüzünden ve VOS-Viewer programından faydalanılarak gerekli analizler edilmiştir. Araştırma sonucunda, döngüsel ekonomi kapsamında sürdürülebilir üretim üzerine yapılmış çalışmaların yıl bazında sürekli arttığı ve 2021 yılından sonra ise büyük oranda artış gösterdiği tespit edilmiştir. En çok yayın yapan ülkelerin ise, Çin, İtalya ve İspanya olduğu görülürken Türkiye’nin ise aynı listede 21. sırada yer aldığı tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan tematik analizler sonucunda, sürdürülebilirlik, enerji ve kaynak verimliliği, akıllı üretim, dijitalleşme, çevresel performans, yaşam döngüsü analizi ve tarımsal biyo-ekonomi gibi çeşitlilik gösteren bir araştırma alanı yapısının var olduğunu göstermektedir. Bu açıdan düşünüldüğünde döngüsel ekonomi ve sürdürülebilir üretim kavramlarının dünya literatüründe oldukça önemli ve üretim süreçlerinde uygulanmasının olumlu kazanımlar sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Döngüsel Ekonomi, Sürdürülebilir Üretim, Bibliyometrik Analiz

ABSTRACT

The aim of this study is to systematically analyze the rapidly growing scientific knowledge in the fields of circular economy and sustainable production in recent years, and to reveal the thematic structure, trends, and research orientations of the literature from a holistic perspective. In this context, the

keywords used to obtain the data set required for bibliometric analysis were compiled from similar studies in the literature. Subsequently, a search was conducted using keywords such as “circular economy” and “sustainable production” via the SCOPUS database. As a result of the search, 3047 scientific studies were identified based on the initial findings. The necessary filtering was performed on these studies, and 1043 articles relevant to the research objective were included in the study. In the research method, the necessary analyses were performed using the R-Studio (biblioshiny) interface and the VOS-Viewer program. The research found that studies on sustainable production within the scope of the circular economy have steadily increased year by year and have shown a significant increase since 2021. China, Italy, and Spain were found to be the countries with the most publications, while Turkey was found to be 21st on the same list. Furthermore, thematic analyses revealed a diverse research landscape encompassing sustainability, energy and resource efficiency, smart production, digitalization, environmental performance, life cycle analysis, and agricultural bio-economy. From this perspective, the concepts of circular economy and sustainable production are considered highly significant in the global literature, and their implementation in production processes is expected to yield positive outcomes.

Keywords: Circular Economy, Sustainable Production, Bibliometric Analysis

YEŞİL FİNANS ÜZERİNE YAPILMIŞ LİSANSÜSTÜ TEZLERİN İÇERİK ANALİZİ YÖNTEMİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Evaluation of Postgraduate Theses on Green Finance Using Content Analysis Method

Ali Aydın URUL

İstanbul Gedik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası Ticaret, Doktora Öğrencisi,
İstanbul, Türkiye, hasalikural@hotmail.com

Orcid ID: 0000-0001-5931-3253

Turgay YILDIRIM

İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama, Doktora Öğrencisi,
Malatya, Türkiye, turgayyildiriimm@gmail.com

Orcid ID: 0000-0003-2865-2599

Zafer YILDIRIM

İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama, Doktora Öğrencisi,
Malatya, Türkiye, zaferyildiriimm@gmail.com

Orcid ID: 0000-0002-7554-4112

ÖZET

Bu çalışma, Türkiye’de yeşil finans konusuna yönelik lisansüstü tezlerin akademik açıdan eğilimlerini ortaya koymak amacıyla hazırlanmıştır. Araştırma kapsamında, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi’nde yer alan "yeşil finans", "yeşil ekonomi" ve "yeşil büyüme" anahtar kelimeleri üzerinden taramalar yapılmış ve 245 tez çalışması (yüksek lisans ve doktora) tespit edilmiştir. Daha sonra, filtreleme yapılarak işletme alanında yazılmış çalışma amacına uygun 53 tez araştırmaya konu edilmiştir. Verilerin analizinde betimsel içerik analizi yönteminden faydalanılarak. Doküman incelemesi yoluyla elde edilen ikincil veriler, yıllara, üniversitelere, akademik düzeye ve kullanılan yöntem türlerine göre incelenmiştir. Ayrıca anahtar kelimeler üzerinden tematik kümelenmeler oluşturulmuş ve ekonomik, finansal, çevresel, üretim ve sosyal olmak üzere beş ana tema altında sınıflandırılmıştır. Araştırma sonucunda, Türkiye’de yeşil finans literatürünün özellikle son beş yılda ivme kazandığını, çalışmaların çoğunlukla yüksek lisans düzeyinde ve nicel yöntemlerle gerçekleştirildiğini göstermektedir. Bununla birlikte, sektörel dağılımda finans, enerji ve çevre yönetimi gibi belirli alanlara yoğunlaşma olduğu; bazı sektörlerde ise akademik üretimin oldukça sınırlı kaldığı tespit edilmiştir. Bu çalışma, Türkiye’de yeşil finans alanındaki akademik eğilimleri bütüncül biçimde ele alarak hem akademi hem de politika yapımcılar için güçlü bir referans kaynağı oluşturmaktadır. Ayrıca, bu analiz, sürdürülebilir finansman sistemlerinden kurumsal ve toplumsal düzeyde nasıl faydalanılabileceğine dair mevcut literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Finans, Yeşil Finans, Betimsel İçerik Analizi

ABSTRACT

This study was prepared to reveal the academic trends of postgraduate theses on green finance in Turkey. Within the scope of the research, searches were conducted using the keywords "green finance," "green economy," and "green growth" in the National Thesis Center of the Council of Higher Education, and 245 thesis studies (master's and doctoral) were identified. Subsequently, filtering was applied, and 53 theses written in the field of business administration that were suitable for the purpose of the

study were included in the research. Descriptive content analysis was used to analyze the data. Secondary data obtained through document review were examined according to years, universities, academic level, and types of methods used. In addition, thematic clusters were created based on keywords and classified under five main themes: economic, financial, environmental, production, and social. The research shows that green finance literature in Turkey has gained momentum, especially in the last five years, and that most studies have been conducted at the master's level using quantitative methods. However, it was found that there is a concentration in certain areas such as finance, energy, and environmental management in the sectoral distribution, while academic production is quite limited in some sectors. This study comprehensively addresses academic trends in the field of green finance in Turkey, serving as a powerful reference source for both academia and policymakers. Furthermore, this analysis is expected to contribute to the existing literature on how sustainable financing systems can be leveraged at the institutional and societal levels.

Keywords: Finance, Green Finance, Descriptive Content Analysis

DAVRANIŞSAL İKTİSAT ÇERÇEVESİNDE TÜRKİYE'DE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ VE DİĞER ÜLKE ÖRNEKLERİ

*Solutions for Sustainability in Turkey within the Framework of Behavioral Economics and Examples
From Other Countries*

Dr. Öğr. Üyesi Hilal MOLA

Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye, hilal.karatas@atauni.edu.tr

Orcid ID: 0000-0002-2707-5577

ÖZET

Doğal kaynakların hızla tükenmesi, iklim değişiklikleri ve çevresel bozulmanın yaşam kalitesini doğrudan tehdit etmesi nedeniyle sürdürülebilirlik kavramı günümüzde her zamankinden daha büyük bir önem taşımaktadır. Gelecek nesillere yaşanabilir bir dünya bırakabilmek için ekonomik gelişmelerin çevre ile uyumlu şekilde yürütülmesi gerekmektedir. Sürdürülebilirliğin sadece çevre ile ilgili olmaması ve ekonomik açıdan da toplumları oldukça etkilemesi nedeni ile hükümetler tarafından bir çok politika oluşturulmaktadır. Bu noktada davranışsal iktisat politikaları oldukça dikkat çekmektedir. Geleneksel iktisat modellerinden farklı politikalar savunan davranışsal iktisat, sürdürülebilirlik açısından etkili stratejiler geliştirmeye olanak tanınmasıyla son zamanlarda hükümetler tarafından kullanılmaktadır. Özellikle dürtme, çerçeveleme, sosyal normlar, sürü psikolojisi, anlık geri bildirim araçlarıyla, bireyleri geri dönüşümlere ve enerji tasarrufu yapmaya ilaveten karbon ayak izini azaltmaya yönelik teşviklerde bulunabilmektedir. Bu sayede davranışsal iktisat kapsamında politikalar ile bireylerde farkındalıklar artırılarak hem devlet bütçelerine katkı sağlanacak hem de sürdürülebilirlik politikaları daha etkin hale getirilebilecektir. Bu çalışmada da bireylere herhangi bir yasal zorunluluk uygulamadan, davranışsal iktisat politikaları ile bireylerin psikolojik eğilimlerinden faydalanarak sürdürülebilir davranışları gönüllü olarak benimsemelerinin nasıl olabileceği ortaya koyulmuş ve uluslararası örnekler incelenerek, bu yaklaşımların ülkemizde uygulanabilirliği kapsamlı bir şekilde değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda; özellikle dürtme stratejilerinin sürdürülebilirlikte oldukça etkin olduğu, uygulanan politikalar ile enerji ve kaynak tasarrufu yoluyla ekonomik faydalar sunulduğu, sürdürülebilirlik açısından tüketimde psikolojik eğilimlerin rolünün yüksek olduğu ortaya koyulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal İktisat, Sürdürülebilirlik Stratejileri, Dürtme Politikaları

ABSTRACT

Due to the rapid depletion of natural resources, climate change, and environmental degradation directly threatening the quality of life, the concept of sustainability has become more important than ever today. In order to leave a livable world for future generations, economic development must be carried out in harmony with the environment. Since sustainability is not only related to the environment but also significantly affects societies economically, many policies are being developed by governments. At this point, behavioral economics policies have attracted considerable attention. Behavioral economics, which advocates policies different from traditional economic models, has recently been used by governments because it allows the development of effective strategies for sustainability. In particular, nudges, framing, social norms, herd mentality, and instant feedback tools can encourage individuals to recycle and conserve energy, as well as reduce their carbon footprint. This can raise individual awareness through behavioral economics policies, contributing to both government budgets and making sustainability policies more effective. In this study, it has been demonstrated how individuals can voluntarily adopt sustainable behaviors by taking advantage of their psychological tendencies through behavioral economic policies without imposing any legal obligation on them, and the applicability of these approaches in our country has been comprehensively evaluated by examining international examples. As a result of the study, it was revealed that nudge

3rd INTERNATIONAL SUSTAINABLE BUSINESS AND
ECONOMIC STRATEGIES CONGRESS

3. ULUSLARARASI SÜRDÜRÜLEBİLİR
İŞLETMECİLİK VE EKONOMİ STRATEJİLERİ KONGRESİ
MALATYA

strategies are particularly effective in sustainability, that economic benefits are provided through energy and resource savings with the implemented policies, and that psychological tendencies play a high role in consumption in terms of sustainability.

Keywords: Behavioral Economics, Sustainability Strategies, Nudge Policies

EKOTURİZM BAĞLAMINDA MALATYA’NIN DOĞAL ALANLARI: KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE UYGULAMA ÖRNEKLERİ

Natural Areas of Malatya in the Context of Ecotourism: Conceptual Framework and Application Examples

Bilim Uzmanı, Kübra Nur SEVİM

Bağımsız Araştırmacı, Malatya, Türkiye, kubransevim@gmail.com

Orcid ID: 0000-0002-8378-9873

ÖZET

Bu çalışma, ekoturizm literatürü çerçevesinde Malatya’nın doğal alanlarını kavramsal düzeyde incelemekte ve mevcut uygulamaları resmi ile yerel turizm web siteleri üzerinden değerlendirmektedir. Çalışmanın temel amacı, Malatya’nın ekoturizm potansiyelini ortaya koymak ve bu potansiyelin sürdürülebilir turizm politikalarıyla nasıl bütünleştirilebileceğini tartışmaktır. İnceleme kapsamında Malatya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Malatya Valiliği, Malatya Büyükşehir Belediyesi, malatyakultur.com ve ÇEKÜL Vakfı’nın içerikleri analiz edilmiştir. Bulgular, Beydağı Tabiat Parkı, Levent Vadisi, Tohma Vadisi ve Günpınar Şelalesi gibi doğal alanların tanıtımda öne çıkarıldığını göstermektedir. Bu alanlar yürüyüş, gözlem, doğa sporları ve fotoğrafçılık gibi etkinliklerle ekoturizm açısından güçlü örnekler sunmaktadır. Ancak literatürde öne çıkan ekoturizm ilkeleriyle karşılaştırıldığında, mevcut tanıtım ve uygulamaların çoğunlukla “gezilecek yerler” odaklı olduğu; sürdürülebilirlik, çevresel koruma, flora-fauna bilgisi ve yerel halk katılımı gibi unsurların yetersiz kaldığı belirlenmiştir. Ayrıca web sitelerinde interaktif harita, rota bilgisi, ekoturizm rehberi ve çevre politikaları gibi ziyaretçi deneyimini zenginleştirecek unsurların bulunmadığı görülmüştür. Bu durum, Malatya’nın ekoturizm potansiyelinin tanıtımında sınırlılık oluşturmaktadır. Sonuç olarak, Malatya’nın doğal alanları ekoturizm açısından yüksek bir değer taşımaktadır. Ancak bu potansiyelin etkin biçimde değerlendirilebilmesi için web tabanlı tanıtımların geliştirilmesi, uygulamaların literatürdeki ekoturizm ilkeleriyle uyumlu hale getirilmesi ve sürdürülebilirlik odaklı stratejilerin güçlendirilmesi gerekmektedir. Bu çalışma, Malatya’nın ekoturizm gelişimi için hem kavramsal bir çerçeve hem de uygulamalı bir değerlendirme sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ekoturizm, Doğal Alanlar, Web Tabanlı İnceleme, Malatya.

ABSTRACT

This study conceptually examines Malatya's natural areas within the framework of ecotourism literature and evaluates current practices through official and local tourism websites. The primary objective of the study is to demonstrate Malatya's ecotourism potential and discuss how this potential can be integrated into sustainable tourism policies. Content from the Malatya Provincial Directorate of Culture and Tourism, the Malatya Governorship, the Malatya Metropolitan Municipality, malatyakultur.com, and the ÇEKÜL Foundation were analyzed. The findings indicate that natural areas such as Beydağı Nature Park, Levent Valley, Tohma Valley, and Günpınar Waterfall are highlighted in promotions. These areas offer strong examples of ecotourism through activities such as hiking, observation, nature sports, and photography. However, when compared to ecotourism principles prominent in the literature, current promotions and practices are largely focused on "places to visit" and are inadequate in addressing sustainability, environmental protection, knowledge of flora and fauna, and local community participation. Additionally, the websites lacked elements that would enrich the visitor experience, such as interactive maps, route information, ecotourism guides, and environmental policies. This presents a limitation in promoting Malatya's ecotourism potential. Consequently, Malatya's natural areas hold high ecotourism value. However, to effectively utilize this potential, web-based promotions must be developed, practices must be aligned with ecotourism principles in the literature, and sustainability-focused strategies must be strengthened. This study

provides both a conceptual framework and a practical assessment for Malatya's ecotourism development.

Keywords: Ecotourism, Natural Areas, Web-Based Review, Malatya.

FAİZ ARTIŞLARININ SÜRDÜRÜLEBİLİR ENERJİ YATIRIMLARINA ETKİSİ*The Impact of Interest Rate Hikes on Sustainable Energy Investments***Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Furkan SAK**Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Burdur, Türkiye,
afsak@mehmetakif.edu.tr

Orcid ID: 0000-0002-6713-5773

ÖZET

Küresel faiz oranlarındaki artış, yenilenebilir enerjiye geçiş sürecinin finansman maliyetleri nedeniyle yavaşlayabileceğine dair endişeleri artırmaktadır. Bu çalışma, faiz artışlarının yeşil ve geleneksel enerji varlıkları üzerindeki etkisini 2010–2025 dönemine ait günlük veriler kullanarak incelemektedir. Analiz dönemi, COVID sonrası sıkı para politikası sürecini de kapsamaktadır. ABD 10 yıllık tahvil getirilerindeki değişim (ΔTNX) faiz şoku göstergesi olarak, VIX endeksi ise piyasa belirsizliği göstergesi olarak kullanılmıştır. Temiz enerji getirileri ICLN ETF, geleneksel enerji getirileri ise XLE ETF ile temsil edilmiştir. OLS, Rolling Beta ve Quantile Regression yöntemleri, faiz duyarlılığının ortalama, zamana bağlı ve rejime özgü yapısını değerlendirmemize olanak sağlamaktadır. OLS bulguları, her iki sektörün de faiz şoklarına anlamlı tepki verdiğini, ancak XLE'nin faiz betasının ($\beta = 0.143$) ICLN'e ($\beta = 0.044$) göre belirgin biçimde daha yüksek olduğunu göstermektedir. Rolling Beta sonuçları, ICLN'in duyarlılığının dönemsel olarak değiştiğini ve yüksek faiz ortamlarında negatifleştiğini; buna karşın XLE'nin betasının uzun dönem boyunca pozitif seyrettiğini ortaya koymaktadır. Kantil regresyon bulguları da tüm piyasa koşullarında XLE'nin faiz duyarlılığının daha güçlü olduğunu doğrulamaktadır. Genel olarak sonuçlar, parasal sıkılaştırmanın kısa vadede sermayeyi fosil enerji varlıklarına yönlendirdiğini ve temiz enerjinin finansman koşullarındaki değişimlere daha kırılgan olduğunu göstermektedir. Bu durum, yüksek faiz dönemlerinde yenilenebilir yatırımların sürdürülebilirliği için uzun vadeli ve istikrarlı finansman mekanizmalarının önemini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Finans, Faiz Şokları, Yenilenebilir Enerji, Kantil Regresyonu**ABSTRACT**

Rising global interest rates have renewed concerns that higher financing costs may slow the transition toward sustainable energy systems. This study examines how green and traditional energy assets respond to interest rate shocks using daily data from 2010 to 2025, a period that includes the post-COVID monetary tightening cycle. Changes in the U.S. 10-year Treasury yield (ΔTNX) are used as a proxy for interest rate shocks, while the VIX index captures market uncertainty. Asset returns are represented by the clean energy ETF ICLN and the traditional energy ETF XLE. Employing OLS, Rolling Beta, and Quantile Regression, the analysis identifies average, time-varying, and regime-dependent sensitivities. OLS estimates indicate that both sectors react significantly to interest rate shocks; however, XLE exhibits a substantially higher interest rate beta ($\beta = 0.143$) relative to ICLN ($\beta = 0.044$). Rolling Beta results show that ICLN's sensitivity fluctuates over time and turns negative during high-rate environments, whereas XLE maintains a predominantly positive beta. Quantile regressions reinforce these findings, revealing that across stress, normal, and strong-market regimes, XLE's interest rate sensitivity consistently exceeds that of ICLN. Overall, the evidence suggests that monetary tightening temporarily reallocates capital toward fossil-based energy assets, while clean energy appears more vulnerable to shifts in financing conditions and macro-uncertainty. These results highlight the importance of stable, long-term financing mechanisms to support clean energy investment during high-rate periods.

Keywords: Sustainable Finance, Interest Rate Shocks, Renewable Energy, Quantile Regression

TÜRKİYE’DE DÖVİZ KURLARINDAKİ DALGALANMALARIN KARAYOLLARI MOTORLU ARAÇLAR ZORUNLU MALİ SORUMLULUK SİGORTA POLİÇESİ PAZARINDA, PRİM ÜRETİMİ, HASAR VE REASÜRANS ORANLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: 2020-2024 YILLARI ANALİZİ

The Impact Of Exchange Rate Fluctuations On Premium Production, Loss And Reinsurance Rates In The Highway Motor Vehicles Compulsory Liability Insurance Policy Market In Türkiye: 2020-2024

Fatih AKLİMAN

Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, Malatya, Türkiye, fatih.akliman023@gmail.com

Orcid ID: 0009-0002-7536-1671

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, 2020–2024 yılları arasında Türkiye’de döviz kurlarındaki dalgalanmaların Karayolları Motorlu Araçlar Zorunlu Mali Sorumluluk Sigortası (trafik sigortası) pazarında prim üretimi, ödenen hasar tutarları ve reasürans oranları üzerindeki etkisini kapsamlı biçimde incelemektir. Araştırma, durum analizi yaklaşımıyla yürütülen karşılaştırmalı nitel analiz yöntemi temel alınarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmada Türkiye Sigorta Birliği (TSB) istatistikleri ile Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) yıllık USD/TL ortalama kur verileri kullanılmış ve ilgili dönem için trafik sigortası pazarındaki temel finansal göstergeler karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Analiz bulguları, USD/TL kurundaki belirgin artışın sektörün maliyet dinamiklerini doğrudan etkilediğini; prim üretiminde yüksek oranlı bir artış yaşanırken, brüt ödenen hasarlarda daha hızlı bir yükseliş meydana geldiğini ortaya koymaktadır. Buna karşılık reasüransa devredilen prim oranlarının yıllar içinde düşüş eğilimi göstermesi, şirketlerin artan döviz maliyetleri karşısında reasürans korumasını görece azaltmak zorunda kaldığını göstermektedir. Elde edilen sonuçlar, trafik sigortası pazarında döviz kaynaklı maliyet baskılarının hem risk paylaşımı stratejilerini hem de finansal sürdürülebilirliği etkilediğini ortaya koymakta; bu nedenle sektörde daha esnek, maliyet odaklı ve risk temelli bir tarife yapısına duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Trafik sigortası, Reasürans, Pazarlama, Sigorta Pazarlaması

ABSTRACT

The aim of this study is to comprehensively examine the effect of exchange rate fluctuations in Türkiye between 2020 and 2024 on the premium production, paid claims, and reinsurance ratios within the Compulsory Motor Third Party Liability Insurance (traffic insurance) market. The research was conducted using a comparative qualitative analysis method based on a case analysis approach. Data from the Insurance Association of Türkiye (TSB) and annual average USD/TL exchange rate statistics published by the Central Bank of the Republic of Türkiye (TCMB) were utilized, and key financial indicators of the traffic insurance market for the relevant period were comparatively evaluated. The findings reveal that the significant increase in the USD/TL exchange rate has directly influenced the cost dynamics of the sector; while premium production has risen considerably, paid claims have increased at an even faster rate. In contrast, the share of premiums ceded to reinsurance has shown a declining trend over the years, indicating that insurance companies have had to reduce their reinsurance protection due to rising exchange-rate-driven costs. Overall, the results demonstrate that exchange-rate-induced cost pressures have a substantial impact on both risk-sharing strategies and financial sustainability in the traffic insurance market. Accordingly, the study emphasizes the need for a more flexible, cost-oriented, and risk-based tariff structure to ensure the long-term stability of the sector.

Keywords: Traffic insurance, Reinsurance, Marketing, Insurance Marketing

6 ŞUBAT DEPREMLERİNİN MALATYA TURİZMİNE ETKİLERİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

The Impacts Of The February 6 Earthquakes On Tourism In Malatya And Possible Solutions

Dr. Öğr. Üyesi Nesrin TUNCAY

Lefke Avrupa Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, Gastronomi ve Mutfak Sanatları
Bölümü, Lefke / K.K.T.C. ntuncay@eul.edu.tr

Orcid ID: 0000-0003-3305-6716

Öğr. Gör. Dr. Aylin VARİŞLİ KARGIN

Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Antakya Meslek Yüksekokulu, Seyahat-Turizm ve Eğlence
Hizmetleri, Hatay / Antakya, aylinvarisli@mku.edu.tr

Orcid ID: 0000-0002-6817-714X

Öğr. Gör. Dr. Güray KARACIL

Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Antakya Meslek Yüksekokulu, Seyahat-Turizm ve Eğlence
Hizmetleri, Hatay / Antakya, guray.karacil@mku.edu.tr

Orcid ID: 0000-0001-8691-0395

ÖZET

Turizm sektörü, yapısal niteliği gereği krizler, afetler ve savaşlar gibi dış kaynaklı olumsuzluklara karşı oldukça hassas bir görünüm sergilemektedir. Bu durumun yakın dönem en belirgin örneği, Aralık 2019'da ortaya çıkan COVID-19 pandemisi sırasında gözlenmiş olup, uluslararası turizm hareketliliği küresel ölçekte %74 oranında düşerek sektörün kırılgan yapısını açık bir biçimde ortaya koymuştur. Benzer bir hassasiyet, 6 Şubat 2023'te Kahramanmaraş merkezli gerçekleşen ve 11 ili etkileyen depremler sonrasında da kendini göstermiştir. Bu araştırmanın temel amacı, söz konusu depremlerin Malatya turizmi üzerindeki yıkıcı etkilerini kapsamlı bir biçimde analiz etmektir. Ayrıca araştırmada, belirlenen olumsuz sonuçların giderilmesine yönelik uygulanabilir çözüm önerileri geliştirmek de amaçlanmaktadır. Araştırma bulguları, depremin turizm altyapısında yarattığı tahribatın boyutlarını çarpıcı biçimde gözler önüne sermektedir. Malatya'daki Turizm İşletme Belgeli konaklama tesislerinin %15,79'unun, Belediye Belgeli tesislerin ise %11,54'ünün tamamen yıkılmış olması, faaliyetlerini sürdürebilen tesislerin ise %79,49'unun çeşitli düzeylerde hasar alması, sektörün maruz kaldığı yapısal zayıflığı ortaya koymaktadır. Kentin önemli kültürel simgelerinden biri olan Malatya Yeni Camii'nin tamamen yıkılması ise turistik çekicilik açısından ortaya çıkan kaybın büyüklüğünü daha da belirginleştirmektedir. Sonuç olarak bu çalışma, turizm politikası geliştiricilerine, araştırmacılara, özel sektör temsilcilerine ve sivil toplum kuruluşlarına, Malatya turizminin yeniden canlandırılmasına yönelik somut ve uygulanabilir öneriler sunmayı hedeflemektedir. Araştırmanın ortaya koyduğu bulgular, afet sonrası turizm planlaması ve dayanıklılık stratejilerine ışık tutacak niteliktedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Sektörü, Kriz Yönetimi, 2023 Kahramanmaraş Depremleri, Malatya Turizmi, Depremin Etkileri, Yeniden Canlandırma.

ABSTRACT

The tourism sector, due to its structural characteristics, exhibits a high level of sensitivity to external adversities such as crises, disasters, and wars. This situation was most clearly observed during the COVID-19 pandemic that emerged in December 2019, when international tourism mobility declined by 74% on a global scale, thereby revealing the sector's fragile nature. A similar sensitivity became

evident following the earthquakes centered in Kahramanmaraş on February 6, 2023, which affected 11 provinces. The main purpose of this study is to comprehensively analyze the destructive impacts of these earthquakes on tourism in Malatya. In addition, the study aims to develop applicable solution proposals to address the identified negative consequences. The research findings strikingly demonstrate the extent of the destruction caused by the earthquake on tourism infrastructure. The complete destruction of 15.79% of Tourism Operation Certified accommodation facilities and 11.54% of Municipality Certified facilities in Malatya, along with varying levels of damage sustained by 79.49% of the facilities that remained operational, reveals the structural vulnerability faced by the sector. The total collapse of Malatya Yeni Mosque, one of the city's significant cultural landmarks, further highlights the magnitude of the loss in terms of tourist appeal. Consequently, this study aims to provide concrete and applicable recommendations for tourism policymakers, researchers, private sector representatives, and non-governmental organizations to support the revitalization of tourism in Malatya. The findings presented by the research offer valuable insights for post-disaster tourism planning and resilience strategies.

Keywords: Tourism Sector, Crisis Management, 2023 Kahramanmaraş Earthquakes, Malatya Tourism, Effects of Earthquake, Revitalization.

SAĞLIK SEKTÖRÜNDE TIBBİ ATIK YÖNETİMİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR DÖNÜŞÜMÜ: STRATEJİK REFORMLAR VE DÖNGÜSEL EKONOMİ ENTEGRASYONU

Sustainable Transformation of Medical Waste Management in the Health Sector: Strategic Reforms and Circular Economy Integration

Dr. Zeynep GÖRMEZOĞLU

Bezmialem Vakıf Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, zgormezoglu@bezmialem.edu.tr

Orcid ID: 0000-0002-0197-0653

ÖZET

Bu çalışma, Türkiye'nin mevcut tıbbi atık yönetimi sistemini, çevresel sürdürülebilirlik ve döngüsel ekonomi ilkeleri ekseninde analiz etmektedir. Tıbbi Atıkların Kontrolü Yönetmeliği'ne dayanan mevcut model, risk kontrolü odaklı, preskriptif ve "üret-topla-bertaraf et" mantığına sahip lineer bir yapı sunmaktadır. Artan atık hacimleri karşısında bu yaklaşımın çevresel ve ekonomik sürdürülebilirliği zayıftır. Çalışma, bu lineer paradigmanın sınırlarını aşarak atığı bir kaynak olarak gören, önleme ve kaynak verimliliğini önceleyen döngüsel bir modele geçişin zorunluluğunu savunmaktadır. Bu dönüşüm için yasal, teknolojik, ekonomik ve kültürel boyutları kapsayan çok katmanlı bir reform yol haritası önerilmektedir. Bu çerçevede, yönetmeliğin atık azaltma hedefleri ve Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu (EPR) ile güncellenmesi; plazma gazifikasyonu gibi yenilikçi atıktan değer yaratma teknolojilerinin teşviki; performansla dayalı finansal teşvikler ve yeşil kamu alımlarının benimsenmesi ve kurumsal sürdürülebilirlik kültürünün eğitimle güçlendirilmesi temel stratejilerdir. Nihai hedef, Türkiye'nin "Sıfır Atık" vizyonu ile bütünleşik, halk ve gezegen sağlığını bir arada koruyan dirençli bir sistem inşa etmektir.

Anahtar Kelimeler: Tıbbi Atık Yönetimi, Döngüsel Ekonomi, Çevresel Sürdürülebilirlik, Sıfır Atık, Atık Azaltma

ABSTRACT

This study analyzes Turkey's current medical waste management system through the lens of environmental sustainability and circular economy principles. The existing model, based on the Medical Waste Control Regulation, presents a linear 'produce-collect-dispose' structure focused on risk control and prescriptive rules. Faced with increasing waste volumes, this approach is environmentally and economically unsustainable. The report argues for the necessity of transcending this linear paradigm and transitioning to a circular model that prioritizes prevention and resource efficiency, viewing waste as a resource. A multi-layered reform roadmap is proposed for this transformation, encompassing legal, technological, economic, and cultural dimensions. Key strategies include updating the regulation with quantitative waste reduction targets and an Extended Producer Responsibility (EPR) mechanism; promoting innovative waste-to-value technologies such as plasma gasification; adopting performance-based financial incentives and green public procurement policies; and strengthening the corporate sustainability culture through comprehensive training. The ultimate objective is to construct a resilient system fully integrated with Turkey's national 'Zero Waste' vision, which simultaneously protects public health and promotes planetary health.

Keywords: Medical Waste Management, Circular Economy, Environmental Sustainability, Zero Waste, Waste Reduction

TÜRKİYE'DE AR-GE HARCAMALARININ SÜRDÜRÜLEBİLİR BÜYÜME ÜZERİNE ETKİSİ

The Impact of R&D Expenditures on Sustainable Growth in Turkey

Sümeyye ÇEŞİT

Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Muhasebe ve Finansman Ana Bilim
Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, Malatya, Türkiye, sumeyyecesitt@gmail.com

Orcid ID: 0009-0006-5529-0270

Ahmet ŞİT

Doç. Dr., Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret
ve Finansman Bölümü, Malatya, Türkiye, ahmet.sit@ozal.edu.tr

Orcid ID: 0000-0002-0257-9023

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de araştırma geliştirme (ar-ge) harcamalarının ülkenin sürdürülebilir büyüme üzerine etkisini araştırmaktır. Ar-ge harcamaları, ülkelerin uzun vadeli hedeflerinde teknolojik çağı yakından takip etmesi, rekabette üstünlük sağlaması için kritik bir rol oynamaktadır. Çalışmanın dönemi 1990-2024 olup yıllık veriler kullanılmıştır. Çalışmanın bağımsız değişkeni Türkiye’de ar-ge harcamalarının toplam tutarının logaritmik hali, bağımlı değişkeni ise ülkenin Gayri safi yurt içi hasıla tutarındaki yıllık artış kullanılmıştır. Yöntem olarak Kantil Regresyon kullanılarak değişkenler arasında anlamlılık düzeyi derecelere göre farklılık oluşturmaktadır. Kantil Regresyon ve Nedensellik testi uygulanan çalışmada, Türkiye’deki ar-ge harcamalarının büyüme oranı üzerinde %5 anlamlılık düzeyinde pozitif etki yarattığı ve ar-ge’deki değişimin büyümeye neden olduğu bulunmuştur. Yapılan analiz sonucunda, ekonomik kalkınma hedefleyen ülkelerin sürdürülebilir büyüme oranlarının artırılabilmesi için bütçeden ar-ge için ayrılan payları arttırmaları gerektiği söylenebilir. Daha fazla ar-ge harcaması, ülkenin teknolojik gelişimini sağlayacaktır. Daha fazla ar-ge harcamaları, ülkeleri sadece ekonomik anlamda değil, eğitim, sağlık, teknoloji ve inovasyon başta olmak üzere birçok açıdan kalkınmasını sağlayacaktır. Katma değeri yüksek ürünler üreterek uluslararası rekabet gücü artacaktır. Gelişmekte olan ülkelerin, ekonomik gelişmişliğini arttırarak rekabette gelişmiş ülkelerle rekabet edebilir duruma gelebilmesi, sürdürülebilir büyüme ve ar-ge harcamaları ile gerçekleşmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ar-ge Harcamaları, Sürdürülebilir Büyüme, Türkiye, Kantil Regresyon

ABSTRACT

This study aims to investigate the effect of Research and Development (R&D) expenditures on the country’s sustainable growth in Türkiye. R&D expenditures play a critical role in countries closely following the technological age and gaining a competitive advantage in their long-term goals. The study period is 1990-2024, and annual data were used. The independent variable of the study is the logarithmic value of the total amount of R&D expenditures in Türkiye, and the dependent variable is the annual increase in the country’s Gross Domestic Product (GDP). Quantile Regression was used as the method, and the level of significance between the variables varies according to degrees. In the study where Quantile Regression and Causality tests were applied, it was found that R&D expenditures in Türkiye have a positive effect on the growth rate at the 5% level of significance, and the change in R&D causes growth. As a result of the analysis, it can be said that countries aiming for economic development should increase the shares allocated for R&D from the budget to raise their sustainable growth rates. Higher R&D expenditures will ensure the country’s technological development. Higher R&D expenditures will enable countries to develop not only economically but also in many respects,

3rd INTERNATIONAL SUSTAINABLE BUSINESS AND
ECONOMIC STRATEGIES CONGRESS

3. ULUSLARARASI SÜRDÜRÜLEBİLİR
İŞLETMECİLİK VE EKONOMİ STRATEJİLERİ KONGRESİ
MALATYA

especially education, health, technology, and innovation. International competitiveness will increase by producing high value-added products. The ability of developing countries to increase their economic development and become competitive with developed countries in competition is realized through sustainable growth and R&D expenditures.

Keywords: R&D Expenditures, Sustainable Growth, Türkiye, Quantile Regression

TURİZM ŞİRKETLERİNDE KARBON YOĞUNLUĞUNUN KÂRLILIĞA ETKİSİ

The Effect of Carbon Intensity on Profitability in Tourism Companies

Dr. Öğr. Üyesi Özge ÖZKAN

Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Akçadağ MYO, Malatya Türkiye, ozge.ozkan@ozal.edu.tr

Orcid ID: 0000-0002-9047-8627

Öğr. Gör. Dr. Merve BAKAN

İnönü Üniversitesi, Malatya Meslek Yüksek Okulu, Malatya, Türkiye, merve.bakan@inonu.edu.tr

Orcid ID: 0000-0002-7194-6333

ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı, Borsa İstanbul (BIST) Turizm endeksinde işlem gören şirketlerde karbon yoğunluğunun (KY) finansal kârlılık üzerindeki etkisini incelemektir. Analiz, 2019–2023 dönemine ait veriler kullanılarak panel veri yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. KY, sürdürülebilirlik raporlarından elde edilen Kapsam 1 ve Kapsam 2 emisyonlarının net satışlara oranı olarak tanımlanmıştır. Kârlılık göstergesi olarak Aktif Kârlılık (ROA) belirlenmiştir. Model, sabit etkiler altında olası yatay kesit bağımlılığı, otokorelasyon ve heteroskedastisite sorunlarını gidermek amacıyla Driscoll–Kraay (DK) sağlam standart hataları kullanılarak tahmin edilmiştir. Firma büyüklüğü, kaldıraç, satış büyümesi ve likidite oranları kontrol değişkenleri olarak modele eklenmiştir. Elde edilen bulgular, karbon yoğunluğu ile aktif kârlılık arasında negatif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir. Bu sonuç, temel hipotezi doğrulamakta ve turizm sektöründe yüksek karbon ayak izinin, artan operasyonel verimsizlik ve repütasyon/regülasyon riskleri yoluyla finansal performansı olumsuz etkilediği yönündeki Verimlilik ve Repütasyon Hipotezi'ni dolaylı olarak desteklemektedir. Çalışma, şirket yönetimlerine enerji verimliliği ve yenilenebilir enerjiye geçiş; yatırımcılara ise KY'yi önemli bir çevresel, sosyal ve yönetim risk göstergesi olarak kullanmaları yönünde öneriler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Karbon Yoğunluğu, Kârlılık, Turizm Sektörü

ABSTRACT

The primary aim of this study is to empirically investigate the effect of carbon intensity (CI) on the financial profitability of tourism companies traded on the Borsa İstanbul (BIST). The analysis was conducted using panel data methods based on data spanning the 2019–2023 period. Carbon intensity was defined as the ratio of Scope 1 and Scope 2 emissions to net sales, obtained from the companies' sustainability reports³³³³. Return on Assets (ROA) was selected as the profitability indicator⁴. The model, which includes firm and year fixed effects, was estimated using Driscoll–Kraay (DK) robust standard errors to control for potential heteroscedasticity, autocorrelation, and cross-sectional dependence issues⁵. Firm size, leverage, sales growth, and liquidity ratios were included in the model as control variables. The findings revealed a negative and statistically significant relationship between carbon intensity and return on assets. This result confirms the core hypothesis ⁸and indirectly supports the Efficiency and Reputation Hypothesis, suggesting that a high carbon footprint in the tourism sector negatively impacts financial performance through increased operational inefficiency, regulatory risk, and potential reputational loss. The study recommends that management prioritizes energy efficiency and renewable energy investments, and that investors use CI as a crucial ESG risk indicator.

Keywords: Carbon Intensity, Profitability, Tourism Sector

PAZARLAMA ALANINDA YAPAY ZEKÂ UYGULAMALARINA YÖNELİK AKADEMİK EĞİLİMLERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Bibliometric Analysis of Academic Trends in Artificial Intelligence Applications in Marketing

Saliha Sueda BAKAN

Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek
Lisans Öğrencisi, Malatya, Türkiye, bakansueda30@gmail.com

Orcid ID: 0009-0006-0519-1565

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, pazarlama alanında yapay zekâ uygulamalarına yönelik akademik eğilimleri, öne çıkan temaları ve temel araştırma odaklarını belirlemek için bibliyometrik bir analiz yapmaktır. Yapay zekâ, pazarlama stratejilerinden tüketici davranış analizine kadar geniş bir etki alanına sahiptir. Bu nedenle literatürdeki gelişim sürecini anlamak ve gelecekteki araştırmalara yön vermek önemlidir. Çalışma, Web of Science (WoS) veri tabanında yer alan yayınların bibliyometrik analizini ve VOSviewer yazılımı ile yapılan görselleştirmeleri kapsamaktadır. Analizler; yayınların yıllara, disiplinlere ve dergilere göre dağılımını, atıf ilişkilerini ve anahtar kelime ağlarını incelemiştir. Bulgular, pazarlama alanında yapay zekâ uygulamalarına yönelik araştırmalarda farklı temaların öne çıktığını, disiplinler arası etkileşimlerin arttığını ve konunun literatürde giderek önem kazandığını göstermektedir. Ayrıca Türkiye’de bu alanda yapılan çalışmaların sınırlı olmakla birlikte artış eğiliminde olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak çalışma, pazarlama ve yapay zekâ ilişkisine dair literatürün sistematik olarak anlaşılmasına katkı sağlamakta ve gelecekteki araştırmalar için yönlendirici nitelik taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, Pazarlama, Bibliyometrik Analiz, VOSviewer, Web of Science

ABSTRACT

The purpose of this study is to conduct a bibliometric analysis to identify academic trends, prominent themes, and key research focuses on AI applications in marketing. Artificial intelligence has a wide range of impacts, from marketing strategies to consumer behavior analysis. Therefore, it is important to understand the development process in the literature and guide future research. The study includes a bibliometric analysis of publications in the Web of Science (WoS) database and visualizations using VOSviewer software. The analyses examined the distribution of publications by year, discipline, and journal, as well as citation relationships and keyword networks. The findings indicate that different themes are prominent in research on AI applications in marketing, that interdisciplinary interactions are increasing, and that the topic is gaining increasing importance in the literature. Furthermore, it was determined that, while limited, studies in this field in Turkey are on the rise. Consequently, the study contributes to a systematic understanding of the literature on the relationship between marketing and AI and provides guidance for future research.

Keywords: Artificial intelligence, Marketing, Bibliometric analysis, VOSviewer, Web of Science

**KARABAĞ VE DOĞU ZENGİZUR EKONOMİK BÖLGELERİNDE TURİZM POTANSİYELİNİN
RESTORASYONU VE GELİŞTİRİLMESİ***Restoration and Development of Tourism Potential in The Economic Regions of Karabakh and Eastern
Zengezur***Rasul Teymurlu**

Bilimsel Danışman, Bakü, Azerbaycan, rasul@caspiancharm.com

Orcid ID: 0000-0001-8697-0814

Nermin EmrahovaYüksek Lisans Öğrencisi, Azerbaycan Turizm ve Yönetim Üniversitesi (ATMU), Bakü, Azerbaycan,
nerminemrahova511@gmail.com

Orcid ID: 0009-0001-3360-368X

ÖZET

Bu çalışmada, Karabağ ve Doğu Zengezur ekonomik bölgelerinde turizm potansiyelinin restorasyonu ve sürdürülebilir kalkınma yolları analiz edilmektedir. İşgalden kurtarılmış bu bölgeler, zengin tarihi ve kültürel mirasa, eşsiz doğal güzelliklere ve mineral su kaynaklarına sahiptir. Bu durum, ekolojik, kültürel, kış ve sağlık turizmi gibi çeşitli alanların geliştirilmesi için geniş fırsatlar yaratmaktadır. Çalışmada, restorasyon süreci kapsamında temel altyapının (havaalanları, yollar, konaklama tesisleri) inşası incelenmiştir; ayrıca mayın tehlikesi ve nitelikli personel eksikliği gibi mevcut zorluklar değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, bölgenin “yeşil” ve “akıllı” yaklaşımlar temelinde geliştirilmesi, turizm kümelerinin (klasterlerinin) oluşturulması ve uluslararası düzeyde etkin markalaşma stratejilerinin uygulanması önerilmektedir. Karabağ ve Doğu Zengezur, modern karayolları ve yenilenen lüks otel altyapısıyla (örneğin Laçın Resort ve Şuşa Otelleri) bölgesel bir turizm merkezi olma yolunda hızla ilerlemektedir. Ancak, Ermenistan’ın uluslararası yükümlülüklerini yerine getirmeyerek mayın haritalarını teslim etmemesi, hem turizm alanlarının genişlemesi hem de yatırımcı güvenliği açısından en büyük engeli oluşturmaktadır. Bu engellerin yarattığı yüksek riske rağmen bölge, “Akıllı Şehir” konseptleri ve uluslararası tanıtım faaliyetleri (ATM, ITB gibi fuarlar) aracılığıyla yerli ve yabancı yatırımcılar için önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu kapsamda yürütülen tedbirler, Karabağ ve Doğu Zengezur’u Azerbaycan’ın ve Güney Kafkasya’nın önde gelen turizm merkezlerinden birine dönüştürmeyi hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Karabağ, Doğu Zengezur, Turizm potansiyeli, Turizmin Restorasyonu, Büyük Geri Dönüş.

ABSTRACT

In this study, analyzes the restoration and sustainable development of tourism potential in the Karabakh and East Zangezur economic regions. These territories, liberated from occupation, possess a rich historical and cultural heritage, unique natural landscapes, and abundant mineral water resources. Such features create vast opportunities for the development of various tourism segments, including ecological, cultural, winter, and health tourism. Within the scope of post-conflict reconstruction, the study examines the establishment of essential infrastructure—such as airports, highways, and accommodation facilities—while also addressing current challenges, including the threat of landmines and the shortage of qualified personnel. The paper concludes that the development of the region should be guided by “green” and “smart” approaches, emphasizing the creation of tourism clusters and effective international branding strategies. With modern road networks and newly built luxury hotel infrastructure (e.g., Laçın Resort, Shusha Hotels), Karabakh and East Zangezur are rapidly progressing toward becoming leading regional tourism centers. However, Armenia’s failure to fulfill its international obligations by withholding minefield maps remains the main obstacle to

expanding tourism zones and ensuring investor safety. Despite these risks, the region offers significant opportunities for domestic and foreign investors through “Smart City” concepts and active international promotional efforts (such as participation in ATM and ITB fairs). Collectively, these measures aim to transform Karabakh and East Zangezur into prominent tourism hubs of Azerbaijan and the South Caucasus.

Keywords: Karabakh, East Zangezur, Tourism Potential, Tourism Restoration, Great Return.

KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK KAVRAMINA BAKIŞ: 2015-2024 ARASI BİBLİYOMETRİK ANALİZ

Corporate Social Responsibility Concept: A Bibliometric Analysis for the Period 2015-2024

Bilim Uzmanı, Merve DİRİCAN

Bağımsız Araştırmacı, Malatya, Türkiye, mervedirican44@gmail.com

Orcid ID: 0000-0002-3990-2269

ÖZET

Bu araştırmanın temel amacı, Kurumsal Sosyal Sorumluluk (KSS) kavramına ilişkin akademik eğilimleri, öne çıkan temaları ve araştırma odaklarını belirlemek amacıyla kapsamlı bir bibliyometrik analiz gerçekleştirmektir. KSS; etik, iş etiği, çalışma tutumları, iş tatmini ve kurumsal imaj gibi birçok kavramla ilişkilendirilen, sosyal bilimlerden işletmeve kadar geniş bir etki alanına sahiptir. Bu nedenle, literatürdeki gelişim sürecinin incelenmesi, araştırma yönelimlerinin belirlenmesi ve gelecekteki akademik çalışmalara yön verilmesi açısından önemli görülmektedir. Araştırmada, Web of Science (WoS) veri tabanında “kurumsal sosyal sorumluluk” anahtar kelimesiyle taranan 2015–2024 yılları arasındaki akademik makaleler ve yine aynı yıllarda Yüksek Öğretim Kurulu (YÖK) Ulusal Tez Merkezi veri tabanında ver alan lisansüstü çalışmalar incelenmiştir. KSS’ nin yıllara göre vavın eğilimleri, disiplinler arası etkileşimler, dağılımlar, atıf ağları ve Türkiye’de yürütülen araştırmalar çok yönlü biçimde analiz edilmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre belirlenen on yılda KSS alanına yönelik akademik üretim bazı yıllarda dalgalanmalar yaşasa da genel itibariyle belirgin biçimde artmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Etik, İş Etiği

ABSTRACT

The primary objective of this research is to conduct a comprehensive bibliometric analysis to identify academic trends, prominent themes, and research focuses related to the concept of Corporate Social Responsibility (CSR). CSR has a broad impact, spanning from the social sciences to business, and is associated with numerous concepts such as ethics, business ethics, work attitudes, job satisfaction, and corporate image. Therefore, examining the development process in the literature is considered important in terms of determining research trends and directing future academic studies. In the research, academic articles between 2015 and 2024, which were searched with the keyword "corporate social responsibility" in the Web of Science (WoS) database, and postgraduate studies in the National Thesis Center database of the Council of Higher Education (YÖK) in the same years were examined. CSR publication trends, interdisciplinary interactions, distributions, citation networks, and research conducted in Turkey were analyzed in a multifaceted manner. The findings indicate that academic production in the field of CSR increased significantly overall, although fluctuations occurred in some years, during the specified decade.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Ethics, Business Ethics

YEŞİL AKLAMA ARAŞTIRMALARININ EVRİMİ: VOSVIEWER İLE BİBLİYOMETRİK HARİTALAMA (2009–2025)

The Evolution of Greenwashing Research: Bibliometric Mapping with VOSviewer (2009–2025)

Tülay ÖZCAN

Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek
Lisans Öğrencisi, Malatya, Türkiye, tlyzcn2013@gmail.com

Orcid ID: 0009-0003-8796-4709

ÖZET

Bu çalışma, 2009-2025 yılları arasında yayımlanan akademik literatürü bibliyometrik yöntemlerle analiz ederek "yeşil aklama" (greenwashing) araştırmalarının evrimini ve mevcut yapısını haritalamayı amaçlamaktadır. Sürdürülebilirlik ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramlarının yükselişiyle birlikte kritik bir öneme sahip olan yeşil aklama olgusu, akademik ilginin de hızla arttığı bir alan haline gelmiştir. Bu kapsamda, Web of Science (WoS) veri tabanından elde edilen kapsamlı bir veri seti, VOSviewer yazılımı kullanılarak bilimsel haritalama tekniğiyle incelenmiştir. Analizler, alanın temel bibliyometrik göstergelerini (yayın trendleri, en üretken aktörler) ve bilişsel yapısını (tematik kümeler) ortaya koymuştur. Bulgular, yeşil aklama araştırmalarının başlangıçta "yeşil pazarlama" ve "tüketici algısı" gibi konular etrafında yoğunlaştığını, ancak son yıllarda "Çevresel, Sosyal ve Yönetişim (ESG)", "sürdürülebilirlik raporlaması" ve "yapay zekâ" gibi daha karmaşık ve güncel konulara doğru kaydığını göstermektedir. Bu tematik kayma, alanın olgunlaşmasını ve disiplinlerarası bir yapıya bürünmesini işaret etmektedir. Çalışma, yeşil aklama araştırmalarının gelecekteki yönelimlerine ışık tutarak, politika yapıcılar, şirket yöneticileri ve akademisyenler için değerli çıkarımlar sunmaktadır. Bu çalışma, alanın gelişim dinamiklerini şeffaf bir şekilde sunarak, gelecekteki araştırma gündemlerine önemli bir yol haritası sunmaktadır.

Anahtar Kelime: Yeşil Aklama, Bibliyometrik Analiz, VOSviewer, Sürdürülebilirlik

ABSTRACT

This study aims to map the evolution and current structure of "greenwashing" research by analyzing the academic literature published between 2009 and 2025 using bibliometric methods. With the rise of sustainability and corporate social responsibility concepts, the phenomenon of greenwashing has gained critical importance, leading to a rapidly increasing academic interest in the field. For this purpose, a comprehensive dataset obtained from the Web of Science (WoS) database was examined using the scientific mapping technique with the VOSviewer software. The analyses revealed the field's basic bibliometric indicators (publication trends, most productive actors) and its cognitive structure (thematic clusters). Findings indicate that greenwashing research initially concentrated on topics such as "green marketing" and "consumer perception," but has recently shifted towards more complex and contemporary issues like "Environmental, Social, and Governance (ESG)", "sustainability reporting," and "artificial intelligence." This thematic shift signals the field's maturation and its transformation into an interdisciplinary structure. The study transparently presents the developmental dynamics of the field, offering valuable insights for policymakers, company executives, and academics, and providing an important roadmap for future research agendas.

Keywords: Greenwashing, Bibliometric Analysis, VOSviewer, Sustainability

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE PERSONEL DEVİR HIZI İLE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

*The Relationship Between Employee Turnover and Customer Satisfaction in Accommodation
Companies*

Vildan AKBAŞ

Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Yüksek Lisans Öğrencisi, Antalya, Türkiye,
vildanakbass@icloud.com

Orcid ID: 0009-0005-5126-7236

Doç. Dr. Salih TELLİOĞLU

Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Antalya, Türkiye, slhtellioglu@gmail.com

Orcid ID: 0000-0001-6510-110X

ÖZET

Turizm sektörü personel devir hızının en yüksek olduğu sektörlerden biridir. Sektörün mevsimsel özelliği ve krizlerden kolay etkilenmesi personellerin çok sık iş değiştirmesine ve nitelikli personellerin farklı sektörlerle geçmesine neden olmaktadır. Bunun yanında birçok konaklama işletmesinin çalışanlarına yeterince değer göstermediği ve buna bağlı olarak personellerin çalıştıkları işletmeye olan bağlılıklarının düşük olduğu görülmektedir. Personellerine değer veren işletmelerde ise işletmeye olan bağlılık artmakta ve personel devir hızı daha düşük çıkmaktadır. Konaklama işletmelerinin başarısı için en önemli konu ise müşteri memnuniyetidir. Müşteri memnuniyeti yüksek olan işletmelerde ise doluluk oranı artmakta ve buna bağlı olarak gelirleri de artmaktadır. Hizmet sektöründe müşteri çalışan etkileşimin yüksek olmasından dolayı müşteri memnuniyetinin sağlanmasında ise personel önemli bir faktör olarak öngörülmektedir. Bu çalışmada konaklama işletmelerinin personel devir hızı oranı ve müşteri memnuniyet oranı incelenmektedir. Bu kapsamda Alanya'da faaliyet gösteren 5 yıldızlı 10 konaklama işletmesinin insan kaynakları yöneticileri ile görüşmeler yapılarak personel devir hızları ile ilgili bilgi toplanmıştır. Ayrıca yine aynı otellerin Tripadvisor.com.tr adresindeki müşteri memnuniyet puanları araştırılarak kavıt altına alınmıştır. Elde edilen veriler kapsamında personel devir hızı oranının müşteri memnuniyet oranı ile karşılaştırması yapılmıştır. Araştırma sonucunda personel devir hızının düşük olduğu işletmelerde müşteri memnuniyetinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Korelasyon analizine göre ise Personel Devir Hızı ile Müşteri Memnuniyet Oranı arasında -0.73 düzeyinde güçlü negative bir korelasyon ilişkisi bulunmaktadır. Bu sonuç konaklama işletmelerinde personel devir hızı arttıkça müşteri memnuniyetinin azalma eğiliminde olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Sektörü, Personel Devir Hızı, Müşteri Memnuniyeti

ABSTRACT

Tourism sector is one of the industries with the highest employee turnover rates. The seasonal nature of the sector and its susceptibility to crises lead to frequent job changes among employees and cause qualified personnel to move to other sectors. In addition, many accommodation enterprises are observed to not show sufficient appreciation to their employees, which results in low employee loyalty to the organization. In contrast, in businesses that value their employees, organizational commitment increases and employee turnover rates are lower. Customer satisfaction is one of the most critical factors for the success of accommodation enterprises. In establishments with high levels of customer satisfaction, occupancy rates increase, and consequently, revenues rise. Since customer-employee interaction is high in the service sector, employees are considered a key factor in ensuring customer

3rd INTERNATIONAL SUSTAINABLE BUSINESS AND
ECONOMIC STRATEGIES CONGRESS

3. ULUSLARARASI SÜRDÜRÜLEBİLİR
İŞLETMECİLİK VE EKONOMİ STRATEJİLERİ KONGRESİ
MALATYA

satisfaction. This study examines the relationship between employee turnover rate and customer satisfaction rate in accommodation enterprises. In this context, interviews were conducted with human resources managers of 10 five-star hotels operating in Alanya to collect data on employee turnover rates. Additionally, customer satisfaction scores of the same hotels were retrieved from Tripadvisor.com.tr and recorded. Based on the collected data, a comparison between employee turnover rates and customer satisfaction rates was made. The research found that enterprises with lower employee turnover rates had higher customer satisfaction. According to the correlation analysis, there is a strong negative correlation of -0.73 between employee turnover rate and customer satisfaction rate. This result indicates that as employee turnover increases in accommodation enterprises, customer satisfaction tends to decrease.

Keywords: Tourism Sector, Employee Turnover Rate, Customer Satisfaction

KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE DÖNGÜSEL EKONOMİ FARKINDALIĞI VE UYGULAMALARI

Circular Economy Awareness and Practices in Accommodation Companies

Vildan AKBAŞ

Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Yüksek Lisans Öğrencisi, Antalya, Türkiye,
vildanakbass@icloud.com

Orcid ID: 0009-0005-5126-7236

ÖZET

Turizm sektöründe sürdürülebilirlik uygulamalarının önemi gün geçtikçe artmaktadır. Döngüsel ekonomi yaklaşımı: kaynakların verimli kullanılması, atık yönetiminin optimize edilmesi ve geri dönüştürülebilir materyallerin işletme süreçlerine entegre edilmesi açısından önemli rol oynamaktadır. Turizm ve konaklama işletmelerinde yöneticilerin döngüsel ekonomi farkındalığı hem stratejik kararları hem de günlük operasyonları doğrudan etkilemektedir. Bu araştırmanın amacı Alanya’da bulunan konaklama işletmelerinde çalışan yöneticilerin döngüsel ekonomi farkındalık düzeylerini ölçmek, bu yaklaşım ile ilgili tutum ve davranışlarını belirlemek, mevcut uygulamaları ve politikaları hakkında bilgi toplamak ve öneriler sunmaktır. Araştırma kapsamında Alanya’da bulunan 5 yıldızlı 10 farklı konaklama işletmesinin yöneticileri ile derinlemesine görüşmeler yapılmış ve nitel veri toplama tekniği kullanılmıştır. Görüşmelerden elde edilen veriler, yöneticilerin döngüsel ekonomi ile ilgili yüksek düzeyde bilgi ve farkındalığa sahip olduğunu, sürdürülebilir uygulamaları hizmet süreçlerine etkin bir şekilde entegre ettiklerini göstermektedir. Katılımcılar enerji ve su tasarrufu, atık yönetimi ve geri dönüşüm uygulamalarını başarılı bir şekilde yürütmekte; ayrıca personel ve misafirleri de bu süreçte dahil etmektedir. Buna karşın katılımcılar bu süreci yönetirken ekonomik ve operasyonel bazı zorluklarla karşılaşmaktadır. Elde edilen bulgular, konaklama sektöründe döngüsel ekonomi farkındalığının yüksek olduğunu ve sürdürülebilir uygulamaların başarı ile uygulanabileceğini ortaya koymaktadır. Çalışma, yöneticilerin bilinçlendirilmesi ve sektör çapında sürdürülebilir turizm uygulamalarının yaygınlaştırılması için eğitim programlarının ve politika desteklerinin önemini vurgulamaktadır. Sonuçlar, Türkiye özelinde Alanya örneği üzerinden, sektörde sürdürülebilir stratejilerin geliştirilmesi ve çevresel performansın artırılması açısından yol gösterici niteliktedir.

Anahtar Kelimeler: Döngüsel Ekonomi, Turizm Sektörü, Konaklama İşletmeleri, Sürdürülebilirlik, Alanya

ABSTRACT

The importance of sustainability practices in the tourism sector is increasing daily. The circular economy approach plays a key role in the efficient use of resources, optimizing waste management, and integrating recyclable materials into business processes. In tourism and accommodation businesses, managers' awareness of the circular economy directly impacts both strategic decisions and daily operations. The purpose of this research is to measure the circular economy awareness levels of managers working in accommodation businesses in Alanya, to determine their attitudes and behaviors related to this approach, to gather information about their current practices and policies, and to offer recommendations. As part of the research, in-depth interviews were conducted with managers of 10 different 5-star accommodation businesses in Alanya, using qualitative data collection techniques. The data obtained from the interviews demonstrates that managers have a high level of knowledge and awareness of the circular economy and effectively integrate sustainable practices into their service processes. Participants successfully implement energy and water conservation, waste management, and recycling practices, and also engage staff and guests in this process. However, participants face several economic and operational challenges in managing this process. The findings demonstrate that awareness of the circular economy is high in the hospitality sector and that sustainable practices can be successfully implemented. The study highlights the importance of

training programs and policy support for raising managerial awareness and disseminating sustainable tourism practices throughout the sector. The results, specifically through the example of Alanya in Turkey, provide guidance for developing sustainable strategies and improving environmental performance in the sector.

Keywords: Circular Economy, Tourism Sector, Accommodation Companies, Sustainable, Alanya

TÜKETİCİLERİN YANILTICI YEŞİL REKLAM ALGISININ DOĞA YANLISI DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

The Effect of Consumers' Perceived Greenwashing in Advertising on Pro-Nature Conservation Behaviors

Bilim Uzmanı-Psikolog Helin Doymaz

Bağımsız Araştırmacı, Adıyaman, Türkiye, psk.helindoymaz@hotmail.com

Orcid ID: 0009-0004-8879-557X

ÖZET

Bu çalışma, tüketicilerin yanıltıcı yeşil reklam algısının, onların satın alma niyeti gibi tüketim odaklı sonuçlar yerine, daha spesifik ve aktif koruma eylemlerini içeren doğa yanlısı davranışları üzerindeki doğrudan etkisini ampirik olarak incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma, algılanan yanıltıcı yeşil reklamın, bireylerin aktif koruma eylemlerini içeren doğa yanlısı davranışları üzerindeki etkisini davranışsal bir perspektiften ele alarak literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmayı hedeflemektedir. Nicel araştırma deseniyle yürütülen çalışmada, yanıltıcı yeşil reklam algısının doğa yanlısı davranışlar üzerinde anlamlı ve negatif bir etkiye sahip olacağı varsayımı üzerine hipotezler kurulmuştur. Araştırmanın evrenini Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde ikamet eden, 18 yaş ve üzeri tüketiciler oluşturmaktadır. Kolayda örneklemme yöntemiyle toplanan verilerde, 306 geçerli anket verisine ulaşılmıştır. Veri toplama aracı olarak Yanıltıcı Yeşil Reklam Algısı Ölçeği ve dört alt boyuttan oluşan Doğa Yanlısı Davranış Ölçeği kullanılmıştır. Hipotezlerin test edilmesi için Basit Doğrusal Regresyon Analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçları, kurulan hipotezlerin aksine, tüketicilerin yanıltıcı yeşil reklamlara yönelik algıları ile doğa yanlısı davranış düzeyleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Bu pozitif ilişki, özellikle çevre gündemine duyarlı ve çevreci tüketim konusunda aktif bireylerden oluşan örneklemde, algılanan yeşil reklam algısının pasifleşme yerine eleştirel farkındalığı ve “kendi sorumluluğunu bizzat üstlenme” eğilimini tetikleyen bir faktör olarak yorumlanmıştır. Yanıltıcı Yeşil Reklam Algısı’nın en yüksek etkiyi “Bireysel Faaliyet” boyutu üzerinde gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmanın bulguları, yeşil yıkama olgusunun doğa yanlısı davranışlar söz konusu olduğunda her zaman motivasyonu zayıflatan bir bariyer gibi işleyebileceğini; tersine, belirli bir profildeki bireylerde çevreci vatandaşlık ve eleştirel çevre bilinci yönünde bir tepkiyi tetikleyebileceğini göstermektedir. Gelecek çalışmalarda, nedensel ilişkiyi daha net ortaya koymak için deneysel tasarımların kullanılması ve çevresel şüphecilik gibi aracı değişkenlerin rolünün incelenmesi tavsiye edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yanıltıcı Yeşil Reklam, Doğa Yanlısı Davranışlar, Tüketici Algısı

ABSTRACT

This study aims to empirically examine the direct effect of consumers' perceptions of misleading green advertising on nature-friendly behaviors that involve more specific and active conservation actions, rather than on consumption-focused outcomes such as purchase intention. The study seeks to fill an important gap in the literature by addressing, from a behavioral perspective, the impact of perceived misleading green advertising on individuals' nature-friendly behaviors that include active protection efforts. In this quantitatively designed research, hypotheses were developed based on the assumption that perceptions of misleading green advertising would have a significant and negative effect on nature-friendly behaviors. The population of the research consists of consumers aged 18 and over residing within the borders of the Republic of Türkiye. Using a convenience sampling method, 306 valid questionnaires were obtained. As data collection tools, the Perceived Misleading Green Advertising Scale and the Nature-Friendly Behavior Scale, which consists of four sub-dimensions, were employed. Simple Linear Regression Analysis was conducted to test the hypotheses. Contrary to the proposed hypotheses, the analysis results revealed a significant and positive relationship between consumers' perceptions of misleading green advertising and their level of nature-friendly behaviors. This positive

3rd INTERNATIONAL SUSTAINABLE BUSINESS AND
ECONOMIC STRATEGIES CONGRESS

3. ULUSLARARASI SÜRDÜRÜLEBİLİR
İŞLETMECİLİK VE EKONOMİ STRATEJİLERİ KONGRESİ
MALATYA

relationship was interpreted, particularly in a sample composed of individuals who are sensitive to the environmental agenda and active in green consumption, as an indication that perceived misleading green advertising functions as a factor that triggers critical awareness and a tendency to “personally assume responsibility,” rather than leading to passivity. It was found that Perceived Misleading Green Advertising has its strongest effect on the “Individual Activity” dimension. The findings of the study indicate that, when nature-friendly behaviors are concerned, the phenomenon of greenwashing does not always operate as a barrier that undermines motivation; on the contrary, in individuals with a certain profile, it may trigger a reaction in the direction of environmental citizenship and critical environmental awareness. For future research, it is recommended to use experimental designs to reveal the causal relationship more clearly and to examine the role of mediating variables such as environmental skepticism.

Keywords: Misleading Green Advertising, Nature-Friendly Behaviors, Consumer Perception

**ÜLKELERİN ENERJİ HARCAMALARININ SÜRDÜRÜLEBİLİR FİNANSAL GELİŞİMİŞLİĞİ ÜZERİNE
ETKİSİ: AVRUPA BİRLİĞİNDE YER ALAN TEMSİL GÜCÜ YÜKSEK ÜLKELER ÜZERİNE BİR
ÇALIŞMA**

*The Impact of Countries' Energy Expenditures on Their Sustainable Financial Development: A Study on
Highly Representative Countries in the European Union*

Gamze GÜLPINAR

Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Muhasebe ve Finansman Ana Bilim
Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, Malatya, Türkiye, gmzgulpinar@gmail.com

Orcid ID: 0009-0002-3437-9939

Doç. Dr. Ahmet ŞİT

Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve
Finansman Bölümü, Malatya, Türkiye, ahmet.sit@ozal.edu.tr

Orcid ID: 0000-0002-0257-90-23

ÖZET

Bu çalışma, enerji harcamalarının sürdürülebilir finansal gelişmişlik üzerindeki etkisini, Avrupa Birliği (AB) özelinde incelemeyi amaçlamaktadır. Küresel ekonomide enerji arz güvenliği ve sürdürülebilirlik arayışları, ülkelerin enerji politikalarını yeniden şekillendirirken, bu politikaların finansal piyasalar üzerindeki yansımaları giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu bağlamda, AB içinde temsil gücü yüksek olan Almanya, Fransa, Hollanda, İsveç, Danimarka, İtalya, İspanya, Polonya, Macaristan, Çekya, Romanya ve Portekiz, 2008-2023 dönemini kapsayan yıllık verilerle örneklem olarak belirlenmiştir. Çalışmanın bağımlı değişkeni olarak, finansal gelişmişliğin bir göstergesi olan ve ülkelerin borsalarında en yoğun işlem gören borsa endeks değerleri kullanılmıştır. Bağımsız değişken ise ülkelerin enerji harcamalarının Gayri Safi Yurt İçi Hasıla'ya (GSYİH) oranıdır. Analiz metodolojisi olarak, panel veri modellerinde karşılaşılan yatay kesit bağımlılığı, değişen varyans ve otokorelasyon gibi sorunlara karşı dirençli ve tutarlı sonuçlar üreten Driscoll-Kraay Dirençli Standart Hata Tahminci yöntemi tercih edilmiştir. Elde edilen bulgular, enerji harcamalarındaki artışın finansal gelişmişliği pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilediğini göstermektedir. Bu sonuç, ülkelerin enerjiye ayırdıkları bütçe payını artırmasının, üretimde kapasite kullanım oranlarını ve verimliliği yükselterek ekonomik aktiviteyi canlandırdığı şeklinde yorumlanabilir. Artan ekonomik faaliyet ve üretim, borsada işlem gören işletmelerin kârlılık beklentilerini ve dolayısıyla hisse senedi değerlerini olumlu etkileyerek finansal piyasaların derinleşmesine katkı sağlamaktadır. Bu durum, enerji yatırımlarının sadece ekonomik büyümeyi değil, aynı zamanda finansal istikrar ve gelişmişliği de destekleyen kritik bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ar-Ge Harcamaları, Finansal Gelişmişlik, Avrupa Birliğinde Temsiliyeti Güçlü Ülkeler, Panel Veri Analizi

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of energy expenditures on sustainable financial development, specifically in the European Union (EU). As the pursuit of energy supply security and sustainability in the global economy reshapes countries' energy policies, the reflections of these policies on financial markets are gaining increasing importance. In this context, Germany, France, the Netherlands, Sweden, Denmark, Italy, Spain, Poland, Hungary, Czechia, Romania, and Portugal, which are considered to have high representative power within the EU, have been determined as the sample with

3rd INTERNATIONAL SUSTAINABLE BUSINESS AND ECONOMIC STRATEGIES CONGRESS

3. ULUSLARARASI SÜRDÜRÜLEBİLİR
İŞLETMECİLİK VE EKONOMİ STRATEJİLERİ KONGRESİ
MALATYA

annual data covering the 2008-2023 period. As the dependent variable of the study, the most heavily traded stock market index values in the countries' stock exchanges, which are an indicator of financial development, were used. The independent variable is the ratio of countries' energy expenditures to Gross Domestic Product (GDP). As the analysis methodology, the Driscoll-Kraay robust standard error estimator method was preferred, which produces resilient and consistent results against problems encountered in panel data models such as cross-sectional dependence, heteroskedasticity, and autocorrelation. The findings obtained show that the increase in energy expenditures affects financial development positively and in a statistically significant way. This result can be interpreted as an increase in the budget share allocated to energy by countries stimulates economic activity by increasing capacity utilization rates and efficiency in production. The increasing economic activity and production positively affect the profitability expectations and thus the stock values of publicly traded companies, contributing to the deepening of financial markets. This situation reveals that energy investments play a critical role not only in supporting economic growth but also in fostering financial stability and development.

Keywords: R&D Expenditures, Financial Development, Highly Representative EU Countries, Panel Data Analysis