

ISSN: 2667-422X



SOSYAL, BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

JOURNAL OF SOCIAL, HUMAN AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES

Cilt	Volume	9
Sayı	Issue	9
Yıl	Year	2026

SOSYAL, BEŞERİ ve İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

2026, Cilt.9, Sayı.9

YAYIN KURULU

BAŞ EDITÖR

Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK
Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi,
Turizm Fakültesi Gölbaşı Yerleşkesi, Ankara, Türkiye.
editor@sobibder.org
editor.sobibder@gmail.com
Telefon: +90 312 231 73 60/1847

DİL EDITÖRÜ

Prof. Dr. Ayşe Nevin SERT, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye. nevin.sert@hbv.edu.tr

EDITÖRLER KURULU

Atatürk İlke ve Cumhuriyet Tarihi: Dr. Öğr. Üyesi Mustafa EĞİLMEZ, Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu, Türkiye. megilmez@kastamonu.edu.tr

Coğrafya: Doç. Dr. Mehmet Fatih DÖKER, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye. fdoker@sakarya.edu.tr

Çalışma Ekonomisi: Doç. Dr. Seda TEKELİ, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye. sakyalcin@anadolu.edu.tr

Çocuk Gelişimi: Prof. Dr. Arzu YÜKSELEN, İstanbul Medipol Üniversitesi, İstanbul, Türkiye. ayukselen@medipol.edu.tr

Dilbilimi ve Edebiyat: Prof. Dr. İhsan KALENDER, Gazi Üniversitesi, Ankara, Türkiye. kihsan@gazi.edu.tr

Ekonomi: Dr. Öğr. Üyesi Atilla AYDIN, İstanbul Rumeli Üniversitesi, İstanbul, Türkiye. atilla.aydin@rumeli.edu.tr

Felsefe: Prof. Dr. Hatice Nur ERKİZAN, Muğla Sıktı Koçman Üniversitesi, Muğla, Türkiye. nerkizan@mu.edu.tr

İletişim Çalışmaları: Prof. Dr. Yusuf YURDİGÜL, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye. yusufyurdagul@hotmail.com

İşletme Yönetimi: Dr. Öğr. Üyesi Menekşe ÖZTOPRAK, Başkent Üniversitesi, Ankara, Türkiye. tarhan@baskent.edu.tr

Maliye: Prof. Dr. Ali ÇELİKKAYA, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye. acelikka@ogu.edu.tr

Muhasebe: Prof. Dr. Seyhan ÇİL, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye. seyhan.cil@hbv.edu.tr

Pazarlama: Prof. Dr. Cevat TOSUN, George Washington Üniversitesi, Washington, ABD. ctosun@gwu.edu

Psikoloji ve PDR: Prof. Dr. Sefa BULUT, İbn Haldun Üniversitesi, İstanbul, Türkiye. sefa.bulut@ihu.edu.tr

Psikoloji: Doç. Dr. Kemale SALMANOVA, Simqait State University, Simgait, Azerbaycan. salamovak11@gmail.com

Siyasi Tarih: Dr. Öğr. Üyesi Onur ŞEN, Mersin Üniversitesi, Mersin, Türkiye. onursen@mersin.edu.tr

Sosyoloji: Doç. Dr. Suna TEKEL, İnönü Üniversitesi, Malatya, Türkiye. suna.tekel@inonu.edu.tr

Turizm ve Otel İşletmeciliği: Doç. Dr. Sedat YÜKSEL, Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Maskat, Umman sedatyuksel@gmail.com

Temel İslam Bilimleri: Doç. Dr. Harun ÇAĞLAYAN, Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale, Türkiye. caglayanharun@gmail.com

Uluslararası İlişkiler: Doç. Dr. Serkan NAKTİYOK, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye. snaktiyok@atauni.edu.tr

Yakın Çağ Tarihi: Prof. Dr. Ahmet GÜNDÜZ, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep, Türkiye. agunduz@gantep.edu.tr

Yönetim Bilişim Sistemleri: Doç. Dr. Ersin KARAMAN, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye. ersinkaraman@atauni.edu.tr

Yönetim ve Strateji: Prof. Dr. Harun DEMİRKAYA, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli, Türkiye. harundemirkaya@kocaeli.edu.tr

HAKEM KURULU

Prof. Dr. Ahmet GÜNDÜZ, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep, Türkiye.

Prof. Dr. Ahmet TAYFUN, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Ali ÇELİKKAYA, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye.

Prof. Dr. Alptekin SÖKMEN, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Arzu KILIÇLAR, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Arzu YÜKSELEN, İstanbul Medipol Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.

Prof. Dr. Cemalettin AKTEPE, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Cevat TOSUN, George Washington Üniversitesi, Washington, ABD.

Prof. Dr. Evren GÜÇER, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Fevzi OKUMUŞ, Central Florida Üniversitesi, Orlando, ABD.

Prof. Dr. Güler SAĞLAM ARI, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Hatice Nur ERKİZAN, Muğla Sıktı Koçman Üni., Muğla, Türkiye.

Prof. Dr. İhsan KALENDER, Gazi Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, Türkiye.

Prof. Dr. Mehmet BAŞ, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye,

Prof. Dr. Metehan TOLON, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.

Prof. Dr. Mithat ÜNER, Atılım Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
Prof. Dr. Sefa BULUT, İbn Haldun Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
Prof. Dr. Seyhan ÇİL, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
Prof. Dr. Şeyhmus BALOĞLU, Nevada Üniversitesi, Las Vegas, ABD.
Prof. Dr. Yüksel EKİNCİ, Portsmouth Üniversitesi, Portsmouth, İngiltere.
Prof. Dr. Zeynep ASLAN, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın, Türkiye.
Doç. Dr. Ali Turan BAYRAM, Sinop Üniversitesi, Sinop, Türkiye.
Doç. Dr. Ersin KARAMAN, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye.
Doç. Dr. Gül ERKOL BAYRAM, Sinop Üniversitesi, Sinop, Türkiye.
Doç. Dr. Harun ÇAĞLAYAN, Kırıkkale Üniversitesi, Kırıkkale, Türkiye.
Doç. Dr. Kadri Gökhan YILMAZ, AHBV Üniversitesi, Ankara.
Doç. Dr. Lütfi BUYRUK, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üni., Nevşehir, Türkiye.
Doç. Dr. Mehmet Fatih DÖKER, Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye.
Doç. Dr. Mustafa SOLMAZ, İnönü Üniversitesi, Malatya, Türkiye.
Doç. Dr. Nuray TOSUNOĞLU, AHBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
Doç. Dr. Saadet Pınar TEMİZKAN, Osmangazi Üni., Eskişehir, Türkiye.
Doç. Dr. Seda TEKELİ, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, Türkiye.
Doç. Dr. Sedat YÜKSEL, Teknoloji ve Uygulamalı Bilimler Üni., Maskat, Umman
Doç. Dr. Selma KALYONCUOĞLU, Ankara HBV Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
Doç. Dr. Serkan NAKTİYOK, Atatürk Üniversitesi, Erzurum, Türkiye.
Doç. Dr. Suna TEKEL, İnönü Üniversitesi, Malatya, Türkiye.
Doç. Dr. Yaşar KAYA, İnönü Üniversitesi, Malatya, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Atilla AYDIN, İstanbul Rumeli Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe ATAR, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Halit AKIN, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Menekşe ÖZTOPRAK, Başkent Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa EĞİLMEZ, Kastamonu Üni., Kastamonu, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Onur ŞEN, Mersin Üniversitesi, Mersin, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Seda ÖZDEMİR AKGÜL, Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye.
Dr. Öğr. Üyesi Zeki YÜKSEKBİLGİLİ, Nişantaşı Üniversitesi, İstanbul, Türkiye.

BU SAYIDA HAKEMLİK YAPANLAR

Prof. Dr. Mahmut Sami ÖZTÜRK, Süleyman Demirel Üniversitesi.
Doç. Dr. Ayşe BİLGİNER KUCUR, Atatürk Üniversitesi.
Doç. Dr. Cemal İNCE, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi.
Doç. Dr. Ceyhun AKYOL, Artvin Çoruh Üniversitesi.
Doç. Dr. Hakkı KIYMIK, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi.
Doç. Dr. Harun ÖĞÜNÇ, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi.
Doç. Dr. Hasan ŞENOL, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi.

Doç. Dr. Nurcan YILMAZ, İnönü Üniversitesi.
Doç. Dr. Şeyma B. ERDOĞAN, Atatürk Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Onur TÜRKER, İstanbul Gelişim Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi ÖMERFARUK KORKMAZ, Giresun Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Sibel AKIN, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi.
Dr. Öğr. Üyesi Ünver AKIN, Giresun Üniversitesi.
Dr. Bahman HUSEYNLİ, Azərbaycan Devlet İktisat Üniversitesi.
Dr. Hasraddin GULİYEV, Azərbaycan Devlet İktisat Üniversitesi.
Dr. Turan KARIMLI, Azərbaycan Devlet İktisat Üniversitesi.
Öğr. Gör. Dr. Mustafa Oğuz YEĞİN, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi.

ODAK VE KAPSAM

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin yayın odağında;
Sosyal Bilimler alanındaki profesyonellere akademik katkı sağlayan, sektörel uygulamalara katkı sağlayan teorik ve uygulama arasında köprü olan, Sosyal Bilimler alanlarında ulusal ve uluslararası karşılaştırmaları inceleyen eserler yer almaktadır.

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin yayın kapsamında;
Arkeoloji, Atatürk İlke ve Cumhuriyet Tarihi, Avrupa Birliği, Bankacılık ve Sigortacılık, Batı Sanatı ve Çağdaş Sanat, Beşiri ve İktisadi Coğrafya, Bilgi ve Belge Yönetimi, Bölgesel Çalışmalar, Çağdaş Dünya Tarihi, Çocuk Gelişimi, Dilbilimi, Eğitim Bilimleri, Ekonometri, Erken Hristiyan ve Bizans Sanatları, Eskiçağ Tarihi, Felsefe, Finans, Fiziki Antropoloji ve Paleoantropoloji, Fiziki Coğrafya, Gazetecilik ve Medya Çalışmaları, Gelişim Psikolojisi, Genel Türk Tarihi, Görsel İletişim Tasarımı, Halkla İlişkiler, İktisadi Düşünce, İktisat Tarihi, İletişim Çalışmaları, Kamu Yönetimi, Makro İktisat, Maliye, Mikro İktisat, Muhasebe, Nicel Karar Yöntemleri, Organizasyon, Ortaçağ Tarihi, Osmanlı Kurumları ve Medeniyeti, Öğrenme-Bilişsel-Biyo-Deneysel Psikoloji, Pazarlama, Reklamcılık, Sanat Tarihi, Sinema, Siyasi Düşünceler, Siyasal Hayat ve Kurumlar, Siyaset Bilimi, Siyasi Tarih, Sosyal Hizmet, Sosyal Politika, Sosyal Psikoloji, Sosyal ve Kültürel Antropoloji, Sosyoloji, Turizm, Türk İslam Sanatı, Uluslararası İktisat, Uluslararası İlişkiler, Uluslararası Ticaret, Uygulamalı Psikoloji, Üretim ve Operasyon Yönetimi, Yakınçağ Tarihi, Yeniçağ Tarihi, Yerel Yönetimler, Kent ve Çevre Politikaları, Yönetim Bilişim Sistemleri, Yönetim ve Strateji, Yükseköğretim Çalışmaları yer almaktadır.

YAYIN SIKLIĞI

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi elektronik ortamda yayın yapan hakemli bir dergidir. Aylık yayın yapan dergide yılda 12 sayı yayınlanmaktadır.

YAYIN DİLİ

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi Türkçe olarak yayın yapmaktadır. Ancak her bir makalede İngilizce başlık, abstract ve keywords bulunmalıdır.

INDEX

SOBIAD Atıf Dizini

DRJI | Directory of Research Journals Indexing

RI-ROOTINDEXING

ResearchBib – Academic Resource Index

ROAD | ROAD, The Directory of Open Access Scholarly Resources

ISI | International Scientific Indexing

Eurasian Scientific Journal Index

ICI Index Copernicus International

General Impact Factor

CiteFactor

Asos Index

Scientific Indexing Services

EuroPub Database

SOSYAL, BEŞERİ ve İDARİ BİLİMLER DERGİSİ

2026, Cilt.9, Sayı.9

İÇİNDEKİLER/CONTENTS

Araştırma Makalesi

Sigortacılık Sektöründe Müşteri Şikâyetleri: Nitel Bir İçerik Analizi

(Customer Complaints in the Insurance Sector: A Qualitative Content)

İpek CEBECİ

ss.523-540.

Araştırma Makalesi

Arzu Film Yapım ve Aile Temsili Üzerine Bir İnceleme: Bizim Aile (1975) ve Gülen Gözler (1977) Filmleri

(A Study on Arzu Film Production and Family Representation: The Films Bizim Aile [Our Family] (1975) and Gülen Gözler [Smiling Eyes] (1977))

Ayşegül ÇİLİNGİR

ss.541-556.

Araştırma Makalesi

OECD Ülkelerinde Mutluluğu Etkileyen Makroekonomik Faktörler: Panel Veri Analizi

(Macroeconomic Factors Affecting Happiness: Panel Data Analysis in OECD Countries)

Davud MAMMADOV

ss.557-575.

Araştırma Makalesi

Turizm Alanında Öğrenim Gören Öğrencilerin Muhasebe Dersine Yönelik Tutumlarının İncelenmesi

(Examining The Attitudes of Tourism Students Toward Accounting Courses)

Ayşe Gül GÖK

ss.576-596.

Kavramsal Makale

Turizm Endüstrisinde Stratejik Maliyet Yönetimi: Hedef Maliyetleme ve Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yöntemlerinin Uygulama Alanları

(Strategic Cost Management in Tourism Industry: Application Areas of Target Costing and Activity-Based Costing Methods)

İsmail ÇELİK, Ömer Faruk TERZİOĞLU, Orhan BATMAN

ss.597-609.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Sigortacılık Sektöründe Müşteri Şikâyetleri: Nitel Bir İçerik Analizi

Doç. Dr. İpek CEBECİ, Giresun Üniversitesi, Görele Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Giresun,

e-posta: ipek.cebeci@giresun.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2341-9379>

Öz

Bu çalışmanın amacı, sigortacılık sektöründe müşteri şikâyetlerini nitel içerik analizi yöntemiyle inceleyerek müşteri memnuniyetsizliğine neden olan temel sorun alanlarını belirlemektir. Araştırmanın veri kaynağını, Türkiye’de yaygın olarak kullanılan çevrim içi şikâyet platformu sikayetvar.com’da yer alan müşteri geri bildirimleri oluşturmaktadır. Bu kapsamda iki sigorta şirketine ait 1 Ocak 2023–31 Mart 2026 döneminde yayımlanan toplam 160 müşteri şikâyeti doküman incelemesi yoluyla değerlendirilmiş ve nitel içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Analiz sürecinde müşteri şikâyetleri kodlanmış, benzer kodlar bir araya getirilerek temalar oluşturulmuştur. Elde edilen bulgular sonucunda müşteri şikâyetlerinin süreç problemleri, finansal sorunlar, hak kaybı/kazanılmış hakların korunmaması, iletişim problemleri, bilgi eksikliği ve yetersiz bilgilendirme ile yetkisiz işlem olmak üzere altı temel tema altında toplandığı belirlenmiştir. Bulgular, sigortacılık sektöründe müşteri memnuniyetinin geliştirilmesi için hizmet süreçlerinin etkin yönetilmesi, şeffaf iletişim sağlanması ve müşteri deneyimine yönelik iyileştirme çalışmalarının artırılması gerektiğini göstermektedir. Çalışma, çevrim içi müşteri şikâyetlerini doğal veri kaynağı olarak ele alması ve müşteri deneyimlerinde öne çıkan sorun alanlarını nitel bir yaklaşımla ortaya koyması bakımından literatüre katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sigortacılık Sektörü, Müşteri Şikâyetleri, Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti, Nitel İçerik Analizi.

Makale Gönderme Tarihi: 09.04.2026

Makale Kabul Tarihi: 01.09.2026

Önerilen Atıf:

Cebeci, İ. (2026). Sigortacılık Sektöründe Müşteri Şikâyetleri: Nitel Bir İçerik Analizi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(9): 523-540.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2026, 9(9): 523-540. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2026.1677>

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

Customer Complaints in the Insurance Sector: A Qualitative Content Analysis

Associate Prof. Dr. İpek CEBECİ, Giresun University, Görele Applied Sciences College, Giresun,
e-mail: ipek.cebeci@giresun.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2341-9379>

Abstract

The aim of this study is to identify the main problem areas leading to customer dissatisfaction in the insurance sector by examining customer complaints through the qualitative content analysis method. The data source of the study consists of customer feedback available on sikayetvar.com, one of the widely used online complaint platforms in Türkiye. Within this scope, a total of 160 customer complaints related to two insurance companies, published between January 1, 2023 and March 31, 2026, were evaluated through document analysis and analyzed using the qualitative content analysis technique. During the analysis process, customer complaints were coded, and similar codes were grouped together to generate meaningful themes. The findings revealed that customer complaints were categorized under six main themes: process-related problems, financial issues, loss of rights/failure to protect acquired rights, communication problems, lack of information and inadequate disclosure, and unauthorized transactions. The findings indicate that improving customer satisfaction in the insurance sector requires effective management of service processes, strengthening transparent communication practices, and developing improvement initiatives focused on customer experience. This study contributes to the literature by addressing online customer complaints as a natural data source and revealing prominent problem areas in customer experiences through a qualitative approach.

Keywords: Insurance Sector, Customer Complaints, Service Quality, Customer Satisfaction, Qualitative Content Analysis.

Received: 09.04.2026

Accepted: 01.09.2026

Suggested Citation:

Cebeci, İ. (2026). Customer Complaints in the Insurance Sector: A Qualitative Content Analysis, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 9(9): 523-540.

GİRİŞ

Finans alanında oldukça önemli bir yere sahip olan sigortacılık sektörü, bireylerin ve işletmelerin karşı karşıya kalabilecekleri riskleri güvence altına alarak ekonomik sistemin işleyişine katkı sağlamaktadır. Risklerin transfer edilmesi ve belirsizliklerin azaltılması açısından sigortacılık faaliyetleri, ekonomik istikrarın sağlanmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Bu yönüyle sigortacılık sektörü hem bireysel hem de kurumsal düzeyde güven mekanizmasının temel unsurlarından biri olarak değerlendirilmektedir (Yenisu, 2019: 207; Yörübulut, 2024: 170).

Hizmet sektörü içerisinde yer alan sigortacılık, sunulan hizmetin soyut yapısı ve süreçlerin karmaşıklığı nedeniyle müşteri memnuniyetinin sağlanmasını güçleştirmektedir. Hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişki, özellikle müşteri deneyiminin ön plana çıktığı günümüz rekabet ortamında daha da önemli hale gelmiştir (Şahin, 2006; Şener, 2016; Aktaş, 2017; Akpınar, 2018). Bu bağlamda işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmeleri için müşteri beklentilerini doğru analiz etmeleri ve bu beklentilere uygun hizmet sunmaları gerekmektedir. Müşteri şikâyetleri, hizmet sunum sürecinde ortaya çıkan aksaklıkları ve müşteri memnuniyetsizliğini yansıtan önemli bir geri bildirim kaynağıdır. Şikâyetlerin etkin bir şekilde yönetilmesi ve analiz edilmesi, işletmelerin hizmet kalitesini artırmalarının yanı sıra müşteri beklentilerini daha iyi anlamalarına ve müşteri sadakatini geliştirmelerine katkı sağlamaktadır (Barlow ve Moller, 2009). Bu yönüyle müşteri şikâyetleri, hizmet sunumunda karşılaşılan sorunların belirlenmesi ve müşteri beklentilerinin daha iyi anlaşılması açısından önemli bir veri kaynağı niteliği taşımaktadır (Meral ve Ersoy, 2023).

Dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla birlikte müşteriler, yaşadıkları deneyimleri farklı platformlarda paylaşmaya başlamışlardır. Bu durum ise müşteri geri bildirimlerinin daha görünür hâle gelmesini sağlamıştır. İnternet ortamında yer alan kullanıcı yorumları ve şikâyetler, doğal veri niteliği taşıması bakımından araştırmacılara önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu tür veriler, bireylerin gerçek deneyimlerini yansıtmaları bakımından nitel araştırmalar için değerli bir kaynak oluşturmaktadır.

Bu çalışmada, sigortacılık sektöründe müşteri şikâyetleri nitel araştırma yaklaşımı çerçevesinde ele alınmıştır. Araştırma kapsamında, Türkiye'de yaygın olarak kullanılan çevrimiçi şikâyet platformu sikayetvar.com'da yer alan kullanıcı yorumları doküman incelemesi yoluyla analiz edilmiş ve elde edilen veriler nitel içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Çalışmanın amacı, müşteri şikâyetlerini belirli temalar altında sınıflandırarak sektörde öne çıkan temel sorun alanlarını ortaya koymaktır. Bu doğrultuda çalışmanın, sigortacılık sektöründe hizmet kalitesinin geliştirilmesine ve müşteri odaklı uygulamaların iyileştirilmesine katkı sağlaması beklenmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Sigortacılık sektöründe müşteri memnuniyeti, hizmetin soyut yapısı, süreçlerin karmaşıklığı ve müşteri ile işletme arasındaki etkileşimin yoğunluğu nedeniyle hizmet kalitesinin en önemli göstergelerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Sigorta hizmetinin üretimi ve tüketiminin büyük ölçüde eş zamanlı gerçekleşmesi, müşteri deneyiminin hizmet sunum sürecindeki her aşamadan etkilenmesine neden olmaktadır (Kaya ve Kahya, 2017: 50). Bu nedenle sigortacılık sektöründe müşteri memnuniyeti, yalnızca sunulan poliçe kapsamı ile değil, aynı zamanda hizmet sürecinin kalitesi, güvenilirlik, bilgilendirme ve müşteri ile işletme arasındaki iletişimin etkinliği ile de yakından ilişkilidir (Çiftçi, 2004; Büyükkakaç ve Diker, 2025: 327).

Müşteri memnuniyeti, müşterilerin bir ürün veya hizmete yönelik beklentileri ile elde ettikleri deneyim arasındaki değerlendirme sonucunda ortaya çıkan bir kavramdır (Kotler vd., 2002).

Oliver (1980) tarafından geliştirilen Beklenti-Doğrulama Teorisi'ne göre müşteriler, hizmet deneyimlerini başlangıçtaki beklentileri ile algılanan performansı karşılaştırarak değerlendirmektedir. Beklentilerin karşılanması müşteri memnuniyetini artırırken, beklenti ile gerçekleşen performans arasında ortaya çıkan olumsuz fark memnuniyetsizliğe ve şikâyet davranışına yol açabilmektedir. Hizmet sektörlerinde müşteri memnuniyeti, müşteri bağlılığının geliştirilmesi, işletme itibarının güçlendirilmesi ve rekabet avantajının sağlanması açısından stratejik bir öneme sahiptir. Memnun müşteriler, tekrar satın alma davranışlarının yanı sıra olumlu ağızdan ağıza iletişim yoluyla işletmenin marka değerine de katkı sağlamaktadır (Oliver, 1999). Literatürde hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetinin temel belirleyicilerinden biri olduğu ve hizmet kalitesinin farklı boyutlarının müşteri algıları üzerinde etkili olduğu ortaya konulmaktadır (Nguyen ve Uong, 2025). Bununla birlikte, hizmet sunumunda yaşanan gelişmeler ve teknolojik dönüşümün müşteri deneyiminin iyileştirilmesine katkı sağladığı belirtilmektedir (Kebede, 2019).

Müşteri şikâyetleri, hizmet sürecinde ortaya çıkan memnuniyetsizliklerin ve beklentilerin karşılanmaması durumlarının önemli göstergelerinden biridir (Janjua, 2017). Bu doğrultuda müşteri şikâyetleri, çoğunlukla müşterilerin hizmet deneyimleri sonucunda beklentileri ile gerçekleşen performans arasında algıladıkları olumsuz farkın bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Şikâyetler, işletmeler açısından yalnızca olumsuz geri bildirimler olarak değerlendirilmemelidir; aynı zamanda hizmet süreçlerinin geliştirilmesi ve müşteri beklentilerinin daha iyi anlaşılması açısından önemli bir bilgi kaynağı olarak ele alınmalıdır (Ceylan, 2019: 68). Bu kapsamda etkili bir şikâyet yönetimi, müşteri memnuniyetinin artırılması, hizmet kalitesinin geliştirilmesi ve müşteri sadakatının güçlendirilmesi açısından önemli bir yönetim aracı olarak değerlendirilmektedir (Tosun ve Söyük, 2019: 1875). Özellikle dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla birlikte müşterilerin deneyimlerini çevrim içi platformlarda paylaşabilmesi, müşteri şikâyetlerinin görünürlüğünü artırmış ve işletmeler açısından önemli bir analiz kaynağı oluşturmuştur.

Hizmet kalitesi, müşterilerin beklentileri ile hizmet performansına yönelik algıları arasındaki değerlendirme üzerinden şekillenen çok boyutlu bir kavramdır. Hizmet kalitesinin ölçülmesinde yaygın olarak kullanılan modellerden biri Parasuraman, Zeithaml ve Berry (1988) tarafından geliştirilen SERVQUAL modelidir. Model, hizmet kalitesini güvenilirlik, heveslilik, güvence, empati ve fiziksel unsurlar olmak üzere beş boyutta ele almaktadır. Sigortacılık gibi güvene dayalı hizmet sektörlerinde özellikle güvenilirlik, güvence ve heveslilik boyutları müşteri deneyiminin değerlendirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Nitekim hasar süreçlerinin zamanında tamamlanması, müşterilere doğru bilgi verilmesi ve taleplere hızlı yanıt verilmesi, algılanan hizmet kalitesini doğrudan etkileyen unsurlar arasında değerlendirilmektedir. Sigortacılık sektöründe hizmet kalitesi; hasar süreçlerinin yönetimi, taleplerin karşılanma hızı, müşteri hizmetlerinin etkinliği, doğru bilgilendirme ve iletişim süreçleri gibi unsurlar üzerinden değerlendirilmektedir (Ali ve Tausif, 2018: 233; Bente, 2021: 171). Bu nedenle müşteri memnuniyeti ve müşteri şikâyetleri, sigorta işletmelerinin sunduğu hizmetlerin kalitesini ve müşteri beklentilerini karşılama düzeyini değerlendirmede önemli göstergeler olarak kabul edilmektedir (Coviello ve Di Trapani, 2012; Meral ve Ersoy, 2023: 1296).

Hizmet sektörlerinde müşteri değerlendirmelerini açıklamada kullanılan önemli yaklaşımlardan biri de algılanan adalet yaklaşımıdır. Bu yaklaşıma göre müşteriler, hizmet deneyimlerini yalnızca elde ettikleri sonuçlar açısından değil, aynı zamanda hizmet sürecinin ne derece adil, şeffaf ve tutarlı yürütüldüğü açısından değerlendirmektedir (Tax, Brown ve Chandrashekar, 1998: 60). Algılanan adalet; dağıtımsal adalet, işlemsel adalet ve etkileşimsel adalet olmak üzere üç temel boyut üzerinden ele alınmaktadır. Dağıtımsal adalet elde edilen sonuçların adillliğini, işlemsel adalet süreçlerin yürütülme biçimini, etkileşimsel adalet ise müşteriye yönelik iletişim

ve davranış biçimini ifade etmektedir. Sigortacılık sektöründe poliçe kapsamaları, hasar değerlendirme süreçleri, kazanılmış hakların korunması ve müşteri bilgilendirme uygulamaları, müşterilerin adalet algısını şekillendiren unsurlar arasında yer almaktadır.

Nihai olarak, sigortacılık sektöründe müşteri memnuniyeti, hizmet kalitesi ve şikâyet yönetimi birbirleriyle ilişkili temel kavramlar olarak değerlendirilmektedir. Hizmet süreçlerinde ortaya çıkan aksaklıkların belirlenmesi ve müşteri geri bildirimlerinin sistematik biçimde analiz edilmesi, sektörde hizmet kalitesinin geliştirilmesine katkı sağlayabilir. Bu çalışma, söz konusu kavramsal ilişki çerçevesinde Türkiye’de yaygın olarak kullanılan çevrim içi şikâyet platformu sikayetvar.com’da yer alan müşteri geri bildirimlerini nitel içerik analizi yöntemiyle inceleyerek, sigortacılık sektöründeki temel sorun alanlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Literatür İncelemesi

Sigortacılık sektöründe müşteri memnuniyeti, hizmet kalitesi ve müşteri şikâyetlerine yönelik araştırmalar, son yıllarda hizmet süreçlerinin müşteri deneyimi üzerindeki etkisini ve müşteri beklentilerinin karşılanma düzeyini incelemeye odaklanmıştır. Yapılan çalışmalar, müşteri memnuniyetinin yalnızca sunulan sigorta ürününün özellikleriyle değil; hizmet sürecinin etkinliği, iletişim kalitesi, güvenilirlik, şeffaflık ve müşteri beklentilerinin karşılanma düzeyiyle de yakından ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır (Falk vd., 2010; Kim ve Kim, 2016; Qasem ve Alhakimi, 2019; Alshurideh vd., 2022; Castro vd., 2026).

Sigortacılık alanındaki araştırmaların önemli bir bölümü, müşteri memnuniyetini etkileyen hizmet süreci ve deneyim unsurlarını belirlemeye odaklanmaktadır. Bu kapsamda hasar süreçlerinin etkin yönetimi, hızlı hizmet sunumu, poliçe koşullarının anlaşılabilirliği ve müşteri iletişiminin kalitesi, memnuniyet üzerinde etkili temel unsurlar olarak değerlendirilmektedir (Eckert vd., 2022: 570; Kadyan vd., 2022: 66). Türkiye’de gerçekleştirilen çalışmalar da müşteri memnuniyetsizliğinin çoğunlukla hasar süreçleri, ödeme gecikmeleri, bilgilendirme eksikliği, iletişim sorunları ve hak kaybı algısı gibi hizmet sürecine ilişkin sorunlardan kaynaklandığını ortaya koymaktadır (Özcan ve Tanık, 2021; Meral ve Ersoy, 2023; Sözen ve Meral, 2024; Kutlu, 2025: 665). Bununla birlikte literatürde müşteri memnuniyetinin yalnızca operasyonel süreçlerle değil, fiyat, poliçe kapsamı, marka algısı, teknolojik yenilikler ve hizmete erişim kolaylığı gibi faktörlerle de şekillendiği belirtilmektedir (Taşkın ve Bengül, 2014; Canol, 2018; Meral ve Ersoy, 2023).

Müşteri şikâyetleri üzerine yapılan çalışmalar, şikâyetlerin işletmeler açısından yalnızca olumsuz geri bildirimler olmadığını, aynı zamanda hizmet süreçlerinin geliştirilmesine yönelik önemli bir bilgi kaynağı olduğunu ortaya koymaktadır. Literatürde etkili şikâyet yönetiminin hızlı geri dönüş, çözüm odaklı yaklaşım ve müşteriyle güçlü iletişim unsurlarına dayandığı vurgulanmaktadır (Davidow, 2003: 226; Barlow ve Moller, 2009: 19). Bu kapsamda müşteri şikâyetlerinin ele alınış biçimi, müşterilerin işletmeye yönelik güven ve bağlılık algılarının oluşmasında önemli bir rol oynamaktadır. Şikâyetlerin sistematik biçimde analiz edilmesi, hizmet kalitesinin geliştirilmesine ve müşteri sadakatinin artırılmasına katkı sağlayan önemli bir yönetim aracı olarak değerlendirilmektedir (Blodgett vd., 1997: 186; Tax vd., 1998: 60).

Dijitalleşmenin yaygınlaşmasıyla birlikte müşteri deneyimlerinin çevrim içi platformlarda paylaşılması, şikâyet verilerinin araştırmacılar açısından önemli bir kaynak haline gelmesine neden olmuştur. Çevrim içi müşteri yorumları ve şikâyetleri, müşterilerin hizmet deneyimlerini doğrudan ifade etmelerine olanak sağlamakta ve işletmelerin hizmet kalitesini geliştirmelerine yönelik önemli bilgiler sunmaktadır (Yüksel, 2023: 2574). Türkiye’de çevrim içi şikâyet platformları üzerinden gerçekleştirilen araştırmalar, müşteri şikâyetlerinin özellikle hasar

süreçleri, iletişim sorunları ve yetersiz bilgilendirme gibi alanlarda yoğunlaştığını göstermektedir (Kutlu, 2025: 670). Bu nedenle çevrim içi şikâyet platformları, müşterilerin gerçek deneyimlerini yansıtan doğal veri kaynakları olarak nitel araştırmalar açısından değerli bir inceleme alanı oluşturmaktadır.

Hizmet kalitesi ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişki de sigortacılık literatüründe önemli bir araştırma alanıdır. Çalışmalar, algılanan hizmet kalitesinin müşteri değerlendirmeleri üzerinde belirleyici olduğunu ve hizmet kalitesinin yükseltilmesinin müşteri memnuniyetini artırdığını göstermektedir (Dimaro, 2023: 46; Şener, 2016: 498). Özellikle güvenilirlik, güvence, empati ve duyarlılık gibi hizmet kalitesi boyutlarının müşteri memnuniyeti üzerinde etkili olduğu belirtilmektedir (Sözen ve Meral, 2024: 149; Özudoğru ve Uzun, 2024: 1203). Ayrıca sigorta sektöründe hizmet kalitesi kriterlerinin belirlenmesine yönelik çalışmalar, müşteri beklentilerinin karşılanmasında hizmet süreçlerinin geliştirilmesinin önemini ortaya koymaktadır (Büyükkakaç ve Diker, 2025: 327).

Son yıllarda hizmet sektörlerinde müşteri değerlendirmelerini açıklamada algılanan adalet yaklaşımı da önemli bir araştırma alanı haline gelmiştir. Çalışmalar, müşterilerin yalnızca elde ettikleri sonuçları değil, aynı zamanda hizmet sürecinin adil, şeffaf ve tutarlı biçimde yürütülüp yürütülmediğini de değerlendirdiğini göstermektedir (Tax vd., 1998). Özellikle şikâyet yönetimi süreçlerinde müşterilere yönelik açıklamalar, çözüm sürecinin tarafsızlığı ve işletmenin iletişim biçimi, müşteri memnuniyeti ve güven algısı üzerinde etkili olmaktadır. Sigortacılık sektöründe hasar değerlendirmeleri, poliçe kapsamalarının uygulanması ve kazanılmış hakların korunması gibi konular, müşterilerin adalet algısını etkileyebilecek önemli unsurlar arasında değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda müşterilerin hizmet süreçlerinde yaşadıkları hak kaybı algısı, yalnızca hizmet sonucuna ilişkin bir memnuniyetsizlik değil, aynı zamanda algılanan adalet yaklaşımı çerçevesinde de yorumlanabilir.

Genel olarak değerlendirildiğinde literatürde müşteri memnuniyeti, hizmet kalitesi ve şikâyet yönetimi arasındaki güçlü ilişkiye yönelik ortak bir yaklaşım bulunmaktadır. Önceki çalışmalar, sigorta sektöründe müşteri memnuniyetsizliğinin temel nedenlerinin büyük ölçüde hasar süreçleri, iletişim eksiklikleri, ödeme sorunları ve yetersiz bilgilendirmeden kaynaklandığını göstermektedir. Bununla birlikte mevcut çalışmaların önemli bir bölümü anket, ölçek veya nicel analiz yöntemleriyle müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi boyutlarını incelemektedir.

Buna karşılık müşterilerin yaşadığı sorunları doğrudan kendi ifadeleri üzerinden inceleyen, çevrim içi şikâyet platformlarındaki doğal verileri nitel içerik analizi yöntemiyle değerlendiren çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Ayrıca müşterilerin şikâyetlerinde ortaya çıkan süreç problemleri, finansal sorunlar, iletişim eksiklikleri ve hak kaybı algısının birlikte ele alındığı çalışmaların sınırlı olması önemli bir araştırma boşluğu oluşturmaktadır.

Bu çalışma, söz konusu araştırma boşluğuna katkı sağlamak amacıyla çevrim içi şikâyet platformunda yer alan müşteri geri bildirimlerini nitel içerik analizi yöntemiyle incelemekte ve sigortacılık sektöründe müşteri memnuniyetsizliğinin hangi hizmet süreçleri ve deneyim boyutlarında yoğunlaştığını ortaya koyarak literatüre katkı sunmaktadır.

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın deseni, veri kaynağı ve örneklem seçimi, veri toplama süreci ve veri analiz aşamalarına ilişkin bilgiler sunulmaktadır.

Araştırma Deseni

Bu çalışma, nitel araştırma deseni kapsamında gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, sigortacılık sektöründe müşteri şikâyetlerinin temel boyutlarını ortaya koymak amacıyla nitel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Nitel içerik analizi, yazılı veya dijital metinlerde yer alan anlamlı ifadelerin sistematik biçimde incelenerek kodlar, kategoriler ve temalar aracılığıyla yorumlanmasına olanak sağlayan bir analiz yöntemidir. Bu yöntem, özellikle bireylerin deneyimlerini ve algılarını doğrudan yansıtan çevrim içi şikâyet verilerinin incelenmesinde uygun bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir (Toker, 2022: 321; Dayanan ve Saylık, 2025: 304).

Araştırmada kullanılan nitel içerik analizi sürecinde, müşteri şikâyetleri öncelikle anlamlı ifadelere ayrılmış, ardından benzer içerikler ortak kodlar altında toplanmış ve bu kodlardan hareketle daha kapsamlı temalar oluşturulmuştur. Bu yönüyle çalışma, müşteri şikâyetlerinin altında yatan temel sorun alanlarını belirlemeye yönelik keşfedici bir yaklaşım benimsemektedir.

Bu doğrultuda araştırmada aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

AS1: Sigortacılık sektöründe müşterilerin çevrim içi şikâyetlerinde öne çıkan temel sorun alanları nelerdir?

AS2: Bu sorunlar sigorta hizmet sunumunun hangi süreçlerinde yoğunlaşmaktadır?

AS3: Elde edilen bulgular müşteri memnuniyeti, hizmet kalitesi ve şikâyet yönetimi açısından nasıl değerlendirilebilir?

Veri Kaynağı ve Örneklem

Araştırmanın veri kaynağını, Türkiye’de yaygın olarak kullanılan çevrim içi şikâyet platformu sikayetvar.com’da yer alan müşteri şikâyetleri oluşturmaktadır. Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yaklaşımı benimsenmiş olup, önceden belirlenen dahil edilme kriterlerini karşılayan müşteri şikâyetleri analiz kapsamına alınmıştır.

Araştırma kapsamında, 2025 yılı KPMG Sigorta Sektörü Raporu’nda aktif büyüklük bakımından Türkiye sigorta sektöründe öne çıkan iki sigorta şirketi belirlenmiştir. Bu şirketlerin seçiminde sektör içindeki pazar konumları, müşteri portföylerinin genişliği ve farklı sigorta ürünlerinde faaliyet göstermeleri dikkate alınmıştır. Nitel araştırmalarda amaç genelleme yapmak değil, olguyu derinlemesine incelemek olduğundan, sektörü temsil edebilecek özelliklere sahip bu iki şirket çalışma kapsamına alınmıştır. Bu seçim ile farklı hizmet süreçlerinde ortaya çıkan müşteri sorunlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Etik ilkeler ve araştırma gizliliği esasları doğrultusunda şirket isimleri çalışmada doğrudan belirtilmemiş, bunun yerine şirketler A Sigorta Şirketi ve B Sigorta Şirketi şeklinde kodlanmıştır. İncelenen şirketler ağırlıklı olarak hayat dışı sigortacılık branşlarında faaliyet göstermekte olup, kasko, zorunlu trafik sigortası, sağlık sigortası ve diğer elementer sigorta branşlarında bireysel ve kurumsal müşterilere yönelik çeşitli sigorta ürünleri sunmaktadır.

Her iki sigorta şirketine ait 80’er şikâyet olmak üzere toplam 160 müşteri şikâyeti araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Şikâyetler, belirlenen dönem içerisinde platformda yer alan ve araştırma ölçütlerini karşılayan içerikler arasından seçilmiştir. Veri toplama ve analiz süreci eş zamanlı yürütülmüş; her bir şirket için 80 şikâyetin incelenmesinin ardından yeni kodların ortaya çıkma sıklığının belirgin biçimde azaldığı ve mevcut kodların tekrar etmeye başladığı gözlemlenmiştir. Bu durum veri doygunluğuna (data saturation) ulaşıldığını gösterdiğinden, örneklem büyüklüğü her şirket için 80 şikâyet ile sınırlandırılmıştır. Araştırmada güncel müşteri

deneyimlerini yansıtmak amacıyla 1 Ocak 2023–31 Mart 2026 dönemine ait şikâyet verileri incelenmiştir.

Şikâyetlerin araştırmaya dahil edilmesinde aşağıdaki ölçütler dikkate alınmıştır:

- Şikâyetin sigorta hizmet süreci veya müşteri hizmetleriyle doğrudan ilişkili olması,
- Şikâyet metninin analiz edilebilir düzeyde açık ve anlaşılır olması,
- Müşteri deneyimini veya hizmet sürecindeki bir sorunu yansıtmaması.

Bu kriterleri karşılamayan, yeterli açıklama içermeyen veya sigorta hizmet süreciyle doğrudan ilişkili olmayan şikâyetler analiz kapsamı dışında bırakılmıştır.

Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veriler, doküman incelemesi yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Doküman incelemesi, mevcut yazılı veya dijital belgelerin belirli bir sistematik içerisinde incelenmesi ve araştırma amacı doğrultusunda yorumlanmasına dayanan bir veri toplama yöntemidir (Sak vd., 2021). Çevrim içi platformlarda yer alan müşteri şikâyetleri, bireylerin yaşadıkları hizmet deneyimlerini doğrudan yansıtması nedeniyle nitel araştırmalarda önemli bir veri kaynağı olarak değerlendirilmektedir.

Veri toplama sürecinde öncelikle belirlenen sigorta şirketlerinin [sikayetvar.com](https://www.sikayetvar.com) platformundaki şikâyet sayfaları incelenmiştir. 1 Ocak 2023–31 Mart 2026 döneminde yayımlanan şikâyetler, araştırmaya dahil edilme kriterleri doğrultusunda değerlendirilmiş; sigorta hizmet süreciyle ilişkili, açık ve analiz edilebilir nitelikte olan şikâyetler veri setine dahil edilmiştir. Seçilen şikâyet metinleri analiz süreci için dijital ortama aktarılmış ve düzenlenmiştir.

Araştırma etiği kapsamında müşteri isimleri, iletişim bilgileri ve kişisel veriler analiz öncesinde çıkarılarak veriler anonim hale getirilmiştir. Böylece analiz sürecinde yalnızca araştırmanın amacıyla ilişkili ve müşteri deneyimini yansıtan içerikler değerlendirmeye alınmıştır.

Veri Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen veriler, nitel içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Analiz süreci aşağıdaki aşamalardan oluşmaktadır:

1. *Verilerin hazırlanması:* Şikâyet metinleri ayrıntılı biçimde okunmuş ve analiz için anlamlı ifadeler belirlenmiştir.
2. *Kodlama süreci:* Şikâyet metinlerinde tekrar eden anlamlar ve sorun alanları belirlenerek ilk kodlar oluşturulmuştur. Kodlama sürecinde müşteri deneyimini yansıtan ifadeler dikkate alınmış; örneğin "gecikme", "eksik ödeme", "iletişim sorunu" ve "bilgi eksikliği" gibi kodlar oluşturulmuştur.
3. *Tema oluşturma:* Benzer anlam taşıyan kodlar bir araya getirilerek daha kapsamlı temalar oluşturulmuştur. Bu süreç sonucunda "Süreç Problemleri", "Finansal Sorunlar", "İletişim Problemleri", "Bilgi Eksikliği", "Yetkisiz İşlem" ve "Hak Kaybı/Kazanılmış Hakların Korunmaması" gibi temalar belirlenmiştir.
4. *Yorumlama ve değerlendirme:* Oluşturulan temalar, tekrar eden örüntüler doğrultusunda değerlendirilmiş ve müşteri şikâyetlerinin temel boyutları ortaya konulmuştur.

Kodlama süreci araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiştir. Kodlama ve tema oluşturma aşamalarında analiz sürecinin tutarlılığını sağlamak amacıyla oluşturulan kodlar ve temalar analiz sürecinin farklı aşamalarında yeniden değerlendirilmiştir. Benzer anlam taşıyan ifadelerin

aynı tema altında değerlendirilmesine ve kod-tema ilişkilerinin araştırmanın amacıyla uyumlu olmasına dikkat edilmiştir. Ayrıca oluşturulan temalar, araştırma soruları ve ilgili literatür doğrultusunda yeniden değerlendirilerek kavramsal bütünlük açısından kontrol edilmiştir. Bununla birlikte, çalışmada ikinci bir araştırmacı tarafından bağımsız kodlama yapılmamış ve kodlayıcılar arası uyum katsayısı hesaplanmamıştır. Bu durum, nitel veri analizinin güvenilirliği açısından araştırmanın yöntemsel sınırlılıklarından biri olarak değerlendirilmektedir.

BULGULAR

Araştırmada, sikayetvar.com platformundan elde edilen 160 müşteri şikâyeti nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Analiz sonucunda müşteri şikâyetleri altı ana tema altında toplanmıştır: Süreç Problemleri, Finansal Sorunlar, Hak Kaybı/Kazanılmış Hakların Korunmaması, İletişim Problemleri, Yetkisiz İşlem ve Bilgi Eksikliği/Yetersiz Bilgilendirme. Her bir temaya ilişkin alt kodlar, örnek şikâyet ifadeleri ve frekans-yüzde dağılımları Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Müşteri Şikâyetlerinin Tema ve Alt Kodlara Göre Frekans ve Yüzde Dağılımı

Ana Tema	Alt Kodlar	Örnek Şikâyet Alıntısı	Frekans	Yüzde
Süreç Problemleri	Gecikmeli işlem, hasar süreci sorunları, birimler arası koordinasyon eksikliği, standart hizmet sürelerine uyulmaması	"...hasar başvurum adeta sahipsiz bırakılmış durumda..."	45	%28,13
Finansal Sorunlar	Eksik ödeme, haksız kesinti, finansal işlem sorunları, ödeme iptali-iade sorunları	"Poliçeme rağmen hasar ödemesi tam yapılmadı."	36	%22,50
Hak Kaybı/ Kazanılmış Hakların Korunmaması	Haksız kapsam dışı bırakma, poliçe hak kaybı, yanlış risk değerlendirmesi, yanıltıcı satış veya hatalı poliçe düzenlenmesi nedeniyle hak kaybı	"...Poliçemde ömür boyu yenileme garantim bulunuyor... yeni poliçede kapsam dışı bırakıldığını öğrendim..."	26	%16,25
İletişim Problemleri	Müşteri hizmetlerine ulaşamama, çağrı merkezi yoğunluğu, iletişim sorunları	"Müşteri hizmetleri sürekli meşgul, sorunumu iletemiyorum."	26	%16,25
Yetkisiz İşlem	İzinsiz poliçe yenileme, haksız tahsilat, yetkisiz kart çekimi	"Onayım Olmadan Poliçe Yenilendi ve Kartımdan Para Çekildi".	21	%13,13
Bilgi Eksikliği ve Yetersiz Bilgilendirme	Poliçe detaylarının anlaşılmaması, hizmet kapsamına ilişkin bilgi eksikliği	"Poliçemle ilgili hangi hizmetlerin kapsandığını bilmiyorum."	6	%3,75

Tablo 1 incelendiğinde, müşteri şikâyetlerinin en fazla süreç problemleri (%28,13) temasında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu temayı finansal sorunlar (%22,50), hak kaybı/kazanılmış hakların korunmaması (%16,25) ve iletişim problemleri (%16,25) takip etmektedir. Yetkisiz işlem (%13,13) ve bilgi eksikliği/yetersiz bilgilendirme (%3,75) daha düşük frekansa sahip olmakla birlikte müşteri deneyimini etkileyen sorun alanları olarak belirlenmiştir.

Elde edilen bulgular doğrultusunda müşteri şikâyetlerinin ağırlıklı olarak süreç yönetimi, finansal işlemler, hak kayıpları ve iletişim alanlarında yoğunlaştığı görülmektedir. Takip eden bölümlerde her bir tema, ilgili alt kodlar ve örnek şikâyet ifadeleri üzerinden açıklanmaktadır.

Süreç Problemleri

Süreç problemleri teması; müşterilerin hasar başvuruları ve poliçe işlemleri sırasında yaşadıkları gecikmeler, işlemlerin beklenen sürede sonuçlanmaması, ilgili birimler arasındaki koordinasyon eksiklikleri ve süreç hakkında yeterli bilgilendirme yapılmaması gibi sorunları kapsamaktadır. Bu kapsamda değerlendirilen şikâyetlerde, başvuruların zamanında sonuçlandırılmaması, hasar dosyalarının ilerlememesi ve müşterilerin süreç takibi konusunda belirsizlik yaşamaları öne çıkan sorun alanlarıdır.

Verilerin analizi sonucunda toplam 160 şikâyetin 45’inin süreç problemleri teması altında yer aldığı belirlenmiştir. Bu sayı, toplam şikâyetlerin %28,13’üne karşılık gelmektedir. Süreç problemleri temasına ilişkin örnek şikâyet ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

Şikâyet 48: "...Sigorta şirketi Yapı Kredi bankasından çekmiş olduğum işsizlik teminatlı krediyi tüm evraklarım eksiksiz olarak gönderilmesine ve 24.06.2024 tarihinde yönetici onayı da almış

olduğu halde ödememekte ısrarcı. Telefon ile müşteri hizmetlerine ulaştığımızda ise işlem sürecinin 5 gün olacağını çözümlenmezse tekrar ulaşmamızı söylüyorlar...”

Şikâyet 48, gerekli belgelerin tamamlanmasına ve ödeme onayının alınmasına rağmen ödemenin sonuçlandırılmaması nedeniyle süreç problemi kapsamında değerlendirilmiştir. Şikâyetle müşterinin temel sorunu, işlemin tamamlanma aşamasına gelmesine rağmen sürecin uzaması ve yeterli bilgilendirme yapılmamasıdır.

Şikâyet 53: “...Konut Sigortası kapsamında 10 Şubat'ta evimde su baskını yaşadım ve bu hasarla ilgili hasar dosyası açıldı. Olayın üzerinden zaman geçmesine rağmen ne bir eksper atandı ne de tarafımla herhangi bir şekilde iletişime geçildi...”

Şikâyet 53'te ise hasar dosyasının açılmasına rağmen eksper atamasının yapılmaması ve müşteriye süreç hakkında bilgi verilmemesi temel sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle ilgili şikâyet, hasar sürecinin ilerlememesi ve süreç yönetimindeki aksaklıklar nedeniyle süreç problemleri teması altında değerlendirilmiştir.

Elde edilen bulgular, müşteri şikâyetlerinin önemli bir bölümünün hasar ve işlem süreçlerinde yaşanan gecikmeler, süreç takibindeki eksiklikler ve yetersiz bilgilendirme ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu durum, hizmet kalitesinin temel boyutlarından biri olan güvenilirlik (reliability) kavramı ile açıklanabilir. SERVQUAL modeline göre güvenilirlik, işletmenin taahhüt ettiği hizmeti doğru, zamanında ve güvenilir biçimde yerine getirme kapasitesini ifade etmektedir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988). Sigorta hizmetlerinde hasar süreçlerinin zamanında tamamlanmaması ve müşterinin süreç hakkında yeterli bilgiye ulaşamaması, hizmet performansı ile müşteri beklentisi arasında olumsuz bir fark oluşmasına neden olmaktadır. Bu nedenle süreç yönetimindeki aksaklıkların müşteri memnuniyeti ve hizmet kalitesi algısı üzerinde doğrudan etkili olduğu değerlendirilmektedir.

Finansal Sorunlar

Finansal sorunlar teması; müşterilerin hasar ödemeleri, tazminatlar, primler veya sigorta ile bağlantılı finansal işlemler sırasında yaşadığı eksik ödeme, ödeme gecikmesi, haksız kesinti, ödeme reddi ve iade sorunlarını kapsamaktadır. Bu kapsamda değerlendirilen şikâyetlerde, müşterilerin hak ettikleri tutarlara zamanında ulaşamaması veya gerçekleştirilen finansal işlemler hakkında sorun yaşaması öne çıkan problemler arasında yer almaktadır.

Verilerin analizi sonucunda 160 müşteri şikâyetinin 36'sının finansal sorunlar teması altında toplandığı belirlenmiştir. Bu sayı toplam şikâyetlerin %22,50'sine karşılık gelmektedir. Finansal sorunlar temasına ilişkin örnek şikâyet ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

Şikâyet 142: “...’te bulunan bireysel emeklilik planımdan ayrılmak için 21.11.2025 tarihinde ayrılma talep formunu doldurup ilgili kuruma ilettim. Bu başvurunun hatalı olduğu söylenerek işlem yapılmadı, bunun üzerine formu 27.11.2025 tarihinde tekrar doldurup yeniden gönderdim. Aradan zaman geçmesine rağmen yaklaşık 250.000 TL civarındaki birikimimi hâlâ hesabıma çekemiyorum. Sürecin sürekli ‘incelemede’ olduğu söyleniyor...”

Şikâyet 142, müşterinin bireysel emeklilik sisteminden ayrılma sonrasında birikimine zamanında ulaşamaması nedeniyle finansal sorunlar kapsamında değerlendirilmiştir. Şikâyetle temel sorun, müşterinin hak ettiği tutarın gecikmeli olarak ödenmesi ve süreç hakkında yeterli ilerleme sağlanamamasıdır.

Şikâyet 160: “...Bana banka veya sigorta şirketi tarafından hiçbir bilgilendirme yapılmadı; bu durumu tamamen tesadüfen öğrendim. Üstelik yaklaşık üç yılın sonunda biriken tutarın yalnızca yaklaşık 31.000 TL civarında olduğunu gördüm...”

Şikâyet 160, müşterinin bireysel emeklilik hesabındaki birikim tutarı, işlem süreci ve bilgilendirme eksikliği nedeniyle yaşadığı maddi mağduriyet kapsamında değerlendirilmiştir. Şikâyetle öne çıkan unsur, müşterinin finansal işlem sonucuna ilişkin belirsizlik yaşaması ve yeterli açıklama alamamasıdır.

Elde edilen bulgular, finansal işlemlerle ilişkili sorunların müşteri şikâyetleri içerisinde önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Özellikle hasar ödemeleri, iade süreçleri ve birikimlere erişim konularında yaşanan gecikmeler, müşterilerin hizmetten beklediği sonuç ile elde ettiği sonuç arasında farklılık oluşmasına neden olmaktadır. Beklenti-Doğrulama Teorisi'ne göre müşteriler, hizmet deneyimini başlangıçtaki beklentileri ile gerçekleşen performansı karşılaştırarak değerlendirmektedir (Oliver, 1980). Sigorta hizmetlerinde ödeme süreçlerinin zamanında ve eksiksiz yürütülmemesi, müşterilerin beklentilerinin karşılanmadığı algısını güçlendirmekte ve memnuniyetsizliğe yol açmaktadır. Bu nedenle finansal süreçlerde şeffaflık ve zamanında işlem gerçekleştirilmesi, müşteri deneyiminin önemli belirleyicileri arasında değerlendirilebilir.

Hak Kaybı/Kazanılmış Hakların Korunmaması

Hak kaybı/kazanılmış hakların korunmaması teması; müşterilerin sözleşme, mevzuat veya sunulan hizmet kapsamında sahip oldukları hakların korunmaması, eksik uygulanması ya da ihlal edilmesi sonucunda yaşadıkları mağduriyetleri kapsamaktadır. Bu tema kapsamında; poliçe haklarının korunmaması, sözleşme hükümlerine aykırı uygulamalar, teminat kapsamının daraltılması ve müşterinin hak ettiği uygulamalardan yararlanamaması gibi durumlar değerlendirilmiştir.

Verilerin analizi sonucunda 160 müşteri şikâyetinin 26'sının bu tema altında yer aldığı belirlenmiştir. Bu sayı toplam şikâyetlerin %16,25'ine karşılık gelmektedir. Hak kaybı/kazanılmış hakların korunmaması temasına ilişkin örnek şikâyetler aşağıda sunulmaktadır.

Şikâyet 1: “Uzun yıllardır ... özel sağlık sigortası müşterisiyim ve poliçemde ömür boyu yenileme garantim bulunuyor... bireysel poliçemden grup poliçesine geçiş esnasında Vitiligo ve Hashimoto hastalıklarımın yeni poliçede kapsam dışı bırakıldığını öğrendim...”

Şikâyet 1, müşterinin uzun yıllara dayanan sigortalılık geçmişi ve ömür boyu yenileme garantisine rağmen daha önce teminat kapsamında bulunan hastalıklarının yeni poliçede kapsam dışı bırakılması nedeniyle bu tema altında değerlendirilmiştir. Şikâyetle temel sorun, müşterinin mevcut haklarının yeni poliçede korunmadığı yönündeki iddiadır.

Şikâyet 27: “...Tamamlayıcı sağlık sigortası yaptırdım. En başta hastalıklarımı sormadılar, daha sonrasında hastaneye gittiğimde ise geçmişten gelen hastalığım olduğunu söyleyip muayene ücreti talep ettiler. Daha sonra da ... tarafından riskli hasta görüldüğüm için poliçem iptal edildi... Defalarca aramama rağmen işlemi bir türlü yapmayıp hâlâ incelemede olduğunu söylüyorlar...”

Şikâyet 27, poliçenin iptal edilmesi ve buna bağlı olarak müşterinin poliçeden doğan haklarını kullanamaması nedeniyle hak kaybı/kazanılmış hakların korunmaması teması kapsamında değerlendirilmiştir. Şikâyetle ayrıca ücret iadesinin gecikmesine ilişkin finansal mağduriyet de bulunmakla birlikte, öne çıkan sorun müşterinin poliçe kapsamında sahip olduğu hakların korunmamasıdır.

Elde edilen bulgular, müşterilerin yalnızca finansal sonuçlar açısından değil, aynı zamanda sözleşmeden doğan haklarının korunması açısından da önemli beklentilere sahip olduğunu göstermektedir. Bu durum, hizmet ilişkilerinde algılanan adalet kavramı ile açıklanabilir. Algılanan adalet yaklaşımına göre müşteriler, hizmet süreçlerini yalnızca elde ettikleri sonuçlar üzerinden değil; sonuçların adil olup olmadığı, süreçlerin şeffaf ve tutarlı biçimde yürütülüp yürütülmediği ve kendilerine yönelik iletişimin niteliği açısından da değerlendirmektedir. Bu kapsamda poliçe kapsamlarının değiştirilmesi, kazanılmış hakların korunmaması veya yeterli açıklama yapılmadan gerçekleştirilen uygulamalar, müşterilerde adaletsizlik algısına ve hizmet sağlayıcıya yönelik güven kaybına neden olabilmektedir. Bu nedenle sigorta sektöründe sözleşme koşullarının açık biçimde yönetilmesi, müşterilerin kazanılmış haklarının korunması ve süreçlere ilişkin şeffaf bilgilendirme yapılması, uzun vadeli müşteri ilişkilerinin sürdürülebilmesi açısından önem taşımaktadır.

İletişim Problemleri

İletişim problemleri teması; müşterilerin sigorta şirketleriyle iletişim kurma sürecinde yaşadıkları müşteri hizmetlerine ulaşamama, farklı birimlere yönlendirilme, süreç hakkında yeterli bilgi alamama ve geri dönüşlerin zamanında yapılmaması gibi sorunları kapsamaktadır. Bu kapsamda değerlendirilen şikâyetlerde, etkili iletişim kanallarının işletilememesi ve müşterilerin bilgiye erişimde güçlük yaşaması öne çıkan sorun alanlarıdır.

Verilerin analizi sonucunda 160 müşteri şikâyetinin 26'sı iletişim problemleri teması altında sınıflandırılmıştır. Bu sayı toplam şikâyetlerin %16,25'ine karşılık gelmektedir. İletişim problemleri temasına ilişkin örnek şikâyetler aşağıda sunulmaktadır.

Şikâyet 8: *"...Sigorta ile yaptırmış olduğum tamamlayıcı sağlık sigortasını ocak ayından beri sorunsuz bir şekilde kullanıyordum... acente çalışanı iptal talebimi ilettiğimde garip bir tavır sergileyerek 'böyle bir sürecin olacağından bilginiz olsaydı yapmamış olurduk' şeklinde bir ifade kullandı..."*

Şikâyet 8, müşteri temsilcisinin kullandığı iletişim dili ve profesyonel olmayan yaklaşım nedeniyle iletişim problemleri teması kapsamında değerlendirilmiştir.

Şikâyet 77: *"...bu konuda destek almak için aradık fakat kimseye ulaşamıyoruz. Sorumu sorup hastaneye gitmek istiyorum, ancak iletişim eksikliği nedeniyle mağduriyet yaşıyorum..."*

Şikâyet 77, müşterinin destek almak amacıyla kuruma ulaşamaması ve süreç hakkında bilgi edinememesi nedeniyle iletişim problemleri teması altında değerlendirilmiştir.

Şikâyet 81: *"...Web sitesi, mobil uygulama ve e-posta gibi diğer tüm iletişim kanallarını da denedim fakat hiçbirinden sonuç alamadım..."*

Şikâyet 81, müşterinin farklı iletişim kanallarını kullanmasına rağmen geri dönüş alamaması nedeniyle bu tema kapsamında değerlendirilmiştir.

Elde edilen bulgular, müşteri hizmetlerine ulaşamama, geri dönüşlerin gecikmesi ve süreç hakkında yeterli bilgilendirme yapılmaması gibi iletişim sorunlarının müşteri deneyimini olumsuz etkileyen önemli unsurlar olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, SERVQUAL modelinde yer alan heveslilik (responsiveness) ve empati (empathy) boyutları ile ilişkilendirilebilir. Heveslilik boyutu, işletmenin müşterilere hızlı, zamanında ve etkin destek sağlama kapasitesini ifade ederken; empati boyutu, müşterilerin ihtiyaçlarını anlamayı ve onlara kişisel ilgi göstermeyi kapsamaktadır (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988). Sigorta hizmetlerinde müşterilerin özellikle hasar, poliçe veya ödeme süreçlerinde zamanında geri

bildirim alamaması, yalnızca iletişim sorunu olarak değil, aynı zamanda hizmet kalitesinin düşük algılanmasına neden olan bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle etkili iletişim kanallarının kullanılması ve müşteri taleplerine hızlı yanıt verilmesi, müşteri memnuniyeti ve güveninin sürdürülebilmesi açısından kritik önem taşımaktadır.

Yetkisiz İşlem

Yetkisiz işlem teması; müşterinin bilgisi, onayı veya rızası olmadan gerçekleştirilen sigortacılık ve finansal işlemleri kapsamaktadır. Bu tema kapsamında; izinsiz poliçe yenilemeleri, onay alınmadan kredi kartından tahsilat yapılması ve müşterinin bilgisi dışında gerçekleştirilen diğer işlemler değerlendirilmiştir.

Verilerin analizi sonucunda 160 müşteri şikâyetinin 21'i yetkisiz işlem teması altında sınıflandırılmıştır. Bu sayı toplam şikâyetlerin %13,13'üne karşılık gelmektedir. Yetkisiz işlem temasına ilişkin örnek şikâyetler aşağıda sunulmaktadır.

***Şikâyet 2:** "24/10/2025 tarihinde sabah saat 07:00'de ... Tamamlayıcı Sağlık Sigortası poliçem için kredi kartımdan 5.932,83 TL çekim yapılmıştır. Oysa poliçemin yenilenmesini istemediğimi sigortacımla görüşerek açıkça belirttim... Poliçemin tamamen iptal edilmesini ve kartımdan çekilen 5.932,83 TL'nin tarafıma iade edilmesini talep ediyorum."*

Şikâyet 2, müşterinin açık onayı bulunmamasına rağmen poliçenin yenilenmesi ve kredi kartından tahsilat yapılması nedeniyle yetkisiz işlem teması kapsamında değerlendirilmiştir.

***Şikâyet 7:** "2024–2025 yılında ...'dan tamamlayıcı sağlık sigortası yaptırdım. Bu yıl poliçemi yeniletmeyi düşünmüyordum. Ancak 23 Eylül tarihinde hiçbir şekilde bana bilgi verilmeden, onayım alınmadan poliçem otomatik olarak yenilenmiş ve kredi kartımdan 7.061 TL çekilmiştir..."*

Şikâyet 7, müşterinin bilgisi ve onayı dışında poliçenin yenilenmesi ile kredi kartından tahsilat yapılması nedeniyle yetkisiz işlem teması altında değerlendirilmiştir.

Elde edilen bulgular, müşterilerin bilgisi ve onayı dışında gerçekleştirilen poliçe yenilemeleri ile tahsilat işlemlerinin müşteri şikâyetleri içerisinde önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Bu tür uygulamalar, müşterilerin sigorta şirketine yönelik güven algısını zedeleyerek hizmet ilişkilerinin sürdürülebilirliğini olumsuz etkileyebilmektedir. SERVQUAL modelinde yer alan güvenilirlik (reliability) boyutu, işletmenin hizmeti doğru, tutarlı ve müşterinin beklentilerine uygun biçimde gerçekleştirmesini ifade etmektedir (Parasuraman, Zeithaml ve Berry, 1988). Müşterinin açık onayı alınmadan gerçekleştirilen işlemler, hizmet sunumunda şeffaflık ve kontrol algısını azaltarak güvenilirlik değerlendirmesini olumsuz yönde etkileyebilir. Bu nedenle sigorta sektöründe işlem öncesi bilgilendirme, açık rıza alınması ve müşteri onay süreçlerinin etkin biçimde yürütülmesi, müşteri güveninin korunması açısından önem taşımaktadır.

Bilgi Eksikliği ve Yetersiz Bilgilendirme

Bilgi Eksikliği ve Yetersiz Bilgilendirme teması; müşterilere poliçe kapsamı, sözleşme koşulları ve sunulan hizmetlere ilişkin yeterli, açık ve anlaşılır bilginin sunulmaması nedeniyle ortaya çıkan şikâyetleri kapsamaktadır. Bu tema kapsamında; poliçe kapsamına ilişkin belirsizlikler, yetersiz bilgilendirme ve süreçlere ilişkin açıklamaların eksik olması değerlendirilmiştir.

Verilerin analizi sonucunda 160 müşteri şikâyetinin 6'sı bu tema altında sınıflandırılmıştır. Bu sayı toplam şikâyetlerin %3,75'ine karşılık gelmektedir. Bilgi Eksikliği ve Yetersiz Bilgilendirme temasına ilişkin örnek şikâyetler aşağıda sunulmaktadır.

Şikâyet 70: "...dan evcil hayvan sigortası (midi paket) satın aldım. Web sitesinde yılda bir defa anlaşmalı veterinerlerde check up hakkı olduğu belirtiliyor. Ancak poliçemde bu hakla ilgili herhangi bir bilgi yer almıyor ve hiçbir yerde anlaşmalı veterinerlerin listesini bulamıyorum..."

Şikâyet 70, poliçe kapsamında sunulan hizmetlere ilişkin yeterli bilgiye ulaşılamaması ve müşterinin farklı iletişim kanallarından da net bilgi alamaması nedeniyle bu tema kapsamında değerlendirilmiştir.

Şikâyet 91: "...Eşimin geçmişten gelen herhangi bir kronik hastalığı bulunmamasına rağmen poliçede bazı hastalıklara muafiyet uygulanacağı bilgisi yenileme aşamasında tarafımıza iletildi... Bu kararın hangi objektif kriterlere göre alındığına dair tatmin edici bir bilgilendirme yapılmadı..."

Şikâyet 91, poliçe kapsamındaki uygulamalara ilişkin yeterli açıklama yapılmaması ve müşterinin talep ettiği bilgilendirmenin sağlanmaması nedeniyle Bilgi Eksikliği ve Yetersiz Bilgilendirme teması altında değerlendirilmiştir.

Elde edilen bulgular, bilgi eksikliği ve yetersiz bilgilendirmenin diğer temalara kıyasla daha düşük sıklıkta görülmesine rağmen müşteri deneyimi açısından önemli bir sorun alanı olduğunu göstermektedir. Sigorta hizmetlerinin karmaşık yapısı ve poliçe koşullarının teknik özellikler içermesi nedeniyle müşterilerin doğru, açık ve zamanında bilgilendirilmesi hizmet kalitesinin temel unsurlarından biridir. Hizmet kalitesi yaklaşımına göre müşterilere sunulan bilginin yeterliliği, hizmet sürecinin anlaşılabilirliği ve müşterinin kendisini güvende hissetmesi açısından önem taşımaktadır. Bilgi eksikliği, müşterilerin hizmetten beklentilerini doğru biçimde oluşturmamalarına ve hizmet deneyimini olumsuz değerlendirmelerine neden olabilmektedir. Bu nedenle sigorta işletmelerinin poliçe kapsamı, haklar ve süreçlere ilişkin şeffaf ve anlaşılır bilgilendirme sağlaması, müşteri memnuniyeti ve güveninin artırılması açısından önemlidir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada, sigortacılık sektöründe müşteri şikâyetleri çevrim içi bir şikâyet platformunda yer alan müşteri geri bildirimleri üzerinden nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Analiz sonucunda müşteri şikâyetlerinin süreç problemleri, finansal sorunlar, hak kaybı/kazanılmış hakların korunmaması, iletişim problemleri, bilgi eksikliği ve yetersiz bilgilendirme ile yetkisiz işlem olmak üzere altı temel tema altında toplandığı belirlenmiştir. Araştırma bulguları, müşterilerin çevrim içi şikâyetlerinde dile getirdikleri olumsuz deneyimlerin, hizmet sunum sürecinin farklı aşamalarında ortaya çıkan sorun alanları etrafında yoğunlaştığını göstermektedir. Özellikle hasar süreçleri, ödeme işlemleri ve müşteri ile kurulan iletişimde yaşanan sorunlar, müşterilerin çevrim içi şikâyetlerinde sıklıkla dile getirdikleri temel sorun alanları olarak öne çıkmaktadır.

Elde edilen bulgular, çevrim içi müşteri şikâyetlerinde dile getirilen memnuniyetsizliklerin hizmet süreçleri, süreç yönetimi ve iletişim uygulamalarına ilişkin sorun alanlarında yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Müşteri şikâyetlerinin sistematik biçimde analiz edilmesi, yalnızca mevcut sorunların belirlenmesine değil, aynı zamanda hizmet süreçlerinin iyileştirilmesine yönelik önemli geri bildirimler sunmaktadır. Bu yönüyle araştırma, çevrim içi müşteri şikâyetlerinin sigorta şirketlerinin hizmet geliştirme süreçlerinde yararlanabilecekleri önemli bir veri kaynağı olduğunu göstermektedir.

Araştırma bulguları, hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyetsizliği literatüründe vurgulanan bazı sorun alanlarıyla benzerlik göstermektedir (Şener, 2016; Dimaro, 2023). Bununla birlikte çalışma, müşterilerin olumsuz deneyimlerini ve memnuniyetsizlik ifadelerini yalnızca ölçüm ölçekleri veya anket verileri üzerinden değil, doğrudan çevrim içi şikâyet içerikleri üzerinden inceleyerek

literatüre farklı bir katkı sunmaktadır. Bu yönüyle araştırma, müşteri memnuniyetsizliğinin hangi hizmet süreçleri ve deneyim boyutları etrafında yoğunlaştığını belirleyerek hizmet kalitesi ve şikâyet yönetimi literatürüne ampirik bir katkı sağlamaktadır. Ayrıca elde edilen temalar, müşteri memnuniyetsizliği, hizmet kalitesi, şikâyet yönetimi ve algılanan adalet yaklaşımları çerçevesinde müşteri deneyimlerinde öne çıkan sorun alanlarının değerlendirilmesine katkı sağlamaktadır.

Araştırma bulgularından hareketle sigortacılık sektörüne yönelik aşağıdaki öneriler geliştirilebilir:

1. Süreç problemlerine yönelik olarak, hasar değerlendirme, poliçe düzenleme ve tazminat süreçleri sadeleştirilmeli; dijital takip sistemleri kullanılarak işlemlerin daha hızlı ve şeffaf biçimde yürütülmesi sağlanmalıdır.
2. Finansal sorunların azaltılması amacıyla, ödeme süreçleri düzenli olarak denetlenmeli, tazminat hesaplamaları müşterilere açık biçimde açıklanmalı ve ödeme süreçlerinde ortaya çıkabilecek gecikmeler en aza indirilmelidir.
3. Hak kaybı/kazanılmış hakların korunmaması temasına ilişkin olarak, poliçe kapsamı, teminat koşulları ve müşterilerin yasal hakları konusunda daha açık bilgilendirme yapılmalı; itiraz ve değerlendirme süreçleri daha erişilebilir ve şeffaf hale getirilmelidir.
4. İletişim problemlerinin azaltılması için, müşteri hizmetlerinin erişilebilirliği artırılmalı, geri dönüş süreleri kısaltılmalı ve dijital iletişim kanalları daha etkin kullanılmalıdır.
5. Bilgi eksikliği ve yetersiz bilgilendirme teması doğrultusunda, müşterilere poliçe kapsamı, hasar süreçleri ve başvuru prosedürleri hakkında anlaşılır ve düzenli bilgilendirme yapılmalı; dijital rehberler, sık sorulan sorular ve bilgilendirici içerikler yaygınlaştırılmalıdır.
6. Yetkisiz işlem temasına yönelik olarak ise dijital işlem güvenliği güçlendirilmeli, müşteri onayı gerektiren işlemlerde doğrulama mekanizmaları etkin biçimde kullanılmalı ve müşterilerin işlem geçmişini kolayca takip edebileceği güvenli dijital uygulamalar geliştirilmelidir.

Bunun yanında sigorta işletmelerinin müşteri şikâyetlerini yalnızca bireysel çözüm gerektiren durumlar olarak değil, hizmet süreçlerindeki yapısal sorunları belirlemeye yönelik stratejik veriler olarak değerlendirmesi önem taşımaktadır. Bu kapsamda müşteri ilişkileri yönetimi sistemleri ile entegre çalışan şikâyet analiz ve erken uyarı mekanizmalarının geliştirilmesi, tekrar eden sorunların hızlı biçimde tespit edilmesine ve hizmet süreçlerinin proaktif olarak iyileştirilmesine katkı sağlayabilir. Bununla birlikte dijital müşteri deneyiminin geliştirilmesine yönelik mobil uygulamalar, çevrim içi hasar takip sistemleri ve kişiselleştirilmiş bilgilendirme uygulamalarının yaygınlaştırılması, müşterilerin süreçlere ilişkin belirsizlik algısını azaltabilir. Ayrıca düzenleyici kurumlar açısından müşteri şikâyetlerinde yoğunlaşan sorun alanlarının izlenmesi, sektörel standartların geliştirilmesi ve tüketici haklarının korunmasına yönelik politikaların oluşturulmasına katkı sağlayabilir.

Bu araştırmanın veri kaynağı ve yöntemi açısından bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırma yalnızca çevrim içi bir şikâyet platformunda yer alan müşteri ifadeleriyle sınırlıdır; bu nedenle elde edilen bulgular, müşterilerin çevrim içi ortamda dile getirdikleri deneyimleri ve memnuniyetsizlik alanlarını yansıtmaktadır. Ayrıca çalışma iki sigorta şirketi ve belirli bir dönem içerisinde yayımlanan şikâyet verileriyle sınırlandırılmıştır. Gelecek araştırmalarda farklı sigorta şirketleri, farklı veri kaynakları ve müşteri görüşmeleri veya anket çalışmaları gibi yöntemler kullanılarak konu daha kapsamlı biçimde incelenebilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür.

KAYNAKÇA

Aktaş, A. (2017). *Sigorta sektöründe müşteri memnuniyetinin ölçülmesi: Bir firma uygulaması*, [Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Akpınar, Ö. (2018). Sigorta sektöründe müşteri ilişkileri yönetimi ve uygulamaları. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 10(18), 1–19.

Ali, A. and Tausif, M. R. (2018). Service quality, customers' satisfaction, and profitability: An empirical study of Saudi Arabian insurance sector. *International Journal of Management, Finance and Insurance*, 15(2), 232–247.

Alshurideh, M. T., Alrawabdeh, W. A., Al Kurdi, B. and Alzoubi, A. A. (2022). The impact of service quality and service transparency on customer satisfaction. *International Journal of Theory of Organization and Practice*, 1(1), 137-154. <https://doi.org/10.54489/ijtop.v1i1.150>

Barlow, J. and Moller, C. (2009). *A Complaint is a gift: Recovering customer loyalty when things go wrong*. (2nd ed.). California, USA: Berrett-Koehler Publishers.

Bençe, C. C. (2021). Service quality in insurance companies. *The Annals of the University of Oradea Economic Sciences*, 30(1), 171–176.

Blodgett, J. G., Hill, D. J. and Tax, S. S. (1997). The effects of distributive, procedural, and interactional justice on postcomplaint behavior. *Journal of Retailing*, 73(2), 185–210.

Büyükkakaç, S. S. ve Diker, F. (2025). Sigorta sektöründe müşteri odaklılık ve hizmet kalitesi üzerine AHP analizi. *İşletme Bilimi Dergisi*, 13(2), 326–340.

Canol, S. (2018). Türk sigorta sektöründe hayat sigortası branşında müşteri memnuniyetini arttırmak için stratejik öneriler. *Ekonomi İşletme ve Maliye Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 39–55.

Castro, N., Vilhena, E., Sousa, B. B. and Fonseca, M. J. S. d. (2026). Governance and service quality as drivers of organizational performance in the Portuguese telecommunications sector. *Administrative Sciences*, 16(1), 37. 1-21. <https://doi.org/10.3390/admsci16010037>

Ceylan, H. H. (2019). Müşteri şikâyet niyeti üzerine bir araştırma. *Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 5(2), 68-81.

Coviello, A. and Di Trapani, G. (2012). The customer satisfaction in the insurance industry. *SSRN Electronic Journal*. 1-12. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2144684>

Çiftçi, M. (2004). *Client satisfaction and service quality in (re)insurance brokerage in Turkey*. [Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

Davidow, M. (2003). Organizational responses to customer complaints: What works and what doesn't. *Journal of Service Research*, 5(3), 225–250.

- Dayanan, İ. ve Saylık, A. (2025). Nitel verilerin analizinde kavram bunalımı: Teorik bir çözümleme. *Journal of Institute of Social Sciences*, 16(1), 299–316.
- Dimaro, M. E. (2023). Service quality for customers' satisfaction: A literature review. *European Modern Studies Journal*, 7(1), 45–62.
- Eckert, C., Neunsinger, C. and Osterrieder, K. (2022). Managing customer satisfaction: Digital applications for insurance companies. *The Geneva Papers on Risk and Insurance – Issues and Practice*, 47: 569–602.
- Falk, T., Hammerschmidt, M. and Schepers, J. J. L. (2010). The service quality–satisfaction link revisited: Exploring asymmetries and dynamics. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38, 288–302.
- Janjua, Q. R. (2017). Service failures and consumer responses: Exploring the antecedents of consumer dissatisfaction and propensity to complain. *Business & Economic Review*, 9(4), 23-48. <https://doi.org/10.22547/BER/9.4.2>
- Kadyan, S., Bhasin, N. and Madhukar, V. (2022). Impact of claim settlement procedure on customer satisfaction. *Insurance Markets and Companies: Analyses and Actuarial Computations*, 13(1), 66–80. [https://doi.org/10.21511/ins.13\(1\).2022.06](https://doi.org/10.21511/ins.13(1).2022.06)
- Kaya, F. ve Kahya, M. (2017). *Sigorta ve sigortacılık* (2. baskı). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kebede, T. (2019). Service Quality and its Impact on Customer Satisfaction: The case of Commercial Bank of Ethiopia (CBE). *St. Mary's University, School of Graduate Studies*. Ethiopia Unpublished Master's Thesis.
- Kim, S.-B. and Kim, D.-Y. (2016). The impacts of corporate social responsibility, service quality, and transparency on relationship quality and customer loyalty in the hotel industry. *Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility*, 1, 39–55. <https://doi.org/10.1186/s41180-016-0004-1>
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J. and Wong, V. (2002). *Principles of marketing* (3rd ed.). Europe: Prentice Hall.
- Kutlu, D. (2025). Online customer complaints in the Turkish insurance sector: A thematic analysis of [sikayetvar.com](https://www.sikayetvar.com). *International Journal of Management Academy*, 8(3), 657–679. <https://doi.org/10.33712/mana.1760736>
- KPMG Türkiye. (2025). *Sigorta Sektörel Bakış 2025*. İstanbul: KPMG Türkiye. <https://kpmg.com/tr/tr/insights/2025/08/sigorta-sektorel-bakis-2025.html> [Erişim Tarihi: 01.02.2026].
- Meral, H. ve Ersoy, B. (2023). Türk sigorta sektöründe müşteri memnuniyeti: Sigorta şikâyetleri üzerine derinlemesine bir analiz. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(4), 1295–1312. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1333948>
- Nguyen, N. D. and Uong, L. N. T. (2025). Customer satisfaction in shopping on social media platforms: The impact of the quality of express mail service in Vietnam's digital economy. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 10(49), 721-733. <https://doi.org/10.52783/jisem.v10i49s.9956>
- Qasem, D. A. and Alhakimi, D. W. (2019). The impact of service quality and communication in developing customer loyalty: The mediating effect of customer satisfaction. *Journal of Social Studies*, 25(4), 137-172. <https://doi.org/10.20428/jss.v25i4.1587>
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469.

- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(4_suppl1), 33-44. <https://doi.org/10.1177/00222429990634s105>
- Özcan, H. ve Tanık, E. (2021). Karayolu yük nakliyat sigortalarının hasar ve müşteri memnuniyeti etkisi üzerine bir araştırma. *İstanbul Esenyurt Üniversitesi İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 37-50.
- Özudoğru, H. ve Uzun, H. (2024). Sigortacılık sektöründe hizmet kalitesinin değerlendirilmesi: AHS ve TOPSIS yöntemi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*. 16(2), 1200-1225. <https://doi.org/10.20491/isarder.2024.1851>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Sak, R., Şahin Sak, İ. T., Öneren Şendil, Ç. ve Nas, E. (2021). Bir araştırma yöntemi olarak doküman analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-256.
- Sözen, M. ve Meral, H. (2024). Türk katılım sigorta sektöründe müşteri memnuniyetini ve sadakatini etkileyen faktörler. *Öneri Dergisi*, 19(62), 146-165.
- Şahin, M. (2006). *Sigortacılık sektöründe hizmet pazarlamasının önemi ve müşteri sadakati üzerine etkisi*, [Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Şener, T. (2016). Sigortacılık sektöründe hizmet kalitesinin ölçülmesi ve algılanan hizmet kalitesi ile beklenen hizmet kalitesi arasındaki ilişkinin incelenmesi: Antalya ili örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 50, 497-510.
- Şikayetvar. (2026). *Şikayetvar: Tüketici şikayetleri platformu*. <https://www.sikayetvar.com/> [Erişim Tarihi: 01.03.2026].
- Taşkın, E. ve Bengül, S. (2014). Sigorta sektöründe ilişkisel pazarlama uygulamalarının müşteri bağlılığı üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik bir araştırma önerisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, EYİ 2013 Özel Sayısı, 503-522.
- Tax, S. S., Brown, S. W. and Chandrashekar, M. (1998). Customer evaluations of service complaint experiences: Implications for relationship marketing. *Journal of Marketing*, 62(2), 60-76.
- Toker, A. (2022). Sosyal bilimlerde nitel veri analizi için bir kılavuz. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 51(Özel sayı 1), 319-345. <https://doi.org/10.30794/pausbed.1112493>
- Tosun, N. ve Söyük, S. (2019). Şikâyet yönetimi perspektifinden müşteri memnuniyeti ve davranışsal niyet üzerine kavramsal bir model önerisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(4), 1873-1887.
- Yenisu, E. (2019). Sigortacılık sektörü ve ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye örneği. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(2), 206-217.
- Yörübulut, S. (2024). Türk sigortacılık sektöründe prim üretiminin GSYH üzerindeki etkisinin regresyon analizi ile incelenmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(1), 169-188.
- Yüksel, D. (2023). Çevrimiçi müşteri yorumları üzerine bir içerik analizi: E-ticaret müşteri şikâyetleri. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 58(3), 2573-2587.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Arzu Film Yapım ve Aile Temsili Üzerine Bir İnceleme: *Bizim Aile* (1975) ve *Gülen Gözler* (1977) Filmleri

Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül ÇİLİNGİR, Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Kayseri, e-posta: acilingir@erciyes.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9325-8999>

Öz

Türk sinemasının en önemli özel yapım şirketlerinden biri olan Arzu Film, özellikle 1970'li yıllarda çektiği birçok aile temalı filmlerinde güldürü ve dram unsurları ile ailenin öneminin altı çizmektedir. Arzu Film bünyesinde yer alan filmlerde genellikle aynı oyuncuların oynadığı benzer karakterler, toplumsal dinamiklerin güldürü ve dram unsurları ile yapılandırılması dönemin sinema seyircisinin bu filmlere ilgisini arttırmıştır. Günümüzde de bu filmlerin birçoğunun televizyon ekranlarında ve dijital platformlarda da popüler olması bu ilginin bir sonucudur. Çalışmada Arzu Film'in yapımcılığını yaptığı *Bizim Aile* (1975) ve *Gülen Gözler* (1977) filmleri örneklem olarak seçilmiştir. Bu iki film incelenerek dönemin sinemasının aile kavramına nasıl yaklaştığı ve yapılandırıldığının tespit edilmesi çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu kapsamda çalışma, söz konusu filmleri doküman analizi yöntemiyle mekan, karakter, toplumsal roller, sosyo-ekonomik yapı, güldürü ve dramatik unsurlar çerçevesinde incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada incelenen filmlerde belirlenen unsurların dengeli bir şekilde kullanılarak aile kavramına vurgu yapılarak ailenin öneminin altının çizildiği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Türk Sineması, Arzu Film, Aile Temsili, Yeşilçam.

Makale Gönderme Tarihi: 07.05.2026

Makale Kabul Tarihi: 05.09.2026

Önerilen Atıf:

Çilingir, A. (2026). Arzu Film Yapım ve Aile Temsili Üzerine Bir İnceleme: *Bizim Aile* (1975) ve *Gülen Gözler* (1977) Filmleri, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(9): 541-556.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2026, 9(9): 541-556. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2026.1678>

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

A Study on Arzu Film Production and Family Representation: The Films *Bizim Aile* [Our Family] (1975) and *Gülen Gözler* [Smiling Eyes] (1977)

Assistant Prof. Dr. Ayşegül ÇİLİNGİR, Erciyes University, Faculty of Communication, Kayseri,
e-mail: acilingir@erciyes.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9325-8999>

Abstract

Arzu Film, one of the most important private production companies in Turkish cinema, particularly in the 1970s, emphasized the importance of family through elements of comedy and drama in many family-themed films. The use of similar characters, often played by the same actors, and the structuring of social dynamics through comedy and drama in films produced by Arzu Film increased the interest of cinema audiences of the time. The fact that many of these films are still popular on television and digital platforms today is a result of this interest. This study selects the films *Our Family* (1975) and *Gülen Gözler* [Smiling Eyes] (1977), produced by Arzu Film, as examples. The aim of this study is to determine how the cinema of that period approached and structured the concept of family by examining these two films. The aim of this study is to determine how the cinema of that period approached and structured the concept of family by examining these two films. In this context, the study aims to analyze these films using document analysis methods, focusing on setting, characters, social roles, socio-economic structure, comedic and dramatic elements. The study reveals that the elements identified in the films are used in a balanced manner to emphasize the concept of family and underline its importance.

Keywords: Turkish Cinema, Arzu Film, Family Representation, Yeşilçam.

Received: 07.05.2026

Accepted: 05.09.2026

Suggested Citation:

Çilingir, A. (2026). A Study on Arzu Film Production and Family Representation: The Films *Bizim Aile* [Our Family] (1975) and *Gülen Gözler* [Smiling Eyes] (1977), *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 9(9): 541-556.

GİRİŞ

Türk sinema tarihinde ilk dönemlerden itibaren farklı türler ve temalar ortaya çıkmış, yönetmenler yeni adımlar atarak Türk sinemasının gelişimine katkıda bulunmuşlardır. Bu katkıda yapımcıların ve yapımevlerinin payı zaman zaman eleştirilse de yadsınamaz. Günümüzde her alanda kendisini dönüştüren popüler kültür, Türk sinemasını da kendisine eklemlemiştir. Popüler kültürle birlikte günümüzde eski filmler bile bu kültürel süreçten etkilenmektedir. Dijitalleşen dünyada Yeşilçam filmleri, özellikle kültürel bağlamda popüler kültür ürünleri haline gelerek örneğin sosyal medya hesaplarında replikler, Reels gibi yeni yapılarla kendini dijital yapılarda yeniden üretmektedir. Türk sinemasında önemli bir dönem olan Yeşilçam'da üretilen filmler de bu dönüşüme ayak uydurmaktadır. Bu dönüşüm gerek televizyon gerek dijital platformlar ve gerekse de sosyal medya ile güncelliğini korumaktadır. Bu noktada bazı filmler ve yönetmenler, bu görsel ve dijital dünya da kendine yer edinmektedir. Günümüzde Türk sineması özellikle de Yeşilçam filmlerine yönelik bu eğilim hem dijital platformlarda hem de sosyal medya mecralarında Arzu Film tarafından yapımcılığı yapılan filmlerde hala seyirci ve kullanıcılar tarafından ilgiyle karşılanmaktadır. Özellikle *Hababam Sınıfı serileri* (1975-1981), *Bizim Aile* (1975), *Gülen Gözler* (1977), *Neşeli Günler* (1978) gibi filmler, dijital dünya seyir kültürüne katkı sağlarken sosyal medya mecralarında ise Reels, Caps gibi uygulamalarla güncelliğini korumaktadır. Türk sinemasının üretim ve gösterim açısından altın yılları olarak kabul edilen Yeşilçam döneminde, Ertem Eğilmez'in kurduğu Arzu Film önemli bir film yapım şirkettir. Arzu Film, özellikle komedi, aile temalarının işlendiği ve genellikle Kemal Sunal, Adile Naşit, Münir Özkul, Halit Akçatepe, Tarık Akan, Şener Şen gibi oyuncuların yer aldığı filmlerle Türk sinema seyircisinin ilgisini çekmiştir. Arzu Film ve Ertem Eğilmez'in birlikteliğini Scognamillo (2005: 35), "*Ertem Eğilmez'in ve Arzu Film'in hikayesinin henüz yazılmamıştır, ancak yazılması gerekmektedir, çünkü günün birinde, biri Türk sinemasında güldürünün – ya da melodramın- tarihini yazmaya soyunursa Arzu Film/ Ertem Eğilmez'e ayrı bir önem vermesi gerekecektir*" diyerek ifade etmiştir. Türk sineması ile ilgili yapılan çalışmalarda günümüzde Arzu Film ve Ertem Eğilmez'in filmlerini ele alan çalışmalar bulunsun da özelde Arzu Film ve Eğilmez'i işleyen çalışmalar daha azdır. Halis (2014), Arzu Film şirketinin güldürü unsurlarını iktidar ve muhalefet ilişkisini, Orak (2022) ise güldürü türünü Arzu Film ve BKM üzerinden yüksek lisans tez çalışmalarında ele almaktadırlar. Eğilmez ile ilgili çalışmaların sayısı ise Arzu Film ile ilgili çalışmalardan biraz daha fazladır. Bu çalışmalara, Hıdıroğlu'nun (2002), Ertem Eğilmez sinemasını ele aldığı, Topaloğlu'nun (2019), Eğilmez'in sinemasını toplumsal ve kültürel bağlamda incelediği, Diş (2025) ise Eğilmez sinemasını halkbilim açısından işlediği tez çalışmaları örnek verilebilir. Çalışmada Arzu Film'in yapımcılığını gerçekleştirdiği *Bizim Aile* (1975) ve *Gülen Gözler* (1977) filmleri üzerinden aile kavramına odaklanılarak, bu iki filmdeki mekan, karakterler, toplumsal roller, sosyo- ekonomik yapı, güldürü ve dramatik unsurları bağlamında hem dönemin toplumsal dinamiklerinin hem de Arzu Film'in bu dinamikleri ortaya konduğu tespit edilmek istenmektedir. Bu dinamikler çalışmanın çıkış noktası olan aile kavramı üzerinden ele alınmıştır. Aile kavramının belirlenen filmler üzerinden dönemin toplumsal yapısını sunduğu, ailenin akrabalık ilişkilerinin yanında sevgi, dayanışma gibi unsurlarla şekillendirildiği görülmektedir.

Türk sinema tarihinde, Arzu Film yapımevi diğer yapım evlerinden daha fazla öne çıkmaktadır. Arzu Film'in öne çıkmasının en önemli nedeninin, Eğilmez'in Türk sinema seyircisinin beğenilerini ve eğilimlerini iyi anlaması ve bu bağlamda filmlerinde dönemin Türk seyircisinin tercih ettiği aile, aşk, dram, güldürü gibi unsurları kullanmasından ileri gelmesidir. Türk sineması ve seyircisi arasındaki bağ anlamlandırmada önemli bir rolü olduğunun düşünülmesi bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır. Arzu film güldürü ve dram unsurlarının bazen ayrı ayrı bazen de birlikte ele alındığı, aile, aşk, arkadaşlık gibi kavramların yanında toplumsal,

kültürel, ekonomik öğeleri sinemanın görsel yapısı içinde eritebilen bir şekilde sunması bu sorunun cevabı olabilir mi?

Çalışmanın amacı, Arzu Film'in yapımıcılığını yaptığı *Bizim Aile* (1975) ve *Gülen Gözler* (1977) filmlerdeki aile kavramının nasıl işlendiği ortaya çıkarılarak dönemin sinemasının aileye bakışının nasıl sunulduğunun incelenmesidir. Bu bağlamda seçilen filmler, mekân, karakter, toplumsal roller, sosyo- ekonomik yapı, güldürü ve dramatik unsurları bağlamında nitel bir veri analiz yöntemi olan doküman analizi kullanılarak değerlendirilecektir.

ARZU FİLM

Arzu Film, Türk sinema tarihinde önemli bir yere sahip olan bir yapım evidir. Arzu Film'e daha yakından bakıldığında sadece bir yapımevi değil bir okul olduğu da düşünülebilir. Özellikle bu yapımevinin bünyesinde gerek güldürü gerekse de dram öğeleriyle bezenmiş filmlerin yer aldığı görülmektedir. Arzu Film, 1964 yılında Ertem Eğilmez tarafından kurulmuş ve onunla özdeşleşmiştir. Ertem Eğilmez, Arzu Film'in en önemli yönetmeni olmuştur. Güldürü konusundaki başarısı onun bir güldürü yönetmeni olarak anılmasına neden olurken, *Canım Kardeşim* gibi melodram özellikleri ağır basan filmler de yapmıştır. Hatta sonrasında birçok melodram komediler de çekmiştir. *Gülen Gözler*, *Neşeli Günler* gibi bazı filmlerinde dram öğeleri ve komedi unsurları birlikte kullanılmış komedi unsurları belli bir karakter üzerinden sunulmuştur. Arzu Film'de Eğilmez dışında, toplam 20 yönetmen görev almıştır. *Salako* (1974), *Kibar Feyzo* (1978) gibi filmlerinin yönetmeni Atıf Yılmaz, Arzu Film bünyesinde 7 filmle, *Aile Şerefi* (1976), *Neşeli Günler* (1978) filmlerini yöneten Orhan Aksoy 11 filmle, *Delisin* (1975), *Bizim Aile* (1976) filmleriyle Engin Orbey de Arzu Film içerisinde yer alan yönetmenlerdir (Dikiciler, 2002: 37).

Türk toplumsal hayatının en önemli kurumlarından biri olan aile kurumu, Arzu Film bünyesindeki filmlerde de öne çıkmaktadır. Kayalı (2006: 47), Eğilmez'in filmlerinin geleneksel sinema açısından üzerinde durulması gereken yapımlar olduğunu belirtmektedir. Onaran (1994: 185), Eğilmez'in Arzu Film adına "Arzu Film Güldürüleri" olarak tanımlanabilecek, aileye seslenen bir güldürü tarzı oluşturduğuna işaret etmektedir. Eğilmez, toplumsal konularının değişen dinamiklerini aile üzerinden güldürü unsurları ile sunmaktadır. Eğilmez'in sinema anlayışı ayrıca kolektif bir çerçeve içerisinde de tanımlanabilir. Film senaryo yazımında yönetmen ve senaristin dışında oyuncuların katkısı da bulunduğu bu sistemle film içerisinde yer alan herkes bu oluşumun içinde yer almıştır (Dikiciler, 2002: 31). Kayalı, nasıl ki oyuncu metni farklı hale getirirse, filmin yönetmeninin de onu farklı bir biçimde şekillendirdiğini ve bu bağlamda da Ertem Eğilmez'in Türk sinemasında komedi açısından özel bir öneme sahip olduğunu belirtmektedir (Kayalı, 2015: 86). Arzu Film, oyuncular için bir okul haline gelmiş, onların farklı filmlerde de yer almalarının da yolunu açmıştır. Kemal Sunal'ın dışında Şener Şen de Arzu Film yapımlarında kendini göstermiştir. Arzu Film, başkaları gibi Şener Şen için de oyunculuk özelliklerini ortaya çıkarabildiği bir okuldur. Arzu Film o dönemde diğer yapım şirketleri gibi çok film çekmemiş, yılda iki ya da üç film çekerek bir süreklilik kazanmıştır (Scognamillo, 2005: 41). Ayrıca Arzu Film içerisinde Sadık Şendil de senarist olarak öne çıkmaktadır.

Eğilmez, halkın nabzını başarılı bir şekilde tutarak, gerek konu gerekse de karakter bağlamında özellikle Arzu Film yapıtlarında benzer yapılar sunmuştur. Özellikle 1970'li yıllarda güldürü ve dram unsurlarını aynı öykülerde bütünleştirmiştir. Filmlerde bu yapıyı ikili zıtlıklar üzerinden kurgulanmıştır. Öykülerdeki kişiler zengin- fakir, iyi- kötü, kentli-köylü şeklinde birbirinden

ayrılırken özellikle zengin- fakir zıtlığı, özellikle aile güldürülerinde ana karakterin sevgilisinden ayrılmasının nedeni olarak sunulmaktadır. Bu zıtlıklar, kişilerin yaşam biçimlerini sunan giysi, yaşanılan yer, yeme içme kalıpları ve bazı filmlerdeki replik ve olaylarla öne çıkmaktadır (Hıdıroğlu, 2002: 27). Çalışmada incelenen *Bizim Aile* ve *Gülen Gözler* filmlerindeki dramaturjik yapı zengin- fakir karşıtlığı üzerine temellendirilip çatışmalar bu zıtlık üzerinden yapılandırılmaktadır. İki filmde de zenginlik gibi maddi bir değer aile bütünlüğü gibi manevi bir kavram karşısında yenik düşmektedir.

AİLE KAVRAMI VE ARZU FİLM YAPIMLARINDA AİLE TEMSİLLERİ

Aile, toplumsal yapı içerisinde ilişki ağları içerisindeki en küçük kurum olarak anlaşılabılır. Marshall (2005: 7), *Sosyoloji Sözlüğü*nde aile kavramını şu şekilde tanımlamaktadır: “*Aile kan, cinsel ilişki ya da yasal bağlarla birbirine bağlı insanlardan oluşmuş, mahrem ilişkilerle örülü bir gruptur*”. Bu tanımdan, ailenin aralarında bir bağ olan ve mahremiyet gerektiren bir yapı olduğu sonucu çıkarılabilir. Aile denilince genel olarak, geleneksel ve çekirdek olmak üzere iki aile tipinden söz edilebilir. Geleneksel aile; tarıma dayalı toplumlarda yaygın olan bu aile tipinde bireyler arasında yaş ve cinsiyete dayalı bir otorite vardır (Karataş, 2001: 90). Geleneksel aile tipi Türkiye’de kırsal alanda kalabalık akrabalık bağı ile de ilişkilendirilebilir. Bu tip ailede bireyin anne, baba ve kardeşleri dışında dede, büyükanne, amca, yenge, kuzenler gibi akrabaları da bazen aynı evde, aynı evde olmasa bile aynı ortamda yer alır. Çekirdek aile ise sanayileşme ile birlikte ortaya çıkan kent içindeki tercih edilen aile tipidir. Bu aile tipinde anne, baba ve çocuklar yer almaktadır. Geleneksel aile yapısına göre daha sınırlı akrabalık ilişkileri vardır. Türkiye’de sanayileşme ile birlikte başlayan iç göç olgusunun sonunda bazı aileler gecekondü meskenlerinde geniş aile tipini yaşatmaya devam etmiş, bazılarında ise ailenin belli bölümü göç ettiği için çekirdek aile tipi olarak yaşamışlardır.

Göç eden aile içerisinde erkek genelde işçi, seyyar satıcı ya da hizmet alanında işlerde çalışırken, kadın ise genellikle ev işleri, çocuk bakımı vb. işleri üstlenmiştir. Erkeğin toplumsal statüsü ve dışarıda çalışmasından dolayı, kadına göre yaşam alanı daha geniştir. Erkekler hem aile içinde hem de aile dışı ilişkilerde var olurken kadınlar ev içinde olduğu için aile fertleri, komşu ve akrabalar ile sınırlı bir ilişki içindedir (Kaplan, 2004: 61). Büyük şehire göç eden aileler ve yaşadıkları kültürel ikilem Türk sinemasında 1960’lı ve 1970’li yıllarda yoğun bir şekilde işlenmiştir. Halit Refiğ’in *Gurbet Kuşları* (1964), Duygu Sağıroğlu’nun *Bitmeyen Yol* (1965) ve Ö. Lütfi Akad’ın *Gelin* (1973), *Düğün* (1973) ve *Dişet* (1974) bu tür filmlere örnek verilebilir. Bu tür filmlerde ana mekân olarak genellikle İstanbul sunulmaktadır. *Köyden İndim Şehire* (1974), *Salak Milyoner* (1974), *Banker Bilo* (1980) gibi filmler Arzu Film bünyesinde çekilen göç olgusuna dayanan filmlerdir. Genel olarak ise Arzu Film içerisinde İstanbul’un ana mekân olduğu, eski mahalle kültürünün devam ettiği, aile değerlerinin öne çıktığı, aşkın sınıf kavramından uzak olduğu ama çatışmaların birçoğunu barındıran, alt ya da orta gelirli insanların hayatlarına değinen öykülere dayanan filmler yer almaktadır.

1970’li yıllar Türk sineması için durgunluk yaşanan dönemdir. 1970’lerde ekonomik getirisi yüksek olan salonları dolduran filmler yapılırken kazanılan paralar yatırıma dönüştürülemediği, ülkenin ekonomik durumu Türk sinemasını olumsuz etkilemiştir. Beraberinde bu dönemde seks filmleri piyasada atmıştır. Ayrıca televizyonunda bu yıllarda yaygınlaşması da Türk sinemasına zarar vermiştir (Yıldırım Önk, 2011: 3869). Bu dönemde hem seks filmlerinin hem de televizyonun etkisiyle sinema salonlarına giden seyirci sayısında azalma olmuştur. Eğilmez, seks- avantür filmlerin çoğaldığı bu yıllarda halk sinemasıyla kendine has üslubuyla Yeşilçam sinemasına “Arzu Film Güldürüleri”ni ortaya koymuştur (Hıdıroğlu, 2002: 12). Arzu Film, bünyesindeki filmlerde aile teması öne çıkarırken bu konuyu güldürü ve dram

öğeleri ile harmanlayarak yaklaşmaktadır. Arzu Film'in öne çıktığı 1970'li yıllarda Türkiye'de toplumsal, sosyal ve kültürel değişimler de Türk sinemasında işlenen konuları etkilemiştir. Kaplan, 1960-1970 yıllarında çekilen filmlerin Türkiye'de toplumsal değişimin aile ve bireyleri üzerindeki etkisi bağlamında işlendiğini ifade etmektedir (2004: 88). Arzu Film yapımcılığı ile Türk sinemasında 1970'li yıllarda aile filmleri hem komedi hem de dramatik unsurlarla sunulmaya başlanmış, bu filmlerin birçoğunda aynı oyuncular farklı karakterleri canlandırmışlardır. Arzu Film'in yapımcılığını yaptığı filmlerde Adile Naşit, Münir Özkul, Halit Akçatepe, Kemal Sunal gibi oyuncuların yan rollerde, Tarık Akan, Emel Sayın, Filiz Akın gibi starların başrolde olduğu "aile komedileri" 1970'lerde en çok izlenen yapımlardır (Sunall, 1998: 98). Genellikle bu tür aile filmlerinde aşk olgusu ana karakterler üzerinden dram unsurları ile bezenirken aile birliği, ailenin önemi gibi olguları da destekler biçimde sunulmuştur. Türk sinemasında 1980 öncesi çekilen filmlerde aile kurumunun önemsendiği ve değer verildiği, geleneksel aile modelinin ön plana çıktığı görülmektedir (Yağbasan ve Ateş, 2018: 38). Bu bağlamda değerlendirildiğinde; Arzu Film yapımcılığında çekilen filmlerde aile temasının öne çıkması ve bu filmlerin seyirci tarafından tercih edilmesi dönemin toplumsal değerlerinin sonucudur. 1980 öncesi filmlerde aile kurumuna daha fazla önem verildiği ve değer atfedildiği görülmektedir. Geleneksel aile modeli bu dönemde yapılan filmlerde ön plana çıkmaktadır. Arzu Film bünyesinde yer alan ve çalışmada ele alınacak olan *Gülen Gözler* ve *Bizim Aile* filmlerinde mekân olarak İstanbul kullanılmıştır. İki filmde de mekân kavramı geniş ailelerin yaşayabileceği özelliklere sahip eski, katlı, ahşap olarak sunulmaktadır. Bu tür mekanlar aile bütünlüğünü barındıran bir anlamda aile kavramının birlikteliğinin sunumu olarak tanımlanabilir. Mekan kullanımı incelenen iki filmde İstanbul merkezli, gerçekçi eski mahallelerdir. Mahalle kültürü aile unsuru ile bağdaşık bir ilişki içerisinde ele alınmaktadır.

YÖNTEM

Çalışmada, filmlerin belirlenen temalar bağlamında incelenmesinde nitel bir veri analiz yöntemi olan doküman analizi kullanılacaktır. Karasar'a göre, belgesel tarama, belli bir amaca yönelik kaynakların bulunması, okunması, not alınması ve değerlendirilmesi işlemlerini içine almaktadır (2012: 183). Yazılı kaynakların dışında film, fotoğraf ve video gibi görsel materyalleri tek başlarına bir araştırmanın veri toplama unsurları olabileceği gibi doküman incelemesi gibi veri toplama yöntemleri ile de kullanılabilir. Film, video ve fotoğrafların kullanımına üç avantajdan bahsedilebilir. Bunlardan birincisi sözel olmayan jest, mimik gibi davranışları orijinal formunda belli bir süreklilik içerisinde vermesi, ikincisi araştırmacı tarafından birden fazla ve farklı zamanlarda aynı davranışları seyretme olanağı ve üçüncü olarak ise tekrar etmesi zor olayların ve olguların saptanmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 189). Filmler bu bağlamda araştırmalarda veri elde edilmesi için önemli kaynaklar haline gelmektedir. Bu bağlamda araştırmacının filmlerin yapım süreçleri hakkında bilgi sahibi olması ona bir avantaj sağlamaktadır. Merriam (2018: 137), "Filmler, araştırmacı için teknik anlamda bilgilere sahip olması gibi pratik sınırlılıklara da sahiptir ve bu durumlardan dolayı filmler elverişsiz olabilir" şeklinde film kullanımının dezavantaj yönüne değinmektedir.

Çalışmada doküman analizinin tercih edilmesinin nedeni; filmlerde değinilecek olan (mekan, karakter, toplumsal roller, sosyo- ekonomik yapı, güldürü ve dramatik unsurlar) temalarının görsel metin üzerinden incelenmesinde sistematik bir yapı sağlayabilmesidir. Doküman analizi genelde yazılı metinler üzerinden yapılandırılrsa da görsel metinlerin günümüzde önem kazanmasıyla birlikte bu analiz türü de kullanılabilir. Bu konuda Geray, bilgi ve belge kaynaklarını niteliklerine göre bilgi kaynaklarını sınıflandırmaktadır. Bu sınıflandırmaya göre niteliklerine göre birinci olarak bilgi kaynakları; a. Yazı temelli (kitaplar, raporlar, ansiklopedi,

sözlükler vb.), b. Görüntü temelli (fotoğraf, afiş/ çizim, nesneler vb.), c. Ses temelli (radyo programları, müzik kayıtları, ses efektleri vb.) ve d. Görsel- İşitsel (Tv programları, sinema filmleri, video kayıtlar) (Geray, 2017:184) olarak kategorileştirmektedir. Bu sınıflandırmaya göre çalışmaya örneklem olarak seçilen *Bizim Aile* ve *Gülen Gözler* filmleri Geray'ın sınıflandırmasında bulunan görsel- işitsel kategorisine göre doküman analizi ile incelenecektir. Çalışmada seçilen *Gülen Gözler* ve *Bizim Aile* filmleri, çekildiği dönemin sosyo- kültürel, ekonomik ve toplumsal yapısını ortaya koyan olguları içermektedir. Merriam, toplumun halkı eğlendirmek, bilgilendirmek ya da ikna etmek amacıyla kendi belgelerini ürettiğini, bunları toplumsal olduğunu ve popüler medya, TV, film, radyo, gazete, fotoğraf, çizgi film ve günümüzde de internetin de veri kaynağı olduğunu belirtmektedir (Merriam, 2018: 135). Bu bağlamda değerlendirildiğinde, çalışmada incelenen filmler, 1970'ler dönemi Türkiye'sinin atmosferini yansıtırken hem sinemada hem de televizyonda gösterimlerinin devam etmesi bu veri kaynağının önemi ortaya koymaktadır. Doküman incelemesinin Bailey'e göre, kolay ulaşılamayacak nesneler, tepkiselliğin olmaması, uzun süreli veya zamana yayılmış analiz, örneklem büyüklüğü, bireysel ve özgünlük, göreceli düşük maliyet ve nitelik güçlü yönleri güçlü yönlerini oluşturmaktadır. Yine Bailey, olası yanlışlık, seçilmişlik, eksiklik, ulaşılabilirlik, örneklem yanlışlığı, sınırlı sözel davranış, standart bir formatın olmaması ve kodlama güçlülüğü olarak doküman incelemesinin zayıf yönleri olarak ifade etmektedir (Bailey, 1982, akt. Yıldırım ve Şimşek, 2011: 190-193).

Bizim Aile (1975) ve *Gülen Gözler* (1977) filmleri, Türk sinemasında aile kavramına hem dramatik hem de mizahi yönleriyle bütünleyici ve kapsayıcı bir bakış açısıyla yaklaşan iki filmidir. Bu bağlamda bu filmlerde Türk toplum yapısına aile kurumunun atfedilen kültürel ve ahlaki değerlerin sunumu dönemin popüler filmleri üzerinden tanımlanmaya çalışması çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Çalışmanın evreni, Arzu Film bünyesinde aile teması referans alınarak 1970'li yıllarda çekilen filmlerdir. Çalışmanın örneklemini ise Arzu Film'in yapımcılığını yaptığı 1970'li yıllarda yapılan ve aile kavramının işlendiği 1975 yapımı *Bizim Aile* ve 1977 yapımı *Gülen Gözler* filmleridir. Bu filmlerin çalışmada tercih edilmesinin gerekçesi; bu filmlerin dönemin Türk aile yapısına mekân, karakter, toplumsal roller, sosyo- ekonomik yapı unsurları bağlamında yansıtıcı bir çerçeve çizmiş olmasıdır. Arzu Film bünyesinde çekilen filmlerdeki aile kavramı ve bu kavramın ele alınış şekli bu iki film üzerinden incelenmiştir. Bu inceleme yapılırken aile kavramı, mekan, toplumsal roller, sosyo- ekonomik yapı da bu kavramla ilişkilendirilerek temsiller bağlamında sunulmak istenmiştir. Bu ilişkilendirilme filmlerin içerdiği güldürü ve dramatik unsurları da içine alınarak ele alınmıştır. Yapılan akademik çalışmalarda Ertem Eğilmez ve Arzu Film filmlerindeki güldürü unsurları, toplumsal eleştiri nosyonu ön plana çıkarılmakta, bazı çalışmalarda ise filmler üzerinden aile kavramına değinilmektedir. Bu çalışmada Arzu Film bağlamında Yeşilçam döneminde aile filmleri denilince akla gelen *Bizim Aile* ve *Gülen Gözler* filmlerinde ailenin sunumu toplumsal ve mekânsal bağlamda daha minimal düzeyde ele alınarak dönemin toplum yapısının bu filmlerde nasıl sunulduğu ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır.

BULGULAR

Çalışma kapsamında nitel bir veri analiz yöntemi olan doküman analizi ile *Bizim Aile* ve *Gülen Gözler* filmleri belirlenen mekân, karakter, toplumsal roller, sosyo- ekonomik yapı, güldürü ve dramatik unsurları kategorileri bağlamında incelenmiştir. Bu altı kategori doğrultusunda elde edilen bulgular aşağıda başlıklar halinde sunulmuştur.

Bizim Aile (1975) ve Gülen Gözler (1977) Filmlerinin Aile Kavramı Bağlamında Çözümlemesi

Bizim Aile (1975) Filminin Bulguları

Arzu Film'in yapımcılığını, yönetmenliğini Ergin Orbey'in, senaristliğini Sadık Şendil'in, yapımcılığını ise Nahit Ataman'ın yaptığı *Bizim Aile* filmi 1975 yapımı bir komedi filmidir. Nahit Ataman, 1963 yılında Arzu Filmi Ertem Eğilmez ile kurmuştur (Orak, 2022: 83).

Filmin Konusu: Yaşar Usta ve Melek Hanım yıllar önce eşlerini kaybetmişlerdir. Başlangıçta çocuklarının karşı çıkmalarına rağmen ikinci evliliklerini gerçekleştirmeleri ile öykü başlar. Yaşar Usta'nın dört erkek, Melek Hanım'ın ise biri kız olmak üzere üç çocuğu vardır. Bu evliliğe karşı çıkan çocuklarla birlikte eski bir mahallede büyük evde yaşarlar. Başlarına gelen talihsiz olaylar, onları birleştirirken aile olmaya başlarlar.

Çalışmada ele alınan *Bizim Aile* filmi, doküman analizi yöntemi referans alınarak mekan, karakter, toplumsal roller, sosyo- ekonomik yapı, güldürü ve dramatik unsurlar bağlamında incelenmiştir. Bu film özellikle özel televizyon kanallarının kurulmasıyla birlikte televizyonda da izleyicisiyle buluşmuştur. Günümüzde ise YouTube ve film sitelerinde yayınlanmaya devam etmektedir.

Mekan: *Bizim Aile* filmi, mekansal olarak İstanbul'un eski mahallerinde geçmektedir. İstanbul'da geçen öyküde, ana mekânlar olarak Yaşar Usta'nın ve Melek Hanım'ın evlerinin dışında Yaşar Usta'nın çalıştığı fabrika ve Alev'in babasının köşküdür ve Alev ve Ferit'in okuduğu üniversitedir. Yaşar Usta ve Melek Hanım'ın evleri, eski ahşap bahçeli bir ev olarak mahalle kültürünün öne çıktığı mekânlar olarak tanımlanırken film içerisindeki çatışmaların odağında yer alan sınıfsal farklılıkların ortaya konulduğu diğer mekan Alev'in babası olan Saim Bey'in ihtişamlı, büyük köşküdür. Bu iki farklı ev, öykü içerisindeki sınıfsal ve ekonomik farklılıkların altının çizildiği ve öykünün temelini oluşturan zengin- fakir çatışmasını mekansal olarak sunmaktadır. Ayrıca fabrika ise bu farklılıkların işçi- patron statüleri üzerinden yapılandırıldığı bir diğer mekân sunumudur. Bu filmde ev, kalabalık aile düzeninin kurulduğu, dayanışma ve sevgi gibi duyguların içinde yer aldığı ortak alana ait bir mekan olarak yapılandırılmaktadır.

Karakter: Filmde bir kahraman ya da ana karakterden ziyade farklı özelliklere sahip karakterler öne çıkmaktadır. Karakterler, özellikle de çalışmaya konu olan aile teması üzerinden değerlendirildiğinde; başlangıçta 2 ve sonrasında 1 olarak ailenin fertleri olarak dikkat çekmektedirler. Bir fabrikada çalışan ve ailenin ekonomik yapısını elde tutan Yaşar Usta ve 4 erkek çocuğu kendi hallerinde yaşayan karakterlerdir. Evin küçük oğlu olan Tuncay, haylaz, sürekli okuldan kaçan bir ilkokul çocuğu iken, Ahmet ise başlangıçta pek başarılı olmasa da kendini futbola adanmış, hayallerini bu spora bağlayan bir karakterdir. Tayfun karakteri 20'li yaşlarda filmin başında hiçbir işi beğenmeyen kendi halinde, Halit ise sürekli bozulan minibüsü ile aileye ekonomik katkı sağlamayı amaçlayan bir minibüs şoförüdür. Öykünün başlangıcında diğer bir aile olan Melek Hanım'ın biri kız, ikisi erkek olmak üzere 3 çocuğu bulunmaktadır. Melek Hanım, ölen eşinin bıraktığı parayla çocuklarını yetiştirmeye çalışan bir ev hanımıdır. Büyük çocuğu olan Feride, evlenmek isteyen, kardeşlerinin kendisine abla demesini bile kaldıramayan bir ev kızıdır. Sonrasında Yaşar Usta ile aynı fabrikada çalışan Şener Usta ile evlenip evden ayrılıp, kayınvalidesiyle yaşadığı sorunlardan sonra eve geri döner. Melek Hanım'ın oğlu olan Ferit karakteri, üniversitede okuyan ve orada tanıştığı fabrikatör kızı Alev ile aşk yaşar. Bu aşk film içerisindeki çatışma noktalarının birçoğunu doğururken Yaşar Usta'ya başlangıçta mesafeli davranan Ferit'in bu çatışmalar sonucunda Yaşar Usta ile aralarında baba-oğul ilişkisinin kurulmasına da olanak sağlar. Melek Hanım'ın diğer oğlu Ferdi ise başlangıçta

bu evliliğe karşı çıksa da Ferit kadar tepki vermeyen fakat Yaşar Usta'nın çocukları ile sürekli mücadele eden bir karakterdir. Ferit'in sevgilisi olan Alev, zengin, babası tarafından sevgi görmeyen, bu yüzden de Ferit'in ve ailesinin sevgisini sonunda fakirlik olsa da seve seve kabul eden ve bu sevgi ve aile uğruna kendi babasıyla sürekli çatışma yaşayan genç bir kızdır. Alev'in babası Saim Bey, zenginliği ile her istediğini elde edebileceğine inanan ve bu inancı ile hareket eden bir fabrikatördür. Feride'nin eşi Şener Usta ise evlenmek isteyen fakat annesi ile bağımlı bir anne- oğul ilişkisi yüzünden evlenmeyen, Feride'yi görünce onunla evlenen ve sonrasında annesinin baskısından dolayı Melek Hanım'ın ve Yaşar Usta'nın evine sığınan bir fabrika işçisidir. Burada aile kavramı karakterler üzerinden dayanışma ve birlik unsurları bağlamında sunulmaktadır. Aile olmanın önemi karakterlerin söylem ve eylemleri ile şekillendirilmektedir.

Toplumsal Roller: Öykü içerisindeki toplumsal roller incelendiğinde, Yaşar Usta ve Melek Hanım iki temel figür olarak görülmektedir. Yaşar Usta her ne kadar fabrikada çalışsa da evdeki ev işleri de yaparken aynı şekilde Melek Hanım ise ev hanımı iken odun kesme, boya gibi erkeklerle atfedilen işleri de yerine getirmektedir. Yaşar Usta'nın fabrikadan iş arkadaşı ve aynı zamanda Melek Hanım'ın komşusu olan Talat Usta, Yaşar Usta'yı Melek hanımla tanıştırmak istediğinde Yaşar Usta: "...onda üç çocuk ben de dört çocuk. Yok olmaz" dediğinde Talat Usta: "Daha iyi ya sen onunkilere baba olursun o da seninkilere ana olur" diyerek bu karakterin öykü içinde bir araya gelmelerine vesile olur. Burada Talat Usta toplumsal rollere değinerek anne- baba kavramını öne çıkarmaktadır. Filmde toplumsal roller aile kavramı içerisinde daha yoğun olarak tanımlanmaktadır.

Sosyo-ekonomik Yapı: Film içerisinde sosyo-ekonomik unsurlar Yaşar Usta ve Saim Bey karakteri üzerinden zıtlıklar açısından yapılandırılmaktadır. Bu tür zıtlıklar özellikle Yeşilçam filmlerinde öne çıkmakta, öykülerde kırılma noktalarını oluşturmaktadır. Yaşar Usta fabrika işçisi olarak tanımlanırken Saim Bey ise zengin bir fabrikatördür. Yaşar Usta'nın fabrikadan çıkarılmasıyla birlikte aile maddi anlamda çok zor duruma düşmektedir. Bu işten çıkarma olayı ise öykünün dönüm noktalarından biridir. Melek hanım dul eski eşinden kalan parayla çocuklarını büyütme çalışan orta yaşta bir kadındır. Talat Usta, Şener Usta gibi diğer karakterler de fabrikada çalışan ekonomik anlamda düşük gelire sahip insanlardır. Bu bağlamda filmde genellikle düşük gelirli, mahallelerde ahşap evlerde yaşayan karakterler ağırlıktadır. Saim Bey ise özellikle evinin ihtişamı ve söylemleri ile zenginliği öne çıkarılan ve bu zenginliğin verdiği gücü kullanan bir karakter olarak çizilmektedir. Bu iki sosyo- ekonomik yapı, Yaşar Usta ve Saim Bey karakterleri referans alınarak sunulmaktadır. Özellikle öykünün 3. perdesinde, Yaşar Usta'nın işten çıkarılması ile başlayan süreçte Yaşar Usta'nın Saim Bey'in odasında söylediği "Sen büyük patron, milyarder, para babası fabrikalar sahibi Saim Bey, sen mi büyüksün hayır ben büyüğüm ben yaşar usta. Sen benim yanımda bir hiçsin" ifadesi bu ayrımı gözler önüne sermektedir. Öyküde Saim Bey'in tüm zenginliğine rağmen kızının ondan kaçması, sevgisiz ortamı ve mutsuzluğunun karşısına Yaşar Usta'nın ailesinin fakir olmasına rağmen birbirlerine bağlı aile sunumu filmde aile kavramının tüm zorluklara rağmen birlikte kalabilmelerinin ve bu beraberliğin öneminin altını çizilmektedir.

Güldürü Unsurları: *Bizim Aile* filmi, dram unsurları kadar güldürü unsurları da barındıran bir yapımdır. Güldürü unsurları özellikle karakter üzerinden yapılandırılarak öykünün dramatik unsurları yumuşatılmıştır. Örneğin, hayatı zorluklar içinde geçen Yaşar Usta, çocuklarıyla özellikle de Tuncay'la ve Melek Hanım da özellikle kızı Feride'nin ilişkileri Tuncay ve Feride karakterlerinin mizahi söylem ve eylemleri ile öne çıkarken Şener Usta karakterinin evlilik isteği ve bunu sunuş şekli de güldürü unsuru olarak filmde sıkça yer almaktadır. Feride karakterinin

güzellik, yaş takıntısı ve evlilik isteği, Halit'in minibüsü, Ahmet'in futbolculuk hayalleri, Tuncay'ın okuldan kaçmaları ve tembelliği gibi unsurlar seyirciye sunulan mizahi öğelere örnekler olarak verilebilir. Başlangıçta iki ailenin kendi içerisinde şekillenen bu mizahi söylemler ve eylemler, iki ailenin birlikte yaşamaya başlamasıyla kendi içinde dönüşmektedir. Yaşar Usta'nın Melek Hanım ile evlenip onun evine yerleşmesi ile birlikte iki farklı ailenin kendi aralarındaki çekişmeleri de film içerisindeki güldürü unsurları arasında yer almaktadır. Bu güldürü unsurları, hem öyküyü mizahi bir yapıya büründürmekte hem de ailenin şartları ne olursa olsun birlikte gülebilecek bir yapı olduğunun altını çizmektedir.

Dramatik Unsurlar: Öyküde güldürü unsurlarının yanında dramatik unsurlar da dikkat çekmektedir. İki ailenin yaşadıkları ekonomik sıkıntılar bu dramatik unsurlarının temelini oluştururken böyle bir durumda aile içi dayanışmasının arttığı ve karakterler arasındaki sevgi ve birlik bağının güçlendiği görülmektedir. Feride'nin düğünü sonrası evden ayrılırken hem kendi kardeşleri hem de Yaşar Usta'nın çocuklarının eylem ve söylemleri onun evden ayrılmasına üzdüklerini gösterirken Feride'nin giderken Yaşar Usta'ya "baba" demesiyle Yaşar Usta'nın ve Melek Hanım ile birlikte ağlaması, Feride'nin sürekli kavga ettiği Tuncay'a "bana gelecek misin" diye sorması bu aile dayanışmasına bir örnektir. Alev'in babası tarafından dövüldürülen Ferit'in o halde evde gelmesiyle evdeki herkesin bu duruma tepki göstermesi, Alev'in Ferit'lerin evine gelmesiyle onun kalmasına karar vermeleri ve burada Yaşar Usta'nın onlara gösterdiği babacan tavır ve bu esnadaki söylemleri aile kavramı bağlamında önemlidir. Ayrıca Yaşar Usta'nın işten çıkarılmasından dolayı Ferit'in evden ayrılmakla ilgili konuşmasından sonra "izin ver ben de babalık görevimi yerine getireyim –" deyip onları kendi çocuklarından ayırmadığını ifade etmesi de film içerisindeki dramatik unsurlardandır. Tuncay'ın anneler gününde Melek Hanım'a çiçek alıp ona "anne" demesi de film içerisinde duygusal anların yaşandığı sahnelerden biridir. Dramatik unsurlar ailenin ne olursa olsun birlikte her zorluğu aşabilecek bir unsur olarak yapılandırıldığını göstermektedir.

Gülen Gözler (1977) Filminin Bulguları

Gülen Gözler filmi, 1977 yılı yapımı olan, yapımcılığını Arzu Film'in, yönetmenliğini Ertem Eğilmez'in, senaristliğini Sadık Şendil'in yaptığı komedi, dram türünde bir filmidir.

Filmin Konusu: Filmde beş kızı olan Yaşar Usta'nın kızları ve onların talipleri ile yaşadığı olaylar anlatılır. Yaşar Usta, kızlarına erkek olacak ümidiyle İsmet, Nedret ve Fikret, Hikmet ve son olarak da Hasret isimlerini vermiş olsa da kızlarına çok düşkün bir babadır. Kızlardan İsmet, Yaşar Usta'nın beraber çalıştığı ama pek de sevmediği Muteahhit Yunus'un oğlu Temel'i, Fikret farklı bir karakter olan Vecihi'yi, Nedret ise henüz üniversite öğrencisi fakir bir genç olan Orhan ile evlenmek istemektedir. Başlangıçta Yaşar Usta çeşitli nedenlerle damat adaylarını reddetse de sonunda Vecihi dışında kalanları kabul eder. Eşinin düğünler için alıp ödeyemediği ve evi ipotek olarak gösterip aldığı borçlar yüzünden aile sıkıntılar yaşamaya başlar. Başlangıçta bu borçtan haberi olmayan Yaşar Usta bunu öğrenince evi terk eder ama sonunda aile yine bir araya gelir.

Çalışmada *Gülen Gözler* (1977) filmi mekân, karakter, toplumsal roller, sosyo- ekonomik yapı, güldürü ve dramatik unsurlar bağlamında doküman analizi yöntemi ile incelenmiştir. Yönetmenliğini Ertem Eğilmez'in senaristliğini Sadık Şendil'in yaptığı bu filmde aile kavramı, 5 kız çocuğu olan bir aile ve onların etrafında şekillenen yan karakterlerle anlatılmaktadır. Öykü ana karakter Yaşar Usta, ailesi ve çevresi bağlamında ilerlerken fedakârlık kavramı, olay örgüsü içinde öne çıkmaktadır. Aytekin ve Eroğlu, Yaşar Usta karakterinin temel amacının fedakârlık,

sorumluluk, sevgi ve alçakgönüllülük duyguları ile hareket eden bir insanın bir şey kaybetmeyeceğini gösterdiğini (2010, s. 86) belirtmektedirler. Öyküde işlenen bu duygular aile kavramı içerisinde anlamlandırılarak ailenin önemi öne çıkarılmaktadır.

Mekan: Öykünün geneli, İstanbul'da eski bir mahallede olan ve aynı zamanda Yaşar Usta'nın atölyesini de barındıran ahşap, bahçeli bir evde geçmektedir. Yaşar Usta için ev mekânı, hem ailesiyle paylaştığı özel alanı iken hem de kendisinin ve ailesinin geçinimi sağlamak için doğrama yaptığı işyeridir. Filmin diğer öne çıkan mekânı ise Yaşar Usta'nın doğramalarını yaptığı ve çok anlaşılmaz da geçmişten beri tanıdığı Yunus'un müteahhiti olduğu apartman inşaatıdır. Bu inşaat, Yunus'un hem zenginliğinin hem de hırslarının bir simgesidir. Apartman mekânı dönemin İstanbul'unda modernleşmenin mekânsal bir simgesidir. 1970'lerde apartman modern şehirleşmenin, ahşap bahçeli evler ise geleneksel mekânların sembolüydü. Filmin çekildiği dönem, özellikle İstanbul'a yönelen iç göçle birlikte ikamet ihtiyacının arttığı ve modern mekân, yaşam tarzı gibi unsurların yapılandırılmaya başladığı yıllardır. Bu bağlamda Yaşar Usta'nın yaşadığı hayat, ahlak yapısı ve paralelinde evi üzerinden eskiyi, Yunus karakterinin apartman sahibi olması beraberindeki yaşam tarzı, ahlaki değerleri, maddiyata verdiği önem ise yeniyi temsil etmektedir. Bu öyküde mekân karakterlerin sadece maddi yanını değil hayata bakış açılarını da temsil etmektedir. Ayrıca mekan kavramı, film içerisinde ailenin bir arada yaşadığı iyi ve kötü olayları birlikte yaşadıkları ve birbirlerine destek oldukları bir alan olarak sunulmaktadır.

Karakter: Film içerisinde evin babası olan Yaşar Usta, 5 kız babası, doğramacılık işi yapan kızlarına çok düşkün cefakâr bir aile babası olarak sunulmaktadır. Yaşar Usta'nın eşi ve evin annesi olan Nezaket Hanım, eşini çok sevmesine rağmen özellikle de kızları ile ilgili konularda ona muhalefet yapmaktan çekinmeyen, kızlarını her durumda koruyan kollayan bir ev kadınıdır. Evin kızlarından biri olan İsmet, üniversitede okuyan, Yunus'un oğlu Temel'e aşiktir ve onunla evlenmek istemektedir. Evin diğer kızlarından biri olan Fikret ise okulunu bir türlü bitiremeyen, biraz safça, Vecihi karakterine âşık olarak sunulmaktadır. Nedret, kimsesiz bir mühendislik öğrencisi olan Orhan'a âşık, evde annesine sürekli nazlanan, hastalık numarasıyla istediklerini yaptıran bir karakter iken Hikmet ise diğer ablalarına göre mizah duygusu gelişmiş, babasının yanında çalışan çıraqları ile sürekli dalga geçen genç bir kızdır. Evin en küçük üyesi olan Hasret ise babasına diğerlerinden daha düşkün, diğerlerinden daha yumuşak bir kişilik olan 13-14 yaşlarında bir karakterdir. Öyküde Yaşar Usta'nın karşısına eskiden arkadaşı sonrasında patronu olan Yunus karakteri konumlandırılmaktadır. Yunus karakteri, cimri bir zengin müteahhit aynı zamanda da İsmet'in sevgilisi Temel'in ve Yaşar Usta'nın yanında çalışan Dursun'un babasıdır. Temel, Yaşar Usta'nın kızı olan İsmet'in sevgilisi, Yunus'un oğludur. Orhan karakteri, ailesi olmayan, fakir bir kimya mühendisliği öğrencisidir ve Nedret'in sevgilisidir. Vecihi karakteri ise öyküdeki en renkli karakterdir. Vecihi eski bir pilottur. Vecihi karakterler ile ilgili Aytekin ve Eroğlu (2010: 95-96), "*Beceriksiz ve sarsak birisini pilot yaparak tezat yaratma fikri parlak bir düşüncedir ve muhtemelen filmin hatırlanmasında anahtar tip Vecihi'dir*" şeklinde bu karakterin öyküye kattığı değeri öne çıkarmaktadırlar. Vecihi'nin motivasyonu Fikret karakterinin sevgisidir ve bu yüzden reddedilse de sürekli onunla evlenme isteğini Yaşar Usta'ya iletir. Ancak Yaşar Usta, öykünün sonuna kadar bu isteği kabul etmez. Burada Yaşar Usta, ailenin temel direği olarak sunulurken Nezaket Hanım ise ailenin her türlü sorununu halletmeye çalışan bir karakterdir. Bu iki karakter özellikle aile birliğinin korunması adına fedakarlıklar yapmaktadırlar.

Toplumsal Roller: *Gülen Gözler* filmindeki toplumsal roller, aile içi roller olmak üzere yoğun olarak tanımlanmaktadır. Yaşar Usta, 5 kız babası bir doğrama ustasıdır. Kızlarının mutluluğunu düşünen onları koruyan kollayan klasik bir baba, Nezaket Hanım ise evi çeviren kızları ile babaları arasında denge sağlamaya çalışan bir ev kadını olarak tanımlanmaktadır. İsmet, Fikret, Hikmet, Nedret, Hasret ise evin okula giden kızlarıdır. Öyküdeki çatışma yapıları daha çok evin kızları, onların karakterleri ve ilişkileri üzerine yapılandırılmaktadır. Bu bağlamda, bu karakterler öykünün merkezinde yer almaktadır. Vecihi, eski bir pilottur ve ona ait bu bilgiden ziyade toplumsal bağlamda bir rol tanımlaması yapılmamaktadır. Diğer karakterler olan Temel, Orhan da Vecihi gibi evin kızları üzerinden eş, sevgili gibi rollerle sunulmaktadır. Toplumsal roller özellikle de anne- baba rolleri aile kavramı içerisinde tanımlanarak, ailenin temel taşları olarak sunulmaktadır.

Sosyo-ekonomik Yapı: Öyküde toplumsal rollerin yapılandırılmasında çalışmada belirlenen diğer bir kategori olan sosyo- ekonomik yapı önemli yer tutmaktadır. Bu yüzden bu iki kategorinin birlikte ele alınmasının çalışmanın bütünlüğü açısından yararlı olacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde, Yaşar Usta, Temel'in babası olan eski arkadaşı Müteahhit Yunus'un apartmanları için evindeki atölyesinde doğrama yapan, kazandığı parayla ailesini kıt kanaat geçindirmeye çalışan bir karakter iken karşısında sonradan zengin olmuş Yunus karakteri konumlandırılmaktadır. Yunus, sonradan hile ile zengin olmuş, çocuklarından bile para esirgeyen cimri bir müteahhittir. Yaşar Usta ve Yunus üzerinden ekonomik karşılaştırmalar yapılırken Yaşar Usta'nın az gelirli olmasına rağmen elinin açık olması, Yunus'un ise zengin olmasına rağmen cimriliği özellikle çocuklarının düğününe katkı sağlamaması üzerinden sunulmaktadır. Ayrıca Nezaket Hanım, Nedret'in düğünü için Yaşar Usta'nın kızacağını bile habersiz evini ipotek ettirip Yunus'tan borç alacak kadar çaresiz olması ailenin ekonomik durumu hakkında bir fikir vermektedir. Öyküdeki Şevket karakteri, Yunus'tan ev satın almak isteyen Almanya'dan temelli dönen bir gurbetçidir. Bu karakter, o dönemde Almanya'ya giden gurbetçileri temsil etmesi açısından önemlidir. 1970'lerde Türkiye'den Almanya'ya çalışmak için giden insanlara bu karakter üzerinden değinilmektedir. Almanya'ya göç olayı o dönemi için önemli bir sosyo- ekonomik olgudur. Öyküde bu olgu, yan karakter olan Şevket üzerinden sunulmaktadır. Filmde, özellikle Yaşar Usta ve Yunus karakterleri üzerinden sosyo-ekonomik yapı ailelerine davranışları üzerinden de tanımlanmaktadır. Zengin olan Yunus ailesinden herşeyi esirgerken görece durumu daha fakir olan Yaşar Usta ailesi için varını yoğunu feda etmektedir. Fedakarlık, aile kavramı içinde önemli bir unsuru olarak çizilmektedir.

Güldürü Unsurları: *Gülen Gözler* filminin öyküsünde, hem dramatik hem de güldürü unsurları dikkat çekmektedir. Çalışmada, bu iki olgu farklı kategorilerde ele alınmaktadır. Öykü içerisinde evdeki kızların hem birbirleri hem de anne, babalarıyla olan tatlı çekişmeleri güldürü unsurları ile desteklenerek tartışmaların dozu yumuşatılarak aile vurgusu öne çıkmaktadır. Ayrıca Dursun ve Yaşar Usta'nın yanında çalışan diğer karakterin Hikmet için kavgaları ve yarışmaları hatta bu iki karakterin Hikmet'i dansa kaldırmak için kavga etmeleri ve sonrasında Hikmet'in başkası ile dans etmesiyle ikisinin kendilerini denize atması tatlı bir rekabet olarak göze çarpmaktadır. Filmdeki tartışmalara bir örnekte; eski arkadaş olan Yaşar Usta ve Yunus arasında inşaat ile ilgili tartışmalarda da güldürü unsurları taşımaktadır. Ayrıca film içerisindeki Vecihi, çoğunlukla komedi sahnelerinde başrolde yer alarak öykünün en komik karakteri olarak yapılandırılmaktadır. Vecihi'nin uçakla sürekli evin üstünde uçması ve beraberinde Yaşar Usta'nın evinin oradan uçakla geçerken balkonda yeni yıkanan çamaşırları alıp gitmesi ve sonra getirmesinin yanında Fikret ile ilişkileri, Yaşar Usta ile Fikret yüzünden inatlaşmaları, Vecihi'nin İsmet'i istemeye gelen insanların yanında Fikret'i istedikleri sanıp yaptığı konuşmalar, İsmet'in

düğün gününde Fikret'i istemesi ve aile düğün fotoğrafına girmesi bu karakterin öyküdeki güldürü unsurlarıdır. Ayrıca Vecihi'nin her şeyi göze aldığı sevgilisi Fikret'in, İsmet gibi mektup yazarak Vecihi ile evlenmek için evden kaçmış gibi yapıp babasının durumu anlaması gibi olaylar, iki karakterin öykü içinde komik bir çift olarak tanımlanmasını sağlamaktadır. Yaşar Usta'nın erkek çocuk umuduyla tüm kızlarına doğmadan önce erkek isimleri vermesi, Hasret ve Hikmet'in İsmet'in isteme olayını taklit etmeleri, Orhan'ın sabun tozu yapmaya başlaması ve evin içinin sabunla dolması ve evin her yerini kaplaması gibi olaylarda öykü içerisinde yer alan güldürü unsurlarına örnek olarak verilebilir. Bu güldürü unsurları ile ailenin hangi durumda olursa olsun beraber gülebilmeleri yani sevinçlerini beraber paylaşabilmeleri aile kavramının paylaşımsal yönünü göstermektedir.

Dramatik Unsurlar: *Gülen Gözler* filmi, güldürü unsurlarının yanında dramatik unsurların da öne çıktığı bir filmidir. Özellikle aile içerisinde yaşanan olaylar zaman zaman dramatik unsurlarla sunulmaktadır. Yaşar Usta'nın kızlarının o dönem popüler bir şarkı olan Esengül'ün seslendirdiği arabesk tınların yer aldığı "Beterin beteri var" şarkısını dinleyip aşk acılarını ortaya koymaları dramatik unsurlardan birdir. Filmin çekildiği 1970'li yıllarda Türkiye'de arabesk türündeki şarkılar; acı, imkansız aşk gibi duyguların betimlemesini sağlayan müzik yapıları olarak öne çıkmaktadır. İsmet'in evden kaçtığını duyunca Yaşar Usta'nın hüznlenmesi, İsmet ve Temel'in düğününde Yaşar Usta'nın ağlamaklı olması, öyküdeki dramatik unsurlarının birçoğunun Yaşar Usta ve kızları üzerinden yapılandırıldığını göstermektedir. Ayrıca evin Yunus'tan alınan borç yüzünden ipotek edilmesi ve bu olayı Yaşar Usta'nın sonradan duyması da öykü içerisindeki kırılma noktalarından biridir. Şevket, evin ona satıldığını söylediğinde Yaşar Usta'nın söylemleri ve üzerine Nezaket Hanım ve kızların ona kötü sözleri ve sonunda Nezaket Hanım'ın evin kendisinin olduğunu söylemesi Yaşar Usta'yı yıkar. Bu sahne dramatik bir müzikle desteklenmektedir. Aynı müzik Yaşar Usta evden ayrıldığında Nezaket Hanım ve kızların evde babalarını özledikleri fark edip üzüldükleri sahnelerde de çalmaktadır. Bu bağlamda, filmde dramatik unsurların yer aldığı sahnelerin etkisinin artması için müzikle desteklenmektedir. Yaşar Usta'nın kızları ve eşiyle ilgili olan ilişkilerinin yanı sıra diğer karakterlerle yaşadıklarında da dramatik unsurlar göze çarpmaktadır. Yaşar Usta'nın yanına kızları ve damatlarının ve eşinin gelmesi ondan affetmesini istemeleri ve eve geri dönmeleri ve beraberinde gerçekleşen aile birliği ve dayanışması buna örnektir. Yaşar Usta, borçlardan dolayı Nezaket Hanım'dan borçlarını kapatmaları için atölyede yer alan ekipmanın satılmasını ister. Sonrasında Yaşar Usta, atölyesine gittiğinde ekipmanlarını görünce şaşırır sonra evin borcunun Vecihi tarafından ödendiğini duyunca daha da şaşırır ve duygulanır. Ayrıca Yunus'un apartmanının yıkılmasından sonra Yaşar Usta'nın evine gelmesi ve bittiğini söylemesi üzerine Yaşar Usta'nın onu teselli edip hiçbir şeyin bitmediğini, namusuyla çalışırsa herşeyin düzeleceğine dair söylemlerle onu teselli etmesi ve bu esnada oğlu Temel'in elini öpüp onunla barışması da film içerisindeki duygusal sahnelerdir. Filmde dramatik unsurlar aile kavramı üzerine temellendirilip işlenmiş, yer yer müzikle de desteklemiştir.

SONUÇ

Sinema, toplumsal, kültürel, sosyo- ekonomik olguları içerisine alan bir sanattır. Bu bağlamda, sinema filmlerinin gerek ekonomik yapısı gerek biçimi gerekse de içeriği bu koşullardan etkilenir. Türk sinemasında filmler genellikle yapımcıların ekonomik yapısıyla ilişkilendirilmektedir. Türk sinemasının ilk özel yapım evi 1922 yılında Kemal Film adıyla kurulmuştur. Daha sonraki yıllarda özellikle de 1950'lerden sonra Türk yapım şirketlerinin sayısı artmıştır. Türk sinemasının altın yılları olarak adlandırılan Yeşilçam döneminde ise artan bu yapım şirketlerinden özellikle

Ertem Eğilmez ve Nahit Ataman'ın kurduğu Arzu Film yapım şirketi öne çıkmıştır. Arzu Film şirketi özellikle 1970'lerden sonra güldürü türünü öne çıkaran filmler yapmıştır. *Köyden İndim Şehire* (1974), *Salak Milyoner* (1974), *Hababam Sınıfı serileri* (1975-1981), *Bizim Aile* (1975), *Tosun Paşa* (1976), *Süt Kardeşler* (1976), *Gülen Gözler* (1977), *Neşeli Günler* (1978), *Kibar Feyzo* (1978) gibi filmler Arzu Film tarafından 1970'lerde yapılan güldürü ve dram unsurları taşıyan filmlerdir. Bu filmlerde genellikle Kemal Sunal, Adile Naşit, Münir Özkul, Halit Akçatepe, Tarık Akan, Şener Şen gibi oyuncular yer almıştır. Dönemin Türk sinema seyircisi bu oyuncuları ve onların oynadıkları hem güldürü hem de dram unsurları taşıyan filmlere ilgi göstermiş, bu ilgi sonraki yıllarda televizyon ekranlarında ve günümüzde dijital platformlarda bu filmlerin gösterilmesine neden olmuştur. Türk sinema seyircisinin bu filmlere ilgi göstermesinin en önemli nedeni, filmlerde işlenen konuların toplumsal dinamikleri başarılı bir şekilde yansıtılması olarak düşünülebilir. Çalışmada incelenen *Bizim Aile* ve *Gülen Gözler* filmleri üzerinden aile kavramının sadece akrabalık ilişkileri bağlamında değil toplumsal dayanışma ve ahlaki temelin kurulmasındaki ana kurum olarak sunulduğu görülmektedir. Bu sunum, dönemin aile kurumuna toplum tarafından atfedilen değerlerle paralellik göstermekte ve bu yapıda tanımlanmaktadır. Yeşilçam filmlerinin birçoğunda bu değerler ve aile kurumu geleneksel bir çerçevede çizilmekte aile ilişkileri karakterlerle özellikle de toplumsal roller bağlamında anne-baba rolleri ile sunulmaktadır. Bu filmlerin seyirci tarafından ilgi görmesi, bu dinamiklerinin sunumunun toplum nezdinde önemli olduğunu ve dönemin toplumsal yapısına ayna tuttuğunu göstermektedir. Örneklem olarak seçilen filmlerde yer alan güldürü ve dramatik unsurların ise dönemin sinema seyircisinin bu filmlerdeki karakterlerle özdeşleşme yaşamasına ve kendi yaşamından parçalar bulmasına olanak sağladığı düşünülebilir.

Çalışmada bu düşünceden hareketle Arzu Film içerisinde yer alan *Bizim Aile* (1975) ve *Gülen Gözler* (1977) filmleri aile kavramı üzerinden incelenmiştir. Bu incelemede doküman analizi kullanılmıştır. Bu bağlamda filmler, mekan, karakter, toplumsal roller, sosyo- ekonomik yapı, güldürü ve dramatik unsurları üzerinden değerlendirilmiştir. Bu temalarla filmler incelendiğinde, iki filmde de mekan, karakter, toplumsal roller, sosyo- ekonomik yapı, güldürü ve dramatik unsurları aile kavramı çerçevesinde film içerisinde dönüştürücü ve birleştirici bir tema olarak ele alındığı tespit edilmiştir. Çalışmada incelenen iki film İstanbul'da eski ahşap evlerin bulunduğu mahallerde geçmektedir. Filmlerdeki ana karakterler bu tip geleneksel evlerde yaşarken çatışmaların temelinde yer alan diğer karakterler köşk, apartman dairesi gibi daha modern mekanlarda ikamet etmektedir. Bu mekansal farklar beraberinde sınıfsal farklılıkların kırılma noktalarının sunumunda kullanılmıştır. Filmlerdeki ana karakterler genellikle karşılıklı konumlandırılan diğer karakterlerle tanımlanmaktadır. İki filmde de aile içindeki karakterler, farklı kişisel özelliklere sahip olsalar da aile kavramı etrafında kenetlenen, yaşadıkları dramatik ve komik olaylarla bu bağları güçlendiren karakterlerdir. Ailenin birlik ve beraberliğinin karşısında ise zengin, cimri, hırslı karakterler yerleştirilerek ana karakterlerin özellikler öne çıkarılmaktadır. *Bizim Aile* filminde Yaşar Usta ve Melek Hanım ve *Gülen Gözler* filmindeki Yaşar Usta ve Nezaket Hanım iki film boyunca çocuklarına şefkatli, koruyucu onlar için fedakarlık yapan geleneksel anne ve baba rollerini sergilemişlerdir. Ailelerin çocukları ise çatışmalar yaşansa da anne ve babaya saygılı olarak betimlenmektedir. Aileye karşı olan karakterler ise daha çok ekonomik güçler ile tanımlanarak filmlerin sonunda ailenin maddiyata üstünlüğü sunulmaktadır. Çalışmada filmlerin incelendiği bir sonraki tema olan sosyo-ekonomik tema da filmdeki karakterlerin toplumsal rolleri ile doğrusal olarak yapılandırılmaktadır. Aileler düşük, orta gelir düzeyine sahip kişiler merhametli, iyiliksever, ailelerine düşkün olarak temsil edilirken zengin kişiler bencil, cimri, sevgisiz olarak betimlenmektedir. Bu durum dönemin anlatı yapılarındaki zıtlıkları ortaya koymakta filmlerde de bu zıtlıklardan çatışmaların yapılandırıldığını göstermektedir. *Bizim Aile* ve *Gülen Gözler* filmlerin ortak noktalarından biri de güldürü ve dramatik unsurların bir arada dengeli bir şekilde

sunulmasıdır. Güldürü unsurları genellikle yan karakterler, onların kişisel özellikleri ve yaşadıkları üzerinden yapılandırılırken dramatik unsurlar ana karakterler ve aile kavramı ile ilişkilendirilmektedir. Çalışma, Yeşilçam filmlerine Arzu Film bünyesinde yer alan *Bizim Aile* ve *Gülen Gözler* filmleri üzerinden aile kavramını doküman analizi yöntemiyle inceleyerek aile temsillerinin ve sosyo- ekonomik, toplumsal dinamiklerin güldürü ve dramatik unsurlarla nasıl kesiştiğini ortaya koymaktadır. Böylece çalışmanın Yeşilçam'da aile kavramının nasıl yapılandırıldığına yönelik mevcut literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Türk sinemasının farklı dönemlerine odaklanan ve özellikle aile kavramının dönüşümüne odaklanan gelecek araştırmalarda, bu çalışmanın konu ile ilgili karşılaştırmalarda kullanılarak benzerlik ve farklılıkların ortaya konulması, aile kavramının modernleşme sürecinde filmlerde nasıl yapılandırıldığı, yeni araştırmalar çerçevesinde şekillenebilir. Bu bağlamda seyircilerin izleme pratikleri ile ilgili araştırmalarda derinlemesine görüşme veya odak grup çalışmaları kullanılarak bu alanda temsillerin izleme pratikleri ile ilişkileri ortaya konulabilir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür.

KAYNAKÇA

- Aytekin, H., ve Eroğlu, İ. (2010). Ertem Eğilmez'in Sinema Perdesini Senaryo Penceresinden Aralamak. İçinde C. Pekman (Ed.), *Filim bir adam: Ertem Eğilmez*. İstanbul: Agorakitaplığı.
- Dikiciler, O. (2002). *Arzu Film Ekolü*. Antalya: Antalya Kültür Sanat Vakfı Yay.
- Diş, Y. (2025). Halk bilimci gözüyle Ertem Eğilmez filmleri [Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>
- Eğilmez, E. (Yönetmen). (1977). *Gülen gözler* [Sinema Film]. Türkiye: Arzu Film.
- Geray, H. (2017). Toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş: İletişim alanından örneklerle (Gözden geçirilmiş ve genişletilmiş 3.baskı). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Halis, Ş. A. (2014). Sinemada bir tür olarak güldürünün iktidar ve muhalefet ile ilişkisi: Arzu Film örneği [Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>
- Hıdıroğlu, İ. (2002). Ertem Eğilmez Sineması [Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaplan, N. (2004). *Aile Sineması Yılları 1960'lar*. İstanbul: Es Yayınları.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar İlkeler Teknikler* (23. Basım). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karataş, K. (2001). Toplumsal Değişme ve Aile. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 12(2), 89-98.
- Kayalı, K. (2015). *Sinema bir Kültürdür* (1. baskı). İstanbul: Tezkire Yayıncılık.

Marshall, G. (2005). *Sosyoloji Sözlüğü* (O. Akınhay ve D. Kömürcü, Çev.). İçinde Aile. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Merriam, S. B. (2018). *Nitel Araştırma* (S. Turan, Ed.; F. Koçak Canbaz ve M. Öz, Çev.; 3. Basım). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Onaran, Â. Ş. (1994). *Türk sineması* (C. 1). Ankara: Kitle Yay.

Orak, F. (2022). Güldürü türü içerisinde iki farklı dönem: Arzu Film ve BKM Film'in güldürü anlayışlarının karşılaştırmalı olarak incelenmesi [Yüksek Lisans Tezi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>

Orbey, E. (Yönetmen). (1975). Bizim aile [Sinema Filmi]. Türkiye: Arzu Film.

Scognamillo, G. (2005). *Türk Sinemasında Şener Şen* (1. basım). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Topaloğlu, M. (2019). Toplumsal ve kültürel yönleriyle Ertem Eğilmez sineması [Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/>

Yağbasan, M., ve Ateş, U. (2018). 1980 Öncesi ve 2000 Sonrası Türk Sinemasında Ailenin Temsili. *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, (67), 26-40.

Yıldıran Önk, Ü. (2011). Türk Sineması'nda Türler Üzerine Bir İnceleme (1970-1980). *Journal of Yasar University*, 6(23), 3866-3877.

Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, (8. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

OECD Ülkelerinde Mutluluğu Etkileyen Makroekonomik Faktörler: Panel Veri Analizi

Davud MAMMADOV, Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, e-posta: davudmammadov@ogr.iu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-1773-3886>

Öz

Bu çalışmanın amacı, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) üyesi ülkelerde temel makroekonomik belirleyicilerin mutluluk düzeyine etkisini araştırmaktır. 2014-2023 dönemini kapsayan 38 ülkelik panel veri seti analiz edilmiştir. Bağımlı değişken olarak Cantril merdiveni skoru kullanılmıştır. Hausman ve Breusch-Pagan testleriyle tesadüfi etkiler modeli seçilmiş; tanı testleri sonucunda sapmalara karşı Driscoll-Kraay dirençli tahmincisi uygulanmıştır. Bulgular; işsizlik, faiz oranı, döviz kuru ve net bütçe açığının mutluluğu istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönde etkilediğini, İnsani Gelişim Endeksi'nin ise pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. İhracat oranının etkisi anlamsız bulunmuştur. Sonuçlar, işgücü piyasası istikrarı, düşük borçlanma maliyeti ve insani gelişimin öznel iyi oluştaki kritik role sahip olduğunu doğrulamaktadır. Politika yapıcılarının büyüme odaklı hedefler yerine istihdamı, satın alma gücünü ve yapısal refahı önceleyen bütüncül makroekonomik politikalara yönelmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Mutluluk Ekonomisi, Yaşam Memnuniyeti, Panel Veri, Tesadüfi Etkiler, İnsani Gelişim Endeksi.

Makale Gönderme Tarihi: 30.06.2026

Makale Kabul Tarihi: 02.09.2026

Önerilen Atıf:

Mammadov, D. (2026). OECD Ülkelerinde Mutluluğu Etkileyen Makroekonomik Faktörler: Panel Veri Analizi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(9): 557-575.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2026, 9(9): 557-575. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2026.1679>

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

Macroeconomic Factors Affecting Happiness: Panel Data Analysis in OECD Countries

Davud MAMMADOV, Ph.D. Student, İstanbul University, Institute of Social Sciences, İstanbul,
e-mail: davudmammadov@ogr.iu.edu.tr
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-1773-3886>

Abstract

The objective of this study is to investigate the impact of fundamental macroeconomic determinants on happiness levels in OECD member countries. A panel data set of 38 countries covering the 2014-2023 period was analyzed. The Cantril ladder score was used as the dependent variable. The random effects model was selected based on Hausman and Breusch-Pagan tests; following diagnostic tests, the Driscoll-Kraay robust estimator was applied against deviations. The findings indicate that unemployment, interest rate, exchange rate, and net budget deficit have a statistically significant and negative impact on happiness, while the Human Development Index has a positive impact. The effect of the export ratio was found to be insignificant. The results confirm that labor market stability, low borrowing costs, and human development play a critical role in subjective well-being. It is recommended that policymakers adopt holistic macroeconomic policies prioritizing employment, purchasing power, and structural welfare overgrowth-oriented targets.

Keywords: Happiness Economics, Life Satisfaction, Panel Data, Random Effects, Human Development Index.

Received: 30.06.2026

Accepted: 02.09.2026

Suggested Citation:

Mammadov, D. (2026). Macroeconomic Factors Affecting Happiness: Panel Data Analysis in OECD Countries, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 9(9): 557-575.

GİRİŞ

Yirminci yüzyılın büyük bir bölümünde ekonomi politika yapıcıları ve akademik otoriteler, gayrisafi yurt içi hasılayı (GSYH) ulusal ilerlemenin ve toplumsal refahın zımni, sorgulanamaz bir ölçütü olarak kabul etmişlerdir. Ekonomik büyümenin beraberinde otomatik olarak sosyal refahı getireceği inancına dayanan bu geleneksel yaklaşımın entelektüel temelleri, ilk kez Easterlin (1974) tarafından derinden sarsılmıştır. Easterlin'in öncü analizi, Amerika Birleşik Devletleri'nde belirli bir gelir eşiğinin ötesinde, ekonomik büyümedeki devasa artışın bireylerin beyan ettiği mutluluk seviyesinde sürekli ve sürdürülebilir kazanımlar sağlamadığını ampirik olarak ortaya koymuştur. Easterlin paradoksu olarak bilinen bu bulgu, takip eden yıllarda Diener (1984), Frey ve Stutzer (2002) ile Layard (2005) gibi araştırmacıların katkılarıyla mutluluk ekonomisi adı altında geniş bir literatürün doğmasına zemin hazırlamış; dikkatleri mutlak gelirden ziyade insan refahının çok boyutlu, psikolojik ve öznel doğasına çekmiştir. Nitekim Sacks, Stevenson ve Wolfers (2010), hem ülke içi bireyler hem de ülkeler arası karşılaştırmalarda gelir ile öznel iyi oluş arasındaki ilişkinin benzer büyüklükte ve doyumluk noktası göstermeyen, log-doğrusal bir yapıda olduğunu ortaya koyarak Easterlin paradoksunun evrenselliğine dair tartışmayı derinleştirmiştir.

Son yıllarda bu akademik yönelim, uluslararası kuruluşların politika uygulamalarıyla doğrudan bütünleşmeye başlamıştır. Bireylerin iyi olma halinin yalnızca cüzdanlarının büyüklüğüyle değil, aynı zamanda çevreleriyle, sağlıklarıyla ve gelecek güvenceleriyle şekillendiği gerçeği geniş kabul görmüştür. OECD'nin 2011 yılında başlattığı Daha İyi Yaşam Girişimi (Better Life Initiative), Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları ve her yıl düzenli olarak yayımlanan Dünya Mutluluk Raporu, öznel iyi oluş göstergelerinin sosyal ve ekonomik performans değerlendirmelerine resmi olarak entegre edilmesine yönelik küresel taahhüdü gözler önüne sermektedir (Helliwell vd., 2024; OECD, 2024a). Davranışsal iktisat merceğinden bakıldığında, bireylerin yaşam memnuniyeti yalnızca mutlak gelirleriyle değil, aynı zamanda işgücü piyasasındaki istikrarsızlıklar ve kayıptan kaçınma (loss aversion) güdülerini tetikleyen faiz, enflasyon ve istihdam şokları ile de derinden şekillenmektedir. OECD'nin 'Topluma Bakış 2024' raporu, 2021-2022 dönemi için OECD bölgesinde ortalama yaşam memnuniyeti skorunu yaklaşık 6,7 olarak bildirmekte, ancak üye ülkeler arasında belirgin ve keskin bir dağılım olduğuna dikkat çekmektedir. Finlandiya, Danimarka, İzlanda ve İsrail 7,5'in üzerinde skorlar kaydederken; Türkiye, Kolombiya ve Yunanistan dağılımın en alt sıralarında yer almaktadır (OECD, 2024a). Dünya Mutluluk Raporu'nun 2024 edisyonu, Finlandiya'nın üst üste yedinci kez ilk sırada yer aldığını teyit ederken, Almanya ve Amerika Birleşik Devletleri'nin ilk yirminin dışına düşmesi, özellikle genç kuşaklar arasındaki yaşam değerlendirmelerindeki düşüşle ilişkilendirilmektedir (Helliwell vd., 2024).

Bu bölgesel ve küresel değişimler, son on yılda deneyimlenen makroekonomik çevre göz önüne alındığında çok daha kritik bir anlam kazanmaktadır. COVID-19 pandemisi, Rusya'nın Ukrayna'yı işgali, tedarik zinciri krizleri, 2022-2023 yıllarında küresel çapta enflasyonun yeniden tırmanışa geçmesi ve gelişmiş ekonomiler üzerinde giderek artan yapısal mali baskılar, OECD üyesi devletler için daha önce eşi benzeri görülmemiş bir makroekonomik oynaklık dönemi yaratmıştır. Easterlin ve O'Connor (2023), altı aylık verileri kullanarak yaptıkları çalışmada, Avrupa'daki her ülkenin pandemi döneminde yaşam memnuniyeti açısından olumsuz bir şok yaşadığını, her ne kadar 2022'nin ortalarına doğru ortalama memnuniyet salgın öncesi seviyelere dönmüş olsa da hane halklarının güven duygusunda kalıcı sosyo-psikolojik izler bırakıldığını belgelemiştir. Buna paralel olarak, pandemi sırasında OECD bölgesinde ortalama genel devlet net borçlanma pozisyonu hızla bozulmuş; mali teşvik paketleri bütçe açıklarını artırmış, faiz oranları ise ekonomik daralmayı önlemek için önce tarihi düşük seviyelere indirilmiş, ardından kontrol edilemeyen enflasyonu dizginlemek adına çok kısa bir süre içinde son yirmi yılın en

yüksek seviyelerine tırmanmıştır. Böylesine sert bir makroekonomik türbülans, ulusal düzeydeki makroekonomik koşullar ile vatandaşların öznel iyi oluşları arasındaki ilişkinin güncel veriler kullanılarak yeniden incelenmesini yalnızca zamanında bir akademik çaba değil, aynı zamanda refah odaklı politika yapımcılar için kaçınılmaz bir zorunluluk haline getirmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) üyesi ülkelerde temel makroekonomik belirleyicilerin mutluluk düzeyine etkisini araştırmaktır. Araştırma, 2014-2023 yılları arasında 38 OECD ülkesinden oluşan güçlü dengeli bir panel (strongly balanced panel) veri seti kullanılarak yürütülmüştür. Bu geniş kapsamlı veri seti üzerinde, altı temel makroekonomik ve insani gelişme değişkeninin (işsizlik oranı, kısa vadeli faiz oranı, resmi döviz kuru, mal ve hizmet ihracatının GSYH içindeki payı, genel devlet net borç verme/borç alma pozisyonu ve İnsani Gelişim Endeksi) Cantril merdiveni yaşam memnuniyeti skoru üzerindeki ampirik etkileri incelenmektedir. Seçilen bu değişkenler sırasıyla işgücü piyasasını, para politikasını, dış sektörü, maliye politikasını ve yapısal insan refahını temsil eden kilit parametrelerdir. Özellikle gelişmiş ekonomilerin enflasyon ve durgunluk arasında sıkıştığı mevcut konjonktürde, hükümetlerin ekonomik istikrar ile toplumsal mutluluk arasında nasıl bir denge kurabileceği sorusu büyük önem taşımaktadır.

Çalışmanın literatüre sunduğu özgün katkı üç temel direğe dayanmaktadır. İlk olarak, OECD ekonomileri üzerine yapılan mutluluk araştırmaları köklü bir geçmişe sahip olsa da, bu çalışmaların çok büyük bir kısmı pandemiden önceki (2020 öncesi) verilere veya görece daha dar zaman aralıklarına dayanmaktadır. Bu çalışmada benimsenen 2014-2023 analiz penceresi; pandemi öncesi istikrarı, pandeminin yarattığı ani ekonomik çöküşü ve ardından gelen sancılı dezenflasyonist toparlanma aşamalarını aynı potada kapsayarak, makroekonomik belirleyicilerin çağdaş ve en zorlu koşullardaki geçerliliğini yakalamasına olanak tanımaktadır. İkinci olarak, işsizlik ve bütçe açıklarının yanı sıra kısa vadeli faiz oranının ve döviz kurunun modele doğrudan dahil edilmesi, merkez bankalarının para politikası kararlarının bir refah perspektifinden test edilmesini sağlamaktadır. Üçüncü ve yöntemsel olarak en güçlü katkı ise, ekonometrik analiz aşamasında yatay kesit bağımlılığına, gruplar arası değişen varyansa ve ardışık bağımlılığa karşı eş anlı olarak direnç sağlayan en güncel düzeltmeleri uygulayarak (Driscoll-Kraay standart hataları tahmincisi), ampirik bulguların güvenilirliğini ve tutarlılığını istatistiksel olarak en üst düzeye çıkarmasıdır.

LİTERATÜR TARAMASI

Mutluluk ekonomisi literatürü, bireylerin kendi yaşamlarına ilişkin öznel değerlendirmelerinin (subjective well-being) büyük ölçekli ve standartlaştırılmış anketler aracılığıyla güvenilir bir biçimde elde edilebileceği ve bu değerlendirmelerin katı neoklasik ekonomik fayda yerine iyi bir vekil (proxy) olarak kullanılabileceği temel ampirik önermesine dayanmaktadır (Frey ve Stutzer, 2002; Helliwell, 2003). Gelişmiş ekonomilerde uzun dönemli gelir artışlarının ortalama mutluluğu aynı oranda artırmadığı yönündeki meşhur Easterlin (1974, 1995) paradoksu, bu alanın mihenk taşıdır. Sonraki yıllarda Stevenson ve Wolfers (2008) yatay kesit ülke verilerinde gelir ile yaşam memnuniyeti arasında pozitif bir uzun dönemli ilişki rapor etse de; Easterlin ve O'Connor (2022) ile Layard ve De Neve (2023), sosyal karşılaştırma (social comparison) ve beklentilerin uyarlanması (aspiration adjustment) gibi psikolojik faktörler hesaba katıldığında, yüksek gelirli ülkelerdeki bu uzun dönemli ilişkinin zayıf kaldığını savunmaktadır. Bu entelektüel tartışmanın henüz tam olarak uzlaşıyla sonuçlanmaması, gelirin ötesindeki diğer makroekonomik parametrelerin öznel iyi oluş üzerindeki etkilerinin derinlemesine incelenmesini zorunlu ve değerli kılmaktadır.

İşsizlik ve Öznel İyi Oluş

Makroekonomik değişkenler arasında işsizlik, mutluluk literatüründe benzersiz ve tartışmasız bir konuma sahiptir. Clark ve Oswald (1994), İngiltere panel verilerine dayanarak, işsiz bireylerin gelir kayıpları istatistiksel olarak kontrol edildikten sonra bile çalışanlara kıyasla dramatik ölçüde daha düşük yaşam memnuniyeti bildirdiğini göstermiştir. Bu durum, çalışmanın sadece maddi bir kazanç kapısı değil, aynı zamanda bireye sosyal statü, aidiyet duygusu ve psikolojik bir anlam katan yaşamsal bir unsur olduğunu doğrulamaktadır. Di Tella, MacCulloch ve Oswald (2003), bu bulguyu Avrupa ve Amerika'daki çeyrek milyonluk anket verilerine genişleterek, ulusal düzeydeki işsizlik oranının, bizzat işsizlik deneyimini yaşamayan ve çalışmaya devam eden bireylerin bile mutluluğunu dolaylı olarak aşağı çektiğini kanıtlamıştır. Yüksek işsizlik, toplum genelinde işini kaybetme korkusunu (job insecurity) körükleyerek toplumsal refahı topyekûn sarsmaktadır.

Bu örüntü oldukça kalıcıdır ve şok geçtikten sonra bile bireylerin psikolojisini etkilemeye devam etmektedir. Eberl, Collischon ve Wolbring (2023) tarafından Almanya verileri kullanılarak yapılan güncel bir çalışma, işsizliğin yeniden istihdam edildikten en az beş yıl sonra bile bireyler üzerinde kalıcı bir yara izi (scarring effect) bıraktığını belgelemektedir. İşini bir kez kaybeden birey, yeni bir iş bulsa dahi, gelecekteki şoklara karşı taşıdığı güvensizlik hissi nedeniyle mutluluk seviyesini eski taban noktasına çıkaramamaktadır. Aynı doğrultuda Gedikli vd., (2023) tarafından yapılan kapsamlı meta-analiz, işsizliğin gelişmiş ekonomiler genelinde hem yaşam memnuniyeti hem de ruh sağlığı üzerinde çok güçlü negatif etkilere sahip olduğunu onaylamaktadır.

Daha güncel akademik katkılar analizi daha da genişletmektedir. Bowman (2023), Amerika Birleşik Devletleri'ndeki evli çiftler için erkeklerin işsizliğinin, evlilik içi yayılma etkileri (spillover effects) nedeniyle her iki partnerin de yaşam değerlendirmelerini düşürdüğünü göstermiştir. Friehe ve Pfeifer (2025), yalnızlığın ve sosyal izolasyonun işsizliğin olumsuz refah etkilerinin temel bir aracısı olduğunu belgelemiştir. Panel makroekonomik perspektiften bakıldığında, Nordheim ve Martinussen (2020), 1980 ve 2012 yılları arasında OECD ülkelerinde ulusal işsizlik oranları ile yaşam memnuniyeti arasındaki kesin negatif korelasyonu teyit etmiştir. Huseynli ve Huseynli (2023) tarafından, 1997-2020 döneminde Akdeniz'deki seçilmiş ülkelerde turizm gelirleri, istihdam oranları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiler panel veri analizi yöntemi ile incelenmiştir. Clark vd. (2001) tarafından yapılan analizler de benzer şekilde, geçmiş işsizlik deneyiminin ve uzun süreli işsizliğin öznel iyi oluşun sağlam bir negatif ilişkili değişkeni olduğunu bulmuştur. Bu bulguların kümülatif ağırlığı, işsizliği herhangi bir makro düzeydeki mutluluk denkleminde neredeyse değişmez bir bağımsız değişken haline getirmektedir.

Enflasyon, Faiz Oranları ve Parasal Koşullar

Makro-mutluluk literatürünün ikinci büyük sütununu fiyatlar genel düzeyi ve faiz ortamı oluşturmaktadır. Di Tella, MacCulloch ve Oswald (2001), Eurobarometer verilerini kullanarak tüketicilerin işsizlik ve enflasyon arasında bilişsel bir ödünleşim (trade-off) yaptığını, işsizliğin marjinal maliyetinin (mutluluk üzerindeki yıkıcı etkisinin) çok daha büyük olmasına rağmen enflasyonun da mutluluğu ciddi ölçüde düşürdüğünü göstermiştir. Fiyat istikrarsızlığı, bireylerin satın alma gücünü aşındırmanın yanı sıra, gelecek planlaması yapmalarını engelleyerek kaygı düzeylerini artırmaktadır.

Blanchflower (2007) bu analizi faiz oranlarına genişleterek, borçlanma maliyetlerinin tüketimi kısıtlaması ve özellikle konut kredisi karşılanabilirliğini düşürmesi kanalıyla mutluluk regresyonlarında reel faiz oranlarının negatif olarak yer aldığını bildirmiştir. COVID-19 dönemi

sonrası enflasyonun küresel düzeyde yeniden yükselmesi ve buna karşılık verilen sert faiz artışı tepkileri bu tartışmayı yeniden alevlendirmiştir. El-Jahel, MacCulloch ve Shafiee (2022) ile Leblang vd. (2025), enflasyonun ve artan yaşam maliyetlerinin tüm ülkelerde yaşam memnuniyetini baskılamaya devam ettiğini güçlü kanıtlarla sunmaktadır.

Parasal koşullar yalnızca enflasyon üzerinden değil, aynı zamanda merkez bankalarının kredi maliyetlerini artırması üzerinden de toplum refahına etki etmektedir. Yüksek politika faizleri ipotek, tüketici kredisi ve küçük işletme borçlanma maliyetlerini yükseltmekte; bu kanallar aracılığıyla hane halkı tüketim fırsatlarını ve harcanabilir geliri kısıtlayarak yaşam memnuniyetini doğrudan etkilemektedir. Blanchflower (2007) ve El-Jahel vd. (2022), ülkeler arası panellerde faiz oranları ile mutluluk arasında dirençli ve negatif bir ilişki tespit etmiştir. Bu durum, enflasyon kontrol altına alınsa bile, bunu sağlamak için gereken dezenflasyonist parasal sıkılaştırmanın, büyüklüğü anket tabanlı refah göstergelerinde açıkça gözlemlenebilen ciddi sosyopsikolojik refah maliyetleri dayattığı görüşüyle tutarlıdır. Dolayısıyla parasal istikrar politikalarının yan etkileri yalnızca işgücü piyasasıyla sınırlı kalmamakta, borçlu hanehalklarının günlük stres düzeylerine doğrudan yansımaktadır.

Ticari Dışa Açıklık ve Döviz Kuru Oynaklığı

Uluslararası ticarete maruz kalma düzeyi ile refah arasındaki ilişki literatürde çok daha karmaşık ve heterojen bulgular üretmiştir. Tsai (2009), dış ticarete açıklık süresinin mutlulukla pozitif ilişkili olduğunu ve bunun klasik uluslararası ticaret teorisinin öngördüğü tüketim çeşitliliği ile teknolojik yayılım mekanizmalarıyla uyumlu olduğunu belirtmiştir. Yakın zamanda Liu vd. (2025), 102 ülkeyi kapsayan Dünya Değerler Anketi verileriyle yaptıkları analizde, ticari dışa açıklığın bireysel mutluluğu esas olarak düşük ve orta gelirli ekonomilerde artırdığını; yüksek gelirli ekonomilerde ise bu etkinin işgücü piyasası koşullarına bağlı olarak çok daha zayıf ve koşullu olduğunu rapor etmiştir. Bjørnskov, Dreher ve Fischer (2008) da benzer şekilde ticaret özgürlüğünün yaşam memnuniyeti üzerindeki pozitif ancak koşullu etkisini belgelemiştir. Ticari serbestleşme; işgücü piyasasında sektörel çalkantıyı artırmakta, ithalatla rekabet eden sektörlerdeki çalışanları yerinden edilme (displacement) riskiyle yüzleştirmekte ve ucuz ithalattan sağlanan refah kazançlarını dengeleyebilecek gelir eşitsizliği dinamikleri üretebilmektedir.

Döviz kuru, mutluluk literatüründe işsizlik veya enflasyon kadar doğrudan dikkat çekmese de, makroekonomik algılar ve güven ortamı açısından tartışılmaz bir öneme sahiptir. Döviz kuru hareketleri hane halkına ithal fiyatları, reel ücret erozyonu, yabancı para cinsinden borç yükümlülükleri ve özellikle turizme veya ithalata bağımlı OECD üyelerinde uluslararası yaşam maliyeti aracılığıyla aktarılmaktadır. Cooper (1999), esnek döviz kurlarının yalnızca mal ve hizmet piyasalarını dengelemekle kalmayıp, aynı zamanda beklentilerle yönlendirilen bir varlık fiyatı (asset price) gibi davrandığını; bu nedenle kurdaki ani ve öngörülemez dalgalanmaların ekonomik istikrarı bozarak toplumsal refah maliyetleri yaratabileceğini vurgulamıştır. Blecker (2023) ise reel döviz kurunun uzun dönemde hem ihracat performansını hem de ekonomik büyümeyi istatistiksel olarak anlamlı biçimde etkilediğini ortaya koyarak, makroekonomik istikrarın ulusal refah üzerindeki belirleyici rolünü teyit etmiştir. Türkiye gibi örnekler için Aysan (2019) gibi güncel çalışmalar, ulusal paranın değer kaybı ile yaşam memnuniyeti arasında net bir negatif ilişki tespit ederek, nominal çapaların (nominal anchors) refahı desteklediği yönündeki teorik ön kabulleri doğrulamıştır.

Kamu Maliyesi ve Yapısal İnsani Gelişme

Maliye politikasının refah etkileri eşzamanlı olarak harcama programlarının boyutuna, vergi yüklerinin ağırlığına ve kamu maliyesinin uzun vadeli sürdürülebilirliğine bağlıdır. Bjørnskov, Dreher ve Fischer (2007), özellikle sol eğilimli hükümetler altında ve düşük gelir seviyelerinde daha büyük hükümet tüketiminin (kamu sektörünün aşırı büyümesinin) yaşam memnuniyetini azaltma eğiliminde olduğunu bulmuştur. Buna karşılık, Flavin, Pacek ve Radcliff (2014), gelişmiş demokrasilerde hükümet aktivizminin (özellikle sosyal refah programları ve işsizlik sigortasına yönelik hedeflenmiş harcamaların) öznel iyi oluşu artırdığını bildirmiştir. Görünürdeki bu çelişki, Pak ve Choung (2024) tarafından çözümlenmektedir; yazarlar 125 ülkeye ait panel verilerini kullanarak, devlet borcunun zayıf kurumsal yönetime sahip ülkelerde ulusal mutluluğu azalttığını, ancak şeffaf ve güçlü yönetime sahip olanlarda zararsız veya yatırımlara dönüştüğü için pozitif olduğunu göstermiştir. Rizkallah (2023) da Orta Doğu ve Kuzey Afrika (MENA) mali verilerinde benzer bir nüans rapor etmektedir. Avrupa ülkeleri üzerine mikro ve makro verileri birleştiren Eklou ve Fall (2020) ise mali konsolidasyonların, özellikle de kamu harcaması kesintilerine dayalı politikaların, kısa vadede bireylerin öznel iyi oluşunu doğrudan ve anlamlı düzeyde düşürdüğünü; bu refah maliyetinin genellikle ekonomik büyüme hedeflerinden bile daha belirleyici olduğunu kanıtlamıştır. Ayrıca Graafland ve Lous (2019), 84 ülkeyi kapsayan panel verilerle gelir eşitsizliğinin yalnızca ortalama yaşam memnuniyetini değil, aynı zamanda toplum içindeki yaşam memnuniyeti eşitsizliğini ve kurumsal güveni de olumsuz etkilediğini göstererek, mali politikaların dağılımsal boyutunun mutluluk analizlerine dahil edilmesi gerektiğine dikkat çekmiştir.

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP, 2024) tarafından gelir, eğitim ve sağlığı tek bir ölçütte birleştirmek üzere tasarlanan İnsani Gelişme Endeksi (İGE), ülkeler arası refah analizlerinde uzun süredir temel bir mihenk taşı olarak hizmet etmektedir. Blanchflower ve Oswald (2005), İGE sıralamalarının bazen anket tabanlı mutluluk sıralamalarından ayrıştığını not etse de, İGE'nin temel bileşenlerinin yine de öznel iyi oluşla ayrı ayrı ve güçlü şekilde ilişkili olduğunu belirtmiştir. Yin, Lepinteur, Clark ve D'Ambrosio (2023), 2005 ile 2018 yılları arasında 150'den fazla ülkeye ait verileri kullanarak, İGE'nin yaşamın bilişsel değerlendirmeleriyle tutarlı bir pozitif ilişki sergilediğini belgelemiştir. Helliwell (2003) de daha önceki çalışmalarında, insani gelişmenin bileşenlerinin ülkeler arası panel regresyonlarında yaşam memnuniyetinin güçlü pozitif yordayıcıları olduğunu bildirmiştir. İGE'nin modelde kullanılması, ekonomik döngülerin ötesinde yavaş değişen yapısal insani gelişme başarılarını yakalayarak, ülkeler arası makroekonomik dalgalanmaların açıklayamadığı uzun vadeli heterojenliği kapsamaktadır.

OECD Ekonomileri Üzerine Son Dönem Çalışmaları

OECD ekonomileri üzerine odaklanan yakın tarihli çalışmalar, yaşam memnuniyetinin makroekonomik belirleyicilerini detaylı şekilde ele almaktadır. Nordheim ve Martinussen (2020), 1980 ile 2012 yılları arasında sağlık ve yoksulluğu azaltmaya yönelik sosyal harcamaların yaşam memnuniyetini artırdığı sonucuna varmıştır. Yasım ve Dünder (2022), dinamik panel veri analizi ve Sistem-GMM yaklaşımıyla kişi başına düşen gelir, istihdam ve eğitimin yaşam memnuniyetinin temel itici güçleri olduğunu saptamıştır. Bütün bu yapısal dinamikler, COVID-19 pandemisinin yarattığı devasa ekonomik şokla sınanmıştır. Easterlin ve O'Connor (2023) Avrupa ülkelerinde pandeminin yaşam memnuniyeti üzerindeki ağır tahribatını belgelerken, Delgado-Rodríguez vd., (2024) Hollanda'da pandemi sonrası, özellikle gençler arasında refahta yaşanan düşüşün kalıcılığına ve iyileşmenin asimetric yapısına dikkat çekmektedir. Koivula vd., (2025) de Finlandiya'da kriz dönemlerinin işgücü piyasası üzerindeki olumsuz psikolojik yansımalarını incelemiştir. Tüm bu literatür; krizlerin, enflasyonun ve işsizliğin gölgesindeki son

on yılı kapsayacak OECD ölçeğinde en güncel verilerle yapılacak bir panel veri çalışmasının ne denli kritik olduğunu açıkça göstermektedir.

YÖNTEM

Araştırmanın Türü, Evreni ve Veri Toplama Süreci

Bu araştırma nicel bir araştırma tasarımı olan panel veri analizi yöntemine dayanmaktadır. Çalışmanın örneklemi, dünyadaki gelişmiş piyasa ekonomilerini temsil eden ve veri standardizasyonu yüksek olan Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) üyesi 38 ülkeden oluşmaktadır. Veri seti 2014 ile 2023 yılları arasındaki on yıllık dönemi kapsamakta olup, toplamda 380 ülke-yıl (country-year) gözlemi barındırmaktadır. Herhangi bir kayıp (missing) veri içermemesi nedeniyle çalışma, istatistiksel gücü yüksek olan 'güçlü dengeli panel' (strongly balanced panel) yapısındadır. Panel veri analizi yöntemi birden fazla ülke ve seri tabanlı bir veri seti için literatürde en yaygın kullanılan yöntemlerden biridir (Socol vd., 2025; Huseynli, 2026). Analiz dönemi özellikle seçilmiştir; zira bu zaman aralığı, Avrupa borç krizinin sonrasındaki yavaş toparlanma evresini, 2020 yılındaki küresel COVID-19 pandemisini ve tedarik zinciri krizleriyle tetiklenen pandemi sonrası dezenflasyonist dönemi kesintisiz olarak kapsamaktadır. Bu tasarım, bu denli şiddetli dalgalı bir dönemde makroekonomik değişkenlerin öznel iyi oluş üzerindeki açıklayıcı gücünü test etme imkânı sunmaktadır.

Araştırmada kullanılan veriler güvenilirliği kanıtlanmış, saygın ve kamuya açık kurumsal kaynaklardan derlenmiştir. Bağımlı değişken olan ulusal yaşam memnuniyeti skoru, her yıl yüz elliden fazla ülkede binlerce katılımcıyla gerçekleştirilen Gallup Dünya Anketi (Gallup World Poll) verilerini temel alan ve Birleşmiş Milletler destekli Sürdürülebilir Kalkınma Çözümleri Ağı tarafından hazırlanan 'Dünya Mutluluk Raporu'ndan (World Happiness Report) elde edilmiştir (Helliwell vd., 2024). Analizde kullanılan metrik, Cantril merdiveni (Cantril ladder) skorudur. Bu ölçek, anket katılımcılarının kendi mevcut yaşamlarını hayal edebilecekleri en kötü (0) ve en iyi (10) yaşam koşullarını temsil eden bir merdiven üzerinde derecelendirmelerini isteyen ve uluslararası akademik kıyaslamalarda 'bilişsel yaşam değerlendirme' (cognitive life evaluation) ölçütü olarak altın standart kabul edilen bir yöntemdir (Cantril, 1965). OECD'nin periyodik olarak yayımladığı 'Nasıl Bir Hayat?' (How's Life?) refah çerçevesi de benzer bir yaşam değerlendirme mantığını benimsemekte olup, mevcut analiz ile OECD'nin kurumsal sosyal göstergeleri arasındaki metodolojik tutarlılığı garanti altına almaktadır (OECD, 2024a).

Bağımsız Değişkenler ve Beklenen Etkiler

Makroekonomik performansı ve insani gelişmeyi ölçmek amacıyla modele dahil edilen açıklayıcı (bağımsız) değişkenler, ağırlıklı olarak OECD İstatistik Veritabanı (OECD.stat) ve Dünya Bankası Dünya Kalkınma Göstergeleri'nden (WDI) temin edilmiştir. Modele dahil edilen bağımsız değişkenler ve literatür teorisi bağlamında yaşam memnuniyeti üzerinde beklenen etkileri şunlardır:

İşsizlik Oranı (unemployment_{it}): Dünya Bankası Dünya Kalkınma Göstergeleri (World Bank, 2024a) veri tabanından elde edilmiştir. Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) standartlarına göre hesaplanmış, işgücü içerisindeki işsizlerin oranını yansıtan harmonize ulusal işsizlik oranını ifade etmektedir (yüzde cinsinden). Bireyler üzerinde yaratacağı doğrudan gelir kaybının ötesinde, psikolojik tahribat, özsaygı yitimi ve sosyal dışlanma algısı nedeniyle yaşam memnuniyeti üzerinde kesin ve güçlü bir negatif etkiye sahip olması beklenmektedir.

Kısa Vadeli Faiz Oranı (interest_{it}): OECD İstatistik Veritabanı'ndan (OECD, 2024b) temin edilmiştir. Genellikle üç aylık bankalararası oranları veya hazine bono faiz oranını temsil eden parasal politika göstergesidir (yüzde cinsinden). Merkez bankalarının parasal sıkılaştırma politikalarının bir aracı olan faiz artışlarının, hane halkının borçlanma maliyetlerini artırması, tüketim sepetini daraltması ve bütçe kısıtlarını zorlaştırması nedeniyle yaşam memnuniyeti ile negatif bir ilişki içinde olması beklenmektedir.

Döviz Kuru (exchange_{it}): Dünya Bankası Dünya Kalkınma Göstergeleri'nden (World Bank, 2024b) alınmıştır. 1 ABD doları karşılığındaki ulusal para biriminin ilgili dönem (yıl) ortalamasını yansıtmaktadır. Ulusal paranın değer kaybı (kur rakamının büyümesi), doğrudan ithal enflasyona, satın alma gücü erozyonuna ve döviz cinsi borcu olan hane halklarında servet kaybına yol açtığı için negatif bir etki yaratması öngörülmektedir.

İhracatın GSYH'ye Oranı (export_{it}): Dünya Bankası Dünya Kalkınma Göstergelerinden (World Bank, 2024c) elde edilmiştir. Mal ve hizmet ihracatının gayrisafi yurt içi hasıla içindeki payıdır. Dışa açıklığın göstergesi olan ihracatın, ekonomide yarattığı sektörel iş kayıpları ile artan üretim arasındaki ödünleşim dikkate alındığında, refah üzerindeki marjinal etkisi literatürde teorik olarak belirsiz (ambiguous) kabul edilmektedir.

Net Bütçe Dengesi (netdebt_{it}): Uluslararası Para Fonu Dünya Ekonomik Görünüm Veritabanı'ndan (IMF, 2024) alınmıştır. Genel devletin net borç verme (pozitif değer - bütçe fazlası) veya net borçlanma (negatif değer - bütçe açığı) pozisyonunun GSYH içindeki yüzdelik payıdır. Daha sağlıklı mali yapılar gelecekteki vergi yüklerini azaltacağı için pozitif fiyatlanabilecek olsa da; açıkların kapatılmasına yönelik kemer sıkma (austerity) politikalarının kısa vadeli yıkıcı etkileri ve kamu hizmetlerindeki daralmalar nedeniyle negatif bir refah etkisi üretebileceği düşünülmektedir.

İnsani Gelişim Endeksi (hdi_{it}): Our World in Data (2024) veri sistemi aracılığıyla sunulan Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı verilerinden alınmıştır. Satın alma gücü paritesine göre gelir, ortalama eğitim süresi ve doğumda beklenen yaşam süresi boyutlarını 0 ile 1 arasında sentezleyen birleşik yapısal kalkınma göstergesidir. İnsani gelişim ve refah kapasitelerindeki kalıcı iyileşmelerin yaşam memnuniyetini kesin ve pozitif bir şekilde artıracığı öngörülmektedir.

Verilerin Analizi ve Ekonometrik Model

Araştırmanın temel paneli, literatürde kabul görmüş refah fonksiyonlarına (Di Tella vd., 2003; Yin vd., 2023) dayanarak tasarlanmıştır. Panel veri metodolojisi, hem yatay kesit (ülkeler) hem de zaman (yıllar) boyutunu aynı anda içerdiği için gözlem sayısını artırarak serbestlik derecesini yükseltir ve daha güvenilir tahminler yapılmasına olanak tanır (Baltagi, 2021). İlgili tüm bağımsız değişkenlerin seviye (level) formunda modele dâhil edilmesiyle temel ampirik denklem aşağıdaki gibi formüle edilmiştir:

$$happiness_{it} = \beta_0 + \beta_1 unemployment_{it} + \beta_2 interest_{it} + \beta_3 exchange_{it} + \beta_4 export_{it} + \beta_5 netdebt_{it} + \beta_6 hdi_{it} + u_i + \varepsilon_{it}$$

Denklemden; $happiness_{it}$, i ülkesinin t yılındaki ortalama yaşam memnuniyeti skorunu; β_0 modelin sabit terimini; β_1 ile β_6 arasındaki parametreler bağımsız değişkenlerin katsayılarını; u_i ülkelere özgü, zaman içinde değişmeyen, gözlemlenemeyen (unobserved) tesadüfi etkiyi ve ε_{it} ise idiyosenkratik (rassal) hata terimini ifade etmektedir.

Veri analiz sürecinde ilk adım olarak, tüm ülkelere özgü kesişimlerin eşit olduğunu varsayan Havuzlanmış En Küçük Kareler (Pooled OLS) regresyonu tahmin edilmiştir. En Küçük Kareler regresyonu literatürde bu türlü çalışmalarda kullanılan bir yöntemdir (Stevenson ve Wolfers,

2008; Huseynli, 2025). Daha sonra, panel verinin doğası gereği ülkeler arası yapısal farklılıkları dikkate alan Sabit Etkiler Modeli (Fixed Effects) ve birim etkilerinin (ülke heterojenliğinin) modele dâhil edilen açıklayıcı değişkenlerle ilişkisiz olduğunu varsayan Tesadüfi Etkiler Modeli (Random Effects) tahmincileri uygulanmıştır (Wooldridge, 2010). Bu iki model arasındaki istatistiksel seçimi nesnel bir şekilde yapabilmek adına Hausman (1978) spesifikasyon testi gerçekleştirilmiştir. Hausman testinde tesadüfi etkiler tahmincisinin tutarlı ve etkin olduğu yönündeki boş hipotez test edilir. Ayrıca, panel verilerde sıkça karşılaşılan ve standart Hausman testini geçersiz kılacak varyans-kovaryans matrisi sorunlarına önlem olarak, ülke düzeyinde kümelenmiş 100 ardışık tekrar (bootstrap) iterasyonuna sahip Küme-Dirençli Bootstrapped Hausman testi (Kaiser, 2014) kullanılmıştır.

Sabit veya tesadüfi etkiler modellerinden hangisinin seçileceğine karar verildikten sonra, seçilen modelin kalıntıları (residuals) üzerinde panel tanı (diagnostik) testleri gerçekleştirilir. Bu bağlamda, gruplar arası değişen varyansın (heteroskedastisite) varlığını tespit etmek için modifiye Wald testi ve Breusch ve Pagan (1980) Likelihood Ratio (LR) testleri uygulanmıştır. Birinci dereceden ardışık bağımlılığın (otokorelasyon) tespiti için Wooldridge (2002) ile Baltagi-Wu LBI testleri kullanılmıştır. Son olarak, küreselleşmenin ve pandemi gibi makroekonomik krizlerin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkabilecek yatay kesit bağımlılığının (cross-sectional dependence) varlığı Pesaran (2015) CD ve gücü artırılmış CD+ testleri ile incelenmiştir.

Klasik doğrusal regresyon varsayımlarının (değişen varyans, otokorelasyon ve yatay kesit bağımlılığı) aynı anda ihlal edildiği senaryolarda, tahmin edilen katsayılar sapmasız (unbiased) kalsa da, katsayıların standart hataları ciddi şekilde sapmalı (biased) hale gelir ve istatistiksel anlamlılık (t ve p değerleri) testleri geçersiz olur. Bu nedenle, araştırmanın nihai modeli, Hoechle (2007) tarafından uygulanan ve Driscoll ve Kraay (1998) standart hatalarını kullanan tesadüfi etkiler paneli olarak belirlenmiştir. Driscoll-Kraay tahmincisi; değişen varyansa, otokorelasyona ve yatay kesit bağımlılığına karşı eş anlı olarak direnç (robustness) göstererek, makroekonomik panel veri çalışmalarında en geçerli ve tutarlı istatistiksel çıkarımları (inference) sağlamaktadır.

BULGULAR

Betimsel İstatistikler ve Çoklu Bağlantı Testi

Araştırma modeline dâhil edilen bağımlı ve bağımsız değişkenlerin veri setindeki analitik özelliklerini yansıtan betimsel istatistikler Tablo 1'de ayrıntılı olarak raporlanmıştır. Analiz edilen 380 ülke-yıl gözleminde, OECD ülkeleri genelindeki ortalama Cantril merdiveni yaşam memnuniyeti skoru 6,65 olarak hesaplanmıştır. Örneklemdeki değerler incelendiğinde, minimum yaşam memnuniyeti skoru 4,61, maksimum skor ise 7,84 olarak gerçekleşmiş olup, bu standart sapma (0,691), OECD üyeleri arasındaki ulusal refah eşitsizliğini net bir biçimde yansıtmaktadır. İşsizlik oranı %2,0 ile %26,7 arasında son derece geniş bir yelpazede dağılırken, Yunanistan ve İspanya gibi ülkelerin finansal kriz sonrası yüksek işsizlik rakamları bu varyansın tepe noktasını oluşturmuştur. Benzer şekilde kısa vadeli faiz oranı on yıllık süreçte ortalama %1,65 seviyesinde kalsa da, Avro bölgesindeki -%0,82'lik negatif faiz ortamından, Türkiye'nin son yıllardaki %26,01'lik yüksek oranlarına kadar oldukça keskin makroekonomik farklılıklar sergilemektedir. İnsani Gelişim Endeksi (İGE) ortalamasının 0,906 olması ise, örneklemdeki ülkelerin tamamına yakınının küresel ölçekte 'çok yüksek insani gelişme' kategorisinde yer aldığını teyit etmektedir.

Tablo 1. Betimsel İstatistikler

Değişken	Gözlem	Ortalama	Std. Sapma	Min.	Maks.
----------	--------	----------	------------	------	-------

Yaşam Memnuniyeti	380	6,651	0,691	4,614	7,842
İşsizlik Oranı	380	6,802	3,784	2,015	26,708
Faiz Oranı	380	1,658	3,340	-0,819	26,011
Döviz Kuru	380	168,328	576,985	0,608	4325,955
İhracat (GSYH %)	380	53,545	35,026	10,074	213,223
Net Bütçe Dengesi	380	-2,129	3,690	-14,10	25,50
İnsani Gelişme End.	380	0,906	0,048	0,761	0,972

Regresyon analizlerine geçilmeden önce bağımsız değişkenler arasındaki çoklu doğrusal bağlantı (multicollinearity) problemi Varyans Şişirme Faktörü (Variance Inflation Factor - VIF) değerleri üzerinden sınanmıştır. Test sonucunda hesaplanan ortalama VIF değeri 1,32 olup, en yüksek VIF değeri (İnsani Gelişme Endeksi değişkeni için) yalnızca 1,77 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar, ekonometri literatüründe yaygın olarak kabul edilen kritik eşik değerlerinin (5 veya daha esnek modellerde 10) çok altında kalmakta olup, modelde hiçbir şekilde çoklu doğrusal bağlantı sorunu olmadığını kesin bir dille kanıtlamaktadır. Model spesifikasyonu sağlamdır ve bağımsız değişkenler birbirlerinin etkilerini baskılamamaktadır.

Model Seçimi ve Panel Tanı (Diagnostik) Testleri

Panel veri tahmin stratejisinin kurgulanmasında ilk aşama olan model seçimi testleri ve ardından gerçekleştirilen kalıntı tanı testleri Tablo 2'de özetlenmiştir. Sabit etkiler modelinde hesaplanan rho katsayısı 0,904 olup, toplam hata varyansının yaklaşık %90'ının ülkeler arası kalıcı farklılıklardan kaynaklandığını işaret etmektedir. Sabit etkiler tahmincisinde tüm ülkelere özgü idiosenkraatik etkilerin sıfır olduğunu savunan temel F testi çok güçlü bir biçimde reddedilmiş ($F = 78,79$, $p = 0,000$) ve en basit yaklaşım olan klasik Havuzlanmış OLS modelinin panel yapısı karşısında tamamen yetersiz olduğu ispatlanmıştır. Ancak ekonometrik olarak asıl kritik karar, ülkelere özgü zaman içinde değişmeyen etkiler ile açıklayıcı değişkenler arasında bir korelasyon olup olmadığını test eden Hausman testinin sonucuna dayanmaktadır.

Tablo 2. Panel Veri Tanı (Diagnostik) Testleri

Tanı Testi Türü	Test İstatistiği (Değer)	P-Değeri (Anlamlılık)
Hausman Spesifikasyon Testi	4,14 (Chi-kare)	0,529
Küme-Dirençli Bootstrapped Hausman	0,48 (Chi-kare)	0,998
Breusch-Pagan LM Testi	1285,31 (Chi-kare)	0,000***
Değişen Varyans (Modifiye Wald)	57800,0 (Chi-kare)	0,000***
Otokorelasyon (Baltagi-Wu / LM)	440,32 (Chi-kare)	0,000***
Yatay Kesit Bağımlılığı (Pesaran CD+)	1060,54 (CD İst.)	0,000***

Not: *** işareti $p < 0.01$ düzeyinde istatistiksel anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 2'de görüldüğü üzere, standart Hausman testi boş hipotezi reddedememiştir ($p = 0,529$). Bu durum, tesadüfi etkiler (Random Effects) modelinin kullanılması gerektiğine yönelik çok güçlü bir sinyal vermiştir. Olası standart hata sapmalarına karşı geliştirilen Küme-Dirençli Bootstrapped Hausman testi de 100 iterasyon sonucunda aynı sonuca ulaşmış ($p = 0,998$) ve ülkeye özgü etkiler ile bağımsız değişkenler arasında bir korelasyon olmadığını, dolayısıyla tesadüfi etkiler spesifikasyonunun tutarlı ve etkin olduğunu tartışmasız şekilde teyit etmiştir. Ardından uygulanan Breusch ve Pagan (1980) Lagrange Çarpmanı (LM) testi ile tesadüfi etkilerin OLS'ye olan üstünlüğü mühürlenmiştir ($p = 0,000$).

Seçilen tesadüfi etkiler modelinin varsayımlarını sınamak amacıyla yapılan tanı (diagnostik) testlerinde, modelin hata terimlerinde yer alan sapmalar detaylı şekilde incelenmiştir. Modifiye Wald testleri, modelde gruplar arası heteroskedastisiteyi (değişen varyansı) çok sert bir biçimde saptamıştır. Baltagi-Wu LBI ve LM istatistiği ($p = 0,000$), panelin birinci dereceden güçlü bir seri korelasyona (otokorelasyon) sahip olduğunu göstermiştir. Son olarak Pesaran gücü artırılmış yatay kesit bağımlılığı testi (CD+ test), pandemi döneminin küresel doğasıyla uyumlu olarak,

ülkeler arası gözlemlerde çok güçlü ortak şok bağımlılıkları (cross-sectional dependence) yakalamıştır. Tüm bu tanınal kanıtlar ışığında, standart hataların yanlışlığını tamamen giderebilmek amacıyla modelin 'Driscoll-Kraay Standart Hatalarına Sahip Tesadüfi Etkiler Paneli' olarak nihai formuna kavuşturulmasına karar verilmiştir.

Temel Regresyon Analiz Sonuçları

Dört farklı model spesifikasyonuna ait regresyon sonuçları (Havuzlanmış OLS, Sabit Etkiler, Klasik Tesadüfi Etkiler ve Dirençli Driscoll-Kraay Tesadüfi Etkiler) Tablo 3'te bütünsel bir karşılaştırmayla sunulmuştur. Spesifikasyonlar arasında işsizlik, faiz oranı, ihracat, net bütçe dengesi ve İGE değişkenlerinin katsayı işaretleri ve yaklaşık büyüklükleri dikkat çekici bir tutarlılık göstermektedir. Buna karşılık döviz kuru değişkeninin katsayısı Havuzlanmış EKK'de pozitif iken Sabit Etkiler ve Tesadüfi Etkiler modellerinde negatife dönmektedir; bu durum, gözlemlenemeyen ülkeye özgü heterojenliğin (örneğin yapısal fiyat düzeyi farklılıkları) kontrol edilmediği havuzlanmış modelde döviz kuru katsayısının içsellik/eksik değişken sapmasına maruz kaldığına işaret etmekte olup, panel yapısını dikkate alan tahmincilerin tercih edilmesini ayrıca gerektirmektedir.

Tablo 3. Tahmin Sonuçları: Sabit ve Tesadüfi Etkiler Modellerinin Karşılaştırılması

Değişkenler	(1) Havuzlanmış EKK	(2) Sabit Etkiler	(3) Tesadüfi Etkiler	(4) TE Driscoll-Kraay
İşsizlik Oranı	-0,0474*** (0,0079)	-0,0591*** (0,0067)	-0,0588*** (0,0062)	-0,0588*** (0,0105)
Faiz Oranı	-0,0137 (0,0093)	-0,0162*** (0,0061)	-0,0178*** (0,0057)	-0,0178*** (0,0046)
Döviz Kuru	0,00011* (0,00006)	-0,00031*** (0,00009)	-0,00024*** (0,00008)	-0,00024*** (0,00005)
İhracat Oranı	-0,0006 (0,0008)	-0,0017 (0,0026)	-0,0016 (0,0018)	-0,0016 (0,0049)
Net Bütçe Dengesi	0,0025 (0,0081)	-0,0128*** (0,0038)	-0,0121*** (0,0037)	-0,0121*** (0,0014)
İGE	7,4421*** (0,7608)	4,4051** (1,8518)	4,7839*** (1,3027)	4,7839*** (0,6949)
Sabit Terim	0,2739 (0,7291)	3,2082* (1,6618)	2,8502** (1,1820)	2,8502*** (0,6269)
Gözlem Sayısı	380	380	380	380
R-Kare	0,4122	0,3404	0,3395	0,3395

Not: Sütun (3) ve (4) aynı Tesadüfi Etkiler nokta tahminlerini paylaşmakta; Sütun (4) yalnızca değişen varyans, otokorelasyon ve yatay kesit bağımlılığına dirençli Driscoll-Kraay standart hatalarını raporlayarak nihai ve tercih edilen çıkarım çerçevesini sunmaktadır. Parantez içindeki değerler standart hatalardır. Anlamlılık düzeyleri: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.10$.

Katsayıların ve Ampirik Bulguların Yorumlanması

Tablo 3'te Sütun 4'te sunulan Driscoll-Kraay düzeltilmeli nihai tesadüfi etkiler modelinin sonuçları, davranışsal makroekonomi bağlamında son derece değerli ekonomik çıkarımlar barındırmaktadır. Her bir açıklayıcı değişken literatür ışığında sırasıyla analiz edildiğinde şu spesifik bulgulara ulaşılmaktadır:

İlk olarak, işsizlik oranının katsayısı -0,0588 olarak son derece yüksek bir istatistiksel anlamlılığa ($p < 0,001$) sahip bulunmuştur. Bu katsayının ekonomik yorumu şudur: Ulusal işsizlik oranında meydana gelen 1 yüzdelik puanlık bir artış, ulusal ortalama Cantril merdiveni yaşam memnuniyeti skorunda yaklaşık 0,059 puanlık net bir düşüşe yol açmaktadır. Örneklemdaki 38 OECD ülkesi genelinde işsizliğin standart sapmasının 3,8 puan olduğu düşünüldüğünde, bir

ülkede işsizlikte yaşanacak bir standart sapmalık kötüleşme, toplumun genel yaşam memnuniyetinde yaklaşık 0,22 puanlık (bağımlı değişkenin standart sapmasının neredeyse üçte biri kadar) belirgin bir aşınma yaratmaktadır. Bu sonuç, işsizliğin finansal bir gelir kaybının çok ötesinde, psikolojik bir yıkıma ve sosyal dışlanmaya sebep olduğunu savunan, işsizliğin toplumda silinmesi güç bir yara izi (scarring) bıraktığını ileri süren mutluluk psikolojisi literatürü ile mükemmel bir uyum içindedir.

İkinci olarak, kısa vadeli faiz oranı değişkeni modele -0,0178 katsayısı ile girmiştir ($p < 0,01$). Kısa vadeli faiz oranındaki her 1 yüzdelik puanlık artış, yaşam memnuniyetini ortalama 0,018 puan azaltmaktadır. Katsayı mutlak değer olarak işsizliğe kıyasla görece daha küçük görünse de, özellikle enflasyonla mücadele edilen 2021-2023 yılları arasında OECD genelinde merkez bankalarının politika faizlerini %4 ila %5 puan birden artırdığı göz önüne alındığında, bunun toplum psikolojisi üzerindeki kümülatif maliyeti oldukça yüksektir. Bu bulgu yüksek borçlanma maliyetlerinin, hane halkının gündelik harcamalarını planlama ve tüketim düzleştirme (consumption smoothing) reflekslerini sekteye uğratarak davranışsal anlamda ciddi bir kayıptan kaçınma tepkisi yarattığına işaret etmektedir.

Üçüncü olarak, resmi döviz kuru katsayısı -0,00024 olarak elde edilmiştir ($p < 0,01$). Rakam küçük görünmekle birlikte bu durum döviz kurunun ölçüm biriminden (1 ABD doları karşılığındaki ulusal para miktarı) kaynaklanmaktadır. Döviz kurunun ülkeler arasında son derece geniş bir yelpazeye dağıldığı düşünüldüğünde, ulusal paranın dış değer kaybının refah üzerinde yarattığı tahribat çok nettir. Parası değer kaybeden ülkelerde hane halkı; hızla artan ithal enflasyon, azalan reel ücretler (satın alma gücü erozyonu) ve yabancı para cinsinden borç yükümlülükleri altında ezilmekte, bu durum makroekonomik yönetişimde nominal çapaların (döviz kuru istikrarı gibi) toplum psikolojisindeki koruyucu önemini bir kez daha doğrulamaktadır.

Dördüncü olarak, mal ve hizmet ihracatının GSYH içindeki payının katsayısı -0,0016 olarak hesaplanmış ve istatistiksel olarak tamamen anlamsız bulunmuştur ($p > 0,10$). Gelişmiş OECD ülkelerinde ticari dışa açıklık zaten tüketici refahını maksimize edecek doygunluk seviyelerindedir. Bu eşik noktasından sonra ihracattaki marjinal bir artış, ortalama vatandaşın bilişsel yaşam değerlendirmesinde sistemsel bir refah sıçraması yaratmamakta, bilakis uluslararası rekabet nedeniyle bazı sanayi sektörlerinde yerel istihdam kaygıları üretebilmektedir. Bu durum, yalnızca ihracata dayalı büyüme politikalarının gelişmiş ekonomilerde mutluluğu tek başına yönlendiren bir kaldıraç olmaktan çıktığının somut bir göstergesidir.

Beşinci makroekonomik bulgu, -0,0121 katsayısı ile yüksek derecede anlamlı çıkan ($p < 0,01$) net bütçe dengesi değişkenidir. Değişkenin ölçüm şekli dikkate alındığında (pozitif değerler net borç vermeyi/fazlayı temsil etmektedir), bu katsayının negatif çıkması son derece çarpıcıdır. Net bütçe dengesindeki artış (bütçe açığının aniden azaltılması veya agresif bütçe fazlası verilmesi), diğer tüm değişkenler sabitken, yaşam memnuniyetinde doğrudan bir düşüşe neden olmaktadır. Bunun ekonomik okuması katı kemer sıkma (austerity) politikalarıdır. Hükümetlerin kamu maliyesindeki açığı hızla kapatmak için başvurdukları ani mali konsolidasyon programları, sosyal transferlerde kesinti ve vergi artışları anlamına gelmekte; bu durum hane halkının harcanabilir gelirini ve eriştiği kamu hizmeti standartlarını kısa vadede şiddetle düşürerek anketlere refah kaybı olarak yansıtmaktadır.

Son olarak ve etkinin büyüklüğü açısından en çarpıcı biçimde, İnsani Gelişim Endeksi (İGE) katsayısı 4,7839 ile ekonomik ve istatistiksel açıdan belirgin bir pozitif etki ortaya koymuştur ($p < 0,001$). İGE 0 ile 1 arasında sınırlandırılmış bir değer aldığından ve serinin dağılımı dikkate alındığında; İGE'deki bir standart sapmalık (0,048 puanlık) bir iyileşme, yaşam memnuniyetini tek başına yaklaşık 0,23 Cantril puanı yukarı çekmektedir. Bu muazzam etki, eğitim kalitesine,

kapsayıcı sağlık hizmetlerine ve satın alma gücüne yapılan uzun soluklu yapısal yatırımların, bir ulusun iyi oluş halini döngüsel ve kısa vadeli makroekonomik politikalardan çok daha temelinden şekillendirdiğini göstermektedir.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada, 2014-2023 yılları gibi küresel finansal çalkantıların, pandemi şoklarının ve enflasyonist dalgaların yoğunlaştığı bir on yıllık periyotta, OECD üyesi ülkelerde ulusal mutluluğun ve öznel iyi oluşun temel makroekonomik belirleyicileri son derece gelişmiş ekonometrik tekniklerle incelenmiştir. 38 OECD ülkesini tam kapsamlı olarak içeren güçlü dengeli bir panel veri seti üzerinde uygulanan; değişen varyans, ardışık bağımlılık ve yatay kesit bağımlılığına dirençli Driscoll-Kraay tahmincisi, makroekonomi ve davranışsal iktisadın kesişim kümesinde yer alan çarpıcı sonuçlar üretmiştir.

Araştırmanın sonuçları, mutluluk iktisadı literatürünün Clark ve Oswald (1994) ile başlayan kanonik bulgularıyla örtüşmekte ve işsizliğin vatandaşların öznel iyi oluşu üzerindeki en acımasız ve tahrip edici makroekonomik güç olduğunu bir kez daha ampirik olarak teyit etmektedir. Bireyler yalnızca aylık gelirlerini kaybettikleri için değil, aynı zamanda toplum içindeki statülerini, kimlik duygularını ve gelecek güvencelerini kaybettikleri için büyük bir bilişsel travma yaşamaktadır. Buna ek olarak araştırma, kısa vadeli faiz oranları ile döviz kurunun da ulusal refah üzerinde istatistiksel olarak anlamlı, aşındırıcı ve negatif etkilere sahip olduğunu açıkça göstermektedir. Blanchflower'ın (2007) uyarılarıyla tutarlı biçimde; parasal sıkılaştırma politikalarının bir faturası olarak artan kredi maliyetleri ve ulusal paranın değer kaybından doğan ithal enflasyonist sarsıntılar, hane halklarının güven duygusunu zedelemekte, satın alma gücü endişesini tırmandırmaktadır.

Öte yandan, bütçe fazlası vermeyi ve açıkları hızla kapatmayı hedefleyen agresif mali konsolidasyon politikalarının, vatandaş anketlerinde yaşam memnuniyetini istatistiksel düzeyde geriletmediği gözlemlenmiştir. Bu bulgu, refah devletinin küçülmesinin sosyal maliyetlerini vurgulayan çağdaş literatürü destekler niteliktedir. Buna karşın, Yin vd., (2023) tarafından tespit edilen ilişkilere benzer şekilde, İnsani Gelişme Endeksi'nin mutluluk üzerindeki olağanüstü ve rakipsiz itici gücü, ülkelerin asıl refah kaynağının döngüsel faiz veya kur politikalarından ziyade; eğitime, sağlığa ve kapsayıcı kalkınmaya yapılan yüzyıllık yapısal yatırımlar olduğunu ispatlamaktadır.

Mevcut literatürle kıyaslandığında, bu çalışmanın bulguları geleneksel neoklasik büyüme modellerinin refahı açıklamadaki yetersizliğini pekiştirmektedir. Easterlin paradoksu bağlamında, salt kişi başına düşen gelirin (veya dış ticaret hacminin) artmasının toplumsal mutluluk için yeterli olmadığı görülmektedir. Graafland ve Lous (2019), 84 ülkeyi kapsayan panel verilerle gelir eşitsizliğinin yalnızca ortalama yaşam memnuniyetini değil, aynı zamanda toplum içindeki yaşam memnuniyeti eşitsizliğini ve kurumsal güveni de olumsuz etkilediğini göstererek, mali politikaların dağılımsal boyutunun mutluluk analizlerine dahil edilmesi gerektiğine dikkat çekmiştir. Nitekim bizim bulgularımızdaki net bütçe dengesinin yarattığı negatif katsayı (kemer sıkma etkileri), Graafland ve Lous'un (2019) kurumsal güven ve sosyal devlet vurgusuyla tam bir uyum içindedir. Hükümetler harcamaları kestiğinde, bu durum doğrudan sağlık ve eğitime yansımakta, İnsani Gelişme Endeksi'nin beslediği yapısal refah kanalları tıkanmaktadır.

Bu tartışmalar ve ampirik bulgular ışığında, karar alıcılara ve OECD hükümetlerine şu sistematik makroekonomik politika stratejileri önerilmektedir:

1. İstihdam Odaklı Politikalar: İşsizliğin yol açtığı devasa refah ve psikoloji maliyeti dikkate alınarak; salt enflasyonu dizginlemek adına işgücü piyasasında kitlesel kayıplar yaratmaktan ve sert resesyonlardan kaçınılmalıdır. Aktif işgücü piyasası politikaları, yeniden beceri kazandırma programları ve istihdamı koruma teşvikleri, ekonomik iyi oluş politikasının (wellbeing policy) en ön saflarında yer almalıdır.

2. Parasal Sıkışmada Kademeli Yaklaşım: Merkez bankaları dezenflasyon süreçlerini yürütürken faiz oranlarını şok terapisi şeklinde aniden ve dramatik ölçüde artırmak yerine, hane halkının borç servisi kapasitesini, konut finansmanı erişimini ve kayıptan kaçınma (loss aversion) psikolojisini gözetken çok daha iletişim odaklı, öngörülebilir ve kademeli patikalar tasarlanmalıdır.

3. Kur İstikrarının Bir Refah Aracı Olarak Korunması: Döviz kuru istikrarı sadece bir dış ticaret veya ihracat rekabeti konusu olarak görülmemeli, özellikle yüksek ithalat bağımlılığına ve dış borca sahip ülkelerde satın alma gücünü koruyan 'kamusal bir refah malı' olarak hedeflenmelidir.

4. Sosyal Odaklı Mali Konsolidasyon: Hazine ve maliye otoriteleri, bütçe açıklarını kapatmak için uyguladıkları sıkı mali konsolidasyon programlarını acımasız ve radikal kesintilerle değil, toplumun en savunmasız katmanlarının yararlandığı sosyal güvenlik ağlarını ve temel kamu hizmetlerini koruyacak şekilde, zamana yayarak planlanmalıdır.

5. Yapısal İnsani Gelişme Yatırımları: Makroekonomik tartışmaların ve bütçe planlamalarının yalnızca GSYH hedefleri etrafında dönmesi engellenmeli, İnsani Gelişme Endeksi ile ölçülen sağlık, bilgi (eğitim) ve eşitliğe dayalı yapısal kalkınma projelerine mali bütçelerde dokunulmazlık statüsü verilmelidir.

Sonuç olarak, makroekonomik politika mimarisinin GSYH merkezli sığ ekseninden kurtarılıp, İyi Oluş İçin Düzeltilmiş Yaşam Yılları (WELLBYs) gibi daha kapsayıcı metriklerle entegre edilmesi gerekmektedir. Layard (2016), kamu politikalarının maliyet-etkinlik analizlerinde salt finansal tasarrufların yerine, müdahalelerin doğrudan bireylerin yaşam memnuniyeti üzerindeki net etkisini ölçen öznel refah odaklı bir değerlendirme sistemine geçilmesinin kritik olduğunu vurgulamaktadır. Uzun vadede ulusların mutluluğunu şekillendiren nihai güç, kısa vadeli bütçe oyunları değil, insana yapılan yapısal yatırımlardır. Gelecek araştırmaların, ulusal makro panellerin yanı sıra, enflasyon ve işsizlik şoklarının farklı gelir grupları (eşitsizlik) üzerindeki asimetrik etkilerini inceleyecek şekilde mikro düzeylere (hane halkı kırılımlarına) genişletilmesi elzemdir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür.

KAYNAKÇA

Aysan, Ü. (2019). Avrupa refah rejimleri ve Türkiye'de öznel iyi oluş. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 39(1), 191-214.

- Baltagi, B. H. (2021). *Econometric analysis of panel data* (6. Basım). Cham: Springer.
- Bjørnskov, C., Dreher, A. and Fischer, J. A. V. (2007). The bigger the better? Evidence of the effect of government size on life satisfaction around the world. *Public Choice*, 130(3-4), 267-292.
- Bjørnskov, C., Dreher, A. and Fischer, J. A. V. (2008). Cross-country determinants of life satisfaction: Exploring different determinants across groups in society. *Social Choice and Welfare*, 30(1), 119-173.
- Blanchflower, D. G. (2007). Is unemployment more costly than inflation? (NBER Çalışma Tebliği No. 13505). National Bureau of Economic Research.
- Blecker, R. A. (2023). How important is the real exchange rate for exports and growth? *European Journal of Economics and Economic Policies: Intervention*, 20(2), 250-265.
- Bowman, J. (2023). Whose unemployment hurts more? Joblessness and subjective well-being in U.S. married couples. *Social Science Research*, 111, 102795.
- Breusch, T. S. and Pagan, A. R. (1980). The Lagrange multiplier test and its applications to model specification in econometrics. *Review of Economic Studies*, 47(1), 239-253.
- Cantril, H. (1965). *The pattern of human concerns*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Clark, A. E. and Oswald, A. J. (1994). Unhappiness and unemployment. *Economic Journal*, 104(424), 648-659.
- Clark, A. E., Georgellis, Y. and Sanfey, P. (2001). Scarring: The psychological impact of past unemployment. *Economica*, 68(270), 221-241.
- Cooper, R. N. (1999). Exchange rate choices. *Federal Reserve Bank of Boston Conference Series*, 43, 99-136.
- Delgado-Rodríguez, M. J., Pinto Hernández, F. and Tailbot, K. (2024). Has Covid-19 left an imprint on our levels of life satisfaction? Empirical evidence from the Netherlands. *Heliyon*, 10(15), e35494.
- Di Tella, R., MacCulloch, R. J. and Oswald, A. J. (2001). Preferences over inflation and unemployment: Evidence from surveys of happiness. *American Economic Review*, 91(1), 335-341.
- Di Tella, R., MacCulloch, R. J. and Oswald, A. J. (2003). The macroeconomics of happiness. *Review of Economics and Statistics*, 85(4), 809-827.
- Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3), 542-575.
- Driscoll, J. C. and Kraay, A. C. (1998). Consistent covariance matrix estimation with spatially dependent panel data. *Review of Economics and Statistics*, 80(4), 549-560.
- Easterlin, R. A. (1974). Does economic growth improve the human lot? Some empirical evidence. (Editörler) David, P. A. and Reder, M. W.: Nations and households in economic growth: Essays in honor of Moses Abramovitz içinde (ss. 89-125). New York: Academic Press.
- Easterlin, R. A. (1995). Will raising the incomes of all increase the happiness of all? *Journal of Economic Behavior & Organization*, 27(1), 35-47.
- Easterlin, R. A. and O'Connor, K. J. (2022). The Easterlin paradox. (Editör) Zimmermann, K. F.: Handbook of labor, human resources and population economics içinde (ss. 1-25). Cham: Springer.
- Easterlin, R. A. and O'Connor, K. J. (2023). Three years of COVID-19 and life satisfaction in Europe: A macro view. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 120(19), e2300717120.

- Eberl, A., Collischon, M. and Wolbring, T. (2023). Subjective well-being scarring through unemployment: New evidence from a long-running panel. *Social Forces*, 101(3), 1485-1518.
- Eklou, K. M. and Fall, M. (2020). The (subjective) well-being cost of fiscal policy shocks (IMF Çalışma Tebliği No. 20/5). Washington: International Monetary Fund.
- El-Jahel, L., MacCulloch, R. and Shafiee, H. (2022). How does monetary policy affect welfare? Some new estimates using data on life evaluation and emotional well-being. *Journal of Money, Credit and Banking*, 55(8), 2001-2028.
- Flavin, P., Pacek, A. C. and Radcliff, B. (2014). Assessing the impact of the size and scope of government on human well-being. *Social Forces*, 92(4), 1241-1258.
- Frey, B. S. and Stutzer, A. (2002). What can economists learn from happiness research? *Journal of Economic Literature*, 40(2), 402-435.
- Friehe, T. and Pfeifer, C. (2025). Unemployment's life-satisfaction cost and loneliness. *Journal of Happiness Studies*, 26(6), 1-27.
- Gedikli, C., Miraglia, M., Connolly, S., Bryan, M. and Watson, D. (2023). The relationship between unemployment and wellbeing: An updated meta-analysis of longitudinal evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 32(1), 128-144.
- Graafland, J. and Lous, B. (2019). Income inequality, life satisfaction inequality and trust: A cross-country panel analysis. *Journal of Happiness Studies*, 20(6), 1717-1737.
- Hausman, J. A. (1978). Specification tests in econometrics. *Econometrica*, 46(6), 1251-1271.
- Helliwell, J. F. (2003). How's life? Combining individual and national variables to explain subjective well-being. *Economic Modelling*, 20(2), 331-360.
- Helliwell, J. F., Layard, R., Sachs, J. D., De Neve, J.-E., Aknin, L. B. and Wang, S. (Ed.). (2024). World Happiness Report 2024. Wellbeing Research Centre, University of Oxford.
- Hoechle, D. (2007). Robust standard errors for panel regressions with cross-sectional dependence. *Stata Journal*, 7(3), 281-312.
- Huseynli, B. (2026). Panel Method Analysis of the Causal Relationship Between Tax Revenues and Employment in Terms of Sustainable Tourism Earnings. *Acta Polytechnica Hungarica*, 23(6), 49-66.
- Huseynli, N. (2025). South Africa's Tourism Sector: Job Creation and Employment Analysis Using the Least Squares Method. *Finance: Theory and Practice*, 29(3), 83-89.
- Huseynli, N. and Huseynli, B. (2023). Panel Analysis on the Tourism Sector of Selected Mediterranean Countries. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 51(4spl), 1757-1764.
- IMF. (2024). General government net lending/borrowing. [Online] https://www.imf.org/external/datamapper/GGXCNL_NGDP@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD [Erişim Tarihi: 06.07.2026].
- Kaiser, B. (2014). rhausman: Stata module to perform Robust Hausman Test. Statistical Software Components, Boston College Department of Economics.
- Koivula, A., Laaninen, M. and Niemelä, M. (2025). Changes in subjective well-being and its mechanisms during times of crises in Finland. *Social Indicators Research*, 178, 567-589.
- Layard, R. (2005). *Happiness: Lessons from a new science*. London: Penguin.

- Layard, R. (2016). Measuring wellbeing and cost-effectiveness analysis: Using subjective wellbeing. London: What Works Centre for Wellbeing.
- Layard, R. and De Neve, J. E. (2023). Wellbeing: Science and policy. Cambridge: Cambridge University Press.
- Leblang, D., Smith, M. D. and Wesselbaum, D. (2025). Does inflation affect well-being? *Empirical Economics*, 69, 1527-1549.
- Liu, J., Li, J., Bai, R. and Yu, X. (2025). Trade openness and individual happiness: Who benefits the most? *Applied Economics*. 58(21), 4151-4168.
- Nordheim, O. and Martinussen, P. E. (2020). Happiness and the role of social protection: How types of social spending affected individuals' life satisfaction in OECD countries, 1980-2012. *Journal of International and Comparative Social Policy*, 36(1), 1-24.
- OECD. (2024a). Society at a Glance 2024: OECD social indicators. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2024b). Short-term interest rates. [Online] <https://www.oecd.org/en/data/indicators/short-term-interest-rates-forecast.html> [Erişim Tarihi: 06.07.2026].
- Our World in Data. (2024). Human Development Index (HDI). [Online] <https://ourworldindata.org/human-development-index> [Erişim Tarihi: 06.07.2026].
- Pak, T.-Y. and Choung, Y. (2024). When does government debt make people happier? Evidence from panel data of 125 countries. *Economics of Governance*, 25(1), 1-25.
- Pesaran, M. H. (2015). Testing weak cross-sectional dependence in large panels. *Econometric Reviews*, 34(6-10), 1089-1117.
- Rizkallah, W. W. A. (2023). The impact of fiscal policy on economic happiness: Evidence from the countries of the MENA region. *Review of Economics and Political Science*, 8(4), 271-289.
- Sacks, D. W., Stevenson, B. and Wolfers, J. (2010). Subjective well-being, income, economic development and growth (NBER Çalışma Tebliği No. 16441). National Bureau of Economic Research.
- Stevenson, B. and Wolfers, J. (2008). Economic growth and subjective well-being: Reassessing the Easterlin paradox. *Brookings Papers on Economic Activity*, 2008(1), 1-87.
- Tsai, M.-C. (2009). Market openness, transition economies and subjective wellbeing. *Journal of Happiness Studies*, 10(5), 523-539.
- UNDP. (2024). Human Development Report 2023/24: Breaking the gridlock-Reimagining cooperation in a polarized world. New York: United Nations Development Programme.
- Wooldridge, J. M. (2002). Econometric analysis of cross section and panel data. Cambridge: MIT Press.
- Wooldridge, J. M. (2010). *Econometric analysis of cross section and panel data* (2. Basım). Cambridge: MIT Press.
- World Bank. (2024a). Unemployment, total (% of total labor force) (modeled ILO estimate). [Online] <https://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.TOTL.ZS> [Erişim Tarihi: 06.07.2026].
- World Bank. (2024b). Official exchange rate (LCU per US\$, period average). [Online] <https://data.worldbank.org/indicator/PA.NUS.FCRF> [Erişim Tarihi: 06.07.2026].

World Bank. (2024c). Exports of goods and services (% of GDP). [Online] <https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.ZS> [Erişim Tarihi: 06.07.2026].

Yasım, Y. K. and Dünder, Ö. (2022). Socioeconomic factors affecting individuals' life satisfaction: Dynamic panel data analysis for selected OECD countries. *Journal of Management and Economics Research*, 20(3), 84-106.

Yin, R., Lepinteur, A., Clark, A. E. and D'Ambrosio, C. (2023). Life satisfaction and the Human Development Index across the world. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 54(2), 269-282.



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Turizm Alanında Öğrenim Gören Öğrencilerin Muhasebe Dersine Yönelik Tutumlarının İncelenmesi*

Öğr. Gör. Dr. Ayşe Gül GÖK, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Rektörlük Birimi, Antalya,
e-posta: ayse.gok@alanya.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3263-1213>

Öz

Turizm sektöründe artan rekabet, maliyet yönetimi ve sürdürülebilirlik gereksinimleri, muhasebe bilgisinin turizm eğitimi alan öğrenciler açısından stratejik bir yetkinlik olarak değerlendirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu araştırmanın amacı, turizm fakültesinde öğrenim gören ve muhasebe dersi alan öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumlarının belirlenmesidir. Bu çalışmada veri toplama sürecinde anket tekniğinden yararlanılmıştır. Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Turizm Fakültesinde muhasebe dersi alan 96 öğrenciye anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda öğrencilerin muhasebe dersine yönelik genel tutumlarının orta düzeyde olduğu belirlenmiştir. Tutum boyutları incelendiğinde bilişsel boyutun en yüksek, davranışsal boyutun ise en düşük ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir.

* Bu çalışma Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) tarafından desteklenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm İşletmeciliği, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Muhasebe, Tutum.

Makale Gönderme Tarihi: 13.07.2026

Makale Kabul Tarihi: 04.09.2026

Önerilen Atıf:

Gök, A. G. (2026). Turizm Alanında Öğrenim Gören Öğrencilerin Muhasebe Dersine Yönelik Tutumlarının İncelenmesi, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(9): 576-596.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2026, 9(9): 576-596. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2026.1680>

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



RESEARCH PAPER

Examining The Attitudes of Tourism Students Toward Accounting Courses

Dr. Ayşe Gül GÖK, Alanya Alaaddin Keykubat University, Rectorate Unit, Antalya, e-mail: ayse.gok@alanya.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3263-1213>

Abstract

The increasing competition, cost management requirements, and sustainability concerns in the tourism sector have made accounting knowledge a strategic competency for students receiving tourism education. The purpose of this study is to determine the attitudes of tourism faculty students who have taken accounting courses toward accounting. A questionnaire was employed as the data collection instrument in the study. The survey was administered to 96 students enrolled in the Faculty of Tourism at Alanya Alaaddin Keykubat University who had taken an accounting course. The findings revealed that the students' overall attitudes toward the accounting course were at a moderate level. When the attitude dimensions were examined, the cognitive dimension had the highest mean score, whereas the behavioral dimension had the lowest mean score.

Keywords: Tourism Management, Gastronomy and Culinary Arts, Accounting, Attitude.

Received: 13.07.2026

Accepted: 04.09.2026

Suggested Citation:

Gök, A. G. (2026). Examining The Attitudes of Tourism Students Toward Accounting Courses, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 9(9): 576-596.

GİRİŞ

Muhasebe, işletmenin finansal yapısını yansıtan mali işlemlerin tanımlanarak sınıflandırılması, özetlenmesi, analiz edilmesi ve raporlanması süreci olarak ifade edilmektedir (Shim ve Siegel, 1999). Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler, dijital dönüşüm ve değişen sektör dinamikleri muhasebe uygulamalarının kapsamını ve işlevlerini sürekli olarak geliştirmektedir (Jackson vd., 2023). Bu gelişmelere paralel olarak muhasebe bilgi sistemleri bilgi kullanıcılarının doğru ve etkin karar almasını destekleyen finansal verilerin toplanması, işlenmesi, depolanması ve ilgili kullanıcılara iletilmesini sağlayan sistemler olarak tanımlanmaktadır (Tekşen ve Kalkan, 2012). Muhasebe bilgi sistemi, işletme faaliyetlerinin planlanması, yürütülmesi ve denetlenmesi süreçlerinde ihtiyaç duyulan finansal bilgileri işletme içi ve işletme dışındaki bilgi kullanıcılarına sunan önemli bir bilgi sistemidir (Civan ve Kara, 2003).

Muhasebe bilgi sistemleri, muhasebe süreçlerinin otomatikleştirilmesine ve daha verimli yürütülmesine katkı sağlarken (Romney ve Steinbart, 2014; Momoh, 2023), aynı zamanda işletme yönetimine doğru, güvenilir ve zamanında bilgi sunarak planlama, kontrol, karar alma ve denetim süreçlerini desteklemektedir. Muhasebe bilgilerinin özellikle işletme kontrolü ve yönetsel karar alma süreçlerinde kullanılması, muhasebeyi işletme yönetiminin temel bilgi kaynaklarından biri hâline getirmektedir (Kosarkoska, 2016). İşletme yöneticileri faaliyetleri sırasında farklı alternatifler arasından seçim yapmak durumunda kaldıklarından, doğru kararların alınabilmesi büyük ölçüde güvenilir ve zamanında üretilen muhasebe bilgilerine bağlıdır. Bu nedenle muhasebe bilgi sistemleri, yöneticilerin ihtiyaç duyduğu finansal bilgileri sağlayarak işletmelerin etkin ve verimli yönetilmesinde önemli bir rol üstlenmektedir.

Tüm sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de muhasebe bilgi sistemleri; finansal işlemlerin doğru bir şekilde kayıt altına alınması, maliyetlerin kontrol edilmesi, bütçeleme, fiyatlandırma, pazarlama ve yönetim kararlarının desteklenmesi açısından önemli bir rol üstlenmektedir (Tek ve Dalkılıç, 2011; Kırılı vd., 2012). Başka bir ifadeyle işletmelerin günlük faaliyetlerinin yürütülmesi ve stratejik kararların alınmasında temel bilgi kaynaklarından biri olarak görülmektedir (Burgess, 2007). Bu doğrultuda turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin etkin bir şekilde yönetilmesi ve kontrolünün sağlanabilmesi için işletmelerde görev yapan yöneticilerin finansal bilgiye sahip olmaları beklenmektedir (Scapens ve Jazayeri, 2003). Bu nedenle maliyet kontrolü, bütçeleme ve finansal analiz gibi muhasebe bilgi ve becerileri turizm sektöründe görev alacak mezunlar açısından giderek daha önemli hâle gelmektedir (Gibson, 2004).

Turizm sektörünün dinamik yapısı ve hızla değişen iş ortamı, yükseköğretim kurumlarında uygulanan öğretim programlarının sektörün beklentilerine uygun olarak sürekli güncellenmesini gerekli kılmaktadır (Luka ve Donina, 2012). Bu kapsamda, turizm alanında öğrenim gören öğrencilere muhasebe dersleri verilmekte; öğrencilerin finansal olayları analiz edebilme, mali tabloları yorumlayabilme, maliyetleri değerlendirebilme ve yönetsel karar süreçlerine katkı sağlayabilme yeterliliklerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Muhasebe eğitimi yalnızca teorik bilgilerin kazandırılmasını değil, aynı zamanda öğrencilerin mesleki yaşamlarında ihtiyaç duyacakları analitik düşünme ve problem çözme becerilerinin geliştirilmesini de hedeflemektedir.

Muhasebe dersleri, turizm öğretim programlarında bağımsız bir disiplin olarak değil, işletme yönetiminin diğer fonksiyonlarıyla bütünleşik şekilde ele alınmaktadır. Bu kapsamda muhasebe eğitiminin temel amacı, öğrencilere muhasebe ilkeleri ve tekniklerini yalnızca kayıt düzeni açısından öğretmek değil; finansal bilgileri yorumlayabilme, değerlendirebilme ve yönetsel karar alma süreçlerinde etkin biçimde kullanabilme becerisi kazandırmaktır. Bu nedenle muhasebe derslerinde finansal raporların anlaşılması, yorumlanması ve işletme kararlarında

kullanılmasına yönelik bilgi ve becerilerin geliştirilmesi hedeflenmektedir. Turizm eğitiminin temel amacı, sektörün ihtiyaç duyduğu bilgi, beceri ve yetkinliklere sahip bireyler yetiştirmektir. Ancak turizm sektörünün sürekli değişen ve gelişen yapısı, öğretim programlarının da sektörün beklentilerine uygun biçimde sürekli güncellenmesini gerekli kılmaktadır. Bu doğrultuda turizm eğitimi, yalnızca mesleki bilgi kazandırmayı değil, aynı zamanda öğrencilerin iletişim kurma, ekip çalışması, analitik düşünme, problem çözme ve karar verme becerilerini geliştirmeyi de hedeflemektedir. Bu nedenle turizm öğretim programları; işletme, muhasebe, finans, pazarlama, hukuk ve yönetim gibi farklı disiplinleri bir araya getiren çok disiplinli bir yapıya sahiptir (Kosarkoska, 2016).

Turizm öğretim programlarının önemli bileşenlerinden biri olan muhasebe dersleri, öğrencilerin sektörün ihtiyaç duyduğu mesleki yeterlilikleri geliştirmeyi de amaçlamaktadır. Bu doğrultuda muhasebe dersleri, turizm alanında öğrenim gören öğrencilerin finansal bilgileri yönetsel karar alma süreçlerinde kullanabilmelerini sağlayacak temel bilgi ve becerileri kazandırmayı amaçlamaktadır (Hossain vd., 2008). Ancak turizm sektörünün uygulama ağırlıklı yapısı nedeniyle öğrenciler daha çok uygulamalı derslere ve sektör stajlarına yönelmekte (Shah vd., 2013; Srinivasan ve Karmakar, 2014), bu durum muhasebe ve finans gibi teorik derslere yönelik ilginin görece daha düşük olmasına neden olabilmektedir (Norton, 2014).

Öğrencilerin muhasebe derslerinde edindikleri öğrenme deneyimleri, muhasebe eğitime ve muhasebe mesleğine ilişkin algılarından etkilenebilmektedir (Mladenovic, 2000). Öğrencilerin muhasebe dersine yönelik algı ve tutumlarının belirlenmesi, öğrenme süreçlerinin daha iyi anlaşılmasına ve akademik başarılarını etkileyen faktörlerin ortaya konulmasına katkı sağlamaktadır (Abraham, 2006). Özellikle zorunlu muhasebe derslerinde öğrencilerin öğrenme deneyimlerinin belirlenmesi, öğretim sürecinin geliştirilmesi ve öğrenme ortamının iyileştirilmesi açısından önem taşımaktadır. Dolayısıyla turizm alanında öğrenim gören öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumlarının belirlenmesi, muhasebe eğitiminin etkinliğinin değerlendirilmesi ve öğretim süreçlerinin geliştirilmesi açısından önem arz etmektedir. Bu araştırmanın amacı, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Turizm Fakültesinde eğitim gören öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumlarını bilişsel, duyuşsal ve davranışsal boyutlar kapsamında değerlendirmek ve bu boyutların cinsiyet, öğrenim görülen bölüm, muhasebe dersi başarı notu ve genel not ortalaması değişkenlerine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemektir. Turizm alanında öğrenim gören öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumlarını ele alan çalışmaların sınırlı olması nedeniyle, bu araştırmanın ilgili literatürdeki boşluğun giderilmesine katkı sağlaması beklenmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Bacak ve Şenel (2025), muhasebe dersi alan öğrencilerin adli muhasebe kavramına yönelik ilgi ve farkındalık düzeylerini Sivas Cumhuriyet Üniversitesi örneğinde incelemiştir. Bulgular, eğitim düzeyi ve genel not ortalaması arttıkça adli muhasebeye yönelik ilgi ve farkındalığın yükseldiğini, cinsiyete göre ise anlamlı bir farklılık bulunmadığını göstermektedir. Öğrencilerin çoğu adli muhasebe hakkında yeterli bilgiye sahip olmamakla birlikte, bu alanın faydalı olduğunu ve müfredata dahil edilmesi gerektiğini düşünmektedir. Beatson ve diğerleri (2025), birinci sınıf muhasebe öğrencilerinin öz yeterlilik inançlarının kaynaklarını incelemiş ve bu kaynakların cinsiyete göre farklılaşp farklılaşmadığını analiz etmiştir. Çalışma, 184 öğrenciden elde edilen verilerle öz yeterliliğin dört temel kaynağını (eylemsel ustalık deneyimi, sözel ikna, dolaylı deneyim, fizyolojik ve duygusal durumlar) ele almaktadır. Bulgular, erkek öğrencilerin öz yeterliliklerinin daha çok önceki deneyimler ile fizyolojik ve duygusal durumlardan etkilendiğini, kadın öğrencilerin ise önceki deneyimlerin yanı sıra özellikle sözel iknadan daha

fazla etkilendiğini göstermektedir. Kaplan ve Samuels (2025), lisansüstü muhasebe eğitime devam etmeyi planlayan ve planlamayan son sınıf muhasebe öğrencilerini karşılaştırmalı olarak incelemiştir. Bulgular, iki grup arasında demografik özellikler açısından sınırlı farklılık bulunduğunu; lisansüstü eğitime devam etmeyi planlayan öğrencilerin maliyet-fayda algılarının daha olumlu olduğunu ve kariyer getirilerini daha yüksek değerlendirdiklerini göstermektedir. Tunçer (2025), Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İİBF'de muhasebe dersi alan öğrencilerin muhasebe derslerine yönelik olumlu ve olumsuz tutumlarını incelemiştir. Bulgular, İşletme Bölümü öğrencilerinin muhasebe derslerine bakış açılarının diğer bölümlere kıyasla daha olumlu olduğunu göstermektedir. Süklüm Eser (2025), muhasebe dersi alan öğrencilerin muhasebenin dijitalleşmesine yönelik algılarını incelemiştir. Anket yöntemiyle elde edilen bulgular, öğrencilerin dijitalleşmeye ilişkin algılarının bölüm, cinsiyet, sınıf düzeyi ve genel not ortalamasına göre anlamlı bir farklılık göstermediğini ortaya koymuştur. Uygur (2025), muhasebe dersinde başarıyı etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla bir ölçek geliştirmiştir. Yedi farklı bölgedeki üniversitelerde muhasebe dersi alan 504 öğrenciden elde edilen verilerle yapılan analizler sonucunda, öğretim elemanının etkisi ve öğrencinin derse yönelik algısının başarıyı pozitif yönde etkilediği; çevresel faktörlerin ise başarı üzerinde negatif etkisi olduğu tespit edilmiştir. Baker ve Wick (2020), lisans düzeyindeki muhasebe öğrencilerinin muhasebe araştırması ve teorisi dersine yönelik algılarını incelemiştir. Bulgular, söz konusu dersin öğrencilerin muhasebe araştırmalarına ve teorilerine olan ilgisini artırdığını, muhasebeye ilişkin genel anlayışlarını geliştirdiğini ve akademik kariyer yapma eğilimlerini güçlendirdiğini göstermektedir. Yılmaz ve Şahin (2017), muhasebe eğitimi alan öğrencilerin yeşil muhasebeye yönelik algı ve farkındalık düzeylerini değerlendirmiştir. Araştırmada anket yoluyla toplanan verilerin istatistiksel olarak analiz edilmesi sonucunda, staj ya da iş deneyimi bulunan öğrencilerin yeşil muhasebe farkındalıklarının daha yüksek olduğu saptanmıştır. Ayrıca, bankacılık ve sigortacılık programında öğrenim gören öğrencilerin çevre bilinci düzeylerinin diğer programlardaki öğrencilere göre daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kızıl ve Gencer (2016), muhasebe eğitimi alan öğrencilerin akademik başarılarını etkileyen unsurları Yalova Üniversitesi İİBF öğrencileri üzerinde incelemiştir. Araştırma bulguları, öğretim elemanının dersi ilgi çekici hâle getirmesinin, uygulama ağırlıklı öğretim yaklaşımının ve derslere düzenli katılımın öğrenci başarısını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Buna karşılık, adil olmayan notlandırma, etkisiz öğretim yöntemleri, monoton ders işleyişi ve sınav sorularının yeterince açık olmaması öğrenci başarısını olumsuz etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Çalışma sonucunda, muhasebe eğitiminde öğretim sürecinin niteliğinin öğrenci başarısı üzerinde belirleyici bir rol üstlendiği ifade edilmiştir. Yıldırım (2015), Erzincan Üniversitesi Hukuk Fakültesinde genel muhasebe dersini alan öğrencilerin derse yönelik beklenti ve başarı düzeylerini incelemiştir. Araştırmada anket tekniğiyle toplanan veriler t-testi kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonuçları, öğrencilerin cinsiyetleri bakımından başarı ile derse ilişkin algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığını göstermiştir. Buna karşın, beklenen ve alınan ders notları açısından kadın öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık belirlenmiştir. Ertuğrul ve Özdemir (2014), ön lisans ve lisans düzeyinde muhasebe dersi alan öğrencilerin derse yönelik tutumlarını Ege Bölgesi örnekleminde incelemiştir. Faktör analizi sonuçlarına göre öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumları; gereksiz ve sıkıcı algısı, isteklilik, gereklilik, isteksizlik ve amaçsızlık olmak üzere beş boyutta sınıflandırılmıştır. Maksy (2012) yapmış olduğu çalışmada, üst düzey lisans muhasebe dersleri alan öğrencilerin akademik performansını etkileyen faktörleri incelemiştir. Çalışma neticesinde, öğrencilerin dersten almak istedikleri notun başarıyla anlamlı biçimde ilişkili olduğunu; ancak yeminli mali müşavir sınavına girme niyeti ve lisansüstü eğitim planlarının öğrenci performansı üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığını göstermektedir. Ayrıca çalışma saatleri, dönemlik ders yükü ve muhasebe dışı işlerde çalışmanın öğrenci başarısını olumsuz yönde etkilemediği tespit edilmiştir. Manganaris ve Spathis (2012),

Yunanistan'da lisans düzeyinde öğrenim gören öğrencilerin muhasebe derslerine ve muhasebecilik mesleğine yönelik tutumlarını belirlemeyi amaçlamıştır. Toplam 231 anketin değerlendirildiği araştırma sonucunda, öğrencilerin muhasebecilik mesleğine karşı başlangıçta önyargılı oldukları, ancak muhasebeye giriş dersini tamamlamalarının ardından bu tutumun olumlu yönde değiştiği belirlenmiştir. Malthus ve Fowler (2009), Yeni Zelanda'da öğrencilerin muhasebe derslerine yönelik tutumlarını ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırma kapsamında öğrenciler, öğretim elemanları ve öğrencilerin kariyer planlamasında etkili olan kişilerle odak grup görüşmeleri ve mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Bulgular, öğrencilerin başlangıçta muhasebe dersini sıkıcı olarak değerlendirdiklerini, ancak eğitim sürecinin sonunda muhasebe ve muhasebecilik mesleğine yönelik daha olumlu bir tutum geliştirdiklerini göstermiştir. Kaya (2007), ilk kez muhasebe dersi alan öğrencilerin derse yönelik algılarını ele aldığı araştırmasında, öğrencilerin dönemin başlangıcında muhasebe dersine ilişkin genel olarak olumlu bir bakış açısına sahip olduklarını, ancak dönem sonunda bu olumlu algının olumsuz yönde değişim gösterdiğini belirlemiştir. Erol ve Erkan (2008), lisans düzeyinde muhasebe eğitimi gören öğrencilerin akademik başarılarını etkileyen unsurları incelemiştir. Araştırma sonuçları, öğrencilerin mezun oldukları lise türüne bağlı olarak hem muhasebe dersine ilişkin tutumlarında hem de başarı düzeylerinde anlamlı farklılıklar bulunduğunu ortaya koymuştur. Elias (2005), muhasebe giriş derslerini alan üniversite öğrencilerinin derse yönelik çalışma yaklaşımlarını incelemiştir. Çalışma neticesinde, derin öğrenme yaklaşımının genel not ortalaması ve beklenen ders notu ile pozitif ilişkili olduğunu, yüzeysel öğrenme yaklaşımının ise başarıyla negatif ilişkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca kadın öğrenciler, daha ileri yaşta ve üst sınıflardaki öğrencilerin derin öğrenme yaklaşımını daha fazla benimsediği tespit edilmiştir. Bergin (1983), üniversite düzeyindeki ilk finansal muhasebe dersinde öğrencilerin performansını, daha önce muhasebe eğitimi almış olanlar ile almamış olanlar arasında karşılaştırmıştır. Bulgular, önceki muhasebe eğitiminin dersin başlangıç aşamasında performansı olumlu etkilediğini; ancak ders içeriği zorlaştıkça bu öğrencilerin performansının görece düştüğünü göstermektedir. Dönem sonunda toplam başarı açısından iki grup arasında anlamlı bir fark bulunmamakla birlikte, ders sürecindeki performans farklılıklarının göz ardı edilmemesi gerektiği vurgulanmaktadır.

Literatürde yer alan çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde, muhasebe dersine yönelik tutumların öğrencilerin bireysel ve akademik özelliklerine göre farklılık gösterebildiği görülmektedir. Özellikle bölüm, akademik başarı, genel not ortalaması, öğretim süreci ve dersin işleniş biçimi gibi değişkenlerin öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumları üzerinde etkili olabileceği ifade edilmektedir. Bununla birlikte, cinsiyet gibi bazı değişkenlere ilişkin araştırmalarda farklı sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Ayrıca muhasebe eğitime yönelik olumlu öğrenme deneyimlerinin öğrencilerin derse ve muhasebe mesleğine ilişkin tutumlarını güçlendirdiğini ortaya koyan çalışmalar da bulunmaktadır. Bu doğrultuda, muhasebe dersine yönelik tutumların farklı örneklem gruplarında incelenmesinin literatüre katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

METODOLOJİ

Turizm sektöründe işletmelerin finansal süreçlerinin etkin bir şekilde yönetilebilmesi açısından muhasebe eğitiminin verilmesi Turizm fakültesinde önemli bir yere sahiptir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Turizm Fakültesinde muhasebe dersi alan öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumlarını incelemektir.

Bu çalışmanın amaçlarına ulaşabilmek için aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H₁: "Öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumları, cinsiyet değişkenine bağlı olarak istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermektedir."

H₂: “Öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumları, öğrenim gördükleri bölümlere göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.”

H₃: “Öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumları, muhasebe dersinden aldıkları başarı notuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.”

H₄: “Öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumları, genel not ortalamalarına göre anlamlı biçimde farklılık göstermektedir.”

Bu amaç ve hipotezler çerçevesinde araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden anket yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Turizm Fakültesi bünyesinde öğrenim gören ve muhasebe dersi alan öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında muhasebe dersi almış Turizm İşletmeciliği Bölümünde öğrenim gören 120 ve Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümünde öğrenim gören 108 olmak üzere toplam 228 sınıf öğrencisi araştırma evrenini oluşturmaktadır. Araştırmada öğrencilerin katılımı gönüllülük esasına göre gerçekleştirilmiştir. Anket uygulaması yüz yüze yürütülmüş ve eksiksiz doldurulan 96 anket değerlendirmeye alınmıştır. Dolayısıyla araştırmanın örneklemini muhasebe dersini alan ve araştırmaya gönüllü olarak katılan 96 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmanın yalnızca Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Turizm Fakültesinde öğrenim gören öğrenciler ile yürütülmesi ve gönüllü katılım esasına dayanması araştırmanın temel sınırlılıkları olarak görülmektedir.

Araştırmada öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla Çelik ve Serinkan (2011) tarafından geliştirilen "Muhasebe Dersleri Tutum Ölçeği" kullanılmıştır. Uygulanan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik cinsiyet, yaş, bölüm, sınıf düzeyi, muhasebe dersi başarı harfi ve genel not ortalamasına ilişkin sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumlarını değerlendirmeyi amaçlayan ifadeler bulunmaktadır. Ölçek; bilişsel (8 madde), duyuşsal (7 madde) ve davranışsal (8 madde) olmak üzere üç boyuttan oluşmakta ve toplam 23 maddeden meydana gelmektedir. Ölçekte derecelendirme, "Kesinlikle Katılmıyorum", "Katılmıyorum", "Kararsızım", "Katılıyorum" ve "Kesinlikle Katılıyorum" seçeneklerinden oluşan beşli Likert ölçeği ile yapılmıştır.

Araştırma verilerinin toplanabilmesi amacıyla, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulundan 02/09 sayı ve 06.02.2026 tarihli etik kurul izni alınmış, ardından anketler yüz yüze uygulanmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen veriler SPSS Statistics 27 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. İlk aşamada katılımcıların demografik özelliklerini ortaya koymak amacıyla frekans ve yüzde analizleri gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin yapı geçerliliği Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ile, güvenilirliği ise Cronbach Alpha katsayısı kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezler %95 güven düzeyinde (%5 anlamlılık düzeyi) test edilmiştir. İki gruptan oluşan değişkenlerde (cinsiyet ve bölüm) grup ortalamalarının karşılaştırılmasında bağımsız örneklem t-testi, üç ve daha fazla gruptan oluşan değişkenlerde (muhasebe başarı notu ve genel not ortalaması) ise tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) uygulanmıştır. ANOVA analizinden önce varyansların homojenliği Levene testi ile değerlendirilmiş ve varyansların homojen olduğu durumlarda analiz sonuçları yorumlanmıştır. ANOVA sonucunda istatistiksel olarak anlamlı farklılık belirlenen analizlerde ise farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Tukey çoklu karşılaştırma testi uygulanmıştır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmanın bu bölümünde öncelikle katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular sunulmuş, ardından muhasebe dersine yönelik tutum ölçeğinin boyutlarına ait tanımlayıcı istatistikler değerlendirilmiştir. Son olarak araştırma hipotezlerinin test edilmesine yönelik istatistiksel analiz sonuçları açıklanmıştır.

Araştırmanın Güvenilirlik Testi

Güvenilirlik, bir ölçme aracının aynı özelliği benzer koşullar altında tekrar ölçtüğünde tutarlı ve birbirine yakın sonuçlar verebilme derecesini ifade etmektedir (Ercan ve Kan, 2004). Yapılan anket çalışmasının kendi içerisinde güvenilirliğini gösteren Cronbach Alpha değeri aşağıda Tablo 1’de hesaplanmıştır.

Tablo 1. Anketin Güvenilirlik Katsayısı

Güvenilirlik Analizi	
Cronbach's Alpha	Madde Sayısı (N)
,949	23

Tablo 1 incelendiğinde, Cronbach's Alpha değerinin 0,949 olduğu görülmektedir. Cronbach's Alfa Katsayısı 0 ile 1 arasında yer almaktadır. Tablo 2’de bu değerlerin düzeyleri sunulmaktadır.

Tablo 2. Güvenilirlik Düzeyleri

Cronbach's Alfa Katsayısı	Güvenilirlik Düzeyi
$0 \leq \alpha < 0,40$	Ölçek güvenilir değildir.
$0,40 \leq \alpha < 0,60$	Güvenilirlik düzeyi düşüktür.
$0,60 \leq \alpha < 0,80$	Güvenilirlik düzeyi yüksektir.
$0,80 \leq \alpha < 1$	Güvenilirlik düzeyi çok yüksektir

Kaynak: (Kalaycı, 2014: 405).

Tablo 2 incelendiğinde çalışmanın güvenilirlik değerinin $0,80 \leq \alpha < 1$ aralığında olduğu görülmektedir. Analiz sonucunda ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,949 olarak hesaplanmıştır. Bu değer 0,80’in üzerinde olduğundan ölçeğin güvenilirlik düzeyinin çok yüksek olduğu belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda araştırmada kullanılan 23 maddelik muhasebe dersine yönelik tutum ölçeğinin iç tutarlılığının yüksek olduğu ve analizlerde kullanılmasının uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik Özellikleri

Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi’nde yapılan araştırmaya katılan 96 öğrencinin demografik özellikleri Tablo 3’te sunulmaktadır.

Tablo 3 incelendiğinde, araştırmaya katılan 96 öğrencinin %67,7’sinin kadın, %32,3’ünün erkek olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların yaş aralığı incelendiğinde, büyük çoğunluğunun (%63,5) 17-19 yaş aralığında olduğu, %33,3’ünün 20-22 yaş aralığında ve %3,1’inin ise 23-25 yaş aralığında bulunduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin 47’sinin (%49,0) Turizm İşletmeciliği Bölümünde,

49'unun (%51,0) ise Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümünde öğrenim gördüğü belirlenmiştir. Öğrencilerin üniversite öncesi muhasebe eğitimi alma durumları incelendiğinde katılımcıların %95,8'inin herhangi bir muhasebe eğitimi almadığı, yalnızca %4,2'sinin muhasebe eğitimi aldığı görülmektedir. Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin %3,1'i lise düzeyinde, %1'i ise kurs vb. yollarla muhasebe eğitimi almıştır. Muhasebe dersi başarı notları değerlendirildiğinde öğrencilerin en yüksek oranda %22,9 ile CB notuna sahip olduğu, bunu %20,8 ile BA ve %16,7 ile AA notlarının takip ettiği görülmektedir. Genel not ortalamaları açısından öğrencilerin %39,6'sının 2,50-2,99 aralığında, %27,1'inin 3,00-3,49 aralığında ve %18,8'inin 3,50-4,00 aralığında olduğu belirlenmiştir. Muhasebe alanında staj veya iş deneyimi açısından öğrencilerin %96,9'unun herhangi bir deneyime sahip olmadığı, yalnızca %3,1'inin bu alanda deneyim sahibi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin %63,5'i muhasebe alanında kariyer yapmayı düşünmediğini belirtirken, %28,1'i kararsız olduğunu ve yalnızca %8,3'ü muhasebe ile ilgili bir kariyer hedeflediğini ifade etmiştir.

Tablo 3. Öğrencilere İlişkin Demografik Özellikler

		Frekans (Sayı)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	65	67,7
	Erkek	31	32,3
Yaş Aralığı	17-19	61	63,5
	20-22	32	33,3
	23-25	3	3,1
Bölüm	Turizm İşletmeciliği	47	49
	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	49	51
Üniversite Öncesinde Muhasebe Eğitimi Alıp Almadığı Durumu	Evet	Lise :3 Kurs vb :1	4,2
	Hayır	92	95,8
Muhasebe Dersi Harf Notu	AA (Mükemmel)	16	16,7
	BA (Çok iyi)	20	20,8
	BB (İyi)	12	12,5
	CB (Orta)	22	22,9
	CC (Yeterli)	15	15,6
	DC-DD (Şartlı Başarılı)	4	4,2
	FD-FF (Başarısız)	7	7,3
Genel Not Ortalaması	0,00-1,99	3	3,1
	2,00-2,49	11	11,5
	2,50-2,99	38	39,6
	3,00-3,49	26	27,1
	3,50-4,00	18	18,8
Muhasebe ile İlgili Staj/İş Deneyimi	Evet	3	3,1
	Hayır	93	96,9
Muhasebe ile İlgili Kariyer Düşüncesi	Evet	8	8,3
	Hayır	61	63,5
	Kararsızım	27	28,1

Faktör Analizi

Araştırmada kullanılan muhasebe dersine yönelik tutum ölçeğinin yapı geçerliliğini değerlendirmek amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanmıştır. Faktör analizine geçmeden önce veri setinin faktör analizine uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik testi ve Bartlett Küresellik Testi ile incelenmiştir. Ardından ölçeğin faktör yapısı belirlenmiş ve elde edilen faktör yükleri ile açıklanan toplam varyans değerleri değerlendirilmiştir. Ölçek daha önce geliştirilmiş ve geçerliliği doğrulanmış bir ölçek

olduğundan, sonraki analizlerde ölçeğin özgün boyut yapısı (bilişsel, duyuşsal ve davranışsal) esas alınmıştır.

KMO ve Bartlett's Testi

Faktör analizi, çok sayıda değişkenin daha az sayıda temel faktör ile açıklanıp açıklanamayacağını belirlemeye yönelik kullanılan çok değişkenli istatistiksel yöntemlerden biridir (Alpar, 2012). Bu doğrultuda, çalışmada yer alan değişkenlerin birbirleriyle ilişkili yapılarının ortaya çıkarılması ve bu yapıların daha az sayıda yeni değişken altında toplanabilmesi amacıyla faktör analizinden yararlanılmıştır. Verilerin faktör analizine uygunluğunu belirlemek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik testi ve Bartlett Küresellik Testi uygulanmıştır. Bartlett testinin anlamlılık değerinin 0,05'ten küçük olması, değişkenler arasında faktör analizi yapılabilecek düzeyde ilişki bulunduğunu göstermektedir. KMO testi ise örneklem yeterliliğini ölçmekte ve faktör analizinin uygulanabilirliğini değerlendirmektedir. KMO değerinin 0,80'in üzerinde olması faktör analizi açısından oldukça iyi, 0,60'ın üzerinde olması ise yeterli kabul edilmektedir. KMO değeri 1'e yaklaştıkça veri setinin faktör analizine uygunluğu artmaktadır (Alpar, 2012).

Tablo 4. KMO ve Bartlett Testi Sonuçları

Test		Değer
KMO Örneklem Yeterlilik Katsayısı		0,892
Bartlett's Testi	Ki-Kare Değeri	1788,461
	Serbestlik Derecesi (df)	253
	Anlamlılık Düzeyi (p)	0,000

Tablo 4 incelendiğinde, KMO örneklem yeterlilik katsayısının 0,892 olduğu ve Bartlett Küresellik Testi sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($p < 0,001$). Bu sonuçlar, veri setinin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir.

Değişkenlerin Faktör Yükleri (Varimax Yöntemi)

Faktör analizi sonucunda değişkenlerin faktör yükleri, ilgili faktörü temsil etme düzeyini göstermektedir. Buna göre, %71 ve üzerindeki faktör yükleri mükemmel, %63 ve üzerindikiler çok iyi, %55 ve üzerindikiler iyi, %45 ve üzerindikiler ise makul olarak değerlendirilmektedir. %32'nin altındaki yükler zayıf kabul edilirken, yorumlamalarda genel olarak %32 ve üzeri faktör yüküne sahip değişkenler dikkate alınmaktadır (Tabachnick ve Fidell, 2013). Yapılan faktör analizinde elde edilen sonuçlar Tablo 5'te sunulmaktadır.

Tablo 5 incelendiğinde, tüm maddelerin 0,50'nin üzerinde faktör yüküne sahip olduğu görülmektedir. Tabachnick ve Fidell'e (2013) göre 0,71 ve üzerindeki yükler mükemmel, 0,63 ve üzerindeki yükler çok iyi, 0,55 ve üzerindeki yükler iyi, 0,45 ve üzerindeki yükler ise kabul edilebilir düzeyde değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda elde edilen faktör yüklerinin ölçeğin yapı geçerliliğini desteklediği söylenebilir. Araştırmada kullanılan ölçek daha önce geliştirilmiş ve geçerliliği doğrulanmış bir ölçek olduğundan, sonraki analizlerde ölçeğin geliştirildiği özgün boyut yapısı (bilişsel, duyuşsal ve davranışsal) esas alınmıştır. Bu nedenle faktör analizi sonucunda maddelerin faktörlere dağılımı raporlanmakla birlikte, tanımlayıcı istatistikler ve hipotez testlerinde ölçeğin özgün boyut yapısı esas alınmıştır.

Tablo 5. Değişkenlerin Faktör Yükleri (Varimax Yöntemi)

Değişkenler	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3
Faktör 1			
Muhasebe zevklidir ve beni motive eder.	0,820		
Muhasebe derslerinden zevk alırım.	0,818		
Muhasebe sevdiğim dersler arasındadır.	0,818		
Muhasebe derslerini severim.	0,791		
Muhasebe ödevlerini yaparken panik olmam.	0,788		
Muhasebe derslerini çalışırken çok rahat ve sakinim.	0,762		
Muhasebe çalışırken kaygılı olmam.	0,761		
Muhasebe alanında iddialıyım.	0,760		
Muhasebe derslerinde konuların işleniş yöntemlerini seviyorum.	0,635		
Muhasebe çalışmayı isterim.	0,613		
Yeni bir muhasebe problemiyle uğraşırken kendimi rahat hissedirim.	0,581		
Muhasebeyle ilgili problemleri çözmeye çalışırım.	0,569		
Faktör 2			
Muhasebe çalışmaya başlayınca bırakamam.		0,724	
Muhasebe becerilerimi geliştirmeyi ve bu konuda daha çok çalışmayı isterim.		0,649	
Daha fazla muhasebe bilgisi edinmeye çalışırım.		0,637	
Yarım kalan muhasebe sorunlarıyla uğraşmak bana zevk verir.		0,592	
Genelde okulda muhasebe çalışmayı severim.		0,574	
Muhasebe dersi mezuniyetten sonra çalışmayı düşündüğüm meslek için gereklidir.		0,547	
Faktör 3			
Muhasebe öğrenmek iş imkanlarını artırır.			0,843
Muhasebe dersinde öğretilenler çalışma yaşamı için gereklidir.			0,823
Muhasebe dersi seçtiğim bölüm için gereklidir.			0,751
Muhasebe öğrenmek zahmete değer.			0,733
Muhasebeyi hayatım boyunca birçok yerde kullanacağım.			0,704

Muhasebe dersine yönelik tutumları ölçen üç faktörün toplam varyansları Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6. Açıklanan Toplam Varyans

Faktör	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)
Faktör 1	11,219	48,776
Faktör 2	2,926	12,721
Faktör 3	1,228	5,341
Toplam		66,839

Tablo 6 incelendiğinde, açımlayıcı faktör analizi sonucunda muhasebe dersine yönelik tutumları ölçen 23 ifadeye uygulanan faktör analizi sonucunda özdeğeri 1’in üzerinde olan üç faktör elde edilmiştir. Üç faktörün toplam varyansın %66,839’unu açıkladığı belirlenmiştir. Sosyal bilimlerde toplam açıklanan varyans oranının %60’ın üzerinde olması “yeterli” kabul edildiğinden (Abu-Bader, 2021), elde edilen bu sonuç ölçeğin yapı geçerliliğini desteklemekte ve üç faktörlü yapının veriyi yeterli düzeyde açıkladığını göstermektedir.

Tutum Öğelerinin Ortalama ve Standart Sapmalarının İncelenmesi

Tutum öğelerinin duyarlılık düzeylerinin derecelendirilmesine yönelik oluşturulan ölçek seçenekleri ve puan aralıkları Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7. Ölçek Seçenekleri ve Puan Aralıkları

Seçenekler/ Verilen Puanlar	Puan Aralığı	Duyarlılık Düzeyi
Kesinlikle Katılıyorum/5	4,20-5,00	Yüksek
Katılıyorum/4	3,40-4,19	İyi
Kararsızım/3	2,60-3,39	Orta
Katılmıyorum/2	1,80-2,59	Kötü
Kesinlikle Katılmıyorum/1	1,00-1,79	Düşük

Araştırmada bilişsel, duyuşsal ve davranışsal öğelere ilişkin ortalama ve standart sapmalar Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Tutum Öğelerinin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları

Tutum öğeleri	Önerme sayısı	Değişken ortalamalarının toplamı	Değişkenlerin aritmetik ortalaması ($\bar{X}$)	Standart sapma (SS)
Bilişsel	8	25,36	3,17	0,78
Duyuşsal	7	19,86	2,84	1,02
Davranışsal	8	21,73	2,72	0,89
Toplam	23	66,95	2,91	0,90

Tablo 8'de yer alan tanımlayıcı istatistik sonuçları incelendiğinde, öğrencilerin muhasebe dersine yönelik genel tutum puan ortalamasının 2,91 (SS=0,90) olduğu görülmektedir. Boyutlar arasında en yüksek aritmetik ortalama bilişsel boyutta ($\bar{X}$ =3,17; SS=0,78), en düşük aritmetik ortalama ise davranışsal boyutta ($\bar{X}$ =2,72; SS=0,89) elde edilmiştir. Duyuşsal boyutun aritmetik ortalaması 2,84 (SS=1,02) olarak hesaplanmıştır. Standart sapma değerleri incelendiğinde en düşük standart sapmanın bilişsel boyutta (SS=0,78), en yüksek standart sapmanın ise duyuşsal boyutta (SS=1,02) olduğu belirlenmiştir.

Tutum Öğelerinin Sıklıklarının İncelenmesi

Bilişsel Öğeler

Bilişsel boyuta ait maddelerin frekans ve yüzde dağılımları Tablo 9'da sunulmuştur.

Tablo 9. Bilişsel Öğeye İlişkin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları

Bilişsel Öğeler	Kesinlikle katılmıyorum (%)	Katılmıyorum (%)	Kararsızım (%)	Katılıyorum (%)	Kesinlikle katılıyorum (%)
Muhasebe zevklidir ve beni motive eder.	11,5	22,9	27,1	22,9	15,6
Muhasebe dersi seçtiğim bölüm için gereklidir.	6,3	9,4	22,9	47,9	13,5
Muhasebe alanında iddialıyım.	27,1	20,8	32,3	13,5	6,3
Muhasebe öğrenmek zahmete değer.	8,3	14,6	26,0	40,6	10,4
Muhasebe öğrenmek iş imkânlarını artırır.	6,3	7,3	16,7	42,7	27,1
Muhasebe dersinde öğretilenler çalışma yaşamı için gereklidir.	5,2	9,4	26,0	44,8	14,6
Muhasebeyi hayatım boyunca birçok yerde kullanacağım.	10,4	20,8	34,4	26,0	8,3
Muhasebe dersi mezuniyetten sonra çalışmayı düşündüğüm meslek için gereklidir.	18,8	18,8	32,3	26,0	4,2

Tablo 9 incelendiğinde bilişsel boyuta ilişkin ifadeler arasında "Muhasebe dersi seçtiğim bölüm için gereklidir" ifadesine katılıyorum diyen öğrencilerin oranının %47,9 ile en yüksek olduğu görülmektedir. Bunu %44,8 ile "Muhasebe dersinde öğretilenler çalışma yaşamı için gereklidir" ve %42,7 ile "Muhasebe öğrenmek iş imkânlarını artırır" ifadeleri izlemektedir. Buna karşılık, katılıyorum seçeneğinin en düşük olduğu ifade %13,5 ile "Muhasebe alanında iddialıyım" olurken, bunu %22,9 ile "Muhasebe zevklidir ve beni motive eder" ifadesi takip etmektedir.

Duyuşsal Öğeler

Duyuşsal boyuta ait maddelerin frekans ve yüzde dağılımları Tablo 10'da sunulmuştur.

Tablo 10 incelendiğinde, duyuşsal boyuta ilişkin ifadeler arasında "Muhasebe derslerinden zevk alırım" ifadesine katılıyorum diyen öğrencilerin oranının %27,1 ile en yüksek olduğu görülmektedir. Bunu %26,0 ile "Muhasebe derslerini severim" ve "Muhasebe sevdiğim dersler arasındadır" ifadeleri izlemektedir. Buna karşılık, katılıyorum seçeneğinin en düşük olduğu ifade

%17,7 ile "Muhasebe çalışırken kaygılı olmam" olurken, bunu %18,8 ile "Muhasebe çalışmayı isterim" ifadesi takip etmektedir.

Tablo 10. Duyuşsal Öğe Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları

Duyuşsal Öğe	Kesinlikle katılmıyorum (%)	Katılmıyorum (%)	Kararsızım (%)	Katılıyorum (%)	Kesinlikle katılıyorum (%)
Muhasebe derslerini severim.	14,6	22,9	22,9	26,0	13,5
Muhasebe çalışmayı isterim.	18,8	19,8	32,3	18,8	10,4
Muhasebe sevdiğim dersler arasındadır.	17,7	18,8	24,0	26,0	13,5
Muhasebe derslerinden zevk alırım.	16,7	18,8	26,0	27,1	11,5
Genelde okulda muhasebe çalışmayı severim.	27,1	22,9	25,0	19,8	5,2
Muhasebe çalışırken kaygılı olmam.	17,7	30,2	28,1	17,7	6,3
Muhasebe becerilerimi geliştirmeyi ve bu konuda daha çok çalışmayı isterim.	13,5	24,0	32,3	20,8	9,4

Davranışsal Öğe

Davranışsal boyuta ait maddelerin frekans ve yüzde dağılımları Tablo 11’de sunulmuştur.

Tablo 11. Davranışsal Öğe Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları

Davranışsal Öğe	Kesinlikle katılmıyorum (%)	Katılmıyorum (%)	Kararsızım (%)	Katılıyorum (%)	Kesinlikle katılıyorum (%)
Muhasebe derslerini çalışırken çok rahat ve sakinim.	15,6	26,0	31,3	20,8	6,3
Muhasebe ödevlerini yaparken panik olmam.	14,6	21,9	26,0	24,0	13,5
Daha fazla muhasebe bilgisi edinmeye çalışırım.	11,5	27,1	36,5	20,8	4,2
Muhasebe çalışmaya başlayınca bırakamam.	28,1	33,3	24,0	13,5	1,0
Muhasebeyle ilgili problemleri çözmeye çalışırım.	13,5	24,0	24,0	35,4	3,1
Yeni bir muhasebe problemiyle uğraşırken kendimi rahat hissedirim.	20,8	26,0	35,4	15,6	2,1
Yarım kalan muhasebe sorunlarıyla uğraşmak bana zevk verir.	24,0	26,0	27,1	18,8	4,2
Muhasebe derslerinde konuların işleniş yöntemlerini seviyorum.	16,7	19,8	25,0	28,1	10,4

Tablo 11 incelendiğinde, davranışsal boyuta ilişkin ifadeler arasında "Muhasebeyle ilgili problemleri çözmeye çalışırım" ifadesine katılıyorum diyen öğrencilerin oranının %35,4 ile en yüksek olduğu görülmektedir. Bunu %28,1 ile "Muhasebe derslerinde konuların işleniş yöntemlerini seviyorum" ve %24,0 ile "Muhasebe ödevlerini yaparken panik olmam" ifadeleri izlemektedir. Buna karşılık, katılıyorum seçeneğinin en düşük olduğu ifade %13,5 ile "Muhasebe çalışmaya başlayınca bırakamam" olurken, bunu %15,6 ile "Yeni bir muhasebe problemiyle uğraşırken kendimi rahat hissedirim" ifadesi takip etmektedir. Ayrıca "Daha fazla muhasebe bilgisi edinmeye çalışırım" ifadesinde kararsızım seçeneğini işaretleyen öğrencilerin oranı %36,5 ile en yüksek düzeyde gerçekleşmiştir.

Hipotezlerin Test Edilmesi

H₁ Hipotezinin Test Edilmesi

Araştırmanın birinci hipotezi olan "Öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumları cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir." hipotezini test etmek amacıyla bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 12’de sunulmaktadır.

Tablo 12. Cinsiyete Göre Muhasebe Dersine Yönelik Tutumların Karşılaştırılması

Boyut	Cinsiyet	N	Ortalama	t	p
Bilişsel	Kadın	65	3,19	0,360	0,719
	Erkek	31	3,13		
Duyuşsal	Kadın	65	2,85	0,116	0,908
	Erkek	31	2,82		
Davranışsal	Kadın	65	2,72	0,049	0,961
	Erkek	31	2,71		

Tablo 12 incelendiğinde öğrencilerin muhasebe dersine yönelik bilişsel, duyuşsal ve davranışsal tutumlarının cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir ($p>0,05$). Bilişsel boyutta kadın öğrencilerin ortalaması 3,19, erkek öğrencilerin ortalaması ise 3,13 olarak belirlenmiştir. Yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucunda iki grup arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı tespit edilmiştir ($t=0,360$; $p=0,719$).

Duyuşsal boyutta kadın öğrencilerin ortalaması 2,85, erkek öğrencilerin ortalaması ise 2,82 olarak hesaplanmıştır. Analiz sonucunda cinsiyete göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($t=0,116$; $p=0,908$). Davranışsal boyutta da kadın öğrencilerin ortalaması 2,72, erkek öğrencilerin ortalaması ise 2,71 olarak belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar iki grup arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığını göstermektedir ($t=0,049$; $p=0,961$). Sonuç olarak öğrencilerin muhasebe dersine yönelik bilişsel, duyuşsal ve davranışsal tutumlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı biçimde farklılaşmadığı belirlenmiştir. Bu nedenle araştırmanın H_1 hipotezi reddedilmiştir.

H₂ Hipotezinin Test Edilmesi

Araştırmanın ikinci hipotezi olan "Öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumları öğrenim gördükleri bölüme göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir." hipotezini test etmek amacıyla bağımsız örneklem t-testi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 13'te sunulmaktadır.

Tablo 13. Bölümlere Göre Muhasebe Dersine Yönelik Tutumların Karşılaştırılması

Boyut	Bölüm	N	Ortalama	t	p
Bilişsel	Turizm İşletmeciliği	47	3,28	1,416	0,160
	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	49	3,06		
Duyuşsal	Turizm İşletmeciliği	47	3,15	3,050	0,003*
	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	49	2,54		
Davranışsal	Turizm İşletmeciliği	47	2,90	2,058	0,042*
	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	49	2,54		

* $p < 0,05$

Tablo 13 incelendiğinde, öğrencilerin bilişsel tutumlarının öğrenim gördükleri bölüme göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ($t=1,416$; $p=0,160$). Buna karşılık, duyuşsal ($t=3,050$; $p=0,003$) ve davranışsal ($t=2,058$; $p=0,042$) boyutlarda bölümler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Duyuşsal boyutta Turizm İşletmeciliği Bölümü öğrencilerinin ortalaması 3,15, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü öğrencilerinin ortalaması ise 2,54 olarak belirlenmiştir. Benzer şekilde davranışsal boyutta Turizm İşletmeciliği Bölümü öğrencilerinin ortalaması 2,90, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü öğrencilerinin ortalaması ise 2,54'tür. Elde edilen bulgular doğrultusunda H_2 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

H₃ Hipotezinin Test Edilmesi

Araştırmanın üçüncü hipotezi olan "Öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumları muhasebe dersi başarı notuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir." hipotezini test etmek amacıyla tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) uygulanmıştır. Analiz öncesinde grupların varyans homojenliği Levene testi ile incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre bilişsel ($p=0,412$), duyuşsal ($p=0,845$) ve davranışsal ($p=0,930$) boyutlara ilişkin anlamlılık değerlerinin 0,05'ten büyük olduğu görülmüştür. Bu sonuç, varyansların homojen olduğunu ve ANOVA analizinin uygulanabileceğini göstermektedir. Bu kapsamda Tablo 14'te ANOVA analizine ilişkin bulgular sunulmaktadır.

Tablo 14. Muhasebe Başarı Notuna Göre Tutum Boyutlarının ANOVA Sonuçları

Boyut	F	p
Bilişsel	3,910	0,001*
Duyuşsal	3,829	0,001*
Davranışsal	4,468	0,000*

* $p < 0,05$

Tablo 14 incelendiğinde, öğrencilerin muhasebe dersine yönelik bilişsel ($F=3,910$; $p=0,001$), duyuşsal ($F=3,829$; $p=0,001$) ve davranışsal ($F=4,468$; $p<0,001$) tutum boyutlarının muhasebe başarı notuna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir ($p<0,05$). Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında gerçekleştiğini belirlemek amacıyla çoklu karşılaştırma testi uygulanması planlanmıştır. Ancak bazı başarı notu gruplarında (özellikle FD, DC ve DD) gözlem sayısının yetersiz olması nedeniyle çoklu karşılaştırma testi uygulanamamıştır. Bu doğrultuda H_3 hipotezi kabul edilmiştir.

H₄ Hipotezinin Test Edilmesi

Araştırmanın dördüncü hipotezi olan "Öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumları genel not ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir." hipotezini test etmek amacıyla tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) uygulanmış olup, elde edilen sonuçlar Tablo 15'te sunulmuştur.

Tablo 15. Genel Not Ortalamasına Göre Tutum Boyutlarının ANOVA Sonuçları

Boyut	F	p
Bilişsel	2,319	0,063
Duyuşsal	5,676	0,000*
Davranışsal	5,516	0,001*

* $p < 0,05$

Tablo 15 incelendiğinde öğrencilerin bilişsel tutumlarının genel not ortalamasına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir ($F=2,319$; $p=0,063$). Buna karşılık duyuşsal ($F=5,676$; $p<0,001$) ve davranışsal ($F=5,516$; $p=0,001$) boyutlarda genel not ortalamasına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Anlamlı farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Tukey çoklu karşılaştırma (Tukey HSD) testi uygulanmış olup, elde edilen sonuçlar Tablo 16'da sunulmaktadır.

Tablo 16. Genel Not Ortalamasına Göre Çoklu Karşılaştırma (Tukey HSD) Testi Sonuçları

Boyut	Karşılaştırılan Gruplar	p
Duyuşsal	3,50-4,00 – 2,00-2,49	0,019*
	3,50-4,00 – 2,50-2,99	<0,001*
	3,50-4,00 – 3,00-3,49	0,002*
Davranışsal	3,50-4,00 – 2,00-2,49	0,020*
	3,50-4,00 – 2,50-2,99	<0,001*
	3,50-4,00 – 3,00-3,49	0,017*

*p < 0,05

Tablo 16 incelendiğinde, Tukey testi sonuçlarına göre, genel not ortalaması 3,50-4,00 arasında olan öğrencilerin duyuşsal tutum puanlarının; genel not ortalaması 2,00-2,49, 2,50-2,99 ve 3,00-3,49 arasında olan öğrencilerin puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu belirlenmiştir (p<0,05).

Davranışsal boyutta ise, genel not ortalaması 3,50-4,00 arasında olan öğrencilerin davranışsal tutum puanlarının; genel not ortalaması 2,00-2,49, 2,50-2,99 ve 3,00-3,49 arasında olan öğrencilerin puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu belirlenmiştir (p<0,05).

Elde edilen bulgular doğrultusunda, öğrencilerin genel not ortalamalarına göre muhasebe dersine yönelik tutumlarında bilişsel boyutta istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmazken, duyuşsal ve davranışsal boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Bu doğrultuda H₄ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Araştırma Hipotezlerinin Değerlendirilmesi

Bu bölümde araştırma kapsamında test edilen hipotezlere ilişkin kabul ve ret durumları Tablo 17'de özetlenmiştir.

Tablo 17. Araştırma Hipotezlerinin Değerlendirilmesi

Kod	Hipotezler	Anlamlılık Düzeyi (p değeri)	Sonuç
H ₁	Öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumları cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir.	0,719	Red
H ₂	Öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumları öğrenim görülen bölüme göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Bilişsel: 0,160 Duyuşsal: 0,003** Davranışsal: 0,042*	Kısmen Kabul
H ₃	Öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumları muhasebe dersi başarı notuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Bilişsel: 0,001*** Duyuşsal: 0,001*** Davranışsal: <0,001***	Kabul
H ₄	Öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumları genel not ortalamasına göre anlamlı farklılık göstermektedir.	Bilişsel: 0,063 Duyuşsal: <0,001*** Davranışsal: 0,001***	Kısmen Kabul

*** p ≤ 0,001; ** p < 0,01; * p < 0,05.

SONUÇ

Turizm sektöründe yaşanan değişim ve artan rekabet koşulları, finansal bilgileri etkin biçimde kullanabilen nitelikli insan kaynağına duyulan ihtiyacı artırmaktadır. Bu doğrultuda muhasebe

eğitimi, turizm öğretim programlarının temel bileşenlerinden biri hâline gelmiştir. Turizm öğretim programlarında muhasebe dersleri, öğrencileri muhasebeci olarak yetiştirmekten ziyade finansal bilgileri anlayabilen, yorumlayabilen ve yönetsel karar alma süreçlerinde kullanabilen bireyler yetiştirmeyi amaçlamaktadır (Kosarkoska, 2016). Bu nedenle öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumlarının belirlenmesi, muhasebe eğitiminin etkililiğinin değerlendirilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu doğrultuda bu çalışmada, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Turizm Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumlarının bilişsel, duyuşsal ve davranışsal boyutlar kapsamında incelenmesi ve bu tutumların cinsiyet, öğrenim görülen bölüm, muhasebe dersi başarı notu ile genel not ortalamasına göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır.

Araştırmadan elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, katılımcıların büyük çoğunluğunun kadın öğrencilerden (%67,7) oluştuğu ve ağırlıklı olarak 17-19 yaş aralığında (%63,5) yer aldığı belirlenmiştir. Katılımcılar, Turizm İşletmeciliği (%49) ile Gastronomi ve Mutfak Sanatları (%51) bölümleri arasında dengeli bir dağılım göstermektedir. Öğrencilerin büyük çoğunluğunun üniversite öncesinde muhasebe eğitimi almadığı (%95,8), muhasebe alanında staj veya iş deneyimine sahip olmadığı (%96,9) ve muhasebe alanında kariyer yapmayı düşünmediği (%63,5) tespit edilmiştir. Bununla birlikte, öğrencilerin yaklaşık üçte birinin muhasebe alanında kariyer yapma konusunda kararsız olduğu (%28,1) görülmektedir. Ayrıca öğrencilerin önemli bir bölümünün muhasebe dersi başarı notunun CB ve üzeri olduğu, genel not ortalamalarının ise ağırlıklı olarak 2,50–2,99 aralığında (%39,6) yoğunlaştığı belirlenmiştir. Bu bulgular, araştırmaya katılan öğrencilerin büyük ölçüde muhasebe alanında sınırlı deneyime sahip olmalarına rağmen muhasebe dersini almış ve akademik başarı düzeyi orta ve üzeri olan bir örneklemden oluştuğunu göstermektedir.

Öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumları değerlendirildiğinde, genel tutum düzeyinin orta seviyede olduğu belirlenmiştir ($X=2,91$). Tutum boyutları incelendiğinde en yüksek ortalamanın bilişsel boyuta ($X=3,17$), en düşük ortalamanın ise davranışsal boyuta ($X=2,72$) ait olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, öğrencilerin muhasebe dersinin gerekliliği ve mesleki önemine ilişkin olumlu düşüncelere sahip olduklarını; ancak bu olumlu düşüncelerin aynı düzeyde derse yönelik ilgi, motivasyon ve öğrenme davranışlarına yansımadağını göstermektedir. Bu bulgu, Goh ve Scerri (2016) tarafından turizm öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Araştırmacılar, öğrencilerin muhasebe dersini gelecekteki meslek yaşamları açısından gerekli ve yararlı gördüklerini; buna karşın muhasebeyi karmaşık yapısı ve teorik içeriği nedeniyle öğrenilmesi güç bir ders olarak değerlendirdiklerini belirtmektedir. Aynı çalışmada, muhasebe öğretiminde ayrıntılı örnek çözümler, destekleyici öğrenme materyalleri, çevrim içi öğrenme ortamları ve uygulama temelli öğretim yöntemlerinin öğrencilerin öğrenme süreçlerini destekleyebileceği ifade edilmektedir.

Hipotez testleri değerlendirildiğinde, öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumlarının cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiş ve H_1 hipotezi reddedilmiştir. Bu bulgu, Bacak ve Şenel (2025) ile Yıldırım (2015) tarafından gerçekleştirilen çalışmaların sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Bacak ve Şenel (2025), öğrencilerin adli muhasebeye yönelik ilgi ve farkındalık düzeylerinin cinsiyete göre anlamlı biçimde farklılaşmadığını ortaya koyarken, Yıldırım (2015) da öğrencilerin muhasebe dersine yönelik başarı ve algılarının cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermediğini belirlemiştir. Bu sonuçlar birlikte değerlendirildiğinde, öğrencilerin muhasebe dersine yönelik tutumlarının cinsiyetten ziyade bireysel öğrenme deneyimleri, akademik yeterlilikleri ve öğretim sürecine ilişkin faktörlerden daha fazla etkilenebileceği söylenebilir.

Öğrenim görülen bölüme göre gerçekleştirilen analizlerde, öğrencilerin muhasebe dersine yönelik bilişsel tutumlarında anlamlı bir farklılık bulunmazken, duyuşsal ve davranışsal

tutumlarında anlamlı farklılık belirlenmiş ve H₂ hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Araştırma bulguları, Turizm İşletmeciliği Bölümü öğrencilerinin muhasebe dersine yönelik duyuşsal ve davranışsal tutumlarının Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü öğrencilerine göre daha olumlu olduğunu göstermektedir. Bu durum, Turizm İşletmeciliği programında muhasebe bilgilerinin yönetim, finans, bütçeleme ve karar alma süreçleriyle daha doğrudan ilişkilendirilmesiyle açıklanabilir. Buna karşın Gastronomi ve Mutfak Sanatları öğrencilerinin uygulama ağırlıklı derslere ve sektör stajlarına daha fazla yönelmeleri, muhasebe ve finans gibi teorik derslere yönelik ilgilerinin görece daha düşük olmasına neden olabilmektedir (Srinivasan ve Karmakar, 2014; Shah vd., 2013; Norton, 2014). Bu bulgu, Goh ve Scerri (2016) tarafından gerçekleştirilen çalışmada öğrencilerin muhasebe dersini mesleki açıdan gerekli görmelerine rağmen teorik ve karmaşık yapısı nedeniyle derse yönelik motivasyonlarının istenilen düzeyde gelişmeyebileceğine ilişkin değerlendirmeleri de desteklemektedir.

Muhasebe dersi başarı notuna göre yapılan analizlerde, öğrencilerin bilişsel, duyuşsal ve davranışsal tutumlarının anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiş ve H₃ hipotezi kabul edilmiştir. Bu sonuç, muhasebe dersine yönelik olumlu tutumlar ile akademik başarı arasında anlamlı bir ilişki bulunduğuna işaret etmektedir. Araştırma sonucu, Uygur (2025) ile Kızıl ve Gencer'in (2016) öğrencilerin derse yönelik olumlu algıları ve uygulamaya dayalı öğretim süreçlerinin muhasebe başarısını artırdığı yönündeki bulgularını desteklemektedir.

Genel not ortalamasına göre gerçekleştirilen analizlerde, öğrencilerin bilişsel tutumlarında anlamlı bir farklılık bulunmazken, duyuşsal ve davranışsal tutumlarında anlamlı farklılık belirlenmiş ve H₄ hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Özellikle genel not ortalaması yüksek olan öğrencilerin duyuşsal ve davranışsal tutum puanlarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Bacak ve Şenel (2025) de genel not ortalaması yükseldikçe öğrencilerin adli muhasebeye yönelik ilgi ve farkındalık düzeylerinin arttığını belirlemiştir. Araştırmalar farklı değişkenleri ele almakla birlikte, her iki çalışmanın bulguları akademik başarının öğrencilerin muhasebe alanına yönelik olumlu yaklaşımlarını destekleyebileceğine işaret etmektedir.

Araştırma bulguları, öğrencilerin muhasebe dersine yönelik bilişsel tutumlarının yüksek olmasına karşın, bu olumlu tutumun duyuşsal ve özellikle davranışsal boyuta aynı düzeyde yansımadığını göstermektedir. Bu nedenle, öğrencilerin muhasebe dersine yönelik ilgi ve öğrenme motivasyonunu artıracak öğretim yaklaşımlarına ağırlık verilmesi önerilmektedir. Ayrıca öğrencilerde muhasebenin yalnızca muhasebeci yetiştirmeye yönelik bir alan olmadığı, aynı zamanda turizm yöneticilerinin sahip olması gereken temel mesleki yeterliliklerden biri olduğu yönünde farkındalık oluşturulması önem taşımaktadır. Nitekim Kosarkoska (2016) da muhasebe eğitiminin geliştirilmesi kapsamında öğrencilerde muhasebenin başarılı turizm yöneticilerinin yetiştirilmesindeki rolüne ilişkin farkındalık oluşturulmasının önemini vurgulamaktadır. Bu doğrultuda, turizm öğretim programlarında muhasebe derslerinin mesleki uygulamalarla daha güçlü ilişkilendirilmesinin ve öğrencilerin muhasebenin yönetsel karar alma süreçlerindeki rolünü kavramalarını destekleyecek öğrenme ortamlarının oluşturulmasının, derse yönelik tutumların geliştirilmesine katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Bu çalışma Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) tarafından desteklenmiştir.

Çıkar Çatışması: Çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Alanı Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulundan 18.02.2026 tarih ve 302482sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür.

KAYNAKÇA

Abraham, A. (2006). Teaching and learning in accounting education: Students' perceptions of the linkages between teaching context, approaches to learning and outcomes. In R. Juchau and G. Tibbits (Eds.), *Celebrating Accounting* (pp. 1–15). University of Western Sydney.

Abu-Bader, S. H. (2021). *Using statistical methods in social science research: With a complete SPSS guide*. New York: Oxford University Press.

Alpar, R. (2012). *Validity and reliability. Applied statistics and validity-reliability with examples from sports, health and educational sciences* (4th ed). Ankara: Detay Yayıncılık.

Bacak, S., ve Şenel, S. A. (2025). Muhasebe dersi alan öğrencilerin adli muhasebe kavramına ilgi ve farkındalık düzeylerine ilişkin bir araştırma: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari Akademik Araştırmalar Dergisi*, 5(2): 69-97.

Baker, R., and Wick, S. (2020). Undergraduate accounting students' perception of a course in accounting research and theory. *Accounting Research Journal*, 33(1): 217-233.

Beatson, N. J., Sithole, S. T., de Lange, P., O'Connell, B., and Smith, J. K. (2025). Sources of self-efficacy beliefs in learning accounting: Does gender matter? *Journal of International Education in Business*, 18(2), 196–217. <https://doi.org/10.1108/JIEB-02-2024-0014>

Bergin, J. L. (1983). The effect of previous accounting study on student performance in the first college-level financial accounting course. *Issues in Accounting Education*. (1), 19-28. <https://doi.org/10.2308/IAE-5841786>

Burgess, C. (2007). Is there a future for hotel financial controllers?. *International Journal of Hospitality Management*, 26(1), 161-174. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2005.10.004>

Civan, M., ve Kara, E. (2003). İşletme yönetiminde muhasebe bilgi sisteminin yeri ve önemi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 20: 111-117.

Çelik, M., ve Serinkan, C. (2011). Muhasebe dersine yönelik tutumlarda üniversite öğrencilerinin bireysel ve bölümsel farklılıkları. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 13(3): 289-321.

Elias, R. Z. (2005). Students' approaches to study in introductory accounting courses. *Journal of Education for Business*, 80(4), 194-199. <https://doi.org/10.3200/JOEB.80.4.194-199>

Ercan, İ., and Kan, İ. (2004). Reliability and validity in the scales. *Journal of Uludağ University Medical Faculty*, 30(3), 211-216.

Ertuğrul, İ., ve Özdemir, S. (2014). Muhasebe dersi alan ön lisans ve lisans öğrencilerinin derse yönelik tutumlarının tespiti: Ege bölgesinde bir uygulama. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1): 204-214.

Gibson, C. H. (2004). *Financial reporting and analysis*. Mason, Ohio: Thomson/South-Western.

Goh, E., and Scerri, M. (2016). I study accounting because I have to: An exploratory study of hospitality students' attitudes toward accounting education. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 28(2): 85-94. <https://doi.org/10.1080/10963758.2016.1163498>

- Hossain, M., Heagy, C. D., and Mitra, S. (2008). Perceptions of non-accounting business majors about the managerial accounting course. *Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies*, 11(04): 569-590. <https://doi.org/10.1142/S0219091508001489>
- Jackson, D., Michelson, G. and Munir, R. (2023). Developing accountants for the future: new technology, skills, and the role of stakeholders. *Accounting Education*, 32(2): 150-177. <https://doi.org/10.1080/09639284.2022.2057195>
- Kalaycı, Ş. (Ed.). (2014). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri* (6. bs.). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kaplan, S. E., and Samuels, J. A. (2025). Planning to obtain a graduate accounting degree: Survey evidence from accounting seniors. *Accounting Horizons*, 39(2): 161-172. <https://doi.org/10.2308/HORIZONS-2023-155>
- Kırlı, M., Gümüş, H., ve Altıntop, M. (2012). Stratejik yönetim muhasebesinin tamamlayıcısı olarak stratejik pazarlama muhasebesi. İçinde 4. *Uluslararası Balkanlarda Sosyal Bilimler Kongresi Bildiriler Kitabı* (ss. 643-652).
- Kızıl, C., ve Gencer, K. (2016). Muhasebe dersi alan öğrencilerin başarısına etki eden faktörlerin tespiti: Yalova Üniversitesi'nde bir uygulama. *Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 1(2): 67-110.
- Kosarkoska, D. (2016). The contents, methods of teaching and the place of accounting in the tourism study curriculum: A case study. *International Journal of Science and Research*, 5(5): 1153-1157. <https://doi.org/10.21275/v5i5.NOV163606>
- Luka, I., and Donina, A. (2012). Challenges of tourism education: Conformity of tourism curriculum to business needs. *Academica Turistica*, 5(1): 85-101.
- Maksy, M. M. (2012). Major factors associated with the performance of students taking undergraduate accounting courses at the upper level. *International Journal of Business, Accounting and Finance*, 6(2): 159-178.
- Malthus, S., and Fowler, C. (2009). Perceptions of accounting: A qualitative New Zealand study. *Pacific Accounting Review*, 21(1): 26-47. <https://doi.org/10.1108/01140580910956849>
- Manganaris, P., and Spathis, C. (2012). Greek students' perceptions of an introductory accounting course and the accounting profession. *Advances in Accounting Education: Teaching and Curriculum Innovations*, 13: 59-85. [https://doi.org/10.1108/S1085-4622\(2012\)0000013008](https://doi.org/10.1108/S1085-4622(2012)0000013008)
- Mladenovic, R. (2000). An investigation into ways of challenging introductory accounting students' negative perceptions of accounting. *Accounting Education*, 9(2): 135-155. <https://doi.org/10.1080/09639280010000147>
- Momoh, M. (2023). *A Research Study About Accounting Information Systems and Their Impact on Organizational Performance* (Doctoral dissertation, Trident University International).
- Norton, B.G. (2014). *The preservation of species* (vol 430). Princeton University Press, Princeton.
- Romney, M. B., and Steinbart, P. J. (2014). *Sistem informasi akuntansi* (13th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Scapens, R. W., and Jazayeri, M. (2003). ERP systems and management accounting change: opportunities or impacts? A research note. *European Accounting Review*, 12(1): 201-233. <https://doi.org/10.1080/0963818031000087907>

- Shah, M., Sid Nair, C., and Bennett, L. (2013). Factors influencing student choice to study at private higher education institutions. *Quality Assurance in Education*, 21(4): 402-416. <https://doi.org/10.1108/QAE-04-2012-0019>
- Shim, J. K., and Siegel, J. G. (1999). *Theory and Problems of Financial Accounting* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Srinivasan, S. and Karmakar, A. (2014). Changing perception of students towards Hotel Management course while pursuing the course, *International Journal of Informative and Futuristic Research*, 1(9): 101-102.
- Süklüm Eser, N. (2025). Muhasebenin dijitalleşmesi: Muhasebe dersi alan öğrenciler üzerinde bir araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 27(49), 724-742. <https://doi.org/10.18493/kmusekad.1528461>
- Tabachnick B. G. and Fidell L. S. (2013) *Using multivariate statistics*, 6th ed. Boston, MA: Pearson.
- Tek, N. ve Dalkılıç, A. (2011). Pazarlama, satış ve muhasebe işlevlerinin etkileşiminde muhasebe eğitiminden beklentiler. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 33, 1-16.
- Tekşen, Ö. ve Kalkan, Y. (2012). Yönetim kararlarında muhasebe bilgi sisteminin etkisi: Batı Akdeniz Bölgesi'nde faaliyette bulunan mermer işletmeleri üzerine bir araştırma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 14(1): 127-142.
- Tunçer, S. A. (2025). Üniversite öğrencilerinin muhasebe derslerine yönelik olumlu-olumsuz bakış açılarının analizi: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi örneği. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(20): 608-627. <https://doi.org/10.54831/vanyyuiibfd.1819540>
- Uygur, M. N. (2025). Muhasebe dersinde başarıyı etkileyen faktörlerin analizi: Muhasebe dersi alan öğrenciler üzerine bir araştırma. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 60(2): 1227-1243.
- Yıldırım, S. (2015). Genel muhasebe dersi alan öğrencilerin derse ilişkin beklentileri ve başarı durumlarının değerlendirilmesi. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 14(44): 1-14.
- Yılmaz, Z. ve Şahin, Z. (2017). Muhasebe dersi alan öğrencilerin yeşil muhasebe konusundaki algıları ve farkındalıkları. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1): 110-122.



KAVRAMSAL MAKALE

Turizm Endüstrisinde Stratejik Maliyet Yönetimi: Hedef Maliyetleme ve Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yöntemlerinin Uygulama Alanları

Dr. Öğr. Üyesi İsmail ÇELİK, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Keçiborlu Meslek Yüksekokulu, Isparta, e-posta: ismailcelik@isparta.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1639-5276>

Ömer Faruk TERZİOĞLU, Yüksek Lisans Öğrencisi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya, e-posta: 24501605012@subu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-6938-2786>

Prof. Dr. Orhan BATMAN, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Sakarya, e-posta: obatman@subu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7186-7064>

Öz

Turizm endüstrisi, ekonomik büyüme, istihdam meydana getirme ve kültürel etkileşimin artırılması açısından küresel ölçekte önemli bir rol üstlenmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde döviz girdisi sağlama ve yerel ekonomileri canlandırması bakımından stratejik bir öneme sahiptir. Ancak endüstride yer alan sektörler; yüksek sabit maliyetler, düşük kâr marjları, yoğun rekabet ve sezonluk dalgalanmalar gibi çeşitli zorluklarla karşı karşıyadır. Bu nedenle işletmelerin sürdürülebilir başarı elde edebilmesi için yalnızca gelir artırmaya değil, aynı zamanda etkin maliyet yönetimine de odaklanması gerekmektedir. Bu çalışma, stratejik maliyet yönetimi kapsamında hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemlerinin turizm endüstrisindeki uygulanabilirliğini incelemektedir. Hedef maliyetleme, fiyatlandırma ve maliyet kontrolünde özellikle küçük ölçekli işletmeler için etkili bir araç sunarken; faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemi, büyük ölçekli işletmelerde faaliyet bazlı maliyet analizi ile daha doğru karar alma süreçlerini desteklemektedir. Çalışma, her iki yöntemin birlikte kullanımının maliyet optimizasyonu ve kârlılık artışı sağladığını ortaya koymakta ve literatürdeki uygulama eksikliklerine dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Stratejik Maliyet Yönetimi, Hedef Maliyetleme, Faaliyet Tabanlı Maliyetleme, Turizm Endüstrisi, Maliyet Optimizasyonu.

Makale Gönderme Tarihi: 29.04.2026

Makale Kabul Tarihi: 03.09.2026

Önerilen Atıf:

Çelik, İ., Terzioğlu, Ö. F. ve Batman, O. (2026). Turizm Endüstrisinde Stratejik Maliyet Yönetimi: Hedef Maliyetleme ve Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yöntemlerinin Uygulama Alanları, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(9): 597-609.



Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences

2026, 9(9): 597-609. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2026.1681>

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: www.sobibder.org



CONCEPTUAL PAPER

Strategic Cost Management in Tourism Industry: Application Areas of Target Costing and Activity-Based Costing Methods

Assistant Prof. Dr. İsmail ÇELİK, Isparta University of Applied Sciences, Keçiborlu Vocational School, Isparta, e-mail: ismailcelik@isparta.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1639-5276>

Ömer Faruk TERZİOĞLU, MSc. Student, Sakarya University of Applied Sciences, Institute of Graduate Programs, Sakarya, e-mail: 24501605012@subu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-6938-2786>

Prof. Dr. Orhan BATMAN, Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya, e-mail: obatman@subu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7186-7064>

Abstract

The tourism industry plays a significant role globally in promoting economic growth, generating employment, and enhancing cultural interaction. It is particularly strategic for developing countries, as it provides foreign currency inflows and stimulates local economies. However, the sectors within this industry faces several challenges, including high fixed costs, low profit margins, intense competition, and seasonal fluctuations. Therefore, achieving sustainable success requires businesses to focus not only on increasing revenues but also on effective cost management. This study examines the applicability of target costing and activity-based costing within the framework of strategic cost management in the tourism industry. Target costing offers an effective tool for pricing and cost control, especially for small-scale enterprises, while activity-based costing supports more accurate decision-making processes through activity-based cost analysis in large-scale organizations. The study reveals that the combined use of these methods enhances cost optimization and profitability, while also highlighting gaps in existing literature.

Keywords: Strategic Cost Management, Target Costing, Activity-Based Costing, Tourism Industry, Cost Optimization.

Received: 29.04.2026

Accepted: 03.09.2026

Suggested Citation:

Çelik, İ., Terzioğlu, Ö. F. and Batman, O. (2026). Strategic Cost Management in Tourism Industry: Application Areas of Target Costing and Activity-Based Costing Methods, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 9(9): 597-609.

GİRİŞ

Turizm endüstrisi, küresel ekonomi içinde önemli bir paya sahip olup, pek çok ülkede ekonomik büyüme, istihdam oluşturma ve kültürel etkileşim sağlama açısından kritik bir role sahiptir. Her yıl milyonlarca turist gezip gördüğü, tatil yaptığı ve kültürel etkileşimde bulunduğu bu endüstri, aynı zamanda dünyanın dört bir yanındaki işletmeler için önemli bir gelir kaynağı oluşturur. Ancak, turizm işletmeleri bu büyük potansiyeli en verimli şekilde kullanabilmek için karşılaştıkları bir dizi zorlukla başa çıkmak zorundadırlar. Bu zorluklar arasında; yüksek sabit maliyetler, dar kâr payları, artan rekabet ve mevsimsel dalgalanmalar yer almaktadır (Yalçın, 2006). İşte bu noktada, turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmelerin sürdürülebilir başarıyı sağlamaları için sadece gelir artırma çabalarına odaklanmak değil, aynı zamanda maliyetlerini etkin bir şekilde yönetmeleri gerekmektedir.

Stratejik maliyet yönetimi, işletmelere yalnızca maliyetleri kontrol etme fırsatı tanımakla kalmaz, aynı zamanda bu maliyetlerin, işletmenin uzun vadeli hedefleri doğrultusunda optimize edilmesini sağlar (Basık ve Türker, 2005). Stratejik maliyet yönetiminin, geleneksel maliyet yönetimi sistemlerinden farkı, işletmelerin maliyetlerini sadece izlemekle kalmayıp, daha proaktif bir şekilde bu maliyetleri kontrol etmeleri ve iş stratejileriyle uyumlu hâle getirmeleridir. Bu yaklaşım, özellikle rekabetin yoğun olduğu turizm endüstrisi gibi hizmet odaklı endüstrilerde işletmelere büyük avantajlar sağlamaktadır. Hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme (Activity-Based Costing- ABC), stratejik maliyet yönetiminin temel araçları olarak, işletmelere maliyetlerini daha etkin bir şekilde yönetme ve kârlılıklarını artırma imkânı tanımaktadır.

Hedef maliyetleme, belirli bir ürün ya da hizmetin hedeflenen kâr marjına ulaşabilmesi için gerekli maliyetlerin optimize edilmesine yönelik bir yaklaşımdır. Bu yöntem, özellikle turizm endüstrisi gibi fiyat odaklı ve rekabetin yoğun olduğu endüstrilerde kritik bir araçtır. Hedef maliyetleme, işletmelere fiyatlandırma stratejilerinin belirlenmesinde yardımcı olur ve aynı zamanda maliyetlerin daha verimli bir şekilde yönetilmesine olanak tanır (Kutay ve Akkaya, 2000). Hedef maliyetlemenin uygulanması, özellikle konaklama işletmeleri gibi büyük işletmelerde, hizmet kalitesini artırırken maliyetlerin minimize edilmesini sağlar. Hedef maliyetleme, ürün ve hizmetlerin kâr oranını hedefleyerek, bu hedeflere ulaşmak için gerekli maliyetlerin kontrol edilmesini sağlar (Ertaş, 1998).

Faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC) ise, maliyetlerin yalnızca üretimle değil, her bir faaliyetle ilişkilendirilerek izlenmesini sağlayan bir yöntemdir. Bu sistem, işletmelerin her faaliyet alanını detaylı bir biçimde analiz etmelerine olanak tanır ve bu sayede her faaliyet için maliyetler daha doğru bir şekilde belirlenir. Faaliyet tabanlı maliyetleme, işletmelere faaliyetlerin her bir aşamasındaki maliyetleri analiz ederek, hangi faaliyetlerin daha fazla kaynak tükettiğini ve hangi faaliyetlerin kârlılığı artırdığını belirlemelerine yardımcı olur (Bekçioğlu ve Köroğlu, 2012). Bu maliyetleme yöntemi özellikle turizm endüstrisinde çoklu hizmet sunan işletmeler için kritik bir öneme sahiptir. Oteller, restoranlar ve tatil köyleri gibi büyük ölçekli işletmelerde, ABC yöntemi sayesinde farklı hizmet alanları arasında kaynaklar daha verimli bir şekilde tahsis edilebilir ve bu sayede işletmelerin maliyet yapıları daha net bir şekilde ortaya konabilir (Unutkan, 2010). Faaliyet tabanlı maliyetleme, işletmelerin her bir faaliyet için kaynak kullanımını daha doğru bir şekilde belirleyerek, daha verimli kararlar almalarına olanak sağlar.

Stratejik maliyet yönetimi, sadece maliyetlerin kontrol edilmesi değil, aynı zamanda bu maliyetlerin işletmenin genel stratejik hedeflerine ulaşmasına nasıl katkı sağladığını değerlendirmeyi de içerir. Bu bağlamda, hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC) yöntemleri, işletmelere sadece maliyetlerini izlemenin ötesinde, operasyonel verimliliği artırma ve kârlılığı optimize etme fırsatları sunar. Hedef maliyetleme, fiyat odaklı sektörlerde, ürün ve hizmetlerin fiyatlarını belirlerken işletmelere yardımcı olurken, ABC ise her bir faaliyet

düzeyinde maliyetlerin daha doğru bir şekilde tahsis edilmesini sağlayarak, işletmelerin kaynak kullanımını optimize eder (Bengü, 2005). Bu iki yöntem, birlikte kullanıldığında, turizm endüstrisindeki işletmelerin daha etkin bir maliyet yönetimi yapmalarına olanak tanır.

Her iki yöntem de turizm endüstrisindeki işletmelere önemli stratejik avantajlar sağlamaktadır. Ancak, hangi yöntemlerin tercih edileceği, işletmenin büyüklüğüne, sunduğu hizmet çeşitliliğine ve piyasa koşullarına bağlıdır. Hedef maliyetleme, genellikle fiyat odaklı işletmeler için uygunken, faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC), daha karmaşık ve çok sayıda hizmet sunan işletmeler için daha uygundur. Bu çalışma, her iki yöntemin turizm endüstrisindeki uygulama alanlarını derinlemesine inceleyerek, bu yöntemlerin avantajlarını ve sınırlamalarını tartışmakta ve endüstrideki işletmeler için daha verimli maliyet yönetim stratejileri geliştirmeyi amaçlamaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Stratejik Maliyetleme

Stratejik maliyetleme, işletmelerin maliyetlerini sadece izlemekle kalmayıp, aynı zamanda maliyet yapılarını stratejik hedeflerle uyumlu hâle getirmeyi amaçlayan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, geleneksel maliyet yönetimi yöntemlerinin ötesine geçerek, işletmelere uzun vadeli hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olacak bir maliyet yönetimi stratejisi sunar. Stratejik maliyetleme, işletmelerin faaliyetlerini optimize etmelerini, maliyetlerini verimli bir şekilde yönetmelerini ve böylece rekabet avantajı sağlamalarını sağlar (Yüzbaşıoğlu, 2004). Özellikle turizm endüstrisinde stratejik maliyetleme, işletmelerin dinamik pazarlarda rekabetçi olabilmesi için kritik bir öneme sahiptir.

Hedef maliyetleme; stratejik maliyetleme yaklaşımının temel araçlarından biridir. Hedef maliyetleme, işletmelerin pazara sunacakları bir ürün veya hizmetin hedef kâr oranını belirleyerek bu hedefe ulaşmak için gerekli maliyetlerin optimize edilmesini sağlar. Alagöz (2006) hedef maliyetlemenin, işletmelere maliyetleri denetleyerek belirli kâr hedeflerine ulaşmalarını sağladığını belirtmektedir. Bu yöntem, özellikle turizm endüstrisindeki konaklama ve yiyecek içecek hizmetleri gibi hizmet odaklı işletmelerde yaygın olarak kullanılmaktadır. Hedef maliyetleme, işletmelerin fiyatlandırma stratejilerinde büyük rol oynar ve maliyetleri kontrol ederek daha verimli kararlar alınmasını mümkün kılar (Kutay ve Akkaya, 2000). Ancak, hedef maliyetlemenin başarılı olabilmesi için, işletmelerin maliyet hedeflerini belirlerken pazar koşullarını, müşteri taleplerini ve rekabet seviyelerini göz önünde bulundurmaları gerekmektedir.

Faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC) ise stratejik maliyetleme sisteminin diğer bir önemli aracıdır. ABC, maliyetleri yalnızca üretimle sınırlı tutmak yerine, her faaliyet alanına göre dağıtarak daha doğru bir maliyet analizi yapmayı amaçlar. Bekçioğlu ve Köroğlu (2012), faaliyet tabanlı maliyetlemenin, işletmelerin her bir faaliyet alanındaki maliyetleri belirlemelerine ve böylece kaynak kullanımını daha etkin hâle getirmelerine yardımcı olduğunu ifade etmektedir. ABC yöntemi, özellikle büyük ölçekli ve çoklu hizmet sunan turizm işletmeleri için son derece etkili bir araçtır. Bu yöntem, işletmelerin tüm faaliyetlerini dikkate alarak, kaynakları daha verimli kullanmalarını ve gereksiz maliyetleri ortadan kaldırmalarını sağlar (Titiz ve Çetin, 2000).

Her iki yöntem de, turizm endüstrisindeki işletmelerin stratejik maliyet yönetimi çerçevesinde kullandığı temel araçlardır. Ancak, her iki yöntemin başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için, işletmelerin bu yöntemleri kendi stratejik hedeflerine ve ilgili sektörlerin özel gereksinimlerine göre uyarlamaları gerekmektedir. Haşaoğlu (2011), hedef maliyetleme yönteminin işletmelerin

kârlılıklarını artırmalarını sağlarken, faaliyet tabanlı maliyetlemenin daha ayrıntılı bir maliyet dağılımı yaparak verimliliği artırdığını vurgulamaktadır.

Stratejik maliyetleme ile ilgili yapılan çalışmalar, bu tür yöntemlerin sadece maliyet kontrolünü sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda işletmenin stratejik kararlarına yön verdiğini de ortaya koymaktadır. Yalçın (2006), stratejik maliyet yönetiminin, işletmelerin rekabet avantajı elde etmeleri için maliyet bilgilerini doğru bir şekilde kullanmalarını sağladığını belirtmektedir.

Ayrıca, Bilici ve Baysal (2019) İstanbul'da faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinde gerçekleştirdikleri araştırmada, stratejik maliyet yönetiminin işletmelerin rekabet gücünü artırmada önemli bir araç olduğunu ifade etmişlerdir. Bu da stratejik maliyetlemenin sadece maliyetleri optimize etmekle kalmadığını, aynı zamanda işletmenin rekabetçi gücünü artırarak pazarda daha güçlü bir konum elde etmesine yardımcı olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, stratejik maliyetleme yöntemleri, özellikle turizm endüstrisi gibi yüksek rekabetin yaşandığı endüstrilerde, işletmelerin maliyetlerini optimize etmelerini ve uzun vadeli stratejik hedeflerine ulaşmalarını sağlayan önemli araçlardır. Hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme gibi yöntemler, turizm işletmelerine yalnızca maliyet kontrolü sağlamakla kalmaz, aynı zamanda işletmelerin daha verimli kararlar almasına, kaynakları daha etkin kullanmasına ve pazarda rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olur.

Hedef Maliyetleme Yöntemi

Hedef maliyetleme, işletmelerin maliyetlerini optimize etmek ve belirli bir kâr marjına ulaşmak amacıyla kullanılan önemli bir maliyet yönetim aracıdır. Bu yöntem, ürün ya da hizmetin fiyatını ve hedef kâr marjını belirleyerek, bu hedeflere ulaşabilmek için gerekli maliyetlerin kontrol edilmesini sağlar. Hedef maliyetleme, özellikle fiyat rekabetinin yoğun olduğu sektörlerde, işletmelere maliyetlerini etkin bir şekilde yönetme fırsatı sunar (Kaya, 2010). Bu yaklaşım, işletmelerin yalnızca maliyetlerini izlemelerini değil, aynı zamanda bu maliyetlerin belirlenen hedeflere uygun şekilde optimize edilmesini sağlar.

Hedef maliyetleme uygulaması, genellikle ürün tasarımı aşamasında başlar ve her aşamada ürün maliyetlerinin hedeflenen kâr marjına uygun olup olmadığı değerlendirilir. Bu süreç, işletmelere maliyetleri sürekli izleyerek ve gerektiğinde iyileştirme yaparak ürünlerinin maliyetlerini denetlemeleri için bir fırsat tanır (Alpkan, 2012). Hedef maliyetleme, işletmenin kâr hedeflerine ulaşabilmesi için gereksiz maliyetlerin belirlenmesi ve ortadan kaldırılması gerektiğini savunur. Bu yaklaşım, özellikle turizm endüstrisinde, otel işletmeleri gibi yüksek maliyetli hizmet sektörlerinde kullanıldığında, hem maliyetlerin etkin bir şekilde yönetilmesini sağlar hem de hizmet kalitesinden ödün vermeksizin maliyetleri optimize etme olanağı tanır (Koşan ve Geçgin, 2013).

Hedef maliyetleme sisteminin uygulanabilirliğini anlamak için çeşitli akademik çalışmalar yapılmıştır. Acar (1998), hedef maliyetlemenin yalnızca maliyet kontrolünü sağlamakla kalmadığını, aynı zamanda stratejik kararlar alınırken işletmelere daha fazla esneklik sağladığını ifade etmektedir. Bu esneklik, özellikle turizm gibi mevsimsel dalgalanmaların yoğun olduğu endüstride büyük önem taşır. Hedef maliyetleme, işletmelerin ekonomik koşullara hızla adapte olabilmelerini ve maliyetlerini en uygun seviyeye çekmesini mümkün kılar (Yalçın, 2006).

Hedef maliyetleme, bir ürün ya da hizmetin fiyatlandırılmasında belirli kâr marjlarına ulaşmayı amaçlar ve bu süreçte maliyetlerin sürekli olarak gözden geçirilmesi gereklidir (Aksoylu ve Dursun, 2001). Bu sayede işletmeler, pazara sunulacak ürünlerinin fiyatlarını belirlerken, hedeflenen kâr marjına uygun şekilde hareket ederler. Böylece hedef maliyetleme, işletmelerin

yalnızca maliyetlerini kontrol etmelerini değil, aynı zamanda uzun vadede kârlılıklarını artırmalarını sağlar (Kurtlu ve Dumaner, 2022).

Faaliyet Tabanlı Maliyetleme (ABC) ile karşılaştırıldığında, hedef maliyetleme daha çok ürün ve hizmet düzeyinde uygulama gerektirir. ABC, işletme faaliyetlerini ve her bir faaliyetin maliyetini daha ayrıntılı bir şekilde analiz ederken, hedef maliyetleme, belirli bir ürün ya da hizmetin maliyetlerinin kontrol edilmesine odaklanır (Ertaş, 1998). Hedef maliyetleme, belirli kâr hedeflerine ulaşmayı sağlayacak en düşük maliyetleri hedefleyerek, üretim sürecini optimize etmeye çalışır. Bununla birlikte, işletmelerin pazara sunacağı her yeni ürün için, bu ürünün maliyet hedefi belirlenmeli ve tüm üretim süreçleri buna göre şekillendirilmelidir.

Turizm işletmelerinde hedef maliyetleme uygulamaları, özellikle konaklama işletmeleri ve büyük otellerde daha fazla dikkat çekmektedir. Bu işletmelerde, hedef maliyetleme yönteminin uygulanması, yüksek sabit maliyetlerin bulunduğu ve hizmet kalitesinin yüksek tutulması gereken sektörlerde büyük avantajlar sağlamaktadır. Bu avantajlar; maliyetlerin azaltılmasına yönelik bir araç olmanın ötesinde, müşteri ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda kalite, işlevsellik ve kârlılık unsurlarını eş zamanlı olarak dikkate alan bütüncül bir maliyet ve yönetim yaklaşımı olması olarak ifade edilebilir (Toroslu, 2026). Acar ve Şenol (2014), konaklama işletmelerinde hedef maliyetleme uygulama düzeylerinin, işletmelerin kârlılıklarını artırmalarına ve maliyetleri daha verimli bir şekilde yönetmelerine yardımcı olduğunu ifade etmektedir.

Hedef maliyetlemenin etkin bir şekilde uygulanabilmesi için işletmelerin dışsal faktörlere de dikkat etmeleri gerekir. Örneğin, yüksek sezonlar ve düşük sezonlar arasında maliyet farklarını izlemek ve buna göre fiyatlandırma yapmak, hedef maliyetlemenin başarısı için kritik öneme sahiptir. Gönen (2018), Türkiye'deki lisansüstü tezlerin analizinde, hedef maliyetlemenin turizm endüstrisi için önemli bir yönetim aracı olduğunu, ancak uygulamada çeşitli zorluklarla karşılaşıldığını belirtmiştir. Hizmetlerin soyut olma karakteristiği, fiyatlandırmanın dinamik olması, müşteri taleplerinin gereğinden fazla dikkate alınması, ilgili sektörlerin alt bileşen departmanlar arasındaki eşgüdümün korunması gibi hususları bu zorluklara örnek olarak verilebilir.

Sonuç olarak, hedef maliyetleme, turizm endüstrisindeki işletmelerin maliyetlerini optimize etmeleri, kârlılıklarını artırmaları ve pazarda rekabet avantajı elde etmeleri için güçlü bir araçtır. Ancak bu yöntemin başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için işletmelerin hedef kâr oranlarını gerçekçi bir şekilde belirlemeleri, dışsal piyasa koşullarını dikkate almaları ve sürekli maliyet izleme yapmaları gerekmektedir. Hedef maliyetleme, yalnızca maliyetlerin kontrol edilmesini sağlamaz, aynı zamanda turizm endüstrisindeki işletmelerin daha verimli çalışarak sektörlerindeki rekabet güçlerini artırmalarına olanak tanır.

Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yöntemi (ABC)

Faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC), maliyetlerin sadece üretim süreçlerine dayalı olarak değil, tüm işletme faaliyetlerinin her birinin maliyetini ayrıntılı bir biçimde belirlemeyi amaçlayan bir yönetim aracıdır. Bu yöntem, özellikle büyük ölçekli işletmeler ile çoklu hizmet sunan ve karmaşık operasyonel süreçleri bulunan işletmelerde büyük fayda sağlar. Faaliyet tabanlı maliyetleme, işletmenin her faaliyetini analiz ederek, her bir faaliyet için gerekli kaynakları belirler ve böylece her faaliyetin maliyetini doğru bir şekilde hesaplayarak kaynak kullanımını optimize eder (Unutkan, 2010). Faaliyet tabanlı maliyetleme, kaynak tüketiminin faaliyetler aracılığıyla gerçekleştiği ve faaliyet maliyetlerinin uygun maliyet etkenleri kullanılarak mamullere, hizmetlere veya müşterilere dağıtıldığı varsayımına dayanan stratejik bir maliyetleme yöntemidir (Max, 2005).

ABC yöntemi, geleneksel maliyetleme sistemlerinin ötesine geçerek, faaliyetlerin her biri için ayrı maliyet hesaplamaları yapar. Bu yaklaşım, her bir faaliyet alanının, ürün ya da hizmetin nihai maliyetine nasıl etki ettiğini belirlemeye yardımcı olur. Bu sayede işletmeler, maliyetlerin hangi faaliyetlerden kaynaklandığını daha doğru bir şekilde tespit edebilir ve bu faaliyetleri iyileştirecek stratejiler geliştirebilir. Sadece üretimle ilgili değil, aynı zamanda hizmet sunumu, lojistik, pazarlama ve satış gibi tüm operasyonel süreçler ABC yöntemiyle daha verimli bir şekilde yönetilebilir (Bengü, 2005).

ABC yöntemi, özellikle turizm endüstrisi gibi çok çeşitli hizmetlerin sunulduğu alanlarda büyük önem taşır. Örneğin, bir otel işletmesinde odaların temizliği, restoran hizmetleri, etkinlik organizasyonları ve müşteri hizmetleri gibi faaliyetler her biri farklı maliyetler oluşturur. ABC, bu faaliyetlerin her birinin maliyetlerini doğru bir şekilde hesaplayarak, hangi faaliyetlerin daha fazla maliyet oluşturduğunu belirler ve işletmelerin gereksiz maliyetlerden kaçınmalarına yardımcı olur. Bekçioğlu ve Köroğlu (2012), faaliyet tabanlı maliyetlemenin otel işletmelerinde etkin bir şekilde kullanıldığında, maliyetlerin doğru bir şekilde dağıtılmasına ve kaynakların daha verimli kullanılmasına olanak tanıdığını belirtmektedir.

Faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemi, işletmelerin sadece maliyetlerini izlemeleriyle sınırlı kalmaz, aynı zamanda bu maliyetlerin analizini yaparak hangi faaliyetlerin değer yaratmadığını ve hangi faaliyetlerin daha fazla kaynak tükettiğini ortaya çıkarır. Bu veriler, işletmelerin daha verimli kararlar almasını ve faaliyetlerini optimize etmesini sağlar (Çabuk, 2003). Bununla birlikte, ABC'nin en büyük avantajlarından biri, işletmelere daha doğru maliyet tahminleri yapma olanağı tanımasıdır. Bu doğruluk, özellikle çok sayıda hizmet sunan işletmelerde, hangi hizmetlerin daha kârlı olduğunu belirleyerek, stratejik kararlar alınmasına yardımcı olur (Köroğlu, 2013).

ABC yöntemi, faaliyetlerin her birini izlerken, bu faaliyetlerin kaynaklarını belirler ve her kaynağın ilgili faaliyetlere nasıl tahsis edileceğini netleştirir. Atmaca ve Terzi (2007), zaman etkenli faaliyet tabanlı maliyetlemenin özellikle turizm endüstrisinde otellerin etkinliğini artırmaya yönelik önemli bir strateji olduğunu ifade etmektedir. Zaman faktörlerinin maliyetlere etkisini dikkate alarak, işletmelerin hizmetlerini nasıl daha hızlı ve verimli hâle getirebileceğini gösterir.

Ancak, faaliyet tabanlı maliyetleme yönteminin bazı zorlukları da bulunmaktadır. Öncelikle, bu yöntem veri toplama ve analiz açısından oldukça zaman alıcı olabilir. Ayrıca, çok sayıda faaliyet ve farklı hizmet türleri bulunan işletmelerde, her faaliyet için detaylı veri toplamak karmaşık ve maliyetli olabilir (Saban ve İrak, 2009). Bu nedenle, küçük ölçekli işletmeler için ABC uygulaması bazı pratik zorluklar yaratabilir. Karğın (2013) ise, ABC'nin yükselişi ve düşüşünü tartışarak, bu yöntemin büyük işletmeler için çok faydalı olduğunu, ancak küçük işletmelerde uygulanabilirliğinin sınırlı olduğunu belirtmektedir.

ABC'nin turizm endüstrisinde uygulanabilirliği, özellikle konaklama işletmelerinde daha fazla dikkat çekmektedir. Özer ve Bilici (2017), konaklama işletmelerinde ABC'nin uygulandığı araştırmalar yaparak, bu yöntemin maliyetleri daha doğru bir şekilde tahsis ettiğini ve işletmelere büyük ölçüde kâr marjlarını artırma imkânı sunduğunu ifade etmektedir. Ayrıca ABC sistemi, müşteri memnuniyetine odaklanan otel işletmelerinde hizmet kalitesinin artırılması için de önemli bir araç olabilir. Bu yöntemin sunduğu detaylı analizler, işletmelere hangi hizmetlerin daha çok kaynak tükettiğini ve hangi hizmetlerin kâr marjını daha fazla artırabileceğini net bir şekilde gösterebilir (Akpınar ve Güleç, 2021).

Sonuç olarak, faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC), işletmelere maliyetlerini daha doğru bir şekilde hesaplama, kaynakları daha verimli kullanma ve karar alma süreçlerinde daha etkili olma imkânı tanır. Özellikle turizm endüstrisinde, çok sayıda hizmetin sunulduğu işletmeler için, ABC'nin

avantajları büyüktür. Bu yöntem, işletmelere operasyonel verimliliği artırmanın yanı sıra, maliyetleri kontrol altına almayı ve kâr marjlarını iyileştirmeyi sağlar. Bununla birlikte, küçük ölçekli işletmeler için uygulama zorlukları olabileceği unutulmamalıdır. Ancak büyük işletmelerde doğru uygulandığında, ABC, işletme stratejilerinin başarısını artırarak sektördeki rekabetçi avantajı pekiştirebilir.

YÖNTEM

Bu çalışma, literatür taraması yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Literatür taraması var olan akademik çalışmaların, makalelerin, kitapların ve diğer bilimsel kaynakların sistematik bir şekilde incelenmesini içerir. Çalışmanın amacı, turizm endüstrisi bağlamında kullanılan hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC) yöntemlerinin uygulama alanları ve etkinliği üzerine mevcut literatürü derinlemesine incelemektir. Bu yöntem, daha önce yapılmış araştırmaların analiz edilmesi ve bu araştırmaların sonuçlarından hareketle turizm endüstrisindeki işletmelere yönelik öneriler geliştirilmesi için faydalıdır.

Literatür taraması süreci, akademik veri tabanları, dergiler ve yüksek lisans/doktora tezlerinden elde edilen kaynaklarla sınırlıdır. Toplanan kaynaklar, belirli kriterlere göre incelenmiştir. Literatür taramasında yer alan çalışmalar, yalnızca geçerli ve güvenilir akademik yayınlar olmasına özen gösterilmiştir. Her bir kaynağın doğruluğu, güvenilirliği ve çalışmanın kapsamı dikkate alınarak değerlendirilmiştir. Bu süreçte, kullanılan kaynakların tarihsel olarak güncel olması, çalışma yöntemlerinin açık bir şekilde tanımlanmış olması ve sektörel uygulamalara dair sağlam veriler sunması önemli kriterler olmuştur.

Literatür taraması sırasında, özellikle hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC) yöntemlerinin turizm endüstrisi üzerine etkileri, her iki yöntemin avantajları ve sınırlamaları, endüstrideki farklı işletmelerin bu yöntemleri nasıl uyguladığı gibi konular detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Ayrıca bu yöntemlerin turizm endüstrisi içerisindeki etkinliğine dair yapılan araştırmaların sonuçları karşılaştırılmış ve literatürdeki boşluklar tespit edilmiştir.

Sonuç olarak bu çalışma, hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemlerinin turizm endüstrisi üzerindeki etkilerini kapsamlı bir şekilde incelemek için literatür taraması yöntemini kullanmıştır. Literatür taraması, turizm endüstrisindeki mevcut uygulamalar hakkında derinlemesine bir anlayış kazandırmayı ve turizm işletmeleri için en uygun maliyet yönetim stratejilerini belirlemeyi hedeflemiştir. Bu süreç, daha önce yapılmış akademik çalışmalara dayalı olarak, turizm endüstrisindeki işletmelere yönelik uygulamalı öneriler sunma fırsatı sağlamıştır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu çalışmada, hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC) yöntemlerinin turizm endüstrisi üzerindeki etkileri yazın temellinde incelenmiş ve her iki yöntemin uygulama alanları tartışılmıştır. Sonuçlar, her iki yöntemin de, özellikle maliyetlerin kontrol altına alınması, verimliliğin artırılması ve kârlılığın optimize edilmesi açısından turizm işletmelerine büyük faydalar sunduğunu göstermektedir. Ancak hangi yöntemin tercih edileceği, işletmenin büyüklüğüne, sunduğu hizmet çeşitliliğine ve turizm endüstrisindeki rekabet koşullarına göre değişiklik göstermektedir.

Hedef maliyetleme, özellikle turizm endüstrisinde fiyat odaklı işletmeler için önemli bir araçtır. Bu yöntemin temel prensibi, belirlenen bir hedef kâr marjına ulaşabilmek için, ürün ya da hizmetin maliyetlerinin optimize edilmesidir. Hedef maliyetleme, işletmelere fiyatlandırma stratejilerinin belirlenmesinde yardımcı olurken, aynı zamanda maliyetlerin kontrol edilmesine

olanak tanır. Yapılan çalışmalara göre, hedef maliyetleme genellikle kısa vadeli fiyatlandırma stratejileriyle uyumlu bir yaklaşım sunmaktadır ve bu, özellikle küçük ölçekli turizm işletmeleri için önemlidir. Küçük oteller ve restoranlar gibi işletmeler, hedef maliyetleme yöntemini kullanarak kâr marjlarını artırabilir ve maliyetlerini daha verimli bir şekilde yönetebilir (Kaya, 2010; Doğan, 1998).

Ancak, faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC), büyük ölçekli ve çok sayıda hizmet sunan işletmelerde daha etkili bir yöntem olarak öne çıkmaktadır. Bu yöntemde, maliyetler sadece üretimle sınırlı kalmaz, her bir faaliyetle ilişkilendirilerek izlenir. ABC, işletmelere her bir faaliyet düzeyindeki maliyetleri analiz etme ve kaynakları daha verimli kullanma imkânı sağlar. Bu yaklaşım, özellikle büyük ölçekli otel işletmelerinde, her bir hizmetin maliyetini doğru bir şekilde belirlemeye yardımcı olur. ABC yöntemi, otel işletmelerinin farklı hizmet alanları arasında kaynak kullanımını daha etkin bir şekilde tahsis etmelerini sağlar ve maliyetlerin doğru bir şekilde dağıtılmasına olanak tanır (Bengü, 2005; Unutkan, 2010).

Faaliyet tabanlı maliyetleme, aynı zamanda işletmelere rekabet avantajı sağlamak için kritik bir rol oynar. Özellikle, turizm endüstrisindeki büyük ölçekli işletmeler için bu yöntem, sadece üretim süreçlerini değil, aynı zamanda hizmet ve destek süreçlerini de analiz etmeye olanak tanır. ABC, işletmelere her faaliyet düzeyindeki maliyetlerin tam olarak nerede oluştuğunu gösterdiği için, karar alma süreçlerini iyileştirebilir ve daha verimli bir işletme modeli oluşturulmasına yardımcı olabilir (Saban ve İrak, 2009; Çabuk, 2003). Ayrıca faaliyet tabanlı maliyetleme, işletmelerin faaliyetlerinin kârlılıklarını değerlendirmelerine yardımcı olur ve işletmelerin hangi faaliyetlere daha fazla yatırım yapmaları gerektiğini belirlemelerini sağlar (Köroğlu, 2013).

Hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemlerinin her ikisi de, turizm endüstrisinde önemli stratejik avantajlar sunmaktadır. Ancak her iki yöntem de turizm endüstrisindeki sektörler için belirli koşullar altında daha etkin olabilmektedir. Hedef maliyetleme, genellikle daha net bir fiyatlandırma stratejisi gerektiren sektörlerde etkili iken, faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC), daha karmaşık ve çok sayıda hizmet sunan işletmeler için daha uygun bir maliyet yönetim aracıdır. Turizm işletmeleri için, her iki yöntemin de birlikte kullanılması, maliyetlerin daha doğru bir şekilde tahsis edilmesini, faaliyetlerin verimli bir şekilde yönetilmesini ve işletmenin kârlılığının artırılmasını sağlayacaktır (Ertaş, 1998; Yüzbaşıoğlu, 2004).

Ancak literatürde yapılan incelemeler sırasında bazı önemli boşluklar tespit edilmiştir. Öncelikle, hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC) yöntemlerinin birleşik bir şekilde nasıl daha verimli kullanılacağına dair çok az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu iki yöntemin entegrasyonu, turizm endüstrisinde daha derinlemesine incelenmesi gereken bir konu olarak kalmaktadır. Ayrıca literatürdeki çoğu çalışma, hedef maliyetleme ve ABC yöntemlerini genel teorik çerçeveler üzerinden incelemiş olup spesifik turizm işletmeleri üzerinde yapılan vaka çalışmalarına çok az yer verilmiştir. Özellikle, turizm endüstrisindeki büyük oteller ve çoklu hizmet sunan işletmelerde bu yöntemlerin entegrasyonu ve etkinliği üzerine daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir (Alpkan, 2012; Gönen, 2018).

Bir diğer önemli boşluk ise hedef maliyetleme ve ABC yöntemlerinin turizm endüstrisindeki çeşitli işletmelerin farklı büyüklüklerine ve hizmet çeşitliliğine göre nasıl uygulandığı konusunda eksik kalan bilgilerle ilgilidir. Çoğu literatür, bu yöntemlerin etkinliğini sadece genel teorilerle tartışırken, belirli bir tür turizm işletmesinde uygulama örnekleri sunmamaktadır. Bu da, bu yöntemlerin pratikte nasıl hayata geçirilebileceğine dair önemli bir boşluk oluşturur (Acar ve Şenol, 2014; Koşan ve Geçgin, 2013).

Sonuç olarak, hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemlerinin turizm endüstrisi üzerindeki etkileri üzerine daha fazla ampirik çalışma yapılması gerektiği söylenebilir. Özellikle,

bu iki yöntemin birleşik bir biçimde uygulanması ve turizm endüstrisine özgü vaka çalışmaları yapılması, gelecekteki araştırmalar için önemli bir yön olacaktır. Bu çalışma, bu boşlukları tespit etmekte ve turizm endüstrisindeki işletmelere yönelik daha etkili maliyet yönetim stratejileri geliştirmede bir temel sunmaktadır.

SONUÇ

Bu çalışmada, turizm endüstrisinde stratejik maliyet yönetimi kapsamında hedef maliyetleme ile faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemleri kavramsal ve uygulama boyutlarıyla ele alınmış, her iki yöntemin turizm endüstrisinde yer alan işletmelerinin maliyet yönetimine sağlayabileceği katkılar değerlendirilmiştir. Elde edilen değerlendirmeler, turizm endüstrisinin yoğun rekabet koşulları, değişken talep yapısı ve hizmet üretiminin çok boyutlu niteliği dikkate alındığında, geleneksel maliyetleme yaklaşımlarının tek başına yeterli olmadığını; stratejik bakış açısıyla geliştirilen çağdaş maliyet yönetimi yöntemlerinin işletmelere önemli avantajlar sağlayabileceğini göstermektedir.

Hedef maliyetleme yaklaşımı, müşteri beklentileri doğrultusunda belirlenen satış fiyatı ve hedeflenen kâr düzeyini esas alarak maliyetlerin ürün veya hizmet tasarım aşamasında kontrol altına alınmasını mümkün kılmaktadır. Bu yönüyle yöntem, işletmelerin rekabetçi fiyat politikaları geliştirmelerine, maliyet disiplini güçlendirmelerine ve sürdürülebilir kârlılık elde etmelerine katkı sağlamaktadır. Özellikle fiyat rekabetinin yoğun yaşandığı turizm endüstrisinde hedef maliyetleme, maliyetlerin daha oluşmadan yönetilmesini sağlayan proaktif bir yaklaşım olarak stratejik önem taşımaktadır.

Buna karşılık faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemi, genel üretim ve hizmet maliyetlerini faaliyetler üzerinden analiz ederek kaynak tüketimini daha doğru biçimde belirlemeye imkân vermektedir. Turizm işletmelerinde sunulan hizmetlerin çeşitliliği ve faaliyet süreçlerinin karmaşıklığı göz önünde bulundurulduğunda, maliyetlerin faaliyet bazında izlenmesi yönetim kararlarının doğruluğunu artıracak nitelikte olabilecektir. Özellikle konaklama işletmeleri gibi farklı hizmet süreçlerini eş zamanlı yürüten işletmeler açısından faaliyet tabanlı maliyetleme, kaynakların etkin kullanımını desteklemekte, katma değer oluşturmaya faaliyetlerin belirlenmesine yardımcı olmakta ve maliyetlerin daha sağlıklı dağıtılmasını mümkün kılacaktır.

Çalışma kapsamında yapılan değerlendirmeler, söz konusu iki yöntemin birbirinin alternatifi olmaktan ziyade birbirini tamamlayan stratejik maliyet yönetimi araçları olarak ele alınmasının daha uygun olduğunu ortaya koymaktadır. Hedef maliyetleme, pazara ve müşteriye odaklı maliyet planlaması gerçekleştirirken; faaliyet tabanlı maliyetleme, işletme içerisinde oluşan maliyetlerin faaliyetlere dayalı olarak ayrıntılı biçimde analiz edilmesini sağlamaktadır. Dolayısıyla her iki yöntemin birlikte uygulanması, hem maliyetlerin planlanması hem de gerçekleşen maliyetlerin etkin biçimde izlenmesi açısından turizm endüstrisinde bulunan işletmelere önemli katkılar sunması beklenmektedir.

Bununla birlikte, bu yöntemlerin başarılı biçimde uygulanabilmesi yalnızca uygun maliyetleme sistemlerinin kurulmasına değil; aynı zamanda güvenilir veri altyapısının oluşturulmasına, faaliyet süreçlerinin doğru tanımlanmasına, bilgi teknolojilerinin etkin kullanılmasına ve yönetsel desteğin sağlanmasına bağlıdır. Özellikle faaliyet tabanlı maliyetleme sisteminin etkinliği, faaliyetlerin doğru belirlenmesi ve maliyet etkenlerinin gerçekçi biçimde tespit edilmesi ile doğrudan ilişkilidir. Benzer şekilde hedef maliyetleme yaklaşımının başarıya ulaşabilmesi için pazar araştırmalarının doğru yapılması, müşteri beklentilerinin sağlıklı analiz edilmesi ve

işletmenin stratejik hedefleriyle uyumlu bir maliyet planlamasının gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmeler açısından hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemlerinin birlikte değerlendirilmesi, maliyet yönetiminin etkinliğini artırmanın yanı sıra işletmelerin rekabet güçlerinin geliştirilmesine ve sürdürülebilir kârlılık hedeflerine ulaşmalarına önemli katkılar sağlayacaktır. Günümüz turizm endüstrisinde artan rekabet baskısı, değişen müşteri beklentileri ve yükselen hizmet kalitesi standartları dikkate alındığında, stratejik maliyet yönetimi anlayışını benimseyen işletmelerin uzun dönemli başarı elde etme olasılıklarının daha yüksek olduğu değerlendirilmektedir. Bu nedenle turizm işletmelerinin maliyet yönetimi süreçlerinde yalnızca maliyetleri azaltmaya odaklanmak yerine, müşteri değeri, hizmet kalitesi, süreç verimliliği ve sürdürülebilir rekabet avantajını birlikte gözeten bütüncül maliyet yönetimi yaklaşımlarını benimsemeleri önem arz etmektedir.

Bununla birlikte gelecekte yapılacak araştırmalarda hedef maliyetleme ve faaliyet tabanlı maliyetleme yöntemlerinin farklı turizm işletmelerinin verdikleri hizmetler üzerindeki uygulamalarının ampirik verilerle karşılaştırmalı olarak incelenmesi, bu yöntemlerin sektörel etkinliğinin daha kapsamlı biçimde ortaya konulmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca dijitalleşme, büyük veri analitiği ve yapay zekâ destekli maliyet yönetimi uygulamalarının bu yöntemlerle entegrasyonunun araştırılması, stratejik maliyet yönetimi literatürüne önemli katkılar sunabilecek yeni çalışma alanları olarak değerlendirilmektedir.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

- Acar, D. (1998). İleri Maliyet Yönetim Yaklaşımı Olarak Hedef Maliyetleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(3), 1-15.
- Acar, D. ve Şenol, H. (2014). Konaklama İşletmelerinde Hedef Maliyetleme Uygulama Düzeylerinin Tespitine Yönelik Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20, 1-25.
- Akpınar, A. ve Güleç, U. T. (2021). Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Sistemi: Bir Otel İşletmesinde Uygulama. *İşletme Akademisi Dergisi*, 2(3), 254-283.
- Aksoylu, S. ve Dursun, Y. (2001). Pazarda Rekabetçi Üstünlük Aracı Olarak Hedef Maliyetleme. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11, 357-371.
- Alagöz, A. (2006). Stratejik Maliyet ve Kâr Planlama Aracı Olarak Hedef Maliyet Yönetimi: Target Cost Management. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 61-83.
- Alpkan, S. (2012). Turizm İşletmelerinde Stratejik Maliyet Yönetim Aracı Olarak Hedef Maliyetleme ve Uygulama Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi, Karabük.

- Atmaca, M. ve Terzi, S. (2007). Zaman Etkenli Faaliyet Tabanlı Maliyetleme. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2007(2), 367-384.
- Basık, F.O. ve Türker. İ. (2005). Stratejik Maliyet Yönetimi ve Analizi. V. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 53-58.
- Bekçioğlu, S. ve Köroğlu, Ç. (2012). Stratejik Maliyet Yönetimi Kapsamında Süreç Dayalı Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yönteminin Analizi ve Bir Otel İşletmesinde Uygulama. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 37, 1-24.
- Bengü, H. (2005). Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Sisteminde Faaliyet Seviyelerinde Maliyet Uygulaması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 25, 186-194.
- Bilici, N. ve Baysal, D. (2019). Konaklama İşletmelerinde Rekabet Gücü Açısından Stratejik Maliyet Yönetimi: İstanbul'da Faaliyet Gösteren Beş Yıldızlı Oteller Üzerine Bir Araştırma. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, 211-222.
- Çabuk, Y. (2003). Geleneksel Maliyet Sistemlerine Alternatif Bir Yaklaşım: Faaliyet Tabanlı Maliyetleme. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 5(5), 1-12.
- Doğan, Z. (1998). Maliyet Yönetiminde Yeni Bir Yaklaşım: Hedef Maliyetleme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(1-2), 35-45.
- Ertaş, F. C. (1998). Yeni ve Dinamik Bir Maliyet Yönetimi Aracı Olarak Hedef Maliyetleme Yöntemi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(1-2), 51-62.
- Gönen, S. (2018). Hedef Maliyetleme ile İlgili 1999-2017 Yılları Arasında Türkiye'de Yayınlanmış Lisansüstü Tezlerin İçerik Analizi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(4), 2378-2390.
- Haşaoğlu, U. (2011). Stratejik maliyet yönetim aracı: Hedef maliyetleme [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi] Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.
- Karğın, S. (2013). Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yönteminin Yükselişi ve Düşüşü. *Muhasebe Finansman Dergisi*, 58, 21-40.
- Kaya, G. A. (2010). Hedef Maliyetleme. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1), 101-115.
- Koşan, L. ve Geçgin, E. (2013). Hedef Maliyetleme Sisteminin Menü Analizinde Kullanılması: Bir Yiyecek İçecek İşletmesinde Yapılan Uygulama ve Sonuçları. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(2), 391-410.
- Köroğlu, Ç. (2013). Otel İşletmelerinde Rekabet Üstünlüğü Elde Etmek İçin Bir İleri Yönetim Muhasebesi Yöntemi Olarak Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yönteminin Analizi. *Muhasebe Finansman Dergisi*, 57, 39-55.
- Kurtlu, A. ve Dumaner, A. (2022). Konaklama İşletmelerinde Hedef Maliyetleme Yöntemi Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 24(4), 745-770.
- Kutay, N. ve Akkaya, G. C. (2000). Stratejik Maliyet Yönetimi Aracı Olarak Hedef Maliyetleme. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 33-49.
- Max, M. (2005). Sox + ABC = VALUE!. The Performance Group White Paper, 1-8.
- Özer, S. ve Bilici, N. (2017). Konaklama İşletmelerinde Faaliyet Tabanlı Maliyetleme Yönteminin Uygulanabilirliğinin Araştırılması: Van İl Merkezindeki Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. *AÇÜ Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 1-22.
- Saban, M. ve İrak, G. G. (2009). Çağdaş Maliyet Yönetimi Sistemlerinden Sürece Dayalı Faaliyet Tabanlı Maliyetleme. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 5(10), 97-108.

Titiz, İ. ve Çetin, C. (2000). Karar Almada Geleneksel Maliyet Yönetimi Yaklaşımında Yaşanan Gelişmeler ve Stratejik Maliyet Yönetimi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 17-29.

Toroslu, M.F. (2026). <https://satinalmadergisi.com/hedef-maliyetleme-yontemi/> (E.T: 30.06.2026)

Unutkan, Ö. (2010). Faaliyet Tabanlı Maliyet Sistemi ve Bir Uygulama. *Financial Analysis/Mali Çözüm Dergisi*, 97, 5-14.

Yalçın, S. (2006). Rekabet Avantajı Sağlamada Stratejik Maliyet Yönetiminin Muhasebe Uygulamalarıyla İlişkileri. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15, 120-132.

Yüzbaşıoğlu, N. (2004). İşletmelerde Stratejik Yönetim ve Planlama Açısından Stratejik Maliyet Yönetimi ve Enstrümanları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 387-410.