

SOSYAL, BEŞERİ VE İDARİ
BİLİMLER TEMEL ALANINDA
AKADEMİK ÇALIŞMALAR - I
2024 /1

ARTİKEL AKADEMİ: 332

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Temel Alanında Akademik Çalışmalar - I (2024/1)

Editör: Doç. Dr. Cengiz KAHRAMAN

ISBN 978-625-6627-21-5

Birinci Basım: Şubat - 2024

Ofset Hazırlık: Artikel Akademi

Baskı ve Cilt: Reprobir Matbaacılık Tasarım Ltd. Şti.
İvedik Organize Sanayi Bölgesi Matbaacılar Sanayi Sitesi 1514. Cad. No:23/25
Pk:06105 Yenimahalle - Yenimahalle / Ankara
Matbaa Sertifika No: 47381

Artikel Akademi bir Karadeniz Kitap Ltd. Şti. markasıdır.

©Karadeniz Kitap - 2024

Akademik etik kurallara
bağlı kalınarak yapılacak olan alıntılar ve tanıtım maksadıyla yapılacak
olan kısa alıntılar dışında, yazılı izni alınmadan, tümünün veya bir
kısımının elektronik, mekanik ya da fotokopi yoluyla, basımı, yayımı,
kopyalanması, çoğaltımı veya dağıtımı yapılamaz.

KARADENİZ KİTAP LTD. ŞTİ.
Koşuyolu Mah. Mehmet Akfan Sok. No:67/3 Kadıköy-İstanbul
Tel: 0 216 428 06 54 // 0530 076 94 90

Yayıncı Sertifika No: 19708
mail: info@artikelakademi.com
www.artikelakademi.com

SOSYAL, BEŞERİ VE İDARİ BİLİMLER TEMEL ALANINDA AKADEMİK ÇALIŞMALAR - I 2024 /1

Editör: Doç. Dr.Cengiz KAHRAMAN

YAZARLAR

Ayşen BAKKALOĞLU

Mehmet Rıda TÜR

Meryem GÜNAYDIN

Murat ÇETİN

Nurgöl Durmuş ŞENYAPAR

Salih AKA

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	7
1. BÖLÜM	
TÜRKİYE VE AVRUPA BİRLİĞİ'NİN	
SERMAYE PİYASASI DENETİMİ ÇERÇEVESİNDE	
KARŞILAŞTIRILMAS	19
- Ayşen BAKKALOĞLU	
2. BÖLÜM	
YAKIN ÇAĞ OSMANLI TARİHİ KAYNAKLARINDAN MÜHİMME,	
AHKÂM VE ŞİKÂYET DEFTERLERİNİN TANITIMI	49
- Meryem GÜNAYDIN	
3. BÖLÜM	
SAĞLIKTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE VERİ ANALİZİ	69
- Murat ÇETİN & Salih AKA	
4. BÖLÜM	
ENERJİDE SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA.....	79
- Nurgül Durmuş ŞENYAPAR & Mehmet Rıda TÜR	

ÖNSÖZ

Bu kitapta farklı disiplinlerden gelen bir grup akademisyen, kendi uzmanlık alanında yaptığı çalışmaları, incelemeleri ve tecrübelerini diğer akademisyenler ve ilgili okuyucularla paylaşmak için bir araya gelmiştir.

“Türkiye ve Avrupa Birliği’nin Sermaye Piyasası Denetimi Çerçevesinde Karşılaştırılması” başlığı ile derin piyasaları ve teknolojik açıdan Türkiye’den çok daha ileri bir hukuk sistemine sahip olan Avrupa Birliği’nin, ülkemiz için yeni olan veya henüz ortaya çıkmamış olan bir dizi hukuki sorunu varlığına dikkat edilmesine; “Yakın Çağ Osmanlı Tarihi Kaynaklarından Mühimme, Ahkâm ve Şikâyet Defterlerinin Tanıtımı” başlığında araştırmacılar tarafından bu kayıtlara yeterli ilgi gösterilmediğine; “Sağlıkta Sürdürülebilirlik ve Veri Analizi” adlı çalışmada sağlıkta sürdürülebilirlik ve veri analizi konularının birlikte yer aldığı alanlar araştırılmış, analiz ile çalışmaların hangi bölgelerde yoğunlaştığına; “Enerjide Sürdürülebilir Pazarlama” başlıklı bölümde ise, gelecekteki yapılacak araştırmalarda, işletmelerin sürdürülebilir pazarlama stratejilerinin uzun vadeli etkileri ve bu stratejilerin değişen tüketici beklentilerine nasıl uyum sağladığına daha ayrıntılı bir şekilde incelenmesi gerektiğine dikkat çekilmektedir.

Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Temel Alanında Akademik Çalışmalar - I’de yer alan bilimsel / akademik çalışmaların sosyal bilimler alanında çalışan akademisyenlere ve ilgilere katkı sunması dileği ile...

- Doç Dr. Cengiz KAHRAMAN

1. BÖLÜM

TÜRKİYE VE AVRUPA BİRLİĞİ'NİN SERMAYE PİYASASI DENETİMİ ÇERÇEVESİNDE KARŞILAŞTIRILMASI

Dr. Öğr. Üyesi Aysen Bakkaloğlu
İstanbul Nişantaşı Üniversitesi,
İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Ekonomi Bölümü
aysen.bakkaloglu@nisantasi.edu.tr
<https://orcid.org/0000-0002-2500-146X>

GİRİŞ

Finansal piyasaların birçok alt kümesi sermaye piyasalarını da içermektedir. Genellikle tasarruf sahibi olan ancak bunu kârlı yatırımlara dönüştüremeyen bireylerin bu parayı kârlı girişimlerde bulunma imkânı olan ancak gerekli sermayeye sahip olmayan diğer kişilere aktardığı mekanizma olarak tanımlanmaktadır (Mishkin ve Eakins, 2018: 454). Bilindiği üzere sermaye piyasasında şirketler borçlanma araçları ile bu menkul kıymetleri yatırımcılara satarak para toplayabilirken, özkaynak finansmanı çoğunlukla şirket hisselerinin halka arzı yoluyla gerçekleşmektedir (Veil, 2022: 74). Bu işlemlerin karşı tarafı olan tasarruf sahipleri, tasarruflarını yatırıma dönüştürme imkânına sahip olmakta, bu da hem ekonomik büyümenin hem de gelir dengesinin garanti altına alınmasını mümkün kılmaktadır.

Etkin bir finansal sistemde sermaye piyasasının mı yoksa bankalara odaklanan para piyasasının mı daha önemli oyuncular olması gerektiği tartışmalıdır. Bankaların ellerindeki mevduat miktarının yanı sıra mevduat hesabı oluşturma ve kredi verme konusundaki düzenleyici kısıtlamalar finansman sağlama kabiliyetlerini etkilemektedir. Bu bağlamda, işletmelerin sonsuz bir fon kaynağı için

para piyasasına erişemeyeceği ve sermaye piyasalarının ikame bir fon kaynağı olarak öneminin artacağı sonucuna varılabilir.

Sermaye piyasalarında çok çeşitli finansal yatırım ürünleri oluşturulabilmekte ve küçük katkı paylarının da sisteme dahil edilmesiyle sonsuz bir fon arz alanı yaratılmaktadır. Bu piyasalarda ortaklık modeliyle genişleme potansiyelinin yanı sıra, fon talep edenler yatırımcılara borçlanma araçları satarak banka kredilerine kıyasla çok daha düşük maliyetle fon temin edebilmekte, yatırımcılar da ilave risk üstlenerek mevduat getirisinden daha yüksek getiri elde edebilmektedir. Bununla birlikte, sermaye piyasalarının fonlama için artan tercihi nedeniyle bankaların kredi faiz oranlarını düşürmek zorunda kalacağı, böylece toplumsal refahın artacağı ve bireysel satın alma gücünün yükseleceği de ileri sürülmektedir.

Sermaye piyasalarının nasıl geliştiğini ve bu işlevlerin nasıl gerçekleştirildiğini etkileyen çok sayıda faktör bulunmaktadır. Bu olgunun başlıca itici güçleri arasında yatırım seçeneklerinin ve araçlarının çeşitlenmesi, sermaye piyasalarına erişmek isteyen yatırımcı ve kurumsal toplulukların büyümesi ve düzenleyici çerçevenin, yasal çerçevenin ve gözetimin sağlamlığı yer almaktadır. Bu nedenle, sermaye piyasalarının verimliliğini en üst düzeye çıkarmak için yeniliklerin teşviki ve sermaye piyasası düzenlemeleri tarafından oluşturulan kamu müdahalesi (devlet müdahalesi) dengelenmelidir.

Mevcut çalışmada sermaye piyasalarındaki denetimin Avrupa Birliği (AB) ve Türkiye açısından bir karşılaştırılması yapılmıştır. Bu kapsamda ilk bölümde sermayenin küreselleşmesi açıklanmış ve kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. İkinci bölümde AB açısından, üçüncü bölümde ise Türkiye açısından sermaye piyasalarında denetim değerlendirilmiştir.

1. KURAMSAL VE KAVRAMSAL YAKLAŞIM

Sermaye piyasalarının küreselleşmesi, finansal istikrarın ve yatırımcıların korunmasının sağlanması için etkin denetim ihtiyacını artırmıştır. Bu çalışma, AB ve Türkiye'ye odaklanarak sermaye piyasalarındaki denetimin karşılaştırmalı bir analizini yapmaktadır. Küresel finansal sistemlerin giderek artan birbirine bağıllığı, bu piyasaları yöneten düzenleyici çerçevelerin anlaşılmasının önemini vurgulamaktadır. Bu çerçevede, teorik ve kavramsal temeller, denetim uygulamalarının dinamiklerini anlamak için bir mihenk taşı görevi görmektedir.

dir. Bu bölümde sermayenin küreselleşmesini destekleyen kavramsal çerçeve açıklanarak düzenleyici yaklaşımları şekillendiren temel teorik perspektifler incelenmektedir. Bu çalışma, teorik temelleri tanımlayarak hem AB hem de Türkiye’de sermaye piyasalarının denetlenmesinin doğasında var olan karmaşıklıkların kapsamlı bir şekilde anlaşılmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu teorik temelleri anlamak, farklı jeopolitik bağlamlarda denetim mekanizmaları ve düzenleme felsefelerindeki nüanslı farklılıkları ayırt etmek için çok önemlidir.

1.1. Sermayenin Devlet ve Demokrasiyle İlişkisi

Bu bölüm sermaye, devlet ve demokrasi arasındaki karmaşık etkileşimi inceleyerek modern düzenleyici çerçeveleri şekillendiren çok yönlü dinamiklere ışık tutmaktadır. Sermaye birikimi, devlet gücü ve demokratik yönetim arasındaki simbiyotik ilişkinin incelenmesi, AB ve Türkiye’de finansal denetimin evrilen yapısına dair önemli bilgiler sunmaktadır.

1.1.1. Piyasa Hegemonyası ve Finansal Genişleme

Devlet ve kapitalizm, sermaye birikimi sürecini tanımlayan bir dizi özelliğin başlıca aktörleridir. Bu dinamik modern dünyada kendini finansallaşma ve neoliberalizm olarak göstermektedir. Bu süreçler birbirine bağlıdır ve sürekli bir şekilde işler; finansallaşma, neoliberalizm ve devlet, birikim için gerekli kurumsal çerçevelere katkıda bulunmaktadır. Devlet, neoliberalizm ve finansallaşmanın kavramsallaştırılma biçimi, toplumsal ilişkilerin bütünü ve bu bağların değişme biçimleriyle uyumludur. Devlet, finansallaşma ve neoliberalizm birbirini sürekli güçlendiren, birbiriyle bağlantılı olgulardır. Birikim taktiklerinin temeli, kaynağı ve nihai ürünü olan neoliberalizmin finansallaşma tekniği devletle yakından ilişkilidir. Devlet, bu birikim tekniğinin koşullarını sağlamanın yanı sıra, nasıl geliştiği üzerinde de önemli bir etkiye sahiptir (Güngen, 2015: 35-36).

Finansallaşma kavramı ve finans sermayesinin baskınlığı neoliberal kapitalizm dönemini tanımlamaktadır. Neoliberalizm ile yakından ilişkili olan finansallaşma terimi, kapitalizmin neoliberal aşamasını karakterize etmek için kullanılmaktadır. Lapavitsas, kapitalizmin son 20-30 yılda nasıl daha fazla finansallaştığını göstermek için bankacılık sektöründe yapılan değişiklikleri vurgulamıştır. Artık finans sektöründe kâr, kişisel gelirin finansallaştırılmasıyla elde edilmektedir. Komisyonlar, hizmet ücretleri ve kurumların kendi hesapla-

rına yaptıkları özel alım satımlar da dahil olmak üzere yatırım bankacılığında elde edilen finansal avantajları içeren bu süreç, Lapavitsas'ın finansal müsadere olarak adlandırdığı şeydir. Küresel finansallaşma artmaya devam ettikçe kâr peşinde koşan sermaye geç kapitalizmin çevre ülkelerine doğru akmaktadır. Çevre ülkeler bu durumda spekülatif sermaye hareketlerine karşı bir güvence olarak döviz rezervleri oluşturmaktadır. Döviz rezervlerinin birikmesi sonucunda durum daha karmaşık hale gelmiş, bu da zenginler ve çevre arasında yoksulların zenginlere borç verdiği emperyalist bir bağlantıya yol açmıştır (Lapavitsas, 2009: 26-27).

“Finansallaşma” terimi, bankaların ticari ve endüstriyel sermayeyi nasıl elde ettiğinden daha fazlasını tanımlamaktadır. Daha ziyade, finans sektörünün artan bağımsızlığını ima etmektedir. Açık finansal piyasalardan borçlanma yoluyla, endüstriyel ve ticari sermaye finansal iş yapmaya başlamıştır. Yeni gelir kaynakları yaratma çabası içinde olan finansal kurumlar, yatırım bankacılığı ve finansal müsadereye odaklanma eğilimi göstermiştir. İşçiler de barınma, tüketim, eğitim, sağlık ve yaşlılık gibi temel ihtiyaçlarını karşılamak için finans sektörüne çekilmişlerdir. Bu süre boyunca reel ücretler durgunlaşmış, üretim öngörülemez ve zayıf olmuş ve sık sık finansal balonlar meydana gelmiştir. Finansallaşma üzerine yapılan çok sayıda araştırma, bu kavramı çeşitli yönlerini vurgulayarak aydınlatmaya çalışmıştır. Epstein finansallaşmayı “finansal güdülerin, finansal piyasaların, finansal aktörlerin ve finansal kurumların ulusal ve uluslararası ekonominin işleyişindeki artan rolü” olarak tanımlamıştır (aktaran Koç, 2015: 117). Buna karşılık Foster finansallaşmayı “kapitalizmin finansallaşması” olarak nitelendirmekte ve “çağımızın temel sorunlarından birinin ekonomik faaliyetin ağırlık merkezinin üretimden (ve hatta büyüyen hizmetler sektöründen) finansal kayması” olduğunu belirtmektedir (Foster, 2008: 45).

2000'li yıllardan bu yana, mali zorluklar yaşayan çevre ülkeler, merkez kapitalist ülkelerdeki likidite miktarından ve sermaye hareketlerinin serbestleşmesinin getirdiği sanayi, ticaret ve finans alanlarındaki artan hareketlilikten yararlanmışlardır. Çevre ülkeler, yabancı yatırım çekebilmek için küresel olarak dolaşımda olan para akışlarını çekmek için “yarışmışlardır”. Dolayısıyla uluslararası sermaye, çevre ülkelere doğru doğrudan, kısa vadeli sermaye transferleri şeklinde yönlendirilmiştir. Uluslararası sermaye, gelişmekte olan ülkelere kapasite yaratma yatırımları veya mevcut kapasitelerin birleşmesi ve satın alınması yoluyla yatırım yapabilmektedir. Öte yandan, üretim yapısındaki değişiklikler nedeniyle, küresel sermaye üretim sürecinin coğrafi olarak dağılmasına neden

olmuş ve yabancı taşeronları işe almaya başlamıştır. Sonuç olarak, komşu ülkelerde fason üretim artmıştır (Kurtulmuş ve Tanyılmaz, 2017: 188).

Kapitalizmin neoliberal aşamasını tanımlayan sermayenin küreselleşmesi ve birikimin finansallaşması, yeni üretim ilişkilerinin daha fazla çeşitlenmesine ve toplumsal gruplar arasında çıkar çatışmaları yaratmasına neden olmaktadır. Bu aşama bir dizi yapısal değişiklik gerektirmektedir. Tüm toplumsal alanın neoliberal ideallere uygun hale getirilebilmesi için devletin kurumsal yapısında temel bir revizyon gereklidir. Bu ortamda, daha önce sınıf mücadeleleri ve gizli sınıf ilişkileri etrafında yapılandırılmış olan kurumları neoliberalizme uyum sağlayabilecek hale getiren şey eklemleme mekanizmasıdır. Akçay'a (2013: 26) göre bu mekanizma, neoliberal ilkelerle uyumlu yeni kurumların oluşturulmasının yanı sıra mevcut bazı kurumların güçlendirilmesini ve diğerlerinin zayıflatılmasını gerektirmektedir.

1.1.2. Politik Kültür ve Düzenleyici Dinamikler

Tylor (2016: 1) kültürü; bilgi, inanç, ahlak, etik, hukuk, gelenekler ve insanların topluma dahil olarak geliştirdikleri diğer beceri ve davranışlardan oluşan karmaşık bir yapı olarak tanımlamaktadır. Peterson (1979: 137) kültürü oluşturan dört farklı bileşen tanımlamıştır. Bu unsurlar güçlü semboller, gelenekler, değerler ve inançlardan oluşmaktadır. Siyasal kültür üzerine yapılan çalışmalar, toplumun siyasal sistemine odaklanmak yerine, insanların bu çerçeveye ilişkin görüşlerini incelemeye çalışmıştır. Bir başka deyişle, devlet, parlamento, siyasi partiler ve iktidar gibi kurumlara ilişkin görüşler, algılar ve beklentiler, siyasi kültür incelenirken kurumların kendisinden daha önemli hale gelmektedir (Özer, 1996: 84). Örneğin Danziger'e (2009: 43) göre siyasal kültür genellikle siyasal yönelimlerin belirli bir nüfus içinde örgütlenme biçimi olarak anlaşılmaktadır.

White'ın (1979: 1) ifadesiyle siyasi kültür, siyasi sistemin içinde bulunduğu davranışsal ve zihinsel çerçevedir. Siyasi kültür, belirli bir siyasi sistem içerisindeki siyasi inanç ve davranış kalıplarının yanı sıra genel kamuoyunun hükümet kurumlarını ve prosedürlerini nasıl gördüğünü ifade etmektedir. Bu çerçevede, siyasi aktörlerin faaliyetleri de siyasi sembolleri, temel ilkeleri ve idealleri bünyesinde barındıran kültürden etkilenmektedir. "Kültürler ve Organizasyonlar" adlı çalışmalarında, Hofstede ve diğerleri (2010: 53-296), çeşitli ülkelerden ve etnik kökenlerden IBM çalışanları üzerinde yaptıkları bir araştırmanın verilerinden yola çıkarak kültürleri altı farklı kriter çerçevesinde incelemiştir; güç me-

safesi, bireycilik, erillik, belirsizlikten kaçınma, uzun vadeli uyum ve hoşgörü. Hofstede ve arkadaşları bu faktörlere 0 ile 100 arasında bir puan vermiştir. Örneğin bireycilik kriterinde 100 puan alan bir ulus çok bireyci bir siyasi kültüre sahip olacaktır; 0 puan alan bir ulus ise çok kolektivist bir siyasi kültüre sahip olacaktır. Görüldüğü üzere, siyasal kültürün toplumların kültürlerinden bağımsız olarak değerlendirilmesi mümkün değildir.

Toplum olarak bir arada yaşayabilmek için insanların birbirlerini tanımaları, anlamaları ve hoş görmeleri gerekir; aksi takdirde sadece kendi beklentilerini karşılayacak şekilde hareket ederler. Başka türlü bir medeniyeti tartışmak ve sürdürmek zor görünecektir. İnsanların birbirleriyle iyi geçinmesi ne kadar önemliyse, açık fikirli olmak da o kadar önemlidir. Çünkü demokratik bir toplumda farklı görüşler kabul edilir ve hoşgörüyle karşılanır (Kıncal, 2002: 83). Demokrasilerde mutlak doğrular ile mutlak yalanlar arasında bir gerilim söz konusudur. Bu tartışmalara ilişkin analizlerin çoğu demokratik haklar ve sosyoekonomik kaygılar üzerine yoğunlaşmaktadır. Örneğin Amerika Birleşik Devletleri'nde bu tartışmalar yaygındır ve birçok farklı yorumu vardır. Tartışmalarda belli sorular ve sorunlar gündeme getirilmektedir. Demokrasinin toplumsal sorunlara çözüm getirdiği düşünüldüğünde, demokratik bir kültürün oluşturulması bu sorunların ele alınması için elzemdir (TDV, 1999: 46-47).

Sömürücü kurumlara sahip ülkelerin başarısız olmalarının ana nedenlerinden biri, gerekli yenilikçi teşvikleri ve kalkınma girişimlerini sunamamalarıdır. Sömürüden fayda sağlayanların konumu, bunu destekleyen siyasi kurumlar tarafından güçlendirilmektedir. Dünya genelinde Mısır, Arjantin ve Kolombiya gibi çok sayıda ülke yeterli ekonomik faaliyete sahip değildir. Bunun nedeni, politikacıların kaynakları kötü yönetmeye ya da varlıklı seçkinleri ve kendilerini tehlikeye atacak herhangi bir iş girişimini engellemeye fazlasıyla istekli olmalarıdır. Bu nedenle pek çok ülkenin tarihi iç çatışmalar, halka karşı şiddet, yargısız infazlar ve insan hakları ihlalleri ile karakterize olmuştur. Bunların yaşadığı bir ortamda demokrasiden söz edilemez. Demokrasi kültürünün, şiddete başvurmadan toplumsal düzeni koruyan özellikler geliştirdiği söylenebileceği için hayati önem taşıdığı söylenebilir (Acemoğlu ve Robinson, 2013: 357).

Bireyi korumak, azınlıkların hak ve özgürlüklerini savunmak ve bireyi devlet ve toplum yararına feda etmeyi reddetmek demokrasinin en önemli özelliklerinden bazılarıdır. Demokrasilerde toplumlar baskıyı azaltmak ve yaşam standartlarını iyileştirmek üzere yapılandırılır. Siyaset kurumundan bir şeyler talep

etmek de elbette demokratiktir. Ancak bu, özgürlükleri kısıtlayan bir tartışma ya da eylem haline gelmemelidir. Bu durum, hak mücadelesi veren insanların çoğunlukla demokratik kültürlerden gelmelerinin yanı sıra, devletin özgürlüğü kısıtlayabilecek koşullar yaratmaktan kaçınması gerekliliğiyle de ilgilidir. Aksi takdirde, sivil toplum örgütleri söz ve eylemlerini mevcut sorunlara eğilmek yerine baskı uygulamak için kullanacaktır. Bunun sonucunda da anti-demokratik bir zihniyet ortaya çıkacaktır (Bilge, 2011: 56).

1.1.3. Sermayenin Küreselleşmesi

Kapitalist üretim tarzının temel bir yönü olarak ulusal devlet ile küresel birikim tarzı arasındaki çatışmayı vurgulayan ulusal devlet, tarihsel olarak kapitalist devleti temsil etmiştir (Bryan, 1987: 253; Harvey, 2018: 423). İlişkisel yaklaşım, kapitalist üretim ilişkilerinin evrimine ışık tutmak için küresel sermaye ile ulusal devlet arasındaki bu çelişkili bağlantının önemini vurgulamaktadır. Aralarındaki çelişki, küresel pazardaki tarihsel süreçler için açıklayıcı bir bileşen haline gelir, çünkü bunların birliği kapitalizmdeki sınıf ilişkilerinin birliğinde gizlidir (Poulantzas, 2018: 46). Kısaca söylemek gerekirse, “farklı ekonomiler ve devletler tutarlı bir bütünün entegre parçalarıdır”, çünkü ilişkisel yaklaşım olayları böyle görmektedir (Panitch ve Gindin, 2004: 36). Sermaye ile sermayenin küreselleşmesi arasındaki “ilişkinin” dikkate alınması gerektiğini unutmamak önemlidir.

Küresel kapitalist üretim ilişkilerinin çelişkili birliğini vurgulamamanın yanı sıra, ilişkisel yaklaşımın bu ilişkilerin neden “sınırsız bir alan” ya da “kesintisiz bir birlik” olarak görünmek yerine, zaman ve mekân içinde oldukça farklılaşmış ve parçalanmış siyasi ve ekonomik biçimler aldığını açıklaması gerekir (Bryan, 2003: 60-61). Kapitalist üretim ilişkilerinin ekonomik olarak parçalanmak yerine basitçe siyasi olarak devletlerin topraklarına ayrıldığı yanıtı, sermaye ilişkisinin tarihsel olarak nasıl evrildiğini yeterince açıklamamaktadır. Bryan’ın (2003: 61) belirttiği gibi, küresel sermayenin “homojenliğini” varsayan yöntemlerle ilgili sorun, “bir soyutlama sürecini (bütünleşmiş bir dünya) tarihsel bir süreçle (sermayenin dünyaya yayıldığı çatışma ve çelişkiler) birleştirmeleridir”. Ayrıca, küreselleşmenin bir sonucu olarak sermayenin genişliği ve derinliğinin artmasına rağmen ulusal oluşumlar arasında neden hala kayda değer siyasi ve ekonomik ayrımlar olduğunu açıklamak gerekmektedir.

Sermayenin üretilmesi, gerçekleştirilmesi ve biriktirilmesi için hem mekân

hem de biçimler arasında sürekli hareket halinde olması gerekir (Harvey, 2018: 379). Ancak bu iki “hareketlilik” biçimi arasında, sermaye birikiminin kriz benzeri karakterini artıran tutarsızlıklar da vardır. Her şeyden önce, sermaye aynı anda üç farklı biçime -üretim, meta ve para sermayelerine- dönüştüğünde hareket eder ve çelişkili hale gelir. Değerin dolaşımı (para ve meta sermaye devreleri) ve üretimin birliği (üretken sermaye devresi) sermaye birikimine yol açan iki süreçtir. Dolayısıyla, sermayenin üretken devrelerden para ve meta devrelerine sürekli akışı sermaye birikimine olanak tanıyan şeydir. Bu biçimlerin birliğinin -sermaye birikiminin- gerçekleşmesi, emek ve sermaye arasındaki sınıf çatışmalarına ve belirli sermayeler arasındaki rekabete bağlıdır, dolayısıyla bunların birliği doğası gereği çelişkili ve kırılıgandır (Bryan, 1987: 260; Harvey, 2018: 405).

Mobil sermaye türleri olan para ve meta sermayeleri, Harvey'in (2002: 330) de belirttiği gibi, “etkin bir şekilde işleyebilmek için istikrarlı ve güvenli mekânsal altyapılara ihtiyaç duyarlar”. Bu anlamda “yapılı çevre” ulaşım altyapısı, iletişim ağları, teknoloji ve altyapı yatırımları gibi unsurları içerir. Emtia ve finans sermayeleri de buna bağlıdır. Ancak değerın takası ve saklanması için geleneksel olarak ulusal devlet tarafından sağlanan bir “para sistemi”nin güvence altına alınması, taşınabilir sermaye biçimleri için daha temel bir ön koşuldur (Harvey, 2001: 330). Sonuç olarak, uluslararası birikim ve ulusal devlet arasındaki ilişki, sermayenin uluslararası hareketliliği ile ulusal devletin sabitliğini karşılaştırarak yeterince açıklanamaz.

Üretim ilişkilerinin sınıfsal doğası, küresel sermaye birikiminin rekabet, eşitsiz gelişme, sabitlik ve hareketlilik gibi çatışma ve eğilimlerini bir araya getirmektedir. Sermayenin sürekli aşırı birikime yönelmesi, bu çelişkilerin birliğinin bir tezahürüdür (Harvey, 2017: 213). “Dünyayı uluslararası bir bölgesel iş bölümüyle karakterize edilen tek bir sisteme entegre etmek için sürekli genişleyen bir dolaşım alanı”, sermayenin aşırı birikim eğilimini yönetme ve kontrol etme girişiminin sonucudur (Harvey, 2018: 418). Sonuç olarak, sermayenin uluslararasılaşmasının “küreselleşme” olarak adlandırılan mevcut aşaması, sermaye birikiminin aşırı birikim eğilimindeki çelişkilerin ve sermayenin bu eğilime aracılık etme ve kontrol etme girişimlerinin ortaya çıkması sürecinde yeni bir aşama olarak görülmelidir. Ancak sermayenin uluslararasılaşmasının en son aşamasında ulusal devletin bu işlevi neden oynamaya devam ettiği hala belirsizdir.

1.2. Demokrasi ve Sermaye Etkileşimi

Farklı ülkelerin ekonomileri karşılaştırıldığında, bazılarının yerleşik ve güçlü ekonomilere sahip olduğu, bazılarının ise gelişmemiş veya gelişmekte olduğu ve zayıf ekonomilere sahip olduğu görülmektedir. Ulusların ekonomik gelişimindeki bu farklılıklara ilişkin olarak farklı bakış açıları mevcuttur. Bu durumda, ilk yanıt Solow modeli tarafından verilmektedir. Bu kavrama göre, durağan bir durumda işçi başına çıktı, beceri ve fiziksel sermaye gibi özel girdilere yapılan yatırım oranı, işgücünün büyüme hızı ve bu girdilerin toplam verimliliği tarafından belirlenir (Linggi, 2011: 33).

Demokrasi ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiye dair çalışmalar ve hipotezler incelendiğinde çok çeşitli bakış açıları ortaya çıkmaktadır. Demokrasiye farklı açılardan bakıldığı ve farklı analitik yöntemler uygulandığı için genel kabul görmüş bir sonuç yoktur. Demokratik yönetim ile ekonomik büyüme ve kalkınma arasındaki ilişkiye dair araştırma ve teorileri analiz ederken dikkat edilmesi gereken pek çok farklı bakış açısı bulunmaktadır. Sirowy ve Inkeles, ekonomik kalkınma ve demokrasi arasındaki ilişkiye yönelik teorik yaklaşımları üç kategoriye ayırmaktadır (Sirowy ve Inkeles, 2017: 128-134). Bu üç yaklaşım şüpheli, bağdaşmacı ve çatışmacıdır.

Çatışmacı yaklaşım, hızlı ve etkili ekonomik büyümenin, demokratik kurum ve prosedürlerin ortaya çıkmasını ve temel sivil ve siyasi hakların ilerlemesini engelleyen veya geciktiren otoriter bir hükümetin kurulmasını gerektirdiğini savunmaktadır. Bu bakış açısına göre, demokrasi ve ekonomik kalkınma hedefleri birbirleriyle uyumsuzdur (Sirowy ve Inkeles, 2017: 128-129). Az gelişmiş ülkeler, birbirlerini dışladıkları için demokratikleşme ve ekonomik kalkınmayı aynı anda gerçekleştiremezler (Weede, 1983: 154).

Demokrasi ve ekonomik ilerlemenin feda edilmesi gerektiği fikri “Zalim İki-lem” olarak bilinmektedir (Bhagwati, 2002: 151). Başka bir deyişle, bu iki değişkenden biri artarken diğeri azalır. Bir ulus aynı anda her iki faktörü de teşvik edemez. Bhagwati (2002: 158) demokrasi ve ekonomik kalkınmanın birbirini dışlamadığını ileri sürmektedir. Bazı görüşlere göre demokrasiler hızlı tüketimi teşvik edecek, bu da ekonomik yatırımları azaltacaktır. Buna karşılık otokrasilerde cari tüketimin keskin bir şekilde azaltılabileceği ve böylece ulusal tasarrufların artırılmasının daha kolay olacağı belirtilmektedir (Şanlısoy, 2010: 195).

Huntington’a (2007: 71) göre uzun vadeli ekonomik büyüme demokratik

kurumların temel taşıdır. Kısa vadeli hızlı ekonomik büyüme ve ekonomik krizlerin otokratik sistemlerin gücünü azaltabileceğine inanan Huntington'a göre, yüksek ekonomik kalkınma seviyeleri ve kısa vadeli ekonomik krizler (veya başarısızlıklar), üçüncü demokratikleşme dalgasında otokratik yapıların demokratik yapılara dönüşümünü en çok kolaylaştıran ekonomik faktörlerdir. Otokrasiler, ekonomik büyüme için daha iyi olduklarını düşünenlere göre, seçim baskısından ve kaynakların etkin olmayan alanlara dağıtılmasından daha iyi kurtulabilmektedir (Yay, 2002: 38). Çatışmacı yaklaşım, başarılı ve hızlı ekonomik büyümenin otoriter rejimler gerektirdiğini savunur. Çünkü insanlar demokratik prosedür ve kurumların, siyasi ve sivil haklardaki gelişmelerin bir ülkenin ekonomik büyümesinin önünde durduğuna inanmaktadır (Sirowy ve Inkeles, 2017: 129).

Birçok ekonomist ve sosyal bilimci liberal demokrasinin ekonomik büyüme için gerekli olduğuna inanmaktadır. Ancak yaygın olarak benimsenen “demokrasinin ekonomik büyümeye yol açacağı” düşüncesi insanları sık sık hayal kırıklığına uğratmıştır. Bazı otoriter hükümetlerin başarılarının, yükselen ve gelişmekte olan ekonomilerde otoriter rejimlerin büyük nüfuslar arasında tercih edilebilir olduğuna dair yaygın bir algıya yol açtığını belirtmek önemlidir. Demokrasilere kıyasla ekonomik kalkınma için daha uygun olduklarını savunanlara göre otokrasiler cari tüketimi kolayca kısıtlayabilir, bu da yatırımları azaltır ve ekonomideki tasarrufları artırır (Karakayalı ve Yanıkaya, 2006: 140). Otoriter hükümetlerin, demokrasilerin aksine, vergilendirme veya diğer yöntemlerle toplumdan daha fazla rant çekebildikleri ve bunun da yurtiçi tasarruf düzeyini yükselttiği iddia edilmektedir (Bhagwati, 2002: 152).

Bağdaşma yaklaşımı, ekonomik büyümenin yönetilmesinde otoritenin tamamen merkezileştirilmesine karşı çıkan bir bakış açısıdır. Bağdaşma yaklaşımının savunucuları demokrasi ve kalkınmayı birbirini tamamlayıcı ve destekleyici olarak görmektedir (Sirowy ve Inkeles, 2017: 132-134). Bu yaklaşımın en önemli destekçilerinden biri Mancur Olson'dur. Olson (2003: 28-29) otokrasilerin, ellerindeki kaynakların bir kısmını kendi etki alanlarında verimliliği artırabilecek kamu malları yaratmak için kullansalar bile, yalnızca toplumdan alabilecekleri net miktarı maksimize etmeyi amaçlayacaklarını iddia etmiştir. Sonuç olarak, otokrasilerde vatandaşlardan otokratlara doğru bir kayma söz konusudur. Olson (2003: 30), hem otokratlar hem de çoğunluklar vergi gelirlerini kontrol ettikleri için toplumda daha büyük bir paya sahip olsalar bile, çoğunluğun sosyal etkinlikte daha büyük bir paya sahip olduğunu (sosyal piyasa gelirin daha yüksek

bir payını kapsadığı için) belirtmiştir. Sonuç olarak, otokratların aksine, çoğunluk kendine yeniden dağıtım yapmaya daha az eğilimlidir.

Demokrasinin ekonomik kalkınma üzerinde olumlu etkileri olacağını düşünenlere göre, demokrasilerdeki hesap verebilirlik mekanizması hükümetler üzerinde kaynakları daha verimli harcamaları için baskı yaratacak ve bu da ekonomik performansı artıracaktır. Ancak, demokratik bir sistem kriz sırasında hükümetlerin değişmesine olanak tanıdığından, bu görüşün savunucuları demokratik sistemlerin kriz durumunu istikrara kavuşturma olasılığının daha yüksek olduğunu iddia etmektedir (Şanlısoy, 2010: 194). Demokratik sistemlerde kötü yöneticiler seçimler yoluyla değiştirilebilir, ancak otokratik kurumlarda bu ya imkansızdır ya da son derece zordur. Demokrasinin ekonomik kalkınma üzerindeki olumlu etkilerini savunanlara göre, otokratik rejimler aynı zamanda aşırı savunma harcamalarıyla da ilişkilidir ve bu da daha üretken çabalara harcanabilecek parayı israf etmektedir. Faust'a (2006: 63) göre, demokrasilerdeki rekabet yanlısı ekonomi politikaları, otokrasilerin aksine, toplam ekonomik çıktının artırılması üzerinde faydalı bir etkiye sahiptir.

Demokrasi ve ekonomik genişleme arasında olumlu bir ilişki olduğu konusunda hemfikir olan üç grup insan vardır. Bazı ekonomistler iletişimin dolaylı (çeşitli yollarla), hatta hem doğrudan hem de dolaylı olduğunu iddia ederken, diğerleri ilişkinin doğrudan olduğunu savunmaktadır. Örneğin yeni kurumsalcı bakış açısı, hükümet politikalarının, özel kurumların veya teşviklerin hepsinin doğrudan veya dolaylı olarak refahı artırmak için kullanılabileceğini savunur. Bu bakış açısı, ekonomik kalkınmanın temelini demokratik kurumlar olması gerektiğini savunmaktadır (Sunde, 2006: 471).

Tavares ve Wacziarg (2001: 1341) demokratik kurumların ekonomik büyümeyi etkilediği birçok yol olduğunu ileri sürmektedir. Tavares ve Wacziarg'a (2001: 1343-1348) göre, siyasi istikrarsızlık, etkin yönetim, hükümetin büyüklüğü, beşerî sermayenin yaratılması, gelir eşitsizliği, ticari açıklık ve fiziksel sermayenin yaratılması demokrasinin ekonomik büyümeyi etkilediği yollardır. Tavares ve Wacziarg'ın (2001: 1343-1348) bahsettiği her kanalın ekonomiyi bir bütün olarak güçlendirmesini beklemek makul değildir. Yazarlar aslında bazı kanalların ekonomik büyüme üzerinde olumsuz bir etkiye sahipken, diğerlerinin olumlu bir etkiye sahip olduğu sonucuna varmaktadır. Bu yolların net etkisi demokrasi ve ekonomik büyüme arasındaki nihai ilişkiyi belirleyecektir. Genel etki pozitif ise ekonomik büyüme demokrasiden olumlu etkilenecek; genel etki

negatif ise demokrasiden olumsuz etkilenecektir. Net etki sıfır ise demokrasi büyümeyle etkilemeyecektir.

Demokrasi ve ekonomik kalkınma arasındaki ilişkiye dair bir bakış açısı da şüpheli yaklaşımdır. Bu teorinin savunucuları, demokrasi ve ekonomik ilerlemenin her zaman birbirini dışlamadığını iddia etmektedir (Sirowy ve Inkeles, 2017: 134). Bazıları, demokrasi ve otokrasinin nasıl ilişkili olduğunun bilinmemesi nedeniyle, ekonomik kalkınma için hangisinin daha iyi bir siyasi sistem olduğunu belirlemenin imkansız olduğunu iddia etmiştir (Doğan, 2005: 3). İdari sistemin etkinliği ile ekonomik kalkınma arasında doğrudan bir bağlantı olmadığı iddiası, kamu yöneticilerinin ve devletin ülkenin ilerlemesine adanmış olması gerektiği yönündedir. Büyümeye öncelik veren yöneticiler hem otoriter hem de demokratik uluslarda görülmektedir (Şanlısoy, 2010: 196). Demokrasi ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiye dair Herbert Obinger'in çalışmasında yer alan ampirik araştırmaların çoğunluğu tam tersi bir sonuca ulaşmaktadır (Obinger, 2001: 333-334).

Her durumda bir siyasi sistemin ekonomik büyümeyle mümkün olan en iyi şekilde desteklediğini söylemek zordur. Örneğin, bazı diktatörlük yönetimleri halkın taleplerine göre hareket etse de, seçimle işbaşına gelen hükümetlere sahip tüm demokrasiler yolsuzluk veya kayırmacılığın olmayacağını garanti edemez. Bardhan'a (2017: 321-338) göre, otokratik hükümetlerde rüşvetin daha yaygın olduğu tamamen doğru değildir. Seçimlerin ne kadar "pahalı" hale geldiği göz önünde bulundurulduğunda, Bardhan'a göre yardımlar ancak kampanyaya destek karşılığında yapılmakta ve bu da demokrasilerde rüşveti teşvik etmektedir.

Adejumobi (2000) bazı ülkelerde otoriter hükümetlerin demokratik hükümetlere göre ekonomik açıdan daha başarılı olduğunu ve ne siyasi sistemin ne de demokrasinin ekonominin nasıl büyüyeceğini öngörebileceğini ileri sürmektedir. Tek tek ülke örnekleri incelendiğinde, Bostwana ve Mauritius demokratik rejimler altında eşdeğer veya daha iyi ekonomik başarı gösterirken, Tayvan, Singapur ve Kore- hepsi de demokrasi derecesi açısından daha alt sıralarda yer almaktadır - güçlü ekonomik büyüme sergilemiştir. Karşılaştırılabilir ekonomik sonuçlar demokratik Jamaika ve Papua Yeni Gine'nin yanı sıra otoriter Güney Afrika ve Mozambik tarafından da tecrübe edilmiştir. Bu ülkeler demokratik yelpazenin taban tabana zıt uçlarında yer almaktadır. Bu örnekler, siyasi rejimin türünün her zaman ortalama uzun vadeli büyüme oranlarının belirleyicisi olmadığını göstermektedir (Rodrik, 2009: 175).

1.3. Sermaye Piyasaları

Para piyasası, para piyasasından daha geniş bir tanıma sahip olan sermaye piyasası tartışmalarına sıklıkla dahil edilmektedir. Günümüzde para ve sermaye piyasaları birbirinden bağımsız olarak kullanılabilirdiği gibi, sermaye piyasası para piyasasını da kapsayacak şekilde kullanılabilir (Büker vd., 2014: 444). Küresel finansal piyasalar son zamanlarda diğer piyasalara göre daha fazla genişlemiş ve olgunlaşmıştır. Bu piyasalar ticaret hacmi ve araç çeşitliliği açısından önemli ölçüde gelişmiştir. “Tasarrufların yatırımlara yönlendirilmesi faaliyetlerini ve bu faaliyetleri yürüten kurumları kapsayan piyasa” sermaye piyasasının genel tanımıdır (Tümer, 1979: 2). Dolayısıyla, orta vadeli fonlar (beş yıl vadeli borçlar gibi) ve uzun vadeli fonlar (daha uzun vadeli tahviller ve firma hisseleri) sermaye piyasalarını oluşturan mekanizma ve kurumlar içinde yer almaktadır. “Hisse senetlerinin ve tahvillerin alınıp satıldığı piyasa” en dar anlamıyla sermaye piyasasının tanımıdır (Tümer, 1979: 3).

Sonuç olarak, sermaye piyasasının işleyebilmesi için iki ön koşulun yerine getirilmesi gerekir. Bunlardan ilki, finansman ihtiyacı olan ekonomik kuruluşlardır. Kamu sektörü ve anonim şirketler fon ihtiyacı olan ekonomik kuruluşların başında gelmektedir. Kamu borcu, devletin çeşitli amaçlarla farklı kişi ve kuruluşlardan borçlanmasını tanımlamak için kullanılan ve kamu sektörünün fon talebini etkileyen bir kelimedir. Kamu kuruluşları, devlet borçlanmasını kolaylaştırmak için sabit faiz oranları ve geri ödeme planları ile devlet tahvilleri ve hazine bonoları ihraç etmektedir.

Ancak sermaye piyasasındaki fon talebinin önemli bir bölümünü işletmelerin sürekli veya uzun vadeli fon sağlamak amacıyla ihraç ettikleri menkul kıymetler oluşturmaktadır (Kepekçi, 1983: 13-14). Tasarruflarını veya çeşitli yollarla biriktirdikleri paralarını halka açık işletmelerin ve anonim şirketlerin ihraç ettikleri menkul kıymetlere yatırmak isteyen kişi ve kuruluşlar, sermaye piyasasının oluşması için gerekli ikinci unsuru oluşturmaktadır. Bunlar sermaye piyasasına kaynak sağlarlar ve piyasanın fon arz eden bölümünü oluştururlar. Sosyal güvenlik fonları sermaye piyasası için birincil fon kaynağıdır. Sermaye piyasasına nakit sağlama söz konusu olduğunda, kişisel tasarruflar tüm tasarrufların çoğunluğunu oluşturmaktadır (Kepekçi, 1983: 11-13). Sermaye piyasasının temel tasarruf birimleri şirketler, kooperatifler, dernekler, vakıflar, bankalar ve özel kanunlarla kurulmuş kuruluşlardır. Bu anlamda sermaye piyasaları, fi-

nansal varlıkların alım ve satımı için tekliflerin değış tokuşunu kolaylaştıran bir mekanizmadır.

Yatırımların temel finansman kaynağı olan tasarruflar, sermaye piyasaları tarafından hedeflerine göre kanalize edilerek ülke ekonomisinin kullanımına sunulmakta ve yatırım araçlarının mülkiyeti çok sayıda kişi arasında dağıtılarak daha yönetilebilir bir risk yapısıyla daha büyük yatırımların yapılmasına olanak sağlamaktadır. Ayrıca, kayıt dışı sektörle mücadelede en önemli faktörlerden biri de sermaye piyasalarının durumudur. Uluslararası sermaye akışındaki hızlı genişleme sayesinde şirketler artık ulusal sınırların dışında çok daha büyük finansman kaynaklarına erişebilmektedir (Öztürk, 2011: 62).

2. SERMAYE PİYASASI VE AVRUPA BİRLİĞİ

Bu bölüm, özellikle AB'ye odaklanarak sermaye piyasalarındaki düzenleyici ortamın derinlemesine bir incelemesini sunmaktadır. Önemli bir ekonomik ve siyasi oluşum olarak AB'nin sermaye piyasası denetimine yaklaşımı, üye ülkeler arasında finansal istikrarı ve yatırımcı güvenini teşvik etme taahhüdünü yansıtmaktadır. Bu bölümde, sermaye piyasası uygulamalarını uyumlaştırmak ve sınır ötesi iş birliğini geliştirmek için AB tarafından uygulanan düzenleyici çerçeveler, direktifler ve girişimler incelenmektedir. Bu çalışma, AB'nin stratejilerini ve mekanizmalarını analiz ederek, Avrupa entegrasyonu ve düzenleyici yakınlaşma bağlamında sermaye piyasası denetiminin gelişen dinamiklerini aydınlatmayı amaçlamaktadır.

2.1. Avrupa Birliği'nde Sermaye Piyasaları ve Finansal Denetim

Avrupa Birliği'nin mali denetim ve yatırım prosedürlerinin sistemik eksiklikleri 2007-2008 mali krizi ile ortaya çıkmıştır. Mali kriz öncesinde, AB'nin çoğunlukla ulusal uygulamalardan oluşan mali piyasa gözetim ve yatırım sistemi, küreselleşmenin hızına ayak uyduramamış ve Avrupa piyasalarının daha büyük bir bütünün parçaları olduğu fikrini göz ardı etmiştir. AB hukukunun koordineli bir şekilde uygulanmaması ve üye devletlerin düzenleyici piyasa kurumları arasındaki güvensizlik ortamı, finansal krizin ardından ortaya çıkan başlıca sistemik kusurlardır. Bir üye ülkenin mali piyasalarındaki risk derecesi artarak diğer ülkeleri de etkilemiş ve güven ve koordinasyon eksikliğinin bir sonucu olarak krizi derinleştirmiştir (Haar, 2015: 173). Bu hususlar, kriz sonrası

reform aşamasında AB mali denetim sistemini oluşturan kurumların kuruluş kanunlarında, yeni sistemin oluşturulmasının gerekçesi olarak açıkça belirtilmiştir.

Denetim makamlarının başarısızlığı, rol oynayan birçok karmaşık unsur olmasına rağmen, mali krize yol açan en belirgin unsurlardan biri olmuştur. Bu başarısızlık, AB finans sisteminin kurumsal olarak elden geçirilmesini gerekli kılmıştır. 2010 yılında Avrupa Konseyi ve Avrupa Parlamentosu, Avrupa Komisyonu'nun Avrupa Finansal Denetim Sistemi önerisini onaylamıştır. Yeni sistemin başlıca hedefleri finansal istikrarı korumak, finansal sisteme olan kamu güvenini arttırmak, finansal müşterilere ihtiyaç duydukları korumayı sağlamak ve finans sektörünü yöneten yasaların doğru bir şekilde uygulanmasını temin etmektir. Avrupa Sistemik Risk Kurulu ve Avrupa Denetim Otoriteleri bu yapıyı oluşturmaktadır. Avrupa Bankacılık Otoritesi (EBA), Avrupa Sigorta ve Mesleki Emeklilik Otoritesi (EIOPA) ve Avrupa Menkul Kıymetler ve Piyasalar Otoritesi (ESMA) Avrupa denetim otoriteleridir. Avrupa Sistemik Risk Kurulu, Avrupa finansal sisteminin genel istikrarını sağlamaktan ve genel olarak bununla ilişkili riskleri dengelemekten sorumluyken, bu kuruluşlar finansal sistem içindeki belirli aktörleri izleyerek sektörel denetim sağlamaktadır (Deipenbrock, 2016: 13-41).

Avrupa Denetim Otoritelerinin başkanları, birbirlerinin karar alma organlarının yanı sıra yeni finansal denetim ve yaptırım yapısı kapsamında Avrupa Sistemik Risk Kurulu'nun da katılımcılarıdır. Ayrıca, “bu kuruluşlar güvenilir bir şekilde iş birliği yapmalı ve AB mevzuatına uygun olarak sürekli bilgi alışverişinde bulunmalıdır”. Mevcut veriler dikkate alındığında, Avrupa Mali Denetim Sisteminin her bir bileşeninin birbiriyle sürekli iletişim halinde olmasının amaçlandığı sonucuna varılabilir. Bu, 2008 finansal krizinin ardından uluslararası alanda dikkat çeken, finansal sistemin bir bütün olarak korunması gerektiği ve finansal kurumların ayrı ayrı veya sektörel düzeyde korunmasının yeterli olmayacağı yönündeki makro ihtiyati politika anlayışı ile tutarlıdır (Fabozzi ve Jones, 2019: 25).

Sektörel sınırların ortadan kalktığı, yeni finansal faaliyetlerin ve yeni ürünlerin geliştiği günümüz ortamında bu anlayış, düzenleyici ve denetleyici idari otorite modellerinin oluşturulmasında kurumsal olarak önyargılı modellerin de önüne geçmektedir. Avrupa Birliği sistemi bu gelişmelere, çeşitli finansal kurumları birleştiren ve aynı zamanda sistemin bir bütün olarak taşıdığı risklerle başa çıkmasına izin veren bir model uygulayarak yanıt vermiştir (Ferran, 2015:

101). Dolayısıyla, AB sermaye piyasalarındaki kamu denetimi ve yaptırım sisteminin, kapsamlı bir finansal denetim mekanizmasının diğer tüm bileşenlerini etkileyen ve bir bütün olarak finansal denetimi etkileyen önemli bir bileşeni olduğunu akılda tutmak önemlidir.

Avrupa Denetim Otoritelerinin Avrupa Mali Denetim Sisteminde belirtilen genel amacı Avrupa iç pazarında Birlik uyumunu düzenlemek ve denetlemek suretiyle iç pazarın işleyişini iyileştirmek olsa da, yerel idari makamlar aslında mali kurumları denetleme ve yaptırım uygulama yetkisine sahiptir. Dolayısıyla, merkezi bir otoritenin yokluğu, AB piyasalarındaki kamu müdahale sisteminin temel özelliklerinden biri olarak kabul edilebilir. Ancak krize yol açan sistemdeki parçalanma finans sektöründe “tek kural kitabı” uygulamasını zorunlu kılmış ve bunun sonucunda Avrupa Denetim Otoritelerinden üye devletler için yeknesak standartlar oluşturması ve bu devletler arasında koordinasyonu garanti ederek tek pazar sisteminin işlevselliğini artırması beklenmiştir. Denetim Otoriteleri, her ne kadar merkezileşmede rol oynayacakları öngörülse de, AB sisteminden kaynaklanan birçok engelle karşılaşmışlardır (Haar, 2015: 169).

Söz konusu direktifler ve uygulamalar öncelikle Üye Devlet hazinelerini ilgili Makamlar tarafından yapılan gözetim tercihlerinden kaynaklanan potansiyel masraflardan korumayı amaçlamaktadır. Ayrıca, bu kısıtlamaların bir göstergesi de Avrupa Denetim Otoritelerinin karar alma organlarında oy kullanmasına izin verilen kişilerin sadece Üye Devletlerin idari makamlarının temsilcileri olmasıdır (Moloney, 2014: 944). Yerel idari otoritelerin denetim ve yaptırım sürecine daha fazla dahil olması, denetim altındaki kuruluş ve kişilere coğrafi yakınlığın sürdürülmesi, yerel piyasa bilgilerinin uygun şekilde kullanılabilmesi ve üye devletin mali sorumluluğunun sürdürülmesi gibi nedenlerle mantıklı olmakla birlikte, bu düzenlemenin AB piyasalarında kamu denetimini ve yaptırımını olumsuz etkilediği eleştirileri de yaygındır. Üye ülke idari makamlarının Avrupa İdari Otoriteleri karar alma organlarında oy kullanırken tarafsız ve bağımsız davranmaları gerekirken ulusal önyargıları doğrultusunda hareket etmeleri bu suçlamaların ana hedefini oluşturmaktadır. Kaynak ve kalite eksikliğinin AB mali denetim sistemine bir bütün olarak zarar vereceği de iddia edilmektedir. Yerel idari makamların, belirli koşullar altında kendi sınırları dışındaki diğer Üye Devletlerdeki mali işlemleri denetlemesi ve onaylaması gerekmektedir (Moloney, 2014: 948).

AB'nin Sermaye Piyasası Kurulu olarak ESMA, Avrupa Finansal Denetim

Sisteminin bir bileşenidir, ancak diğer Denetim Otoritelerinden birçok yönden farklıdır ve sistemin merkezileşmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Ferrarini ve Avgouleas, 2018). ESMA'yı diğer otoritelerden ayıran özellikler, Üye Devletlerdeki sermaye piyasası otoritelerini AB düzenlemelerine uymaya zorlayabilmesi, acil durumlarda devreye girerek finansal araçların alım satımına müdahale etme ve belirli finansal faaliyetleri kısıtlama yetkisi, yerel idari otoriteler arasındaki ihtilaflarda arabulucu rolü, sermaye piyasası hukukuna ilişkin yasal düzenlemelere aktif katılımı ve belirli piyasa kurumları üzerinde doğrudan denetim ve yaptırım yetkileridir. Sonuç olarak ESMA, kendisine ilk kez doğrudan müdahale yetkisi verildiğinde sermaye piyasaları alanında merkezi bir idari otoriteye en yakın kurum haline gelmiştir. Bu durum, AB finans piyasalarının sermaye piyasalarının kamu gözetimine prim verdiğini ve en yüksek derecede merkezleşmenin sermaye piyasaları için ana hedef olduğunu göstermektedir (Moloney, 2014: 974).

2.1.1. AB Sermaye Piyasası Mevzuatı ve İdari Gözetim Yetkisinin Hedefleri

AB sermaye piyasası kanunu yatırımcıların korunması, fiyat şeffaflığı ile etkin bir piyasa oluşturulması ve finansal istikrarın güvence altına alınması hedeflerini içermektedir; bunların tümü uluslararası piyasalarda sermaye piyasası kanunu düzenlemelerinin temel hedefleri olarak kabul edilmektedir (Boskovic vd., 2010). Bununla birlikte, tam yetkili bir otoritenin bulunmaması gibi AB finansal sisteminin kendine has özelliklerinin bir sonucu olarak bazı özel hedefler benimsenmiştir. Bu hedefler arasında AB ortak pazarında rekabetin artırılması, yatırımcıların korunması söz konusu olduğunda profesyonel ve sıradan yatırımcılara farklı muamele yapılması ve Üye Devlet ulusal mevzuatının yeknesak olmasının sağlanması yer almaktadır.

AB içinde insanların, sermayenin, ürünlerin ve hizmetlerin serbest dolaşımı fikri Birlik sisteminin temelini oluşturmakta ve tek bir sistemin piyasaların ihtiyaç duyduğu sermayeyi de sağlaması gerektiğini öne sürmektedir. AB iç piyasa rekabet ortamını bu şekilde inşa etmek için "pasaport sistemi" benimsenmiştir. Bu yaklaşım, ihraççılarının diğer devletlerin piyasalarından kolaylıkla sermaye temin edebilmelerini ve sermaye piyasası araçlarının ihracı için bir Üye Devlet tarafından onaylanan belgelerin diğer Üye Devletlerde de geçerli olmasını sağlayacaktır (Schammo, 2011: 137). Bireysel yatırımcılara daha iyi koruma sağ-

lama amacı, AB kurallarındaki yatırımcı koruma hedefinin kapsamına girmekte ve profesyonel ve bireysel yatırımcılar arasındaki ayrımla karakterize edilmektedir. AB finansal sistemindeki dört seviyeli yasal düzenleme mekanizmasının, bir diğer önemli hedef olan üye devlet kurallarının uyumlaştırılmasını sağlamaya yönelik olduğu söylenebilir (Veil, 2022).

Üye devletlerin idari makamları piyasa denetimi ve dolayısıyla AB sermaye piyasası düzenlemesinin hedeflerine ulaşmak için gerekli yaptırımları uygulama konusunda birincil yargı yetkisini elinde tutarken, ESMA'ya bu amaçlar için önemli sorumluluklar ve yetkiler verilmiştir. ESMA'nın faaliyetlerini dört seviyeli bir yasal düzenleme sistemi yönetmektedir. AB sermaye piyasalarının temeli, birinci düzeyde Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Konseyi tarafından olağan yasama prosedürü yoluyla oluşturulan tüzük ve yönergelerdir (Deipenbrock, 2016: 20). AB sistemi, finansal krizin ardından uygulama birliğini sağlamak ve direktifler karşısında hızlı hareket etmek için daha fazla tüzük kullanmıştır. Bunun nedeni, tüzüklerin doğrudan uygulanabilir ve Üye Devletler üzerinde bağlayıcı olması, direktiflerin ise Üye Devletler tarafından iç hukuka dönüştürülmesinin gerekmesi ve bu süreçte bazı düzenleme farklılıklarının ortaya çıkabilmesidir. Öte yandan, Avrupa Komisyonu'na Parlamento ve Konsey tarafından birincil tüzükler yoluyla yetki verilebilir ve Komisyon'un ikinci düzey tüzükler oluşturmasına izin verilebilir (Veil, 2022).

Düzenleyici Teknik Standartlar (Regulatory Technical Standards) ve Uygulama Teknik Standartları (Implementing Technical Standards) ikinci seviye düzenlemelerdir. Bu kanunlar uzmanlık bilgisi gerektiren teknik konularla ilgilendiğinden, ESMA bunların içeriğini tanımlamıştır. Bu düzenlemelerin amacı, AB piyasalarında süregelen uyumu devam ettirmektir. Ancak, teknik standartların Üye Devletlere karşı uygulanabilir olması için Komisyon onayına sahip olmaları gerekmektedir. Bununla birlikte, Komisyon'un ESMA tarafından hazırlanan taslağı değiştirme kabiliyetinin oldukça kısıtlı olduğu göz önüne alındığında, ESMA'nın ikinci düzey düzenlemeler üzerinde en fazla etkiye sahip olduğu iddia edilebilir (Veil, 2022: 118).

ESMA üçüncü düzey düzenlemeler üzerinde tam kontrole sahiptir. Bu kurallar ESMA'nın Kılavuz İlkeleri ve Tavsiyelerinden oluşmaktadır. Üye devletlerin ilgili idari makamları, yasal olarak bağlayıcı olmasalar da, Kılavuz ve Tavsiyelere uyulmamasına ilişkin gerekçeleri ESMA'ya bildirmek zorundadır. Bu durumda “uy ya da açıkla” kavramı geçerlidir ve yasal olarak bağlayıcı bir güç

oluşturmasa da fiili olarak bağlayıcı bir güç oluşturabilir (Deipenbrock, 2016: 23). Örneğin, uygulamada, piyasa katılımcıları, bir halka arz için oluşturulması gereken izahname belgesinin içeriğine ilişkin ESMA kılavuzlarını bağlayıcı olarak görmekte ve izahnameler bu kriterlere uygun olarak hazırlanmaktadır. AB mevzuatının ve icra makamlarının uygulanması dördüncü düzey düzenlemeler kapsamındadır (Haar, 2015: 172). Dolayısıyla, şu anda ESMA'nın işlevi düzenleyici bir otoriteden ziyade denetleyici bir idari otorite gibi görünmektedir.

ESMA'nın yasal olarak uygulanabilir idari kararları Birlik Hukuku çerçevesinde dördüncü düzenleme düzeyini oluşturmaktadır. ESMA Tüzüğü bu kararların verilebileceği konuları listelemektedir, ancak sadece üç çok özel durumda uygulanabilir. ESMA Tüzüğü'nün 17. Maddesi uyarınca, ilgili idari makam, Üye Devlet denetleyici idari makamlarının piyasa katılımcılarının piyasa kurallarını ihlal etmesine karşılık olarak AB hukukunu yanlış, eksik veya hiç uygulamaması halinde AB hukukunun ihlal edildiğini değerlendirecektir. Bu durumda, ESMA öncelikle ihlali gerçekleştiren idari organa ihlali sona erdirmeye yolları konusunda tavsiyelerde bulunabilir. Bu öneriler uygulanmazsa, Komisyon resmi bir görüş yayımlar. İhlal durumu görüşte verilen süre içerisinde çözülmezse, ESMA kuralları ihlal eden piyasa oyuncularına karşı doğrudan yasal olarak bağlayıcı eylemlerde bulunma yetkisine sahiptir (Veil, 2022: 110-114).

ESMA bu yetkiyi sadece kuruluş Tüzüğünde özel olarak yer alan AB mevzuatının ihlallerine karşılık olarak ve ancak o zaman rekabetin korunması veya finansal sistemin istikrarı ve düzenli işleyişi için müdahalenin gerekli olması halinde kullanabilir. “Acil Durumlarda Müdahale”, Madde 18'in ikinci olağanüstü yetkiyi tanımlama şeklidir. Bu Maddeye göre ESMA, bir bütün olarak finansal sistemin istikrarını, finansal piyasaların düzenli işleyişini ve piyasa güvenilirliğini ciddi şekilde tehlikeye atan bir gelişme olması halinde, harekete geçmeleri için gerekli önlemleri almayan yerel idari makamlara uyarı şeklinde bir karar verebilir. ESMA, hangi olumsuz olayların acil durum olarak nitelendirileceğine Konsey karar verecek olsa da Avrupa Konseyi'nden acil durum kararı almasını isteme hakkına sahiptir. İlgili Üye Devlet idari makamının ESMA'nın uyarı kararını dikkate almaması halinde ESMA, acil durumun tespit edilmesi üzerine, söz konusu kötü gelişmelerden sorumlu piyasa oyuncularına karşı doğrudan harekete geçebilir. ESMA'ya sağlanan bu yetkinin acil durumlarda kullanılmasına yalnızca belirli yasal düzenlemeler izin vermektedir. Tüzüğün 1(2) Maddesi bu düzenlemelerin detaylarını içermektedir (Veil, 2022).

ESMA'nın yasal olarak bağlayıcı kararlar alma yetkisine sahip olduğu üçüncü olağandışı durum, Üye Devletlerin idari kurumları arasında Devletlerin sınırları dışında etkisi olabilecek konulara ilişkin ihtilafların çözümüne ilişkindir (Madde 19). Bir kez daha, ihtilaflar ESMA Tüzüğü'nün 1. Maddesinin 2. paragrafında belirtilen kuralların kapsamına girdiği sürece, ESMA ihtilaflı yerel idari makamlar arasındaki anlaşmazlığa aracılık eder ve taraflara işleri çözmeleri için biraz zaman tanır. Belirlenen süre içerisinde idari makamlar tarafından bir anlaşmaya varılamaması halinde ESMA, piyasa katılımcılarının AB mevzuatı kapsamındaki yasal görevlerini yerine getirmelerini temin etmek üzere derhal harekete geçebilir. Ayrıca, Madde 19 kapsamındaki yetkilerin kullanılması, müdahalenin finansal piyasaların istikrarını garanti altına almak için gerekli olması gibi belirli şartların yerine getirilmesine bağlı olmasa da, ilk iki istisnai yetki şunlardır. ESMA'nın sermaye piyasası hukukunun amaçlarını gerçekleştirmek için doğrudan müdahale yetkileri olağandışı ve tesadüfidir. Bunun nedeni, ESMA'nın Üye Devletler içindeki idari organlar AB hukukuna uygun hareket etmeyi reddettiğinde müdahale etmesidir. Bu nedenle, ESMA Tüzüğü bu kurumlara "Üye Devlet idari makamlarına ilişkin müdahale yetkileri" olarak atıfta bulunmaktadır (Veil, 2022: 113). Bununla birlikte, ESMA, bölgesel idari organların belirli kararlarını beklemeden, belirli piyasa kuruluşları üzerinde doğrudan bir denetleyici veya yaptırım organı olarak da hareket edebilir.

Bu kuruluşlardan ilki, finansal kuruluşlara, finansal araçlara ve ihraççılara finansal güvenilirliklerine (kredibilitelerine) dayalı olarak önceden belirlenmiş bir derecelendirme sistemi atayan bir kredi derecelendirme kuruluşudur (Valdez ve Molyneux, 2015: 153). Bu kuruluşlar piyasanın sadece küçük bir bölümünü oluşturduğundan, derecelendirme faaliyetinin devlet sınırları ötesinde etkileri olduğundan ve bu kuruluşların merkezi denetimi üye devlet maliyesini önemli ölçüde tehlikeye atmayacağından, yerel idari makamlar yerine ESMA'ya bu kuruluşları denetleme görevi verilmiştir (Moloney, 2014: 617).

Benzer şekilde ESMA, piyasa katılımcılarının türev ürünlerle ilgili tüm bilgileri raporladığı ve muhafaza ettiği yerler olan işlem havuzlarını denetlemektedir. Son olarak, Avrupa Piyasa Altyapısı Yönetmeliği 12 Aralık 2019 tarihinde değiştirilerek, özellikle türev araçların alım satımı için tezgâh üstü piyasalarda alıcı ve satıcı olarak hareket ederek taraflar için işlem risklerini azaltan merkezi karşı taraf hizmetleri sunan merkezi karşı tarafların da AB dışında yerleşik olmaları ve AB içinde iş yapmak istemeleri halinde doğrudan ESMA denetimine tabi olacakları açıkça belirtilmiştir (Busch vd., 2018).

Hali hazırda AB para birimi olarak kabul edilen avroya dayalı sermaye piyasası araçlarının önemli bir kısmının AB üyesi olmayan ülkelerin merkezi takas kurumları tarafından takas edilmesi gerektiğinden, bu kurumlar AB'nin merkezi denetim ve yaptırım sistemine dahil edilmiştir. Bahsedilen finansal altyapı kuruluşlarının her biri, sermaye piyasalarının güvenilirliğini ve açıklığını korumak için çok önemlidir. Sonuç olarak, ESMA'nın bu alanlarda doğrudan denetim ve yaptırım organı olması, merkezileştirmenin amacının AB sermaye piyasası hukukunda bulunan kamu müdahalesi çerçevesini güçlendirmek olduğunu göstermektedir (Moloney, 2014: 972).

2.1.2. Temel AB Sermaye Piyasası Mevzuatında Düzenleyici Çerçeve ve Uygulama Mekanizmaları

Finansal krizin ardından, AB sistemi kamusal izleme ve yaptırımlar açısından yapısal bir yenilik geçirmiş ve AB sermaye piyasası düzenlemelerinin erişim alanı önemli ölçüde artırılmıştır (Deipenbrock, 2016: 38). Ayrıca, mali hukuk alanında yaptırımların artırılması ihtiyacına da değinen Avrupa Komisyonu'nun 2010 tarihli "Mali Sektörde Yaptırım Rejimlerinin Güçlendirilmesi" Tebliği'nde de belirtildiği üzere, bu dönemde yaptırım rejimlerinin geliştirilmesi için çaba sarf edildiği görülmektedir. Bu bağlamda, kriz sonrası reformun piyasaların büyümesi ve etkinliği için gerekli olan uygun gözetim, ceza ve yasal kontrol oranının tesis edilmesinde etkili olduğu söylenebilir (Vugt, 2012: 5-8).

AB sermaye piyasalarının temel yasal çerçevesi, esas olarak yerel idari makamlara idari denetim ve yaptırım yetkisi vermekte ve yerel makamların uygulaması gereken idari tedbirler ve yaptırımlar için asgari standartları belirlemektedir. AB idari otoritesine söz hakkı vermek için ESMA'nın bahsedilen denetim ve yaptırım yetkileri, farklı piyasa özelliklerini farklı şekillerde kontrol eden bu düzenlemelere de genişletilmiştir. "İdari yaptırım" kelimesi hem AB hukuku hem de çeşitli Üye Devletlerin iç hukukları kapsamında esasen cezai nitelikte olan eylemleri ifade etmektedir. Üye Devletlere tüzüklerde belirtilen idari tedbirler konusunda seçim hakkı tanınmaması ve seçim özgürlüklerinin idari yaptırımları uygulamaktan kaçınmakla sınırlandırılması çok önemlidir.

Vurgulanması gereken bir diğer benzerlik de, bakılması gereken temel düzenlemelerin kapsamına giren idari eylemlerin ve cezaların türünü ve ağırlığını belirlemek için aynı kriterlerin kullanılması gerektiğidir. Bu ortak kriterler arasında ihlalin kapsamı ve zamanlaması, failin sorumluluk derecesi, failin mali

istikrarı, ihlal sonucunda elde edilen kazancın veya kaçınılan zararın önemi, ihlal sonucunda üçüncü taraflara verilen zarar, sorumlu tarafın iş birliği derecesi ve önceki ihlaller yer almaktadır. AB sermaye piyasası düzenlemelerinin kamu müdahalesi sisteminin piyasa müdahalesinin yoğunluğunu nasıl belirlediğini analiz etmek için bu kriterleri şimdiden ortaya koymak çok önemlidir. Şeffaflık Direktifi dışında, çalışmaya dahil edilen düzenlemelerdeki idari izleme ve yaptırımlar arasındaki son ortak nokta, ihbarcılara yönelik güvencelerdir. Sadece bağımsız denetçilerin tespit ettikleri ihlalleri yerel idari makamlara bildirmelerini ve bu bildirim nedeniyle yasal sorumluluk doğmayacağını öngören gözetim mekanizması, finansal kriz sonrası AB mevzuatında yapılan değişikliklerden önce sadece finansal kuruluş bilgilerine özel erişimi olan bağımsız denetçileri kapsıyordu. Krizin ardından, bağımsız denetçi olmayan ihbarcılar için de geçerli olan genel bir kural kabul edilmiştir. Buna ek olarak, yerel idari makamlar, gerçekleşmiş veya gerçekleşmesi beklenen ihlaller hakkında raporlama ve şikâyette bulunmak için etkili kanallar oluşturmakla görevlendirilmiştir (Moloney, 2014: 440).

İhlalleri bildiren finansal kuruluş çalışanlarının ayrımcılık, misilleme veya diğer mağduriyetlerle karşılaşmamalarını garanti altına almak için açıklanması gereken Direktif ve Yönetmeliklerin “İhlallerin Bildirilmesi” maddelerine gerekli güvencelerin eklenmesi zorunludur. Sonuç olarak, ilk elden bilgi sahibi olan kişilerden dışarıdan bilgi edinilmedikçe öğrenilmesi zor olan sermaye piyasası kuralları ihlallerinin öğrenilmesi kolaylaşacak ve bu ihlallerin cezasız kalmayacağı garanti altına alınacaktır. İhraççılar, piyasa işletmecileri ve yatırım kuruluşları da dahil olmak üzere önemli piyasa katılımcılarının bu bilinçle hareket etmeleri halinde yatırım yaparken düzenlemelere uyma konusunda daha dikkatli davranmaları gerekecektir. Sonuç olarak, 2008 finansal krizinden bu yana AB sermaye piyasalarında etkin bir izleme ve yaptırım sisteminin varlığını garanti altına almak ve idari otoritelerin yetkilerini güçlendirmek amacıyla çok sayıda mevzuatın hayata geçirildiği söylenebilir.

2.1.3. Avrupa Birliği Sermaye Piyasası Düzenlemelerinde Yasal Hesap Verebilirlik

Lizbon Antlaşması'nın 2009 yılında yürürlüğe girmesiyle birlikte, ceza hukuku düzenlemeleri ilk kez AB hukuk sistemine dahil edilmiştir. Bu anlaşmaya göre, Üye Devletlerin ceza hukuku düzenlemelerinin değerlendirilmesi so-

nucunda AB politikalarının etkin bir şekilde uygulanmasında bir boşluk tespit edilmesi halinde, suçların ve cezaların tanımlanmasına ilişkin asgari standartları içeren direktifler çıkarılabilecektir (Seredynska, 2011: 35). Ceza hukukuna ilişkin AB mevzuatı, Üye Devlet egemenliğinin önemli bir sembolü olarak kabul edilen ceza adaleti sistemine müdahale olarak algılanması nedeniyle tarihsel olarak tartışma yaratmıştır (Faure ve Leger, 2014: 389).

Bu nedenle, Üye Devletlerin uyum süreci üzerinde yetki sahibi olmaya devam edebilmeleri için ceza hukukuna ilişkin direktifler oluşturulmuştur. AB düzeyinde kabul edilen az sayıdaki ceza hukuku yasasından biri de Piyasanın Kötüye Kullanılmasına Yönelik Cezai Yaptırımlar Direktifidir. 2008'deki mali krizin ardından ortaya çıkan küresel manzara, sermaye piyasalarıyla ilgili ceza hukuku düzenlemelerine ve cezalarına büyük önem vermeye başlamıştır. Direktifin giriş bölümüne göre (Giriş bölümünün 6. Maddesi), cezai yaptırımlar idari yaptırımlara kıyasla çok daha sert bir toplumsal kınama niteliği taşımaktadır. Sonuç olarak, bu yaptırımların varlığı, kamuoyuna ve potansiyel suçlulara, piyasanın kötüye kullanılmasının ilgili makamlar tarafından ciddiye alındığı mesajını verecektir. Piyasa suiistimalinin AB düzeyinde suç haline getirilmesine yönelik diğer gerekçeler arasında, Üye Devletlerin farklı ceza adaleti sistemlerinin AB iç pazarının etkin işleyişi üzerindeki zararlı etkileri yer almaktadır; bu durum, özellikle piyasa suiistimaline yönelik cezai sorumluluk kanunları bulunmayan veya gevşek olan Üye Devletlerde ihlallerin gerçekleştirilmesi söz konusu olduğunda, potansiyel suçlulara hareket alanı sağlamaktadır (Madde 7).

Piyasa Bozucu Eylemler Yönetmeliği ve Direktif kapsamında cezai sorumluluk doğuran eylemler eş zamanlı olarak düzenlenmektedir. Direktif, Yönetmelik'in tamamlayıcısı olarak düşünülmüş ve her iki düzenleme bir bütün olarak eş zamanlı olarak oluşturulmuştur (Moloney, 2014: 768). İçeriden öğrenenlerin ticareti, içeriden öğrenilen bilgilerin izinsiz olarak ifşa edilmesi ve piyasa manipülasyonu, Direktif kapsamında yasa dışı hale getirilecek eylemlerdir. Tüzük ve Direktif arasındaki temel fark, söz konusu fiillerin tanımları Tüzük'tekilerle büyük ölçüde benzer olsa da, ceza hukuku yaptırımlarının uygulanmasının ihlalin kasıtlı ve en azından vahim olmasını gerektirmesidir. Ceza hukukunun ultima ratio'su bu iki bileşende yansıtılmaktadır (Faure ve Leger, 2014: 399). Her ne kadar Direktif'in ağır ihlal ve amaç kriterleri idari ve cezai yaptırım sistemini birbirinden ayırmak için kullanılmış olsa da, uygulamada her iki özelliği de içeren eylemler idari yaptırımlara tabi tutulabilmektedir (Lutchman ve Varvaele, 2014: 210). Ayrıca, Direktif piyasa manipülasyonunu içeren suçlar için asgari

standartlar belirlediğinden, Üye Devletler Direktif kurallarının dikkatsizce ihlal edilmesi halinde cezai yaptırımlar uygulama yetkisine sahiptir. Sonuç olarak, AB sermaye piyasalarında uygulamada piyasa manipülasyonu suçları için idari ve cezai cezalandırma sistemleri arasında net bir ayırım yapmak mümkün görünmemektedir.

İçeriden öğrenenlerin ticareti, içeriden öğrenilen bilgilerin yasadışı ifşası, piyasa manipülasyonu ve Madde 6 kapsamındaki durumlarda bu suçları işlemeye teşvik, yardım ve teşebbüs, gerçek kişiler için cezai yaptırımların asgari derecesini düzenleyen Direktifin 7. Maddesi uyarınca etkili, orantılı ve caydırıcı cezai yaptırımlara tabi olmalıdır. Tüm Üye Devletlerin cezai yaptırımları uygulamasını gerektiren bu beyana ek olarak, Madde ayrıca asgari ve azami cezaları da belirlemektedir. İçeriden öğrenenlerin ticareti ve piyasa manipülasyonu suçları için azami cezanın dört yıl, ancak içeriden öğrenilen bilgilerin yetkisiz ifşası için azami cezanın iki yıl olması öngörülmektedir. Üye Devletler, bu durumda başlatma, yardım ve yataklık için uygulanacak cezaların uygunluğunu, orantılılığını ve caydırıcılığını belirleyecektir (Gerner-Beuerle, 2019: 630-631).

Buna karşılık, 8. Madde, Üye Devletlere, Direktif kapsamına giren suçlar için tüzel kişilerin cezai sorumluluğuna yönelik mekanizmalar oluşturma yükümlülüğü getirmekte ve tüzel kişilerin hangi koşullar altında cezai olarak sorumlu olabileceklerini düzenlemektedir (Koch vd., 2010). Madde, Direktif kapsamında suç olarak sınıflandırılan tüm fiillerin- azmettirme, yardım ve teşebbüsler de dahil olmak üzere- tüzel kişi içerisinde önemli bir konuma sahip olan ve tek başına ya da tüzel kişinin bir organının üyesi olarak hareket eden bir kişi tarafından tüzel kişi yararına gerçekleştirilmesi halinde, tüzel kişinin suçu işleyen gerçek kişilerle birlikte cezai olarak sorumlu tutulacağını belirtmektedir (Md. 8/1). Tüzel kişiliği yönetme, tüzel kişilik adına karar verme veya tüzel kişiliği temsil etme yetkisine sahip olmak, tüzel kişilik içinde kilit bir rolün göstergesidir. Ayrıca, tüzel kişiliğin herhangi bir çalışanı veya temsilcisi tüzel kişilik yararına Yönergeyi ihlal ettiğinde, bu durum yetkili konumdaki kişilerin yetersiz gözetim veya kontrolünün bir sonucu ise tüzel kişilik de cezai olarak sorumludur (Madde 8/2). Önemli mevkiilerdeki kişileri temsil etme yetkisine sahip olanlar için yetki türüne ilişkin bir sınırlama getirilmemiş olması, özellikle temsilcinin tüzel kişi yararına suç işleyebilecek her iki kategoride de zikredilmesi ışığında belirsizlik yarattığı için eleştirilmektedir (Rider vd., 2022).

Tüzel kişilerin cezai olarak sorumlu tutulabileceği durumları düzenlemesi-

ne rağmen, cezai yaptırımlar Direktif tarafından düzenlenmemiştir (Madde 9). Cezalar için tek gereklilik etkili, orantılı ve caydırıcı olmalarıdır. Tüzel kişilerin cezai sorumluluğunun tartışmalı doğası göz önüne alındığında, bu düzenleyici yaklaşımın Üye Devletlere uygun cezaların seçiminde bir dereceye kadar takdir yetkisi sağlamayı amaçladığına inanılmaktadır. Teori, birçok Üye Devletin ceza hukuku sistemlerinin tüzel kişilerin kusurluluğunu açıkça tanımadığını vurgulamakta ve bu tür bir mevzuatın konunun hassas doğası dikkate alınmadan eklenmiş olmasını eleştirmektedir. Direktif, tüzel kişilere uygulanması gereken spesifik cezai yaptırımları belirtmese de bazı gösterge niteliğinde örnekler sunmaktadır. Mahkeme kararıyla tasfiye, para cezaları, kamu yardımından mahrum bırakma, ticari faaliyetlerden geçici veya kalıcı olarak menetme, yargı denetimi ve suçun işlenmesinde kullanılan tesislerin geçici veya kalıcı olarak kapatılması bunlardan birkaçıdır (Herlin-Karnell, 2019).

3. SERMAYE PİYASASI VE TÜRKİYE

Sermaye Piyasaları ve Türkiye Bölümü, Türkiye'deki finansal piyasaları düzenleyen mevzuat ortamını incelemektedir. Avrupa ve Asya'nın kesişme noktasında yer alan gelişmekte olan bir ekonomi olarak Türkiye'nin sermaye piyasası denetimine yaklaşımı, ekonomik kalkınmasında ve küresel finansal ağlara entegrasyonunda önemli bir rol oynamaktadır. Bu bölümde Türkiye'nin düzenleyici çerçeveleri, uygulama mekanizmaları ve yatırımcının korunmasını, piyasa şeffaflığını ve finansal istikrarı teşvik etmeyi amaçlayan girişimleri incelenmektedir. Bu çalışma, Türkiye'nin sermaye piyasası politikalarını ve uygulamalarını analiz ederek, ülkenin sağlam ve dirençli bir finans sektörünü teşvik etmede karşılaştığı zorluklar ve fırsatlar hakkında fikir vermeyi amaçlamaktadır.

3.1. Türkiye'de Sermaye Piyasaları ve Finansal Denetim

Türkiye'deki sermaye piyasaları, büyüme boyutları ve fon sağlamada üstlendikleri sorumluluklar göz önüne alındığında, bankalara dayalı para piyasalarının oldukça gerisinde kalmaktadır (Ege ve Ege, 2017: 39). Bu kapsamda, banka kredileri ülke genelindeki programlar ve projeler için birincil finansman kaynağıdır. Mali piyasalara giren yatırımcıların çoğunluğu bunu kısa vadeli bir zihniyetle yapmakta ve uzun vadeli yatırım araçları olması gereken hisse senetleri

bile hızla satılmaktadır (Subaşı, 2017: 756). Sermaye piyasalarının temel rollerinden biri uzun vadeli finansman ve yatırım fırsatları sunmaktır; mevcut durumu daha az mümkün kılmaktadır. Türkiye’de istikrarlı büyüme ve ekonomik kalkınma hedeflerine, sermaye piyasası ile bankacılık finansmanı arasındaki bu dengesiz oranın bir sonucu olarak ulaşılamamaktadır. Türk finans piyasalarını denetleyen sektörelleşmiş düzenleyici ve denetleyici kurumlar, piyasa gelişimini desteklemek ve mali kanunun hedeflerini yerine getirmek için uygun hükümet müdahalelerini uygulamaktan sorumludur. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) para piyasası kurumları olan bankaları denetlemekte; Hazine ve Maliye Bakanlığı finansal piyasaların önemli oyuncularını olan sigorta şirketlerini düzenlemekte ve denetlemekte; Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) ise sermaye piyasası kurumlarını, halka açık anonim şirketleri ve diğer sermaye piyasası aktörlerini denetlemekte ve düzenlemektedir. Bu idari kuruluşların tek bir mali kurum altında birleşmesi söz konusu olmadığı gibi, Türkiye piyasalarında faaliyetlerinin net bir şekilde ayrıştırılabildiği de görülmemektedir. Bankalar ve sigorta şirketlerinin artık sermaye piyasalarının önemli bir bileşenini oluşturduğu göz önüne alındığında, düzenleyici ve denetleyici kurumların kurumsal olarak ayrılması uygulamada eleştirilmektedir. Bu eleştirilenler, parçalanmış bir kurumsal otorite stratejisinin, aynı kişi veya kuruluşların eylemlerine ilişkin kararların farklı otoriteler tarafından alınmasına yol açabileceğini, otoriteler arasında yetki çatışmalarına neden olabileceğini veya son derece karmaşık finansal piyasalarda basit çözümler bulmayı zorlaştırabileceğini iddia etmektedir (Eser, 2001: 23; Akgiray, 2019: 380-382).

Bankaların Türk finansal piyasalarının birincil katılımcıları olduğu göz önüne alındığında, BDDK’nın finansal düzenleme ve denetleme sisteminde daha önemli bir role sahip olduğu ileri sürülebilir. Bununla birlikte, mevcut düzenlemede Kurul’un finansal sistemdeki konumu, SPK’nın düzenlemeleri ve denetimleri yoluyla ulaşmayı amaçladığı sermaye piyasası kanunu hedefleri ile güçlendirilmiştir. “Sermaye piyasasının güvenilir, şeffaf, etkin, istikrarlı, adil ve rekabetçi bir ortamda işleyişinin ve gelişmesinin sağlanması, yatırımcıların hak ve menfaatlerinin korunması amacıyla sermaye piyasasını düzenlemek ve denetlemek” amacı 6362 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu’nun “Amaç” başlıklı 1. maddesinde belirtilmiştir. İlgili maddenin gerekçesinde, kanunun “temel vizyonunun” yatırımcıların hak ve menfaatlerini korumak olduğu vurgulanırken, sermaye piyasasını büyütme ve küresel piyasalarla rekabet edebilecek bir finans merkezi oluşturmaktan da bahsedilmektedir. Yatırımcılar yasal ola-

rak haklarını arama ve uğramış olabilecekleri zararların tazminini talep etme hakkına sahiptir. Bu arada, Türk yatırımcıların davalar hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları da kabul edilmektedir (Kaya, 2019). Sonuç olarak, SPK'nın düzenleyici ve denetleyici idari işlevleri, finansal sistemin ilerlemesi ve sermaye piyasası hukukunun temel hedeflerine ulaşılması için hayati önem taşımaya devam etmektedir.

3.1.1. Türk Sermaye Piyasası Mevzuatı ve İdari Gözetim Yetkisinin Hedefleri

2012'de kabul edilen 6362 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu, Türkiye'deki sermaye piyasası kanunlarını önemli ölçüde değiştirmiştir. Kanunun gerekçesine göre, yasal değişikliğin amaçlarından biri, ABD ve AB'nin 2008 finansal krizinin ardından mevzuatlarında yaptıkları önemli reformları benimseyerek Türk piyasasını genişletmektir. Bu bağlamda, mevcut sermaye piyasası mevzuatı, gerekçede de belirtildiği gibi, AB müktesebatı ile tam bir uyum içinde oluşturulmuştur. AB ve Türk kanunları karşılaştırıldığında, çok fazla örtüşme olduğu ve AB düzenlemelerinin önemli bir kısmının çeviri yoluyla doğrudan AB düzenlemelerinden alındığı görülmektedir. SPK'nın kılavuzları ve tebliğleri tipik olarak bu çalışmanın kapsamına giren temel AB kurallarının Türk hukuku ile ilgili kapsamlı açıklamalarını içermektedir. Kanunun gerekçesinde, SerPK'nın bir çerçeve kanun olarak hizmet etmesinin amaçlandığı ve piyasaların gelişimine kolayca uyum sağlama esnekliği sunan ikincil idari otorite düzenlemelerine önemli bir ağırlık verildiği açıkça belirtilmektedir. SerPK'nın 2. maddesinin 2. fıkrasında "Bu Kanunda ve bu Kanuna dayanılarak çıkarılan ikincil mevzuatta hüküm bulunmayan haller ile diğer kanunlarda bu Kanunun uygulanmayacağına belirtilen hallerde genel hükümler uygulanır" denilerek, sermaye piyasası hukukunun esas olarak ikincil düzenlemelerden oluşması nedeniyle bu düzenlemelerin gücünün azalmasının önüne geçilmeye çalışılmıştır. Sermaye piyasası hukukunun kamu hukuku unsuru, SPK'nın piyasa kanunlarını hazırlama konusunda bu kadar geniş bir kamu yetkisi vermesinde görülmektedir (Memiş ve Turan, 2019: 31).

Türkiye'nin kapsamlı temel kanunlar çıkarma geçmişi ve yasama sürecinin yavaş ilerlemesi göz önüne alındığında, sermaye piyasalarının hızlı gelişim ve değişimine ayak uydurmak için ikincil kurallara ihtiyaç duyulduğu açıktır. Öte yandan, söz konusu maddede Kurul'un ilke kararları ve tebliğlerinin kanunlar-

dan üstün olacağını belirtilmesi, normlar hiyerarşisine aykırı olduğu gerekçeyle eleştirilmektedir (Ege ve Ege, 2017: 82). Bu senaryoda, SPK tebliğlerinde, ilke kararlarında veya tavsiye kararlarında yer alan ve bir kanun hükmünün uygulanmasını yasaklayan kısıtlamalar hukuka aykırı kabul edilmekte ve idari işlem sonucunda iptal edilmesi gerekmektedir (Helvacı, 2019: 67).

SPK piyasalar üzerinde önemli bir düzenleme yetkisine sahip olmakla birlikte, faaliyet izni verme, piyasa katılımcılarını denetleme ve bu denetimler sonucunda idari cezalar uygulama yetkisine de sahiptir. Dolayısıyla, sermaye piyasası düzenlemelerinin işleyebilmesi için denetim ve yaptırım mekanizmasının gerekli olduğu ve sınırlı kaynaklara sahip idari otoritelerin denetim ve yaptırım uygulama şeklinin piyasanın ne kadar etkin olduğunu belirleyeceği yönündeki genel kabuller Türkiye piyasaları için de geçerlidir (Armour vd., 2016: 835). Yatırım hizmetleri ve faaliyetleri sunan tüm kuruluşlar ve halka açık anonim ortaklıklar, Türkiye’de sermaye piyasalarının işleyebilmesi için piyasa faaliyetlerinin başlangıcında SPK ile doğrudan etkileşim içindedir. SerPK’nın 39. maddesine göre, bağımsız denetim ve derecelendirme kuruluşları, piyasa işleticileri, aracı kurumlar, kolektif yatırım kuruluşları ve piyasa işleticileri de dahil olmak üzere tüm sermaye piyasası kurumları SPK’dan faaliyet izni almak zorundadır. Kurul’un yetkisi tipik olarak halka açık ortaklıklar, halka açılmak isteyen ortaklıklar ve diğer ihraççılar için yetkilendirmeden ziyade onay olarak kontrol edilmektedir (Çetin vd., 2014: 20-21).

SerPK’nın idari tedbirler ve idari para cezalarına ilişkin düzenlemelerinin temel fikri, belirli yasal ihlaller veya piyasaları tehlikeye atan durumlar için özel tedbirler veya cezalar uygulamaktır. Ancak, Tedbirler Kanunu’nun ilgili maddeleri, Kurul’un söz konusu maddelerde belirtilenlerin ötesinde her türlü önleyici tedbiri alabileceğini öngörmekte ve 103. maddenin 1. fıkrası genel idari para cezasını düzenlemektedir. SerPK’nın idari para cezalarına ilişkin ana maddesi olan 103. maddesine göre “Kanun uyarınca yapılan düzenlemelere, belirlenen standart ve formlar ile Kurul tarafından alınan genel ve özel nitelikteki kararlara aykırılık” gerçek ve tüzel kişiler için yirmi bin Türk Lirasından iki yüz elli bin Türk Lirasına kadar idari para cezasını gerektirmektedir. Yönetmelikte 20 Şubat 2020 tarihinde yapılan değişiklikle 103. maddeye yeni bir fıkra eklenmiş ve tüzel kişilere uygulanacak para cezalarının miktarının belirlenmesine ilişkin yeni esaslar belirlenmiştir. İhlalin ağırlığı ve ihlalden etkilenen mağdur sayısı dikkate alınarak, tüzel kişilere yirmi bin Türk Lirasından az olmamak üzere “bağımsız denetimden geçmiş yıllık mali tablolarında yer alan brüt satış hasılatının

%1'i ile vergi öncesi kârının %20'sinden yüksek olanı kadar" idari para cezası verilebilecektir (Adıgüzel, 2019: 338).

SerPK'nın 105. maddesi idari para cezalarının uygulanmasına ilişkin süreçleri düzenlemektedir. Kanun, ilgilinin savunmasının alınması, yaptırım kararı verilmeden önceki dönemde ihlalin birden fazla işlenmesi halinde iki kat olarak uygulanmak üzere tek bir idari para cezası verilmesi, tekerrür eden kabahatler dolayısıyla bir zarar veya menfaatin doğması halinde, idari para cezasının asgari miktarının, yarar veya zararın üç katı olarak uygulanması ve idari para cezalarına karşı idari yargı yolunun öngörülmesi usullerini düzenlemektedir. Kabahatler Kanunu'nun zamanaşımı ve idari yaptırım kararlarının arkasındaki gerekçelere ilişkin bölümlerinin, SerPK'da özel olarak bahsedilmemesine rağmen, SPK'nın idari yaptırımları için de aynı şekilde geçerli olduğu düşünülmektedir. Hukuki güvenliğin etkin bir piyasanın önemli bir bileşeni olduğu göz önüne alındığında, rasyonel kararlar idarenin yasal çerçeve içinde faaliyet göstermesini garanti altına almak için gereklidir. Madde 105'in geri kalanında, SerPK kapsamında tahsil edilen idari para cezalarının yarısının Yatırımcı Tazmin Merkezi'ne (YTM), diğer yarısının ise genel bütçeye aktarılacağı belirtilmektedir (Yenidünya, 2013: 95).

3.1.2. Temel Türk Sermaye Piyasası Mevzuatında Düzenleyici Çerçeve ve Uygulama Mekanizmaları

SerPK'nın 91 inci maddesi ile SerPK'na aykırı olarak ihraç edilen sermaye piyasası araçları, satılan kısım ve satılacak sermaye piyasası araçları için her türlü harç ve teminattan muaf olarak ihtiyati tedbir ve ihtiyati haciz istemeye SPK yetkilidir. SPK ayrıca gerekli her türlü işlemi yapmakta serbesttir. Daha önce bahsedilen madde uyarınca, SPK, SPK'nın onayı olmaksızın herhangi bir halka arzın başlatılmasını veya buna teşebbüs edilmesini durdurmak veya yasaklamak için harekete geçme yetkisine sahiptir. Ayrıca SPK, toplanan paraların ve satılacak sermaye piyasası araçlarının ihtiyati tedbirlere konu edilmesini isteme yetkisine de sahiptir. Bu işlemin amacı zararların tazmin edilmesidir (Geçer, 2017: 243).

SerPK'nın 92'nci maddesi uyarınca Kurul, SPK'ya tabi ihraççıların kanuna, sermaye piyasası mevzuatına, esas sözleşme ve fon içtüzüğü hükümlerine veya işletme amaç ve konusuna aykırı durum ve işlemler nedeniyle sermayenin veya malvarlığının azalmasına veya kaybına neden olduğunun tespit edilmediği halinde, Türk Ticaret Kanunu hükümleri saklı kalmak kaydıyla, ilgililerden

aykırılıkların giderilmesini, öngörülen işlemlerin yapılmasını isteyebilir ve gerekirse durumu ilgili mercilere intikal ettirebilir. Kurul, durum ve işlemlerin hukuka aykırı olduğunun tespit edildiği tarihten itibaren beş yıl içinde iptal veya butlan davası, üç ay içinde de iptal davası açmaya yetkilidir. Her halükârda davanın, durum ve işlemlerin gerçekleştiği tarihten itibaren üç yıl içinde açılması gerekmektedir. SPK, bu işlemlerde sorumluluğu bulunanların imza yetkilerini kaldırmaya, ilgililer hakkında suç duyurusunda bulunulması halinde, yargılama sonuçlanıncaya kadar ilgilileri görevden almaya ve görevden alınan yönetim kurulu üyelerinin yerine yapılacak ilk genel kurul toplantısına kadar yeni üye atamaya yetkilidir. Bu yetki, durum ve işlemlerin varlığının ilk derece mahkemesi kararıyla tespit edilmesi veya bu karar beklenmeksizin SPK'nın talebi üzerine mahkeme kararı verilmesi halinde de geçerlidir (Kadıoğlu, 2015: 73-81).

SerPK'nın 93'üncü maddesi uyarınca, SPK, 18'inci madde uyarınca alınan yönetim kurulu kararlarına karşı, kararların kamuya açıklandığı tarihten itibaren otuz gün içinde, şirketin merkezinin bulunduğu yerdeki asliye ticaret mahkemesinde iptal davası açabilir ve teminat göstermeksizin kararların yürütmesinin durdurulmasını talep edebilir. Kayıtlı sermaye sistemi ve yönetim kurulunun bu sistem içinde yapabileceği işlemler SerPK'nın 18. maddesinde düzenlenmiştir. TTK'nın sermaye artırımına ilişkin düzenlemeleri, kayıtlı sermaye sisteminde yönetim kurulu için, esas sözleşmede belirtilen kayıtlı sermaye tavanını aşmamak kaydıyla uygulanmaz. Ayrıca, bu sisteme tabi olduğu sürece, yönetim kurulu, pay sahiplerinin rüçhan haklarını kısıtlama veya ortadan kaldırma ve söz konusu paylardan daha yüksek veya daha düşük nominal değerinde imtiyazlı pay çıkarma yetkisine sahiptir (Bahtiyar, 2022: 83-84).

SPK, belirleyeceği usul ve esaslar çerçevesinde, 21. maddede sayılan işlemleri gerçekleştirdiği tespit edilen halka açık ortaklıklar, kolektif yatırım kuruluşları ile bunların iştirak ve bağlı ortaklıklarından, denetim sonuçlarının pay sahiplerine duyurulmasını istemeye ve SPK tarafından belirlenen tutarın belirlenen süre içinde geri alınması için dava açmaya yetkilidir. Öncelikle SPK, işlemin taraflarına örtülü aktarıma konu tutarın işletmeye ödenmesi için bir süre belirler. Bu süre içinde ödeme yapılmazsa iade davası açılacaktır (Erdem, 2020: 335-363).

Sermaye piyasasının etkin, açık ve sağlam bir şekilde işleyebilmesi için sermaye piyasası kurumlarının iş ve işlemlerinin kanun ve yönetmeliklere uygun olması yeterli değildir. Bu kurumların aynı zamanda mali yapılarının da sağlam olması gerekmektedir. Zira kötü yönetim ve mali yapılarının bozulması sonu-

cunda bu kurumların iflas etmesi veya tedricen tasfiye edilmesi sonucunda piyasa güveninin kaybolması, yatırımcıların sermaye piyasasına olan güveninin sarsılması ve hatta sosyal ve ekonomik krizlerin ortaya çıkması ihtimali bulunmaktadır (Tok, 2021). Sonuç olarak, bu kurumlar artık düzenli olarak karşılanması gereken sermaye yeterliliği gerekliliklerine sahiptir. Sonuç olarak, SPK sermaye piyasası kurumlarında sermaye yeterliliği gerekliliklerinin yerine getirilip getirilmediğini periyodik olarak doğrulayabilir.

3.1.3. Türk Sermaye Piyasası Düzenlemelerinde Yasal Hesap Verebilirlik

Sermaye piyasası suçlarının ortak özellikleri; manevi unsur olarak kastı gerektirmeleri, ceza düzenlemelerinin korumayı amaçladığı hukuki değerın kamusal olması, bu suçların neden olduğu mağduriyetin çok sayıda kişiyi veya toplumun tamamını etkilemesi, bu suçların tanımlarının idari otoritenin yasaklama düzenlemelerinden türetilmesi ve soruşturulması veya kovuşturulmasının uzmanlık gerektirmesidir (Sinan ve Tok, 2022). Sermaye piyasası suçlarının Türk hukuku ile ilgili yönleri pratik ve kapsamlı bir şekilde değerlendirilirken başta Kurul düzenlemeleri olmak üzere Sermaye Piyasası Kanunu'nun tamamı göz önünde bulundurulmalıdır.

Bu suçların işlenip işlenmediğini ilk belirleyecek olan Kurul'dur çünkü SerPK, Kanun kapsamındaki suçlara ilişkin soruşturma yürütülebilmesi için Kurul'un Cumhuriyet başsavcılığına yazılı başvuruda bulunmasını öngörmektedir (Şahin, 2016: 53). Sonuç olarak, Kurul'un bu suçlara ilişkin değerlendirmelerinin bir kısmını kendi yönetmeliklerinde belirtilen suçların ayrıntılarına dayandırması mantıklıdır. Ayrıca, Kanun'un Kurul'un profesyonel personelinin cezai soruşturmalar sırasında -özellikle şüphelilerin veya tanıkların ifadelerinin alınması sırasında- kullanılabileceğinden bahsetmesi, Kurul'un kovuşturmaya yer olmadığına dair bir karara itiraz edebilmesi ve savcılık tarafından yürütülen herhangi bir kamu davasında doğrudan katılımcı olarak rol alması, SPK'nın cezai kovuşturmalardaki etkinliğini kanıtlamaktadır (Orhan, 2023: 1229-1231).

SPK'nın yapması gereken yazılı başvuru sadece suç teşkil eden fiillerin açıklanmasına ilişkin olduğundan, savcılık suçun veya faillerin hukuki niteliğini belirlemede serbesttir. Ancak, sermaye piyasası suçlarının yaygınlığını belirlemek bilgi gerektirdiğinden, mahkemelerin ve savcılıkların Kurul'un değerlendirmeleri doğrultusunda önyargılı kararlar vermesi muhtemeldir. Ayrıca, başvuru şartı savcının kamu davası açma yetkisini kısıtlamaktadır ve bu du-

rum doktrini eleştirenlere göre yatırımcının korunması amacına zarar vermektedir (Kütükçü, 2005: 199). Ancak yatırımcıların korunması sermaye piyasası hukukunun tek amacı olmadığından, devlet müdahalesi canlı ve rekabetçi bir piyasanın teşvik edilmesi hedeflerini karşılayacak şekilde uygun bir dengeye oturtulmalıdır. Her şikâyet üzerine ceza hukuku kurumlarının devreye sokulması ve soruşturma açılması halinde piyasanın işleyişi sekteye uğrayabilir ve piyasa aktörleri her zaman soruşturma altında olabilir (Özgenç ve Ölmez, 2019: 23). Bu bağlamda, cezai soruşturmanın başlatılması için uzman bir makama izin verilmesi uygun görülmektedir. Böyle bir sistemde, işlenen suçların tespit edilmesi ve cezasız kalmaması için yetkili makamlara gerekli denetim yetkilerinin verilmesi zorunludur. Sonuç olarak, SPK'ya yasal olarak tanınan sulh ceza mahkemesinden bilgi ve arama emri talep etme yetkisi önemli olmakla birlikte, bu yetkinin genişletilmesi de incelemeye tabidir. Ancak, süre ile sınırlı olmayan ve hatta öğreti tarafından geri alınabilir olduğu kabul edilen başvuru yetkisinin keyfi bir şekilde uygulanmaması gerekmektedir.

5237 sayılı Türk Ceza Kanunu'nun 279. maddesi uyarınca, sermaye piyasası suçu tespit edilmesine rağmen Kurul'un yazılı başvuruda bulunmaması nedeniyle, bu davada ilgili kişiler hakkında "kamu görevlisinin suçu bildirmemesi" suçu soruşturulabilir. Ayrıca, Kurul'un yazılı talebinin süreyle sınırlı olmaması nedeniyle, başvurunun ceza davasında zamanaşımının durması üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi gerekmektedir.

SONUÇ

Sağlıklı bir ekonomi ve toplumda yaygın bir refahı teşvik eden temel unsurlardan biri de sermaye piyasalarının büyümesi ve derinleşmesidir. Ancak bu piyasanın sağlam temeller üzerinde işleyebilmesi için yasal düzenlemelerin ve bu düzenlemeler için öngörülen denetim ve yaptırım sisteminin mevcut piyasa gelişmelerini yakından takip edebilmesi gerekmektedir. Zira öngörülebilir, güçlü yasal düzenlemeler çerçevesinde işleyen ve ihlallerin hızla tespit edilip cezalandırıldığı bir piyasada, piyasa katılımı ve piyasa derinliği artacaktır. Ancak, devletin yaptırım ve denetim yapısı aşırı müdahaleyi teşvik edecek şekilde kurulursa, beklentilerin tersi yönde ilerlemeyi engelleyebilir. Bu kapsamda, sermaye piyasalarındaki ve bu sektörü düzenleyen yasalardaki değişikliklerin sürekli olarak birbirini güçlendirecek ve besleyecek şekilde konumlandırılması

kritik önem taşımaktadır.

Geçtiğimiz yirmi yıl, özellikle 2008 finansal krizinin ardından sermaye piyasasına müdahale ile kalkınma arasında bir denge arayışının küresel olarak yoğunlaşmasına tanık olmuştur. Diğer finansal sektörlerde olduğu gibi sermaye piyasalarında da kamu gözetimi ve uygulamasının güçlendirilmesi gerekliliği finansal krizin ardından belirgin hale gelmiştir. Bu süre zarfında, özellikle Avrupa Birliği çerçevesinde önemli kurumsal ve yasal düzenleme değişiklikleri yapılmıştır. Finansal ürün ve faaliyetlerde yenilikçilik üzerindeki sınırlamalar, kriz öncesi piyasa koşulları ve kriz sonrası gelişmelerle esasen ortadan kalkmıştır.

Yasal düzenleme açısından rol model olarak kabul edilen ve tüm inceliklerini içeren AB sistemini takip edebilmek -piyasadaki gelişmeler ve buna bağlı olarak kamunun bu gelişmelere müdahalesi- gelişmekte olan sermaye piyasalarına sahip Türkiye için daha da değerli hale gelmiştir. Ancak sermaye piyasası hukukuna kamu müdahalesi söz konusu olduğunda AB hukukunun doğru uyarlanması, idare ve ceza hukuku yaptırım sistemlerinin Türk mevzuatındaki rolünün dikkate alınması kadar önemli değildir. Sermaye piyasalarında cezai sorumluluk ve idari denetim rejimlerinin birbirini tamamlayıcı nitelikte olduğu kabul edilmekle birlikte, farklı amaçlara hizmet eden bu iki rejimin birbirinin yerine kullanılabileceğini düşünmek yanlış olacaktır. Bu nedenle, Türkiye'nin hukuk sistemini AB ile karşılaştırmanın yanı sıra, başarılı bir sermaye piyasası hukukunda kamu müdahalesinin rolünü değerlendirirken Türk hukukunun ayırt edici özelliklerini eleştirel bir şekilde incelemek zorunludur.

Sonuç olarak, Türk sermaye piyasası mevzuatının büyük ölçüde AB düzenlemelerinden yararlanan kamusal denetim ve yaptırım sisteminin genel olarak uygun bir çerçeveye oturtulduğu kabul edilmekle birlikte, çağdaş gelişmelere ayak uydurma ve kamu müdahalesinde sürekli bir denge sağlama açısından ciddi eksiklikler olduğu da açıktır. Türk ve AB hukuk sistemlerinin kendine özgü özellikleri nedeniyle AB sisteminin her yönüyle aktarılması ve uygulanması mümkün olmayacaktır. Ancak, derin piyasaları ve teknolojik açıdan Türkiye'den çok daha ileri bir hukuk sistemine sahip olan Avrupa Birliği'nin, ülkemiz için yeni olan veya henüz ortaya çıkmamış olan bir dizi hukuki sorunu çoktan fark etmiş ve ele almış olduğunu da kabul etmek gerekir. Bu durumda, model olarak kullanılan AB sermaye piyasası hukukunun çok daha kapsamlı bir şekilde incelenmesi ve araştırma boyunca tartışılan ince ayrıntılara dikkat edilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Acemoğlu, D., & Robinson, J. (2013). *Ulusların düşüşü*. Serdar: Biokk.
- Adejumobi, S. (2000, June). Between democracy and development in Africa: What are the missing links? In *World Bank Conference on Development Thinking in the Next Millennium, Paris, June* (Vol. 26, p. 28).
- Adıgüzel, B. (2019). *Sermaye Piyasası Hukuku* (3rd ed.). Ankara.
- Akçay, Ü. (2013). Sermayenin uluslararasılaşması ve devletin dönüşümü: Teknokratik otoriterizmin yükselişi. *Praksis*, 30-31.
- Akgiray, V. (2019). Finansal Sistem ile İlgili Yanlış Giden Ne? Ne Yapılabilir? In O. İ. Savuran, E. Fıkrıkoca Asena, G. Büyüksengür, T. Oğan, G. Altaş Çevikcan, N. Gevenoğlu, ... N. D. Şanlı (Eds.), *Türkiye Sermaye Piyasaları Kongresi 19-20 Kasım 2019 Özet Kitabı* (pp. 380-382). İstanbul.
- Armour, J., Awrey, D., Davies, P., Enriques, L., Gordon, J., Mayer, C., & Payne, J. (2016). *Principles of Financial Regulation*. Oxford.
- Bahtiyar, M. (2022). Kayıtlı sermaye sistemine ilişkin iki sorunun değerlendirilmesi. *Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 19(3), 83-100.
- Bardhan, P. (2017). Corruption and development: A review of issues. *Political corruption*, 321-338.
- Bhagwati, J. N. (2002). Democracy and development: Cruel dilemma or symbiotic relationship? *Review of Development Economics*, 6(2), 151-162.
- Bilge, M. (2011). Türkiye'de demokrasi kültürü: Siyaset ve toplum. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 153(153).
- Boskovic, T., Cerruti, C., & Noel, M. (2010). *Comparing European and US securities regulations: MiFID versus corresponding US regulations* (Vol. 184). World Bank Publications.
- Bryan, D. (2003). Bridging differences: Value theory, international finance and the construction of global capital. In *Value and the World Economy Today: Production, finance and globalization* (pp. 57-70). London: Palgrave Macmillan UK.
- Bryan, R. (1987). The state and the internationalisation of capital: An approach to analysis. *Journal of Contemporary Asia*, 17(3), 253-275.
- Busch, D., Avgouleas, E., & Ferrarini, G. (Eds.). (2018). *Capital Markets Union in*

Europe. Oxford.

- Büker, S., Aşıkoğlu, R., & Sevil, G. (2014). *Finansal Yönetim*. Ankara: Sözkesen Matbaacılık.
- Çetin, N., Töremiş, H. E., & Cantimur, Z. (2014). *6362 Sayılı Sermaye Piyasası Kanunu'nun Sistematik Analizi*. Ankara.
- Danziger, J. N. (2009). *Understanding the political world: A comparative introduction to political science*.
- Deipenbrock, G. (2016). The European securities and markets authority and its regulatory mission: A plea for steering a middle course. In *Regulating and Supervising European Financial Markets: More Risks than Achievements* (pp. 13-41).
- Doğan, A. (2005). Demokrasi ve ekonomik gelişme. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (25), 1-19.
- Ege, İ., & Ege, Ö. (2017). *Sermaye Piyasasında Yatırımcının Korunması*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Erdem, D. Ö. (2020). Sermaye piyasası kanununda düzenlenen piyasa dolandırıcılığı suçları. *Adalet Dergisi*, (65), 335-363.
- Eser, R. (2001). Finansal piyasalarda düzenleme ve sermaye piyasasında düzenleyici kurumlar. *Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Raporu*, 25.
- Fabozzi, F. J., & Jones, F. J. (2019). *Foundations of global financial markets and institutions* (5th ed.). Cambridge.
- Faure, M. G., & Leger, C. (2014). The directive on criminal sanctions for market abuse: A move towards harmonizing insider trading criminal law at the EU level. *Brook. J. Corp. Fin. & Com. L.*, 9, 387.
- Faust, J. (2006). Die dividende der demokratie: Politische herrschaft und gesamtwirtschaftliche produktivität. *Politische Vierteljahresschrift*, 62-83.
- Ferran, E., Moloney, N., & Payne, J. (Eds.). (2015). *The Oxford handbook of financial regulation*. Oxford.
- Ferrarini, G., & Avgouleas, E. (2018). A single listing authority and securities regulator for the CMU and the future of ESMA. Costs, benefits, and legal impediments.
- Foster, J. B., & Çıdamlı, Ç. (2008). Kapitalizmin malileşmesi ve kriz. *Kalkedon Yayınları*.
- Geçer, A. E. (2017). Sermaye piyasası hukukunda piyasa dolandırıcılığı suçu. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 21(2), 241-270.

- Gerner-Beuerle, C., & Schillig, M. A. (2019). *Comparative company law*. Oxford University Press.
- Güngen, A. R. (2015). Çevresel finansallaşma ve devletin rolü. In *Finansallaşma, devlet ve politik iktisat* (pp. 17-40). Ankara: NotaBene Yayınları.
- Haar, B. (2015). Organizing regional systems: The EU example.
- Harvey, D. (2001). Globalization and the “spatial fix”. *Geographische revue: Zeitschrift für Literatur und Diskussion*, 3(2), 23-30.
- Harvey, D. (2002). *Spaces of capital: Towards a critical geography*. Routledge.
- Harvey, D. (2017). The ‘new’ imperialism: Accumulation by dispossession. In *Karl Marx* (pp. 213-237). Routledge.
- Harvey, D. (2018). *The limits to capital*. Verso Books.
- Helvacı, M., Uzel, N., Sönmez, N. S., & Özsoy, A. (Eds.). (2019). *Türk Ticaret Kanunu ekseninde sermaye piyasası hukuku toplantı serisi (Tebliğler ve Tartışmalar)* (1st ed.). İstanbul.
- Herlin-Karnell, E. (2019). White-collar crime and European financial crises: Getting tough on EU market abuse. SSRN.
- Hoftede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: Software of the mind: Intercultural cooperation and its importance for survival*. McGraw-Hill.
- Huntington, S. P., & Özbudun, E. (2007). *Üçüncü dalga: 20. yüzyıl sonlarında demokratlaşma*. Kıta Yayınları.
- Kadioğlu, E. (2015). Sermaye piyasası kanunu: Manipülasyondan piyasa dolandırıcılığına. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, (600), 73-81.
- Karakayalı, H., & Yanıkkaya, H. (2006). Kurumsal faktörlerin ekonomik büyüme etkileri. In *Kurumsal İktisat* (pp. 135-157). SPK Kurumsal Araştırmalar Serisi, 2(194), 135-157.
- Kaya, A. (2019). *Örtülü Kazanç Aktarımı Yasağı, Türk Ticaret Kanunu Ekseninde Sermaye Piyasası Hukuku Toplantı Serisi*.
- Kıncal, R. Y. (2002). *Vatandaşlık Bilgisi*. Ankara: Mikro Yayınları.
- Koch, J., Schwark, E., Hennrichs, J., Noack, U., Zimmer, D., Fett, T., ... & Zetzsche, D. (2010). *Kapitalmarktrechts-Kommentar* (4. Auflage). München.
- Koç, A. C. (2015). Küresel Kapitalizmin Finansallaşmasına Türkiye Ekonomisinin Eklemlenme Süreci (1980-2012). In H. Mıhçı (der.), *Finansallaşma, Devlet ve Politik*

İktisat (pp. 115-147).

- Kurtulmuş, M. M., & Tanyılmaz, K. (2017). Uluslararası Üretim Zincirleri ve Emek: Türkiye Otomotiv Sektörü Deneyimi. In P. Bedirhanogulları, Ö. Çelik, & H. Mihçi (Eds.), *Finansallaşma Kiskacında Türkiye’de Devlet, Sermaye Birikimi ve Emek* (pp. 185-220). Nota Bene.
- Kütükçü, D. (2005). 2499 Sayılı Sermaye Piyasası Kanununun Eleştirisi. *Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 2.
- Lapavitsas, C. (2009). Finansallaşmış kapitalizm: Kriz ve finansal müsadere. T. Öncel (Çev.), *Finansallaşma ve Kapitalizmin Krizi* içinde (pp. 25, 74). İstanbul: Yordam Kitap.
- Linggi, D. (2011). *Vertrauen in China*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Luchtman, M., & Vervaele, J. (2014). Enforcing the market abuse regime: Towards an integrated model of criminal and administrative law enforcement in the European Union? *New Journal of European Criminal Law*, 5(2), 192-220.
- Memiş, T. & Turan, G. (2019). *Sermaye Piyasası Hukuku* (4. Baskı). Ankara.
- Mishkin, F. S., & Eakins, S. G. (2018). Financial Regulation. In *Financial Markets and Institutions* (pp. 454-456).
- Moloney, N. (2014). *EU Securities and Financial Markets Regulation* (3. Baskı). Oxford.
- Obinger, H. (2001). Demokratie und Wirtschaftswachstum: Theoretische Ansätze und empirische Befunde des quantitativen internationalen Vergleichs. *Zeitschrift für Internationale Beziehungen*, 321-344.
- Olson, M. (2003). *Macht und Wohlstand: Kommunistischen und kapitalistischen Diktaturen erwachsen* (Vol. 123). Mohr Siebeck.
- Orhan, U. (2023). Sermaye piyasası veya sermaye piyasası araçları suçun maddi konusu olabilir mi? *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 72(3), 1229-1248.
- Özer, İ. (1996). Siyasal kültür, demokrasi ve demokratik değerler. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 71-98.
- Özgenç, İ. & Ölmez, G. (2019). Sermaye Piyasasında Güveni Korumaya Yönelik Yüklümlülükler ve Ceza Hukuku Sorumluluğu. 5. *Türk-Kore Ceza Hukuku Günleri, Karşılaştırmalı Hukukta Ekonomik Suçlar Uluslararası Sempozyumu*, Ankara.
- Öztürk, İ. (2012). *Sermaye azaltımı ve vergisel sonuçları*. Sermaye Piyasası Kurulu.
- Panitch, L., & Gindin, S. (2004). American imperialism and Eurocapitalism: The ma-

- king of neoliberal globalization. *Studies in Political Economy*, 71(1), 7-38.
- Peterson, R. A. (1979). Revitalizing the culture concept. *Annual Review of Sociology*, 5(1), 137-166.
- Poulantzas, N. (2018). *Classes in contemporary capitalism*. Verso Books.
- Rider, B., Alexander, K., Bazley, S., & Bryant, J. (2022). *Market abuse and insider dealing*. Bloomsbury Publishing.
- Rodrik, D., & Domaniç, N. (2009). *Tek ekonomi çok reçete: Küreselleşme, kurumlar ve ekonomik büyüme*. Eflatun Yayınevi.
- Schammo, P. (2011). *EU prospectus law: New perspectives on regulatory competition in securities markets*. Cambridge University Press.
- Seredyńska, I. (2011). *Insider dealing and criminal law: Dangerous liaisons*. Springer Science & Business Media.
- Sinan, O. B., & Tok, A. (2022). 6362 Sayılı Sermaye Piyasası Kanunu ile yapılan düzenleme sonrası genel yatırım tavsiyesi ve izinsiz yatırım danışmanlığı. *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, (51), 113-142.
- Sirowy, L., & Inkeles, A. (2017). The effects of democracy on economic growth and inequality: A review. In *On measuring democracy* (pp. 125-156).
- Subaşı, E. (2017). Türk sermaye piyasalarında sadakat payı ihraç edilmesi. *Banka ve Finans Hukuku Dergisi*, 6(23), 755-839.
- Sunde, U. (2006). Wirtschaftliche Entwicklung und Demokratie – Ist Demokratie ein Wohlstandsmotor oder ein Wohlstandsprodukt? *Perspektiven der Wirtschaftspolitik*, 7(4), 471-499.
- Şahin, C. (2016). *Ceza Muhakemesi Hukuku I*. Ankara.
- Şanlısoy, S. (2010). Politik istikrarsızlık-ekonomik süreç politikaları etkileşimi. *Sosyo-ekonomi*, 13(13).
- Tavares, J., & Wacziarg, R. (2001). How democracy affects growth. *European Economic Review*, 45(8), 1341-1378.
- TDV Demokrasi ve İnsan Hakları Eğitimi Projesi. (1999). “Demokrasi Nedir?” Proje sorumlusu: Kamil B. Arif. *Demokrasi ve İnsan Hakları Eğitimi Projesi Yayınları*, No. 1, Ankara.
- Tok, A. (2021). Sermaye Piyasası Kanunu’nda Piyasa Dolandırıcılığı ve Güveni Kötüye Kullanma Suçları İçin Öngörülen Etkin Pişmanlık Düzenlemesi ve Uygulamada Karşılaşılan Sorunlar. *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları*

Dergisi, 27(2), 1207-1231.

- Tümer, E. (1979). Sermaye Piyasası ve İşletmeler Arasındaki İlişkiler. *Türkiye'de Sermaye Piyasası Sorunları Semineri*, İstanbul: İYSE-TÜSİAD.
- Tylor, E. B. (2016). *Primitive Culture Researches Into the Development of Mythology*. Hansebooks GmbH.
- Valdez, S., & Molyneux, P. (2015). *An Introduction to Global Financial Markets* (8th ed.). Londra.
- Veil, R. (Ed.). (2022). *European capital markets law*. Bloomsbury Publishing.
- Vugt, A. D. M. V. (2012). Administrative sanctions in EU law. *Review of European Administrative Law*, 5(1), 5-48.
- Weede, E. (1983). Das Verhältnis von Demokratisierung und Wirtschaftswachstum in Entwicklungsländern: Ein Beitrag zur Klärung einer entwicklungspolitischen Grundsatzfrage. In *Gesellschaftliche Probleme als Anstoß und Folge von Politik: Wissenschaftlicher Kongreß der DVPW 4.-7. Oktober 1982 in der Freien Universität Berlin Tagungsbericht* (pp. 154-168). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- White, S. (1979). *Political culture and Soviet politics*. Macmillan and St. Martin's Press.
- Yay, G. G. (2002). İktisadi Gelişme ve Demokrasi İlişkisi Üzerine Bir Sinama. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 52(1).
- Yenidünya, C. (2013). Sermaye Piyasası Kanununda Düzenlenen Suç ve Kabahatlere İlişkin Genel Prensipler. *İpek Yolu Canlanıyor: Türk-Çin Hukuk Zirvesi (12-14 Haziran 2012), Konferans Bildiri Kitabı* (Editörler: A. Caner Yenidünya, Mustafa Erkan, Rayhan Asat), Nisan.

2. BÖLÜM

YAKIN ÇAĞ OSMANLI TARİHİ KAYNAKLARINDAN MÜHİMME, AHKÂM VE ŞİKÂYET DEFTERLERİNİN TA- NITIMI

Doç. Dr. Meryem GÜNAYDIN

Fırat Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Tarih Bölümü,

mgnaydn@yahoo.com

<https://orcid.org/0000-0002-3957-1471>

GİRİŞ

Osmanlı devlet yönetiminde muhtelif işlere ait kayıtların tutulduğu defterler Osmanlı arşivinin temel kaynaklarındandır. Devlet bürokrasisinde defter tutma usulü geleneksel bir uygulama haline gelmiştir. Merkez ve taşra idaresine ait kayıtların bulunduğu defterler siyasî, askerî, içtimaî ve malî hayata dair önemli içeriklere sahiptir. Tanzimattan önceki döneme ait defterler iki ana kısma ayrılmaktadır. Bunların ilki Divan-ı Hümâyûn Defterleri'dir. Siyasî, hukukî ve sosyal düzenin sağlanması için alınan kararların tutulduğu defterlerdir. İkincisi ise mali içerikli Bâb-ı Defterî Defterleri'dir. Vergi kalemlerini ve devlet gelirleriyle ilişkili olarak mirî işlerle ilgili konuların kayıt altına alındığı defterlerdir (Sarıyay, 2006, s.291).

Arşiv belgesi olarak defterler tasnif edilirken analitik indekslere uygun olarak düzenlenmiştir. Defter tasnifleri ise beş ana bölümde ele alınabilir (Osmanlı Arşivi Rehberi, 2010). Bunlar şöyle sıralanabilir:

1.Divan-ı Hümâyûn, Bâb-ı Âsafî, Defterhâne-i Âmire Defterleri

2. Bâb-1 Defterî (Maliye Dairesi) ve Müteferrik Konulu Defterler
3. Bâb-1 Âlî Defterleri
4. Yıldız Sarayı Arşivi Defterleri
5. Nezâretlere, Vilâyetlere, Müfettişliklere (Taşra Arşivlerine) ve Büyük Dairelere Ait Defterler

Divan-ı Hümâyûn, Bâb-1 Âsafî ve Defterhâne-i Âmire Defterleri içerisinde Divan (Beylikçi) Kalemi ve Bağlı Birimlerine Ait Defterler tasnifi arasında Divan (Beylikçi) Kalemi Defterleri, Askerî Ruznamçe Defteri, Divan Memurlarına Ait Sicil ve Künye Defterleri, Düvel-i Ecnebiye Defterleri, Gayrimüslim Cemaatlere Ait Defterler, Hadariye Defterleri, İzn-i Sefîne Defterleri, Kanunnâme-i Askerî Defterleri, Kırım Hanlığı Defteri, Nâme-i Hümâyûn Defterleri, Şehbenderlik Defterleri, Tevziât, Zehâir, Esnaf ve İhtisâb Defterleri, Yol ve Menzil Defterleri, Mühimme, Şikâyet, Ahkâm, Kalebend, Nefy ve Kıyas Defterleri, Muhtelif ve Mütenevvî Defterleri yer almaktadır. Bu defterlerden Yakınçağ Osmanlı tarihi araştırmacıları için toplumsal düzenin sağlanması ve devamı noktasında asayiş ve nizama dair kaynak özelliğinde bulunan ve özgün bilgiler içermekte olan Mühimme, Ahkâm ve Şikâyet Defterleri'nin tanıtımı yapılacaktır.

Mühimme Defterleri

16. yüzyıldan 20. yüzyıla ulaşan yaklaşık 350 yıllık tarihi bir miras olan Mühimme Defterleri içeriği itibarıyla Osmanlı Devleti'nin kültür ve tarih zenginliğini ortaya koymaktadır (Sarınay, 2006, s.291. Divan-ı Hümâyûn'da alınmış kararların padişahın onayı sonrasında düzenlenerek kaydedildiği defterlere Mühimme Defterleri adı verilmektedir. Divan kayıtlarını içeren defterlere mîrî ahkâm defteri adı verilmekte idi ancak 17. yüzyıl sonlarından itibaren mühimme defteri adı genel bir kullanım kazanmıştır (Kütükoğlu, 2020, s. 519).

Mühimme Defterlerine Divan-ı Hümâyûn toplantılarında görüşülen devlete ait iç ve dış meseleler hakkında alınan siyasî, askerî, kültürel, sosyal ve iktisadî kararlar kaydedilmiştir. Divan Osmanlı Devleti'nin 15. yüzyıldan 17. yüzyıla kadar önemini koruyan idarî, malî, askerî, örfî, adlî vb. devlet işlerinin yürütüldüğü, memleket meselelerine dair müracaatların, şikâyetlerin görüşüldüğü en yüksek karar organı ve bir çeşit yüksek mahkeme fonksiyonuna sahip organdır.

Ayrıca Divan'da Osmanlı Devleti'nin hakim olduğu coğrafyaları kapsayan memleket işleri görüşülmekte olduğundan alınan kararların geniş bir coğrafi alana ait olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu yönüyle görüşülen konular çeşitlilik göstermekte olup kayıtlar incelendiğinde merkez ve çevre ilişkisi anlaşılabilir. Merkez ve taşra teşkilatı, idarî düzen, iç ve dış siyaset, yabancı devletlerle ilişkiler, imar, iskan, iktisat gibi mevzular defterlerin muhtevasını oluşturmaktadır. Buna ek olarak askerî tarih ve strateji hakkında sunduğu bilgiler itibariyle önemli bir kaynaktır. Asayiş bakımından isyanları, isyanların bastırılma biçimleri ve alınan tedbirleri içermesi açısından asayiş ve nizama dair başlıca defterlerden biridir.

Osmanlı Arşivi'nde bulunan 419 Mühimme Defteri 1553-1915 tarihleri arasında tutulmuştur (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.7). Başbakanlık Osmanlı Arşivi'nde en eski Mühimme Defteri 1544 tarihli olup en sonuncusu ise 1905 tarihlidir. Tasnife açık defter sayısı sonradan tespit edilerek eklenenlerle birlikte 267 adettir. En son tespit edilen 267 numaralı defter ise 18. yüzyılın ikinci yarısına aittir (Emecen, 2005, s.108).

Mühimme Defterleri, hükümlerin alındığı Divanlar'a göre tasnif edilmiştir bu bakımdan dört kısımda ele alınmaktadır. Bunlardan ilki Mühimme Defterleri olup bu defterlere padişah payitahtta iken Sadrazam başkanlığındaki Divan toplantısından çıkan emirler kayıt edilmiştir. Ancak Sadrazamın herhangi bir sebeple görevinde bulunmadığı durumlarda yerine vekil olarak bakan Rikâb kaymakamı veya Sadâret kaymakamı başkanlığında bir araya gelen Divan'da alınan kararların yazıldığı defterlere Rikâb Mühimmesi denilmektedir. Sadrazamın sefere çıkan orduya eşlik etmesi halinde bu sırasında gerçekleşen Divan toplantılarında alınan kararların yazıldığı defterlere ise Ordu Mühimmesi adı verilmektedir. Padişahın ve aynı zamanda Sadrazamın Dersaâdet'te bulunmadığı hallerde devlet işlerini idare etmek üzere tayin edilen Sadâret kaymakamı tarafından akdedilen Divanlarda alınan önemli kararların yazıldığı defterlere ise Kaymakamlık Mühimmesi denilmektedir (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.7).

Divana padişahın başkanlık ettiği veya sadrazamın başkanlığında toplanan divan toplantılarında alınan kararların kaydedildiği Mühimme Defterleri'ndeki kayıtlar ilgili makama gönderilen berat ve fermanların suretleri gibidir. Sadrazamın başkanlığında kubbe vezirleri, Anadolu ve Rumeli kazaskerleri, defterdar ve nişancının katıldığı Divan toplantılarında alınan kararlar ilk önce padişah tarafından tasdik edilmekte sonra kronolojik sıralamaya uygun bir şekilde defterlere kaydedilmektedir. Alınan kararların deftere kaydedilmesi esasen tescil

edilmesi yani hükme bağlamanın bir göstergesidir. Öyle ki Divandan çıkan bir karar veya dava neticesi ferman şeklinde hazırlanmadan önce tashih edilen müsveddesi ilgili defterine kayıt edilmemişse bu karar bir hüküm ifade etmemektedir (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.7). Defterlere aktarılan hüküm metinleri esasen ilgili makamlara gönderilen emirlerin bir nevi suretidir.

İçeriği açısından Mühimme Defterleri oldukça geniş bir mahiyettedir. Kayıtlar incelendiğinde konusuna binaen bazı hüküm metinleri içerisinde hususiyetle konunun ehemmiyetine vurgu yapılmakta olduğu görülmektedir (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.8). Defterlerde yer alan devletin merkezi ve taşra teşkilatında yer alan organların yapısı, işleyişi, hukukî süreçlere dair hükümler, müesseseler ve bunların ilişkileri, fonksiyonları başlıca bilgilerdendir (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.8). Aynı zamanda Osmanlı Devleti'nin ikili dış ilişkileri bakımından da bilgiler içermektedir. Avrupa, Kuzey Afrika, Orta Doğu, Arabistan Yarımadası, Kafkaslar ve Rusya gibi başlıca komşu ülkelerle ilişkiler açısından önemli kayıtlardır. İctimaî hayatla ilgili olarak; gayrimüslim tebaa ile ilişkiler, sosyo-ekonomik hayata ilişkin ihtiyaçlar ve bunların giderilmesi noktasında uygulanan politika, dini hayata ilişkin ibadet hürriyeti ve mabetlerin inşası hususu konusunda bulunan bilgiler defterlerin değerini yükseltmektedir (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.9). İhtiva ettiği bir diğer konu başlığı ise mukaddes beldelerdir. Mukaddes topraklara yolculuk, hac organizasyonu, surre alayları ve bu kutsal topraklara devletin yardım ve hizmeti bu defterlerde yer alan konulardandır. İmar, iskan, sağlık, eğitim, kültür ve sanat faaliyetleri, vakıf idareleri bunların teftişleri hususu açısından da Mühimme Defterleri önemli birinci el kaynakları arasındadır. Ordu faaliyetlerini, harp, muharebeler, seferler, sınırlar, teknik hususlar vb. kapsamı sebebiyle hem askerî hem de harp tarihi açısından büyük bir ehemmiyete haizdir (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.9).

Asayiş ve nizama dair içerdiği hükümler itibarıyla Mühimme Defterlerinin muhtevası genel olarak ahalden gelen şikâyetler, yolsuzluk başta olmak üzere düzeni bozacak nitelikte devlete karşı işlenmiş olan suçlar ve buna karşın devletin idarî ve hukukî yaptırımları, çarşıda, pazarda, piyasada yapılan kalpazanlık, karaborsa veya stokçuluk gibi suçlar ve devletin önlemek ve düzenlemek üzere aldığı tedbirler, isyanlar gibi toplumsal düzeni sarsan eşkıyalık olayları, asayiş bozan meseleler, devlet otoritesine muhalif hareketler karşısında devletin güvenliği yeniden tesis etmek üzere aldığı tedbirler ve uygulamaları, iç piyasayı düzenlemek ve denetlemek üzere narh ve fiyat politikasına ilişkin hükümler, vakıfların gelir ve gider denetimleri ile kamu yararını gözetmek üzere yaşanan so-

runlara yönelik uygulanan çözümler, yasaklara karşın yasağa riayet etmeyenler sebebiyle yaşanan sorunlar, yasaklara ek olarak alınan önleyici veya düzenleyici tedbirler gibi muhtelif birçok konu başlığı olarak sıralanabilir (Soysal,2020, s. 215-216).

Muhteva açısından yapılan çalışmalar Mühimme Defterleri'nin zengin içeriğini ortaya koymaktadır. Bu defterler üzerinde çoğunlukla tarih araştırmacıları tarafından transkripsiyon ve değerlendirme çalışmaları yapılmaktadır. Yapılan tez çalışmalarının bu çerçevede şekillenmekte olduğu görülmektedir. Bu çalışmaların sonucunda asayiş ve emniyet bağlamında olayların dökümü yapılabilmektedir. Örnek olarak III. Selim dönemine ait 219 numaralı Mühimme Defteri'nde bulunan 1199 hüküm çalışılmıştır. İçeriğinde 1218 yılı Recep ve Şaban aylarında yaşanan olaylar bulunmaktadır. Özellikle Mısır'ın işgali sonrasındaki toprak bütünlüğünü muhafaza etmek üzere alınan tedbirler ve askeri süreç konu olarak yer almaktadır. İçerde ise artan eşkıyalık olaylarına ve devlete karşı çıkan isyanlara yer verilmiştir. Bu defterde Tekfurdağı civarlarında ortaya çıkan Kara Feyzi olayı ve Rumelide çıkan isyanlarda Rusçuk Ayanı Tirsiniklioğlu İsmail Ağa'nın faaliyetleri başlıca konulardandır. Bu defterin önemli bir diğer içeriği ise muhtelif bölgelerden tahsil edilen vergilerin toplanmasında usule uyulması yönündeki uyarılardır. Tahsil edilecek olan nüzul, tekalif, avarız ve mübâya'a vergilerinin ahalinin güçleri ölçüsünde toplanması hususunda uyarılar yapılmış olduğu görülmektedir (Nehir, 2015, s.12-14).

Osmanlı Devleti'nin en önemli karar organı olan Divan-ı Hümâyûn olmuştur. Divan-ı Hümâyûn günümüzde kabinelere muadil olan teşkilat olarak tanımlanabilir. Osmanlı Devleti'nin idarî, siyasî, şer'î, içtimâî, ve malî işleri gelen şikâyet ve davaların görüşülerek karara bağlandığı en yetkili müessesesidir. Divan devletin tebaasının bütününe ayırım gözetmeksizin açtı. Haksızlığa uğrayan, zulüm gören, idarî veya askerî yöneticilerden şikayeti bulunan ahalden herkesin başvurabileceği bir karar merciidir. Osmanlı devlet geleneğinde Divan-ı Hümâyûn toplantıları Fatih Sultan Mehmet zamanında her gün icra edilmekte iken 16. yüzyıl başlarında haftanın dört günü Cumartesi, Pazar, Pazartesi ve Salı olmak üzere toplanmaya başlamıştır. Pazartesi ve Salı günleri sadrazam ve vezirler padişahın huzuruna girdikleri günlerdi ve bu günlere ise Arz günleri denilmiştir. Divan toplantıları 18. yüzyılın ortalarına doğru eski gücünü kaybetmiştir. II. Mahmud döneminde de modern kabine usulünün kabulüyle terk olunmuştur (Sertoğlu, 1986, s. 86-87).

Divan toplantılarının eski önemini yitirmesinden sonra dahi Divan kalemleri Osmanlı Devleti'nin son dönemlerine kadar görevini icra etmiştir. Divan-ı Hümayun toplantıları sadrazamın resmi makamı olan Paşa Kapısı'nda yapılmaya başlanmıştır. Divan kalemleri, reisül-küttab, teşrifatçı ve diğer görevliler de buraya taşınmıştır. Devlet işlerinin ağırlıklı olarak sadrazam sarayına kayması neticesinde sadrazamların etkinliği artmıştır. Sadrazam sarayı veya Paşa sarayı I. Abdülhamid döneminden itibaren Babîali olarak bilinmekteydi. Meclis-i Vala, dahiliye ve hariciye odaları, Divan-ı Deâvî gibi dairelerin birleşmesiyle Babîali teşekkül etmiştir. 18. yüzyıl sonlarında teşekkül eden Babîali'nin bünyesinde Bab-ı Ali, Bab-ı Defteri, Bab-ı Seraskeri ve Bab-ı Meşihat isimlerinde evrak biriken dört daire ortaya çıkmıştır (Aktaş ve Halaçoğlu, 1992, s.122). Sadâret teşkilatı içinde bu sürecin bir neticesi olarak emir yazılarından padişah fermanlarına sadrazam buyrukları eklenmiştir. Nihayetinde buyruklular Ayniyat Defteri adıyla anılan yeni bir defter türünde tutulmaya başlanmıştır.

Osmanlı arşivleri içerisinde Mühimme Defter serilerinin katalogları numaralandırılmış ve tasnif edilmiştir. Buna göre ilk katalog “989 Numaralı Divan-ı Hümayûn Defterleri Kataloğu'ndaki Mühimme Defterleri (A.DVNS.MHM.d)” dir. Bu katalogda 266 adet Mühimme Defteri bulunmaktadır. Katalog dâhilindeki Divan-ı Hümayûn Mühimme Defterleri 1553-1905 tarihleri arasındaki hükümleri içermektedir (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.9). Katalogda yer alan defterlerden Yakın Çağ döneminin kapsadığı tarihler sıralanmış olup defterin adı ve tarihine göre bunlar şöyledir: 1788-1789 tarihiyle başlamak üzere bunlar sırasıyla Ordu Mühimmesi (1788-1789), Rikâb Mühimmesi (1788-1789), Mühimme (1789-1791), Rikâb Mühimmesi (1789-1790), Ordu Mühimmesi (1789-1790), Rikâb Mühimmesi (1789-1790), Ordu Mühimmesi (1790-1813), Rikâb Mühimmesi (1790-1791), Mühimme (1790-1791), Rikâb Mühimmesi (1791-1800), Mühimme (1792-1793, 1793-1794, 1794-1795, 1794-1795, 1796-1797, 1797-1798, 1797-1798, 1797-1799, 1798, 1798-1800, 1798-1799, 1799-1800, 1799-1800), Rikâb Mühimmesi (1800-1801), Mısır Ordu Mühimmesi (1800-1802), Mühimme (1800-1801, 1800-1802), Mısır Ordu Mühimmesi (1800-1801), Mühimme (1801-1802, 1803, 1803-1804, 1804, 1804-1805, 1805-1806, 1806-1807, 1807), Rikâb Mühimmesi (1807-1808), Mühimme (1807-1809), Ordu Mühimmesi (1808-1809), Rikâb Mühimmesi (1809-1811) Ordu Mühimmesi (1809-1813, 1809-1810, 1808-1810), Mühimme (1811-1812, 1812-1813, 1813-1814, 1814, 1815-1818, 1818-1820, 1820-1821, 1820-1822, 1822-1833, 1825-1827, 1827-1828), Ordu Mühimmesi (1828, 1828-1829, 1828-1830,

1829-1831, 1830-1832, 1831-1833), Mühimme (1832-1833, 1833-1836, 1836-1838, 1838-1840, 1840-1842, 1842-1844, 1844-1846, 1846-1849, 1850-183), Mektum Mühimme (1853-1857), Mühimme (1857-1860, 1860-1863, 1863-1869, 1869-1905), Mahlûta Mühimmesi (1784-1798), Muhzır Mühimmesi (1715-1791), Mühimme (1770-1772) (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s. 14-16).

Mühimme Defterlerinden ayrı olarak Mühimme Defteri parçası denilebilecek birkaç sayfa veya formadan oluşan belgeler ayrı bir katalogda toplanmıştır. “980 Numaralı Bâb-ı Âsafî Defterleri Kataloğu’ndaki Mühimme Defterleri (A.DVN.MHM.d)” adını alan bu katalogta 1570-1836 tarihleri arasındaki hükümleri içeren 43 adet Mühimme Defteri parçası mevcuttur. (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s. 16). Ayrıca sehven bir şekilde Mühimme Defterlerinden diğer defterlere karışmış olan ancak sonradan tasnifler sonucu fark edilen belgeler ise “Mühimme Zeyli Defterleri adıyla Mühimme Zeyli Defterleri (A.DVNS.MHM.ZYL.d)” kataloğuna eklenmiştir (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s. 16). Bu katalogta en ileri tarihle 1780 tarihli Mektûm Defteri bulunmaktadır (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s. 17).

Mühimme-i Asâkir Defterleri (A.DVNS.ASK.MHM.d)

Bu defterler 1781 senesinden sonra tutulmuş olup askerî konuları içermektedir. Askerî teşkilat, ıslahatlar, tevcihâtlar gibi askerî tarihle ilgili meselelere ilişkin alınan mühim kararlar bu defterlere kaydedilmiştir. 1781-1910 tarihleri arasındaki tutulan bu defterler toplam 68 adettir.

989 numaralı katalogta yer alan 1781 ve 1910 tarihleri arasındaki defterlerin adları kronolojik sıraya uygun olarak şöyledir: Ordu Mühimmesi, Asâkir-i Rikâb, Mühimme-i Asâkir, Mühimme-i Ordu-yı Asâkir, Mühimme-i Asâkir, Mevâdd-ı Askeriye, Mühimme-i Asâkir, Asâkir-i Mürettebe, Tevcihât-ı Askeriye, Asâkir-i Redîfe, Asâkir-i Mansûre-i Redîfe,, Asâkir-i Redîfe Mevâdd-ı Askeriye, Tevcihât-ı Askeriye, Asâkir-i Mürettebe, Tevcihât-ı Askeriye, Redîf, Tevcihât-ı Askeriye, Redîf, Tevcihât-ı Askeriye, Mevâdd-ı Askeriye, Tevcihât-ı Askeriye, Umûr-ı Askeriye, Jandarma ve son olarak 1907-1908 tarihli Tevcihât-ı Askeriye’dir (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s. 17-19).

980 Numaralı Bâb-ı Âsafî Defterleri Kataloğu’ndaki Mühimme-i Mektûme Defteri (A.DVN.MKM.MHM.d)

Mektûm Mühimmeler, Divan-ı Hümayûn’da karara bağlanan gizli hususların kayıtlarını içeren defterlerdir. 980 numaralı Bâb-ı Âsafî Defterleri Kataloğu’nda 1808-1809 tarihleri arasında alınan kararların kaydedildiği bir adet Mühimme-i

Mektûme Defteri bulunmakta olup 44 sayfadan oluşmaktadır (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.19).

989 numaralı Divan-ı Hümâyûn Defterleri Kataloğu'nda 1788-1885 tarihleri arasındaki kararların yer aldığı 10 adet Mühimme-i Mektûme Defteri mevcuttur (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.19).

989 Numaralı Divan-ı Hümâyûn Defterleri Kataloğu'ndaki Mühimme-i Mısır Defterleri (A.DVNS.MSR.MHM.d)

Mısır ile ilgili meselelere ait alınan kararların kayıtları ise Mühimme-i Mısır Defterleri'nde bulunmaktadır (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.20). 989 Numaralı Divan-ı Hümâyûn Defterleri Kataloğu'nda, 1785-1915 tarihleri arasındaki kayıtları içermekte olan 15 adet Mısır Mühimme Defteri mevcuttur (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.20).

989 Numaralı Divan-ı Hümâyûn Defterleri Kataloğu'ndaki Mühimme-i Mektûme Defterleri (A.DVNS.MKM.MHM.d)

Mühimme Defterleri içerisinde Divan'da alınan gizli hükümler ayrıca kayıt altına alınmıştır. Gizli kayıtları içeren bu deftere Mühimme-i Mektûme Defteri adı verilmiştir. Mühimme-i Mektûm Defterlerinden bir tanesi 980 Numaralı Bâb-ı Âsafî Defterleri Kataloğunda 1788-1885 tarihleri arasındaki kayıtların on tanesi ise 989 Numaralı Divan-ı Hümâyûn Defterleri Kataloğunda yer almaktadır (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.19).

Bu defterlerde bulunan kararlar dönemin sosyal, idari, siyasi, hukuki, ekonomik ve askeri yapısına dair önemli bilgiler sunmaktadır. Kararlar çoğunlukla asayişsizliğe ilişkin emirler olup eşkıyalık, zapt, gasp gibi suçlar ve cezalarına ilişkin konulardan ibarettir. Mısır mühimme defterlerinden 1840-1915 tarihleri arasındaki hükümleri havi on beşinci defter mahrem kayıtlar içerdiğinden mektûm olarak ifade edilmektedir. 1785 yılından sonra Mısır'a ilişkin alınan kararlar Ana Mühimme Defterleri serisine değil ayrıca teşekkül eden Mısır defterlerine kayıt edilmiştir. “980 Numaralı Bâb-ı Asâfi Defterleri Kataloğu”nda 1710-1716 tarihleri arasında alınan kararları içermekte olan kayıtlar mevcut olup sadece 12 sayfadan ibaret olan 1 adet Mısır Valiliği Defteri parçası yer almaktadır (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.20-21).

İçerik olarak Mühimme-i Mektum Defteri araştırmacılar için zengin bir mahiyettedir. Örnek olarak bu defterlerden üzerinde çalışılan 276 Numaralı Mühimme-i Mektûm Defteri 44 sayfadan ve 133 hükümden oluşmaktadır. Bu

Mühimme-i Mektûm Defteri iki kısımdan ibarettir. İlk kısmı klasik defterlerle benzer olaylar hakkında hükümler içermekte olup bu hükümler 1807–1810 tarihleri arasında kapsamaktadır. Bahsi geçen sosyal olaylar, sorunlar ve bunlarla ilişkili olarak alınan tedbirler üzerine bir takım içtimaî meseleler yer almaktadır. Ancak ikinci kısımda bulunan hükümler kalebend defter kayıtlarıyla benzer muhtevaya sahip olup sürgün, görevden alınma, manastırbendlik, kürek, zorunlu ikamet, kal'abend vd. cezalarının uygulanması veya afları hakkındaki uygulamalara yer verildiği görülmektedir. Uygulanan cezalardan biri ise idam cezasıdır. Defterde eşkıyalık, yapmak, ahalinin malına el koymak ve canına kas-tetmek, zorbalık ve isyan etmek, huzuru bozmak, firar etmek gibi suçlar için idam cezasının uygulandığı anlaşılmaktadır (Baytımur, 2021, s. 145-173).

Mühimme-i Mektûme defterleri üzerine yapılan tarih çalışmalardan biri 1793-1796 tarihleri arasındaki hükümleri kapsayan 2 Numaralı Mühimme-i Mektûme Defteridir. Bu defterde 31- 60 sayfaları arasında paşa, kadı, mutasarrıf, naip gibi idari görevlilere gönderilmiş olan 124 hüküm bulunmaktadır. Hükümler çoğunlukla eşkıyalık, gasp gibi olaylar ve bunlara verilen veya kaldırılan cezaları içermektedir. Kayıtlı 124 hükmün 49 tanesi eşkıyalık ve gasp olayları, 56 tanesi de bu olayları bastırmak için askeri takviyeye dair emirlerdir. Gemlik Kazası'na bağlı Kumla Kasabası'nda Delibalta, Vidinli Pasbanoğlu Osman ve Hacı Manav isimli eşkıyalarla ilgili birçok defa hüküm yazılmış olduğu görülmektedir. Bundan başka kalpazanlık, veri tahsili, askeri yardım ve emeklilik konuları da yer almaktadır. Dolayısıyla dönemin içtimai ve askeri yapısı hakkında içerdiği bilgiler mühimdir (Ertürk, 2018, s. 132-133)

Şikâyet Defterleri

Osmanlı Devlet'inde adalet dairesinin devamı için ahalinin istek ve şikâyetlerinin giderilmesi prensibi önemli idi. Şikâyetler bir nevi otokontrol mekanizması olarak çalışmakta olup merkezden gelen emrin uygulanması ve meydana gelen hususi sorunların tespit edilmesi için işlevsel özellik taşımaktadır. Bu yönüyle ahalinin şikâyetlerinin çözülmesi noktasında Divan-ı Hümâyûn Şikâyet Kalemi teşkil edilmiştir.

Bütün ferman, berat ve hükümleri içeren Mühimme Defterleri 1649 yılından itibaren yapılan bir değişiklikle sadece devlete ait işlerin kaydedildiği defterlerdir. Böylece idari ve adli konular için iki ayrı defter tutulmaya başlanmış-

tır. Şikâyetlere dair alınan kararlar 1649 yılında yapılan bir değişiklikle birlikte Şikâyet Defterlerine kaydedilmiştir (Kütükoğlu, 2020, s. 519). Yani şahsî ferman, berat veya hükümler ayrı bir deftere kaydedilmiştir. Şikâyet Defterleri 18. yüzyıl ortalarından sonra vilayetlere göre ayrılmıştır ve Ahkâm-ı Şikâyet Defteri adını almıştır. Devlet işleriyle ilgili olan kararlar yine Mühimme Defterlerine kaydedilmiştir (Kütükoğlu, 2020, s. 519). Ancak 17. yüzyılın son çeyreğinden itibaren Divan defterlerinde bu ayrımın kesin şekilde yapılmakta olduğu anlaşılmaktadır (Emecen, 2005, s.124).

Divan-ı Hümâyûna ait olan defterler serisi içerisinde Ahkâm-ı Şikâyet Defterlerinin 17. yüzyıldan itibaren örnekleri görülmektedir. Ahkâm-ı Şikâyet Defterleri 1648-1814 tarihleri arasında tutulan hükümleri ihtiva etmektedir. Arşiv bünyesinde elde bulunan 208 defter halinde tasnife açılmıştır. 1742 yılından itibaren vilayetlere göre ayrı ayrı defterler tanzim edilmiştir. 1839 yılına kadar gelen bu defterlerin ait olduğu yerler İstanbul, Anadolu, Rumeli, Bosna, Özi, Silistre, Mora, Rakka, Halep, Diyarbakir, Sivas, Trabzon, Şam, Adana, Karaman'dır (Sahillioğlu, 1988, s.551).

Vilayetlere mahsus şikâyet defterlerinin düzenlenmeye başlamasıyla önceki defterlere Atik Şikâyet Defterleri denilmiştir (Aktaş, 1991, s.68). Osmanlı Arşivi'nde bu türde 251 adet defter bulunmaktadır. *989 Numaralı Divan-ı Hümâyûn Defterleri Kataloğu'ndaki Şikâyet Defterleri'ne bakıldığında Atik Şikâyet Defterleri* adıyla 1649-1837 tarihleri arasındaki kayıtları içeren Atik, Ordu ve Rikâb Şikâyet Defteri adıyla toplam 213 adet defter mevcuttur. *980 Numaralı Bâb-ı Âsafî Defterleri Kataloğu'nda* 1504-1819 tarihleri arasındaki kayıtları içeren 38 adet Şikâyet Defteri parçası bulunmaktadır (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.21-22).

Şikâyet Defterleri Mühimme Defterleri'ne benzemektedir. İki de Beylikçi kalemince hazırlanmakta olup defter hem ebat ve tür olarak hem de kaydedilen hükümlerin düzenleme şekli itibariyle Mühimme Defterlerine benzemektedir. Ancak bu iki defteri birbirinden ayırt etmek için içeriğin incelenmesi gerekmektedir (Günay, 2013, s. 15).

Şikâyet Defterleri merkez ve taşra ilişkisi, adalet dairesinin işleyişi, şikâyet mekanizması, çözüm pratikleri ve uygulanışı, hakim olunan coğrafyaların siyasi ve sosyal ahvali, meskun aşiret veya cemaat isimleri, usulsüzlüklere karşı usul, diplomatik özellikleri gibi birçok konu hakkında bilgiler içermektedir. Buna rağmen Şikâyet Defterlerinin ancak son zamanlarda yapılan araştırmalarla

zengin muhtevası ortaya konulmuştur. Yapılan transkripsiyon ve değerlendirme çalışmaları özellikle Yakınçağ dönemine ait hükümleri ihtiva eden defterler dönemin sosyal yapısının anlaşılması açısından detaylar sunmaktadır.

Şikâyet Defterleri olarak bilinen bu defterler devletin idari ve askeri görevlileriyle ilgili bütün şikâyetleri de içermektedir. Bu defterlerde mahkeme kararlarına itirazlar, borç şikâyetleri, toprak ve vergi anlaşmazlıkları ve esnaf şikâyetlerine rastlanmaktadır (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.21).

Bu çalışmalara örnek olarak III. Selim döneminde asayişsizlik ve buhran dönemine ilişkin tespitler ortaya koyan 989 Numaralı Divân-ı Hümâyün Defterleri Kataloğu, Şikâyet Defterleri'nden de istifade eden bir çalışmada 18. yüzyıl sonu ve 19. yüzyıl başında eşkıyalık olayları, padişaha muhalif grupların isyanı ve padişahın buna direnememesi ortaya konulmuştur (Maral, 2023).

44 Numaralı Rumeli Ahkâm-ı Şikâyet Defteri'nin transkripsiyon ve değerlendirmesi neticesinde ise 1790-1791 yıllarına ait hükümler incelenmiştir. Defterde geniş bir coğrafyaya ait hükümler bulunmaktadır. İçeriğine bakıldığında başlıca konular arasında borç, zulüm, gasp, eşkıyalık, görev ihlali sonucu yapılan sürgünler, görev ihlalleri, ahaliye sıkıntı verenler, vergi haksızlıkları, zanlıların firar etmesi vakıflarla ilgili şikâyet hususları miras, askeri yöneticilerden ahaliye sıkıntı verenlere yönelik şikâyetler gibi bir çok konu başlığına ait oldukça zengin bilgi metinleri bulunmaktadır. Asayişe ilişkin hükümler arasından en çok şikâyet alan konu cinayet ve “fuzulî zapt” olmuştur (Tunç, 2017, s.26).

Atik Şikâyet Defterlerine göre Osmanlı Devleti'nin sosyal ve ekonomik durumu üzerine çalışmalar mevcuttur. 1788-1808 yıllarını ihtiva eden 193-203 sıra numarası ile sınıflandırılan 11 defterden istifade edilen bir çalışma örneğinde 6.841 hükmün 4.183 kadarı incelenmiştir. Bu defterde incelenen hükümler neticesinde şikâyetler sonucunda hukuki süreç, işlenen suçlar ve ceza gerektiren suç türlerine göre uygulanan cezalar ortaya konulmuştur. Şikâyetlerin oranları incelendiğinde %39 ile iktisadi sorunlar başta gelmektedir. Onu takiben %29 ile emniyet ve asayişe ilişkin problemler çoğunluktadır. Geriye kalan şikâyet konu başlıkları idarî meseleler, aile ile ilgili sorunlar, tayin-azil ve istekler, vakıf, göç ve diğer konulardan meydana geldiği tespit edilmiştir (Demir, 2022, s.31). Çalışmada, şikâyet hükümlerinden şikâyette bulunan kişi veya şikâyet edilen kişilerin statülerine göre dağılımı da incelenmiştir buna şikâyet eden kişilerin %56'sını reaya oluşturmaktadır. Bu tespitlerle Osmanlı Devleti'nin 1788-1808 yılları arasında toplumsal sorunları ve uygulanan çözümleri açıkça görülmek-

tedir. Böylece şikâyet mekanizmasının uygun bir şekilde çalışıp çalışmadığını anlaşılabilmektedir.

Defter çalışmalarına bakıldığında genellikle biçimsel olarak defterin fiziksel özellikleri ve defterlerin içerdiği hükümler konu başlıklarına göre ele alınmıştır. Ancak bu noktada yapılan bu çalışmalardan ayrılan bir doktora araştırması bulunmaktadır. Araştırmada 1742-1816 tarihlerini kapsayan 1-18 numaralı İstanbul Ahkâm Defterleri ile 1695-1802 tarihlerine ait 22-200 numaralı Atik Şikâyet Defterleri'nden İstanbul'a yapılan göçleri konu edinen 137 belge ele alınmıştır. Göç veren bölgeler bağlamında 1-3 numaralı 1742-1750 tarihlerini kapsayan Sivas Ahkâm Defterlerine ve 1-2 numaralı 1742-1746 tarihlerini kapsayan Karaman Ahkâm Defterlerine çalışmada yer verilmiştir. Bu çalışma ile 18. yüzyılda İstanbul'a gerçekleşen göçün dinamikleri, göç alan ve veren yerlerin özelliği, göçmen kitlesi tanımlanmıştır (Şeker, 2007). 18. yüzyılda iç göç vakasının tahlili noktasında defter serilerinden yararlanılmış olması çalışmanın niteliğini yükseltmiştir.

Şikâyet Defterleri üzerinde geniş kapsamlı yapılan çalışmayla merkez ile taşra arasındaki şikâyet mekanizmasının nasıl işlediği ortaya konulmuştur. Murat Tuğluca "Osmanlı Devlet ve Toplum ilişkisinde Şikâyet Mekanizması ve İşleyiş Biçimi" eserinde 1683-1699 tarih aralığını kapsayan 10, 13, 16, 21 ve 29 numaralı defterler üzerine çalışmıştır. Nitekim 17. yüzyıl sonu Şikâyet Defterlerini inceleyerek şikâyet mekanizmasının işleyişine dair önemli tespitlerde bulunmuştur. İçeriği ise adli yargı, vakıf hizmetleri, vergi düzeni ve tahsilat konuları ile ilgili olduğu gibi buna ek olarak tüccar, esnaf ve zanaatkarlarla, Seyyidlerle, gayrimüslimlerle, mahalli görevlilerle ve savaş bölgelerinde özellikle savaşla ilgili şikâyetlerden oluşmaktadır. Bu defterlerden şikâyetler, şikâyetlerin iletildiği merciilerden çözüme kavuşturulma ve uygulama süreçlerine ilişkin devlet bürokrasinin ve hukukun ürettiği veriler tespit edilebilmektedir. Bu bakımdan şikâyetleri devletin merkezden uzak hakimiyet alanlarında bütün faaliyetlerinin usule, hukuka, örfü uygun işleyip işlemediğini kontrol aracı olarak göstermekte ve şikâyetlerden haberdar olunması sorunların ortadan kaldırılmasına imkan sağlamaktadır Şikâyet mekanizması ile idari denetim sağlanmakta, mahkeme kararlarının kontrolü yapılabilmekte, hukuki meselelere vizyoner bakış açısının kazandırılmakta, toplumsal huzurunun sürekliliği için siyasi işlev süreci işlemekte olup bütünüyle bu mekanizmanın çalışması neticesinde iç içe gerçekleşmektedir (Tuğluca, 2016).

Şikâyet mekanizmasını anlamak üzere Divan'daki defterlerin yanı sıra arşiv belgeleri arasında bulunan müstakil belgeler de bulunmaktadır. Bunlar arasında şikâyet dilekçeleri başlıca belgelerdendir. Kadı mahkemelerine ait siciller, Şer'iyeye sicilleri, şikâyetlerin ilk çözüm mercii olarak idari ve mezalim kapsamındaki şikâyetlere bakmakla vazifeliydi (Tuğluca, 2016, s.8). Bu siciller de bir nevi şikâyet defteri özelliğini taşımaktadır. Kadı sicilleri özellikle Yakın Çağ araştırmacıları arasında üzerinde çoğunlukla çalışılan bir türdür.

Ahkâm Defterleri

Ahkâm hüküm sözcüğünün çoğulu olup padişahın veya padişahın yetkilendirdiği makamların padişah adına verdikleri hükümleri ifade etmektedir. Bu bağlamda sadâret veya defterdarlık makamlarından çıkan hükümler bu kapsamdadır.

Divân-ı Hümayûn'dan çıkan ferman ve beratların özetlerinin kaydı kronolojik olarak Divân Sicilleri'nde tutulmuştur. Divan-ı Hümayun Sicilleri adını alan bu defterler, içeriklerine göre tasnif edilmiştir. Ahkâm Defterleri bunlar arasında en önemlilerinden biridir. Mühimme Defteri ile bu defteri aynı kişi yani nişancı tutmaktadır. Defterdar tarafından belirli aralıklarla kontrolü yapılır. Ahkâm Defteri genel olarak Divan-ı Hümayûn'dan çıkan hükümleri yani fermanları içermektedir. Alınan hükümler konularına göre Ahkâm-ı Mühimme, Ahkâm-ı Şikâyet, Ahkâm-ı Ruûs ve Tahvil adıyla farklı defterlere kaydedilmiştir (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.22).

Ahkâm-ı Mühimme, Ahkâm-ı Şikâyet, Ahkâm-ı Ruûs ve Tahvil defterleri divan sicillerinin bir kısmını içermektedirler. Malî işlere ait hükümler Ahkâm-ı Maliye diye anılmaktadır ve defterdarlık tarafından çıkarılırdı (Sertoğlu, 1986, s.10-11). Maliye hükümleri için gerek Anadolu gerek Rumeli için defterdarlıklarında ayrı defterler tutulmuştur. Ancak 16. yüzyıldan sonra maliye kalemlerinin artması sebebiyle her bir kalem için ayrı defterler tutulmaya başlanmıştır. 18. yüzyıldan itibaren yeni kurulan birimler ve kalemler sonucu maliyeye ait hükümler Evamir-i Maliye Kalemi'nde düzenlenmiştir. Mali hükümler Kâmil Kepeci, Maliyeden Müdevver Defterler, İbnülemin, Ali Emiri ve Muallim Cevdet tasnifleri içerisinde yer almaktadır. Mühimme Defterleri içerisinde de maliyeye ait hükümlere rastlanmaktadır. Maliye Ahkâm Defterinin 1521 tarihli eski sureti Osmanlı Arşivinde Kâmil Kepeci tasnifi içerisinde yer almaktadır

(Sahillioğlu, 1988, s. 551).

Devlet işleriyle ilgili olan buyruklara *Ahkâm-ı Mühimme* bir başvuru sebebiyle verilmiş olan buyruklara ise *Ahkâm-ı Şikâyet* adı verilmektedir (*Şimşir*, 1994, s.358). 1619 yılına kadar bütün fermanlar Mühimme Defterlerine kaydedilmiştir. Bu tarihten sonra işlere göre ayrı siciller tutulmaya başlanmıştır. Bu bağlamda devlete ait işler Mühimme Defterlerine, şahsî davalara ait fermanlar ise Şikâyet Defterlerine, 1742'den itibaren şikâyetler de eyaletlere göre ayrı ayrı defterlerde tutulmaya başlanmıştır. Bu defterlere *Ahkâm-ı Şikâyet* veya *Ahkâm Defterleri* denilmiştir. Vaakıf, tımar, zeamet, devletlerarası antlaşmalar gibi diğer işler için yine ayrı defterler tutulmaya başlanmıştır (Sertoğlu, 1986, s.88).

İçerik olarak Şikâyet Defterleri'nin devamı niteliğindedir. Ahkâm Defterleri, şekil olarak Şikâyet Defterlerinden bazı hususlarda farklılıkları mevcuttur. Ahkâm Defterlerinin, Şikâyet Defterlerine kıyasla şeklen farklı olduğu görülmektedir, bu defterler ebadı itibarıyla daha dar ve uzundurlar. İçeriğine bakıldığında şikâyetlere mahsus cevapların müstakil veyahut karışık surette yazılmalarına bakılarak bu defterler ayırt edilebilmektedir. Usul olarak yine bu iki tür defter birbirine benzemektedir (Günay, 2013, s. 18).

Bu defterler Mora Ahkâm Defteri hariç, 1742 tarihinden başlamak üzere İkinci Meşrutiyet dönemine kadar devam ettiği görülmektedir. İlgili yerin vali, kadı gibi yetkililerine hitaben yazılan hükümler yer almaktadır. Bazen bir eyalete mahsus olarak bazen birkaç eyaleti kapsayacak şekilde tutulmuşlardır. 1911 tarihine kadar gelmekte olan Vilayet Ahkâm Defterleri'nin sayısı ve tarihlerine bakılacak olursa *989 Numaralı Divan-ı Hümayûn Defterleri Kataloğu'ndaki Ahkâm Defterleri* arasında Adana adlı defter 1742-1878 tarihleri arasında 9 adet defter, Anadolu adlı defter 1742-1889 tarihleri arasında 185 defter, Bosna adlı defter 1742-1867 tarihleri arasında 9 adet defter, Cezayir ve Rakka adlı defter 1746-1891 tarihleri arasında 25 defter, Diyarbakir adlı defter 1742-1875 tarihleri arasında 9 adet defter, Erzurum adlı defter 1742-1879 tarihleri arasında 19 adet defter, Halep adlı defter 1742-1850 tarihleri arasında 9 adet, İstanbul adlı defter 1742-1910 tarihleri arasında 26 adet defter, Karaman adlı defter 1742-1878 tarihleri arasında 39 adet, Maraş adlı defter 1742-1867 tarihleri arasında 6 adet defter, Mora adlı defter 1716-1840 tarihleri arasında 21 adet defter, Özi ve Silistre adlı defter 1742-1877 tarihleri arasında 49 adet defter, Rumeli adlı defter 1742-1908 tarihleri arasında 85 adet defter, Sivas adlı defter 1742-1908 tarihleri arasında 36 adet defter, Şam-ı Şerif adlı defter 1742-1908 tarihleri

arasında 9 adet defter, Trabzon adlı defter 1742-1911 tarihleri arasında 8 adet defter düzenlendiği görülmektedir (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.23-41). *Maliye'den Müdevver Defterler Kataloğu'nda* da Maliye'den Müdevver Defterler serisi arasında Divan-ı Hümâyûn Ahkâm Defterleri de mevcuttur (Osmanlı Arşiv Rehberi, 2010, s.41).

Tarih araştırmalarında başlıca kaynak olan Ahkâm defterlerinin ilk örneği 1501 tarihlidir, bu defterin içerdiği hükümler II. Bayezid dönemine ait olup üzerinde çalışılmıştır (Şahin ve Emecen, 1994). 1501 tarihli defterde üzerine çalışma sonucu ile II. Bayezid dönemi bu defterlerin şekil özelliklerinin yanı sıra içeriğinden bürokratik teşekküller, hükümlerin teknik ve diplomatik özellikleri ortaya konulmuştur. Muhtevası ise hükümlere göre siyasi, toprak, vergi ve diğer meseleler başlıkları altında toplanmıştır. Buna ek olarak malî hükümler ve şikâyet hükümlerinin bulunmaktadır. Defterde devlet işleriyle ilgili olarak yine nişan, berat ve gizliliği bulunan fermanlar bulunmaktadır (Emecen, 2005, s.113). Böylece bu devrin siyasi sorunları, vergi veya toprak meseleleri gibi hususlar anlaşılabilir. Yine başka bir çalışmada "II. Bayezid Dönemi Ahkâm Defterleri" adıyla Feridun Emecen ve İlhan Şahin tarafından bu defterler geniş kapsamlı olarak çalışılmıştır (Emecen, 2005, s.113). Hükümleri ise içeriğine göre yine genel olarak siyasi, toprak, vergi ve diğer meseleler şeklinde sınıflandırılmıştır.

Ahkâm Defterleri muhtevası itibarıyla hükümleriyle çeşitlilik arz eden bir kaynaktır. Özellikle asayiş ve nizama yönelik hükümleri ile tarih araştırmacılarının birinci el kaynakları arasında öneme haizdir. Yakın Çağ tarihi araştırmacıları için bu defterlerin Osmanlı Devleti'nin sosyal ve iktisadi yapısını tespit edilebilmesi, halkın yaşadığı sorunları tespit etmekle birlikte bu sorunlar için uygulanan çözüm pratiklerinin görülebilmesi bakımından yerinin doldurulamayacağı açıktır. Hatta bu defterler bir takım sebeplerle günümüze ulaşamayan Şer'iyye Sicillerinden oluşan eksiklikleri giderebilecek bir nitelik taşımaktadır (Şimşir, 1994, s.363).

Araştırma konusu olarak Şer'iyye Sicillerine nazaran tarih araştırmacılarının rağbet etmediği kaynaklardan biridir. Bu defterler üzerine yapılan çalışmalardan biri 107 numaralı Anadolu Ahkâm Defteri üzerinedir. Bu defterin içerdiği hükümler 1793 Eylül'ünden 1794 Haziran'ına olan zaman aralığındaki tarihlere aittir. Defterde toplamda 687 hüküm bulunmakta olup bu defterde İzmir ile ilgili hükümleri incelendiğinde arasında şikâyet hükümlerine rastlanmaktadır.

Örnek olarak 1793 yılı Eylül ayında İzmir Seferihisar’da 1785/86 yılında zeytin bahçeleri Rukiye adlı bir kadın tarafından kanunsuz bir şekilde zapt edilmesi şikâyet edilmiştir. 1793 Eylül’ünde Yorgo veled-i Totoş adlı zimmi Avusturyalı tüccar Konstantino Koyori nin kendisine 1785/86 yılından beri 2807,5 kuruş borçlu olduğunu şikâyet etmiştir. Borç meselesinde çözüm mekanizmasına baktığında adı geçen şahıs ile birlikte borçlu olduğu iddia edilen tüccarın konsolos vekili ve tercümanının eşliğinde kadının huzurunda yüz yüze getirilmiştir. Borçlu tüccar borcunu ödemekten kaçınmış olduğu bu sebeple konsolos vekilinin bahsi geçen tüccardan borcun tahsil edilmesi ve alacaklısına iade edilmesi gerekli görülmüştür (*Şimşir*, 1994, s. 363-366).

Eyâlet Ahkâm Defterleri araştırmacıların konuları arasında dahil olmaya başlamıştır. Halep Ahkâm Defterleri üzerine yapılan bir çalışma bulunmaktadır. Halep Ahkâm Defterleri 1742-1850 tarihleri arasında Divân-ı Hümâyûn’a yapılan şikâyetleri içermektedir. İncelenen hükümler itibariyle şikâyet konuları borç meselesi, tımar sistemi, vakıflar, idari meseleler, vergi, iskan, murabaha, aile hukuku, adi suçlar, eşkıyalık olarak tespit edilmiştir. Bu çalışma vasıtasıyla 18. yüzyıl sonu ve 19. yüzyıl ortalarına Osmanlı vilayetlerinde temel şikâyet konuları ve devletin çözüm mekanizması tespit edilebilmektedir (Çıkay, 2019).

Eyâlet Ahkâm Defterlerinden Sivas’a ait olan 18 ve 19 numaralı Ahkâm Defterleri üzerinden 1786-1796 yıllarında Sivas vilayetindeki asayiş sorunları ve eşkıyalık meselesi ele alınmıştır. Divân-ı Hümâyûn’da görüşülen davalardan çıkan hükümleri ihtiva eden bu defterler ışığında yağma, hırsızlık, ırza ve namusa yapılan saldırılar, yaralama, zulüm, haksız yere katl vd. eşkıyalık olayları görülmüştür. Eşkıyalık olayları neticesinde devlet bu olayları önlemek üzere teftişlerde bulunma kale, palanka, derbend inşası ile güvenliği koruma ve sağlama, kefalet ve nezre bağlama, eşkıyayı göreve getirme gibi çokça yöntem denemiş olduğu anlaşılmaktadır (Doğan, 2021).

Sultan II. Mahmud dönemini (1808-1839) içine alan beş adet İstanbul Ahkâm Defteri çalışma konusu olarak ele alınmıştır. Defterlerin içinde İstanbul, Üsküdar, Galata ve Eyüp kadılarına gönderilmiş 330 hüküm tespit edilmiştir bunların 131 tanesinin İstanbul’un esnaf ve zanaatkârlarıyla ilgili olduğu belirlenmiştir. Bunun üzerine yapılan incelemede hükümlerin değerlendirilmesi yapılmıştır. Esnaf ve tüccar arasında düzeni korumaya yönelik hususların öne çıkan konu olduğu görülmüştür. Hükümlerden esnaf birliklerinin kendi içerisindeki müdahaleleri, piyasa ve nizamlarını ihlal, liyakat, vurgunculuk, karaborsa,

narh ve fiyatlar meselesi, temel gıda ve yakacak ürünlerinin taşraya kaçırılması meselesi vb. hususlara ilişkin şikâyetler ve talepler ortaya çıkmıştır (Öztürk, 2023).

SONUÇ

Yakın Çağ Osmanlı tarihi incelenirken içtimâî hayata ilişkin çalışmalarda sıklıkla Şer'îye sicilleri, Temettuat defterleri, Tahrir defterleri, nüfus defterleri kullanılan kaynaklardır. Toplumsal yapının içtimai hayatın temel dinamiği olarak emniyet ve düzenin sağlanması hususu bakımından önem arz eden defter serileri arasında Mühimme, Ahkam ve Şikâyet Defterleri metodolojik, kronolojik ve içerik özellikleri ile dönemin kaynakları arasında yer almaktadır. Özellikle şikâyetlerin tespiti ve tahlili asayiş ve nizama dair tespitlerin özgün ve yerinde yapılmasına imkan tanıyan niteliktedir. Bu bağlamda şikâyetler, asayiş sorunları, hukuka aykırı davranışlar vd. olaylara karşı devletin takip ettiği siyaset ve muamelesi iki taraflı işleyen bir mekanizma ortaya çıkarmaktadır.

Osmanlı Devlet teşkilatının en yüksek yürütme organı ve en yüksek mahkemesi vazifesini gören Divân-ı Hümâyûn'a ait defter serilerinden Mühimme Defterleri, Şikâyet Defterleri ve Ahkâm Defterleri divandan çıkan hükümlerin kayıt altına alındığı defterlerdendir. Başlangıçta Divan'dan çıkan bütün hükümler Mühimme Defterlerinde tutulmuştur. Diğer konulara ek olarak şikâyetlerin de kayıt altına alındığı defter türü ahkâm defterleridir. Nitekim 1501 tarihli ilk ahkâm defterinde muhtelif konularla birlikte şikâyetlerin de kaydı tutulmuş olduğu anlaşılmaktadır. Mühimmelerde de şikâyetler bulunmaktadır ancak 1649 tarihinde Divân-ı Hümâyûn'un işlerinin artması sebebiyle konu başlıklarına göre defterler düzenlenmeye başlanmıştır. Devlet işleri yine Mühimme Defterlerinde tutulup şahsî hükümler için ayrıca bir defter daha tutulmaya başlanmıştır. Bu yenilikle birlikte Şikâyet Defterleri tanzim edilmiştir. Bu defterler ise 18. yüzyılda yapılan yeni bir düzenlemeyle vilayetlere mahsus bir şekilde ayrı ayrı tutulmuştur. Bu düzenleme sonucu her bir vilayete mahsus şikâyet, dava, asayişsizlik sorunu, hukuka aykırı meseleler defterlere yansımıştır. Devletin ve vilayetlerin anatomik özellikleri, idari teşkilatı devlet merkezi ile ilişkileri, toplumsal yapısı, sosyal sorunları, devlet görevlilerinin ihmali veya hukuksuz davranışları, işlenen suçları, isyan ve eşkıyalık gibi başlıca asayiş ve emniyet

ortamını bozan olayları, devletin tebaasının sorunlarına yaklaşımı, çözüm yolları, suçlara uyguladığı önleyici, denetleyici ve düzenleyici tedbirleri, verdiği cezalar, cezaları tatbik etmesi gibi bir çok husus tespit ve tenkit edilebilmektedir.

Mühimme Defterleri, Şikâyet Defterleri ve Ahkâm Defterleri divan sicillerini içermekte olup birbirinin devamı niteliğindedir. Divân-ı Hümâyûn'da devlet işleri görüşülmekte, davalara ve gelen şikâyetlere bakılmaktadır. Bu yönüyle tutulan defterlerin özellikleri incelendiğinde bürokratik ve diplomatik işleyişin seyri, muhtevası ele alındığında da kapsadığı hükümlerin çeşitliliği bakımından devletin ve toplumun siyasî, idarî, malî, askerî, hukukî, sosyal, kültürel v.d.cihetlerden bilgiler sunmaktadır. Bu kayıtlar üzerinden 18. yüzyıldan 20. yüzyıla devlet ve taşra teşkilatı başta olmak üzere devlet düzeninin işleyişi, merkez ile taşranın ilişkileri, idarî ve askerî yapı, aile, imar, iskân gibi konularda ve devletin dış ilişkilerine dair bilgi toplanabilmektedir. Özellikle devletin iç ilişkilerinin en önemli boyutu olarak toplumsal sorunlar, eşkıyalık ve isyan olayları, hukuka aykırı uygulamalar, davranışlar ve bunların çözümü için alınan tedbirler, denetleyici ve düzenleyici uygulamalar, verilen cezalar bu defterlerden tespit ve tenkit edilebilmektedir.

Mühimme Defterleri, Şikâyet Defterleri ve Ahkâm Defterleri Yakın Çağ dönemi tarih araştırmacıları arasında son dönemlerde arşiv kaynağı olarak sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Ancak çalışılan konu başlıkları incelendiğinde bu defterlere araştırmacıların ilgisinin düşük olduğu anlaşılmaktadır.

KAYNAKÇA

Aktaş, N. (1991). *Atık Şikâyet Defterleri*. Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, C: 4, s.68.

Aktaş N. & Halaçoğlu, Y. (1992). *Başbakanlık Osmanlı Arşivi*, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, C.5, 122-126.

Başbakanlık Osmanlı Arşivi Rehberi (2010). Başbakanlık Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Osmanlı Arşivi Daire Başkanlığı Yayın Nu: 108, İstanbul.

Baytimur, S. O. (2021). 276 Numaralı Mühimme-i Mektum Defterinin İncelenmesi ve Değerlendirilmesi. *Vakanüvis-Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi*, 6 (Prof. Dr. Süleyman Büyükkarcı Özel Sayısı), Aralık 2021, 145-173.

- Cıkay, N. (2019). *Halep Ahkâm Defterleri (1742-1850): Taşradan Saraya Adalet Arayışı*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Şanlıurfa.
- Doğan O. (2021). *1786-1796 Yıllarında Sivas Eyaletinde Asayiş Sorunları ve Eşkıyalık*. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- Günay, R. (2013). Osmanlı Arşiv Kaynakları İçerisinde Ahkâm Defterleri: Gelişim Seyri, Muhtevası ve Önemi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (17), 9-29.
- Emecen, F. M. (2005). Osmanlı Divanının Ana Defter Serileri: Ahkâm-ı Mîrî, Ahkâm-ı Kuyûd-ı Mühimme ve Ahkâm-ı Şikâyet. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi* (5), 107-140.
- Emecen F. & Şahin İ. (2021). *II. Bayezid Dönemi Ahkâm Defterleri*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.
- Kütükoğlu, Mübahat S. (2020). *Mühimme Defteri*. Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, C: 31, ss. 519-522.
- Maral, E. (2023). *Değişim Dönüşüm ve Buhran Döneminde Osmanlı Devleti 1789-1807*. (Basılmamış Doktora Tezi). Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi, Elazığ.
- Öztürk, A. K. (2023). *İstanbul Ahkam Defterlerine Göre Sultan II. Mahmud Döneminde İstanbul Esnafı*. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sahillioğlu H. (1988). *Ahkâm Defteri*, Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, C.1, s. 551.
- Sarıнай, Y. (2006). Türk Arşivleri ve Ermeni Meselesi. *Belleten*, 70(257), 289-310.
- Sertoğlu, M. (1986). *Osmanlı Tarih Lugatı*, İstanbul: Enderun Kitapevi.
- Soysal, U. (2020). *Devlet Arşivleri Başkanlığı, Osmanlı Arşivi'nde Tasnifi Tamamlanan Yeni Defterler Üzerine Bir Değerlendirme 'Yeni Defterler / Yeni Ufuklar'*. Hazine-I Evrak Arşiv Ve Tarih Araştırmaları Dergisi 2(2). s.213-224.
- Şahin İ & Emecen F. (1994). *II. Bayezid Dönemine Ait 906/1501 Tarihli Ahkâm Defteri*, Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı Yay., İstanbul.
- Şeker, C. (2007). *İstanbul Ahkâm ve Atık Şikâyet Defterlerine Göre 18. Yüzyılda İstanbul'a Yönelik Göçlerin Tasvir ve Tahlili*. (Basılmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Şimşir, N. (1994). Ahkâm Defterleri'nin Tarihî Kıymeti ve 107 No'lu Ahkâm Defteri'ndeki İzmir ile İlgili Hükümler. *Tarih İncelemeleri Dergisi*, 9(1), 357-390.

- Tuğluca, M. (2016). *Osmanlı Devlet-Toplum İlişkisinde Şikâyet Mekanizması ve İşleyiş Biçimi*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Tunç G. (2017). *44 Numaralı Rumeli Ahkâm-ı Şikâyet Defteri'nin Transkripsiyon ve Değerlendirmesi*. Akdeniz Üniversitesi Akdeniz Uygarlıkları Araştırma Enstitüsü Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. Antalya.

3. BÖLÜM

SAĞLIKTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE VERİ ANALİZİ

Murat ÇETİN

*Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi,
Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı
muratsoft@gmail.com*

<https://orcid.org/0000-0001-8606-4969>

Dr. Öğr. Üyesi Salih AKA

*Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
salih.aka@erzincan.edu.tr*

<https://orcid.org/0000-0002-6386-8582>

GİRİŞ

Sürdürülebilirlik, ekonomik kalkınma, çevre yönetimi ve sosyal adalet arasındaki doğru dengenin ve çevresel, ekonomik ve sosyal boyutları vardır. Sürdürülebilirlik konusunda aşağıdaki konular örnek verilebilmektedir: yeşil envanter yönetimi, ürün geri kazanım, atık ve israf yönetimi, kapalı döngü tedarik, yenilenebilir enerji tüketimi ve karbon emisyon azaltımı. (Gedik, 2021). Toplumsal farkındalığın artmasıyla ürün ve hizmet sistemlerinin sürdürülebilir olması konusunda daha fazla talep ortaya çıkmaktadır.

Üretim kollarından biri olan sağlık sektöründe nüfus yoğunluğu ve teknolojik gelişmelerle artmakta olan maliyetlere karşı, doğal ve finansal kaynakların verimli kullanımı giderek önem kazanmaktadır. Daha az girdiyle daha uzun

ömürlü sağlık hizmeti sunabilen sağlık işletmeleri rekabet ortamında öne geçmektedir. Dolayısıyla sağlık yatırımcılarının sürdürülebilir, süreç odaklı, ekolojik uyumlu, maliyetleri düşüren ve ekonomik ihtiyaçları dengeli bir şekilde karşılayan bir sağlık altyapısına ihtiyaç duyacağı açıktır. Sürdürülebilir sağlık hizmetleri, sağlık hizmeti sunucuları için başlangıç olarak maliyet dezavantajlı getirirse de, uzun vadede operasyon ve bakımının uygun maliyetli olması ve katma değer yaratması nedeniyle yatırımcılara avantaj sunmaktadır.

Sürdürülebilir hastaneler kalitenin yanı sıra çevre dostu olma ve verimliliğe de vurgu yapmaktadır. Özellikle hasta bakım süreçlerini ve veri kategorilerini doğru tanımlayabilen, elde edilen bilgiyi saklayabilen ve bilgilere esnek erişim sunan hastaneler, daha etkili tanı/tedavi sağlayabilmektedir. Bu sayede hasta için bekleme süreleri azalmakta, hasta memnuniyeti artmakta, hasta güvenliğine ve konforuna katkı sağlanmaktadır. Ayrıca sağlık bilgi çözümlerini etkin bir şekilde kullanan hastaneler, ileri teşhis teknikleriyle bireysel sağlık hizmeti sağlayabildiği için sunulan tedavi daha kaliteli hale gelecektir (Karaca vd., 2018). Hastane gibi yoğun etkileşimin görüldüğü ve büyük verinin biriktiği organizasyonlarda, bilgi çıkarımı için veri madenciliği tekniklerine ihtiyaç duyulmaktadır.

Veri madenciliği, veri depolama araçları, manyetik etiketler, barkodlar ve RFID teknolojisinin geliştirilip kullanıldığı bir alandır. Klasik istatistiksel yöntemlerin katı varsayımları nedeniyle veri setleri tam olarak analiz edilemediğinden, veri örüntüleri arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak için yeni teknikler tanıtılmış ve gün geçtikçe keşfedici ve sağlam yöntemler geliştirilmiştir (Zerman, 2018). Sumathi ve Sivanandam (2006) göre aşağıdaki tanımlar veri madenciliği için kullanılabilir:

- Değerli iş verilerinde yeni ilişkilerin ve durumların otomatik olarak aranmasıdır.
- Büyük veriler önceden bilinmeyen değerli ve faydalı bilgilerin ortaya çıkarılması ve önemli iş kararlarında kullanılması sürecidir.
- Düzenli tümevarım, verilerdeki anlaşılabilir kalıpları ortaya çıkarır.

Veri madenciliği, daha önce keşfedilmemiş büyük ölçekli verilerden yararlı bilgiler elde etmeyi amaçlayan faaliyetleri ifade eder. İlgisiz veriler veri madenciliği algoritmaları ile entegre edilerek birbirine bağlanabilmektedir. Dolayısıyla popüler olmasının yanında müşteri analitiğinde de aranılan bir araç haline gelmiştir. İşletmede veri madenciliği sistematığı amaca uygun olarak tasarlandı-

ğında etkili kazanımlar elde edilebilir. Büyük veri kümelerinden anlamlı bilgiler sentezlemek için istatistiksel verileri derleyen bu yöntemler, halihazırdaki verilerin sorgulanması ile durumun raporlanmasından ibaret değildir. Bu yöntemlerin amacı, karmaşık bir veri setinden karşılaştırılabilir ve bilgi sağlayıcı analizler elde etmektir. Örneğin gelir ve cinsiyet arasındaki ilişkinin basit regresyon analizi yapılarak analiz edilmesi veri madenciliği sayılmamalıdır. (Karabulut, 2021)

Bu çalışma sağlıkta sürdürülebilirlik ve veri analizi birlikteliğinin literatürdeki yerini, yıllar içerisinde araştırmacıların bu alana duyduğu ilgiyi ve çalışma alanlarını tespit etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde kısa literatür araştırması sunulmuş, veri tabanlarından elde edilen meta veriler analiz edilerek konu hakkındaki bulgular paylaşılmıştır.

1. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Sağlık alanında veri madenciliği çalışmaları yapan Yetginler (2019), dünya çapında sık görülen kanserlerden rahim ağzı kanserine yönelik olarak erken teşhis imkanı sağlayacak araştırmalar yapmak istemiştir. Bu çalışmada Naive Bayes algoritması, karar ağacı, destek vektör makinesi gibi veri madenciliği teknikleri kullanılarak elde edilen sonuçlar analiz edilmektedir. Doğrul vd. (2015) birliktelik kuralları algoritmalarından faydalanarak trafik kazası verisini analiz etmişlerdir. Araştırmada, yer ve zaman faktörüne bağlı olarak kaza sıklıkları tespit edilmekte ve önleyici tedbirlerin arttırılmasıyla kazaların önlenilebileceği belirtilmektedir. Altındış (2018), verimliliği ve kaliteyi arttırmayı esas alarak müşteri memnuniyetini etkileyen genel faktörleri değerlendirmeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda büyük veriyi kullanarak istatistiksel veri hesaplamasının oldukça zor olmasına rağmen elde edilen sonuçların daha doğru ve kapsamlı karar alınmasına yol açabileceği savunulmaktadır. Bu sonuca dayanarak büyük veriye erişim için teknolojik gereksinimlerin oluşturulması amacıyla gerekli yatırımların yapılması önerilmektedir.

2. ARAŞTIRMA VE BULGULAR

Sağlıkta sürdürülebilirlik ve veri analizi konusunda yapılan sistematik literatür taraması için bibliyometrik analizden faydalanılmıştır. Bamakan vd. (2022) bibliyometrik analiz konusunda adımsal olarak sistematik bir yol önermektedir. Bibliyometrik analiz için takip edilen sistematik adımlar şu şekildedir:

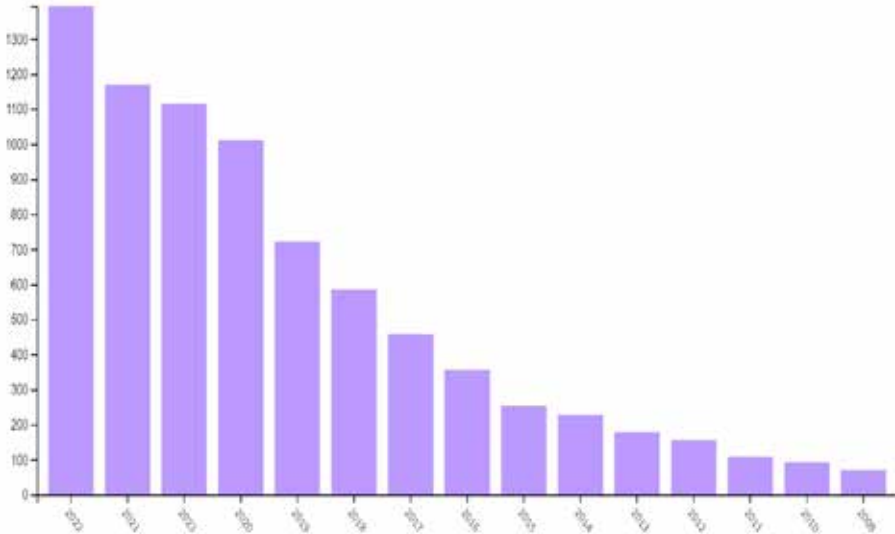
- Adım 1- Akademik veri tabanı seçimi: Araştırmada kapsam ve nitelik ölçütleri dikkate alınarak Web of Science veritabanı tercih edilmiştir.
- Adım 2- Anahtar kelimelerin tanımlanması: Analiz için, “health sustainability” ve “data analysis” kelime öbekleri kullanılmıştır.
- Adım 3- Bulguların filtrasyonu: Anahtar kelimeler doğrultusunda yapılan taramada 9342 adet yayın elde edilmiştir. Sadece İngilizce dili ve makale formatında olan çalışmalar filtrelendiğinde bu sayı 8033 olarak güncellenmiştir.
- Adım 4- Analiz: Bulgular tarihsel gelişim, çalışma alanları, çalışıldığı ülkeler, yazarların ülkeleri gibi alanlarda sınıflandırılmaktadır.
- Adım 5- İlgili literatür sentezinin oluşturulması

Web of Science veritabanından elde edilen bilgiler için platformun ön analiz kısmından sağlanan bilgiler doğrultusunda Şekil 1’de konunun araştırma alanları görülmektedir. Sağlıkta sürdürülebilirlik ve Veri Analizi konusundaki çalışmaların ağırlıklı olarak çevre bilimleri ve yeşil sürdürülebilir teknoloji bilimleri alanlarında olduğu görülmektedir. Buna karşın çevre çalışmaları alanlarında yapılan çok az sayıda çalışma bulunmaktadır.



Şekil 1. Araştırma alanları

Konuya gösterilen ilginin yıllar içerisindeki değişimi de dikkat çekicidir. Nitekim Şekil 2.'ye göre 2009 yılında yapılan ilk çalışmalar sonrası yıllar içerisinde konuya dair yapılan araştırmalar ivmeli olarak artış göstererek 2022 yılı itibari ile 1300 sayısını aşmaktadır.



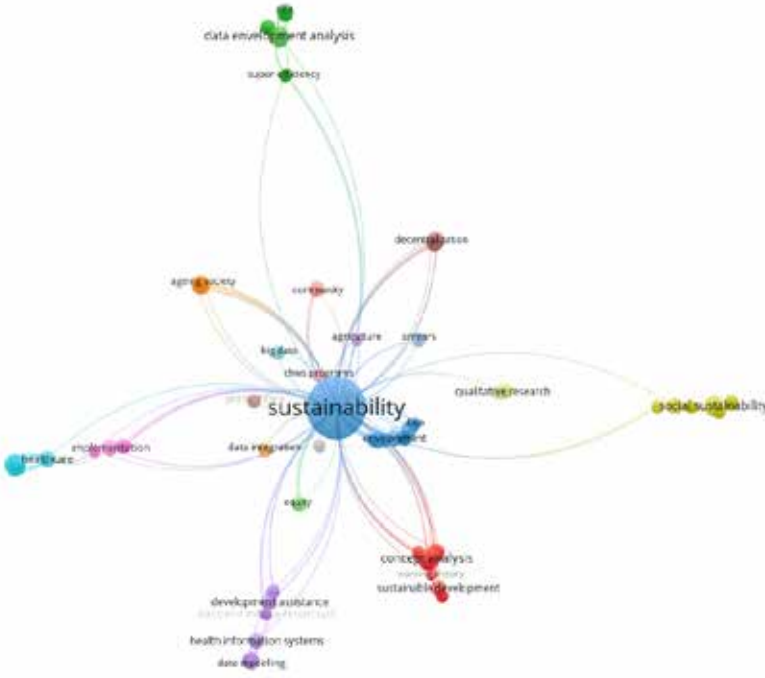
Şekil 2. Yıllara göre yayın sayısı

Wosviewer uygulaması ile yapılan analizde çalışmaların yapıldığı ülkeler araştırılmış ve Şekil 3.'deki sonuçlara ulaşılmıştır. Buna göre özellikle Amerika ve Kanada gibi ülkelerde yapılan araştırmaların yoğunluğu dikkat çekicidir. Avrupa'da ise özellikle İsviçre tarafındaki araştırmacılar konuya hassasiyet göstermektedir. Amerika kıtası tarafındaki yoğunluğun sebebi son dönemlerde bu bölgedeki bilgi teknolojisi alanındaki gelişmelerin ve kaynakların azalmasının etkisi olabilir.



Şekil 3. Ükelere göre konu çalışma yoğunluğu

Sağlıkta sürdürülebilirlik ve veri analizi konularıyla ilgili diğer konular yani bağlantılı araştırma alanları ise Şekil 4.'de yer almaktadır. Buna göre sürdürülebilirlik ve kavram analizine dair çalışma alanları bulunmaktadır. Sağlık hizmeti, büyük data, sosyal sürdürülebilirlik, sağlık bilgi sistemi gibi konuların sürdürülebilirlik ve bu birlikteliklerde yine bulut sistemler, veri analizi uygulamalarının da çeşitli rolleri olduğu görülmektedir.



Şekil 4. Konu çalışma alanları

SONUÇ

Bibliyometrik analiz anahtar kelimeler yoluyla veri tabanlarından elde edilen bilginin analiz edilip yorumlanmasında kullanılmaktadır. Çalışmada sağlıkta sürdürülebilirlik ve veri analizi konularının birlikte yer aldığı alanlar araştırılmıştır. Analiz ile çalışmaların hangi bölgelerde yoğunlaştığı ve konunun boyutları ortaya konulmuştur. Sonuçlar sağlıkta veri analizinin giderek daha fazla kullanıldığını ve değerli bir araştırma konusu olduğunu göstermektedir. Bu çalışma araştırma alanının durumunu gösteren sistematik bir yaklaşım önermektedir. Gelecek çalışmalarda sürdürülebilir sağlığa hizmet edecek bir veri analizi uygulaması ile sağlık sektörüne katkı sunmak amaçlanmaktadır.

TEŞEKKÜRLER

Bu bildiriye hazırlarken desteklerini, bilgi ve tecrübelerini esirgemeyen danışman hocam Sayın Dr. Salih AKA'ya, bu kongreye katılmam için yönlendiren ve bu süreçte fikirlerinden faydalandığım Doç. Dr. Güzde MERT hocama ve aileme teşekkür ederim.

KAYNAKÇA

- Altındış, S. (2018). Büyük verinin sağlık hizmetleri kalitesindeki rolü. *Sakarya Tıp Dergisi*, 8(2), 205-213.
- Aşık, D. (2019). Böbrek Nakli Yapılan Hastalarda Veri Madenciliği Yöntemleri İle Akut Rejeksiyon Durumunun İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Biyoistatistik ve Tıbbi Bilişim Anabilim Dalı, Antalya.
- Bamakan, S. M. H., Malekinejad, P., & Ziaieian, M. (2022). Towards blockchain-based hospital waste management systems; applications and future trends. *Journal of Cleaner Production*, 349, 131440.
- Doğrul, G., Akay, D., & Kurt, M. (2015). Trafik Kazalarının Birliktelik Kuralları İle Analizi. *Gazi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 1(2), 265-283.
- Gedik, Y. (2021). Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi Ve Sürdürülebilirliğin Tedarik Zincirleri Üzerindeki Etkileri: Kavramsal Bir Değerlendirme. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 17(3), 830-860.
- Karabulut, D. (2021). Hastane Bilgi Yönetim Sistemlerinde Veri Madenciliği: Hasta Profil Tahmini. Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Endüstri Mühendisliği Anabilim Dalı, Karabük.
- Karaca, P.Ö., Atılgan, E., & Zekioglu, A. (2018). Sağlık Hizmetlerinde Sürdürülebilirlik Bağlamında İnovatif Bir Uygulama: Yeşil Hastaneler. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 8(2), 77-87.
- Sumathi, S., Sivanandam, S.N. (2006). *Introduction to Data Mining and Its Applications*. Springer, Berlin.
- Taş, Y. (2018). Birliktelik Kuralları Madenciliği Ve Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim Bilişim Sistemleri Anabilim Dalı, Sivas.
- Yetginler, B. (2019). Rahim Ağzı Kanserinin Veri Madenciliği Yöntemleri ile Sınıflandırılması. Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Bilgisayar Mühendisliği Anabilim Dalı, Kırıkkale.
- Zerman, M. (2018). Birliktelik Kuralı Algoritmaları İle Büyük Veriler Üzerinde Analitik Analizler: Havaalanı Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Bilgisayar Mühendisliği Anabilim Dalı, İstanbul.

4. BÖLÜM

ENERJİDE SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA

Dr. Hafize Nurgül DURMUŞ ŞENYAPAR

Gazi Üniversitesi, Rektörlük

nurguld@gazi.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0003-0927-1643>

Doç. Dr. Mehmet Rıda TÜR

Batman Üniversitesi, Elektrik Elektronik Mühendisliği

mrida.tur@batman.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0001-5688-4624>

GİRİŞ

Enerji, modern yaşamın temel bir unsuru olup çevresel, sosyal ve ekonomik etkilere sahip kritik bir rol oynamaktadır. Küresel sorunlara karşı mücadelede sürdürülebilir enerji sistemlerine geçiş, iklim değişikliği, enerji güvenliği ve enerji yoksulluğu gibi önemli meseleleri ele almada kilit bir rol oynamaktadır. Sürdürülebilir enerji, enerji üretimi ve kullanımının sosyal, ekonomik ve çevresel boyutlarda sürdürülebilir bir şekilde gerçekleştirilmesini ifade eder. Fosil yakıtların kullanımının yol açtığı çevresel sorunlar, özellikle hava kirliliği ve iklim değişikliği, bu sürdürülebilirlik hedeflerini tehdit etmektedir. Aynı zamanda, enerji erişimi ve yoksulluğu gibi sosyal sorunların ele alınması da kritik bir öneme sahiptir. Ekonomik açıdan, enerji maliyetlerinin kontrol altında tutulması ve enerji verimliliğinin artırılması da kaçınılmaz bir gerekliliktir (Anser vd., 2020; Borowski & Patuk, 2021; B. Li & Haneklaus, 2021).

Güneş enerjisi, rüzgar enerjisi, hidroelektrik enerji ve biyokütle enerjisi gibi yenilenebilir enerji kaynakları sürdürülebilir bir dünya için önemli fırsatlar sunmaktadır. Güneş enerjisi, dünyaya gelen güneş ışınlarından elde edilen temiz ve sınırsız bir enerji kaynağıdır. Güneş panelleri aracılığıyla toplandığında elektrik enerjisi üretilir. Bu yöntem, çevre dostu olması ve uzun vadeli sürdürülebilir bir enerji kaynağı olması açısından önemlidir. Ancak, güneş enerjisi sistemlerinin maliyeti ve enerji depolama zorlukları gibi bazı teknik ve ekonomik zorlukları vardır. Rüzgar enerjisi, rüzgar türbinleri aracılığıyla rüzgarın kinetik enerjisini elektrik enerjisine dönüştürerek elde edilen bir enerji kaynağıdır. Bu yöntem, karbon salınımını azaltma potansiyeli nedeniyle sürdürülebilir bir seçenek olarak değerlendirilir. Ancak, rüzgar enerjisi sistemlerinin kurulum alanları ve kuşlar ile etkileşim gibi çevresel endişeleri vardır. Hidroelektrik enerji, suyun potansiyel enerjisinin elektrik enerjisine dönüştürülmesi prensibine dayanır. Barajlar ve su akışı kullanılarak elde edilen bu enerji kaynağı, uzun ömürlüdür ve karbon ayak izini azaltma potansiyeli taşır. Bununla birlikte su ekosistemlerine olan etkileri ve büyük altyapı projelerinin yarattığı sosyal sorunlar gibi konularda dikkatlice yönetilmesi gereken zorlukları vardır. Biyokütle enerjisi, organik materyallerin (ahşap, tarımsal atıklar, biyolojik atıklar vb.) enerji üretmek için kullanılmasıdır. Bu yöntem, biyolojik atıkların geri dönüşümüne katkı sağlayarak çevresel sürdürülebilirlik açısından önemlidir. Biyokütle enerjisi üretiminde kullanılan tarım ürünleri ve orman kaynaklarının sürdürülebilirliği gibi konularda dikkatli bir denge gerektirir. Sürdürülebilir enerji kullanımını destekleyen bir diğer önemli faktör, enerji verimliliği önlemleridir. Binaların izolasyonu, enerji verimli aydınlatma sistemleri, akıllı şebekeler gibi uygulamalar, enerji tüketimini azaltmaya ve sürdürülebilirlik hedeflerine katkıda bulunmaya yönelik stratejiler arasında yer alır.

Bu bölümde ele alınan sürdürülebilir enerji kaynakları ve enerji verimliliği önlemleri, enerji sektöründeki dönüşümün temel taşlarını oluşturur. Ancak, bu teknolojilerin ve uygulamaların yaygınlaştırılması için ekonomik ve politik desteklerin yanı sıra toplumun bilinçlendirilmesi ve katılımının sağlanması da kritik önem taşır. Ayrıca, bu enerji kaynaklarının çeşitlendirilmesi ve entegrasyonu, enerji sistemlerinin istikrarını ve güvenilirliğini artırmak adına önemlidir. Sürdürülebilir enerji kaynaklarının daha yaygın ve etkili bir şekilde kullanılması, küresel enerji dengesini sürdürülebilir bir şekilde sağlama hedefine ulaşmada kilit bir rol oynayacaktır (Caruso ve diğerleri, 2020; L. Li ve diğerleri, 2021).

Bu çalışma, sürdürülebilir enerji geçişinin tüketiciler, enerji şirketleri ve pa-

zarlama stratejileri açısından kapsamlı bir incelemesine odaklanmaktadır. Sürdürülebilir enerji kullanımının yaygınlaştırılması sürecinde tüketici algısı, enerji verimliliği bilinci, fiyatlandırma politikaları ve devlet teşviklerinin rolü, bu çalışmanın ana kapsamını oluşturmaktadır. Enerji tüketiminin yönlendirilmesinde etkili olan fiyatlandırma politikalarının yanı sıra devlet teşvikleri ve vergi indirimleri gibi politikalar, alternatif enerji kaynaklarının maliyetlerini düşürerek tüketicilere erişimi artırabilir. Enerji şirketleri için sürdürülebilir pazarlama stratejileri ise çevresel sorumluluk, şeffaflık ve tüketici etkileşimini merkeze alan bir yaklaşımı içermekte, bu stratejilerin detaylandırılması ise çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu bağlamda, geleneksel pazarlama anlayışından sürdürülebilir pazarlamaya geçiş sürecinde işletmelerin karşılaştığı zorluklar, başarı hikayeleri ve bu geçişin işletmeler üzerindeki etkileri, çalışmanın odak noktalarından biridir. Sürdürülebilir pazarlamaya geçişin önemini vurgulayarak, işletmelerin müşteri odaklı, çevre dostu ve toplumsal değerlere saygılı bir yaklaşıma geçiş yapmasının sektördeki uzun vadeli etkileri, bu çalışmanın temel önemini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, sürdürülebilir pazarlama stratejilerinin detaylı bir şekilde incelenmesi ve işletmelere örneklerle desteklenmesi, çalışmanın öne çıkan hedeflerindedir.

Bu çalışma, sürdürülebilir enerji geçişinin temel yönlerini tüketiciler, enerji şirketleri ve pazarlama stratejileri bağlamında detaylı bir şekilde ele almaktadır. Geleneksel enerji kullanım alışkanlıklarının sürdürülebilir bir gelecek için sorgulandığı günümüzde, bu çalışma, tüketici davranışlarından enerji şirketlerinin benimsediği pazarlama stratejilerine kadar geniş bir perspektif sunmaktadır. Ele alınan konular arasında fiyatlandırma politikalarının enerji tüketimi üzerindeki etkileri, devlet teşviklerinin ve vergi indirimlerinin enerji sektöründeki rolü, enerji şirketlerinin sürdürülebilir pazarlama stratejileri ve bu stratejilerin işletmeler üzerindeki etkileri yer almaktadır. Çalışmanın temel odak noktası, sürdürülebilir enerji geçişinin sadece teknolojik bir dönüşüm değil, aynı zamanda tüketicilerin bilinç düzeyinde ve enerji şirketlerinin pazarlama stratejilerinde köklü bir değişim gerektiren bir süreç olduğunu vurgulamaktır. Bu bağlamda, enerji tüketiminin yönlendirilmesindeki fiyatlandırma politikalarının yanı sıra devlet teşvikleri ve vergi indirimleri gibi politikaların detaylı bir şekilde ele alındığı bu bölüm, sürdürülebilir enerji geçişinin gerçekleşmesinde kilit rol oynayan faktörleri inceler. Ayrıca, enerji şirketlerinin benimsediği sürdürülebilir pazarlama stratejilerinin, çevresel sorumluluk, şeffaflık ve tüketici etkileşimi odaklı yaklaşımlarıyla sektördeki değişimi nasıl şekillendirdiğine dair ayrıntı-

lı bir analiz sunar. Sürdürülebilir enerji geçişinin sadece teknik bir dönüşüm değil, aynı zamanda toplumun bilinç düzeyi, tüketici tercihleri ve işletmelerin benimsediği pazarlama stratejileri açısından bütünlüklü bir perspektife ihtiyaç duyduğunu vurgulayan çalışmada gelecekteki araştırmalara ışık tutmak adına, enerji sektöründeki politika değişimlerinin ve işletmelerin sürdürülebilirlik çabalarının sektörel dinamiklere etkileri daha ayrıntılı bir şekilde ele alınacaktır.

1. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Sürdürülebilirlik, genel olarak belirsiz bir süre zarfında bir durumun veya sürecin devam edebilme kapasitesini ifade eder (Lu vd., 2020). Bu genel tanımlı, çeşitli şekillerde anlaşılabilir ve tanımlanabilir. Sürdürülebilirlik, temelde ekoloji ve ekosistemlerin işlevlerini, süreçlerini ve üretkenliğini gelecekte sürdürebilme yeteneği olarak anlaşılmaktadır (Farley & Smith, 2020). Artık genel bir görüş birliği bulunmaktadır ki dünya kaynakları ve çevresel faktörler, insan faaliyetleri sonucunda tükenme noktasına doğru ilerlemektedir (Ali vd., 2021; Hussain vd., 2020). Bu bağlamda, sürdürülebilirlik yalnızca doğanın sunduğu kaynakların kendiliğinden yenilenebilmesine izin veren bir hızda kullanıldığında mümkündür. Sosyal açıdan sürdürülebilirlik, bugünkü neslin ihtiyaçlarını, gelecek kuşakların ihtiyaçlarını zedelemeyen karşılayabilme yeteneği olarak ifade edilebilir (Luna-Nemecio vd., 2020). Ekonomik açıdan ele alındığında, sürdürülebilir kalkınma kavramıyla birleştirilerek üretim süreçlerinde yenilenebilir kaynaklara yönelme ve çevresel etkilere karşı sorumluluk alma olarak tanımlanabilir. Sürdürülebilirlik tanımları bunlarla sınırlı değildir; bu kavram, yaşamsal faaliyetlerin tümü içinde çeşitli konularla bir arada kullanılabilir ve farklı anlamlar kazanabilir. Örneğin sürdürülebilir kentler, sürdürülebilir tarım, sürdürülebilir mimari ve orman ve sulak alanların sürdürülebilir kullanımı, sürdürülebilirlik kavramını daha karmaşık hale getirmiştir. Sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilir büyüme, sürdürülebilir ekonomiler, sürdürülebilir toplumlar ve sürdürülebilir tarım dahil olmak üzere çok çeşitli konular bu kavramla birleştirilebilir (Mhlanga, 2021; Yurui vd., 2021). Ayrıca ele alınan konuya bağlı olarak sürdürülebilirlik kavramının farklı stratejilere ihtiyaç duyması, evrensel bir tanımın oluşturulmasını zorlaştırmaktadır.

Sürdürülebilir pazarlama ve tüketici davranışı teorilerinde, ürün ve hizmet-

lerin satın alınması ana odak noktasıdır (Baldassarre vd., 2020; Sheth & Parvatiyar, 2021). Satın alma işlemi hem yasal hem de mali açıdan çok önemlidir (Faeq vd., 2022). Genellikle alıcı ile satıcı arasında açık veya zımni olarak bir sözleşmenin kurulduğu noktadır (Hakim vd., 2023). Bununla birlikte sürdürülebilirlik pazarlaması bağlamında, bir ürünün etkileri, satın almaya öncülük eden ve onu takip eden toplam tüketim sürecinin diğer aşamalarıyla daha fazla ilişkili olacaktır. Bazı pazarlama örneklerinde, satın almaya öncülük eden “proje farkındalığı”, “proje algısı” ve “proje tutumu” gibi psikolojik tepki parametreleri, çok sayıda dış ve iç uyaran parametresi tarafından belirlenir.

Sürdürülebilir enerji tüketimi olarak tanımlanan, fosil yakıt aşırı tüketimiyle ilişkili riskleri azaltan bir tüketim pratiği olarak müşterilerin katılımını kısıtlayan faktörleri belirlemektir (Cantele & Cassia, 2020; H. Gupta vd., 2020; Sajjad vd., 2020). Bu konu, enerji tüketiminin makro bağlamında yaşanan değişiklikler nedeniyle önemlidir. Yani, temel olarak kaynak kısıtlı bir çevrenin ve çeşitli küresel ortak etkilerin müşterilere daha fazla belirgin hale gelmesidir (Asongu vd., 2020; Jiang vd., 2020). Bu konuya pazarlama sistemleri perspektifinden yaklaşmak, sürdürülebilir enerji tüketimi ile ilgili zorlukların ve fırsatların pazar sistemi içindeki çeşitli düzeylere ve ilişkilere ait olduğunu gösterir (Kumar. J & Majid, 2020; Moustakas vd., 2020). Yenilenebilir enerji projelerinin tüketici davranışı üzerinde çeşitli etkileri vardır. Bilinçlendirme ve farkındalık, tutum ve davranış değişikliği, yeşil tercihler, algılanan değer ve toplumsal etki bunlar arasında sayılabilir.

- *Bilinçlendirme ve Farkındalık:* Yenilenebilir enerji projeleri, tüketicilere çevresel sorunlar, iklim değişikliği ve sürdürülebilirlik konularında daha fazla bilgi ve farkındalık sağlar. Bu projeler, yenilenebilir enerji kaynaklarının potansiyelini ve önemini vurgulayarak tüketicilerin enerji üretim ve tüketimine ilişkin bilinç düzeyini artırır (Almulhim, 2022).
- *Tutum ve Davranış Değişikliği:* Yenilenebilir enerji projeleri, tüketicilerin enerji tüketimi ve kullanım alışkanlıklarında değişiklik yapmalarını teşvik eder. Yenilenebilir enerjiye dayalı ürün ve hizmetlere yönelme, enerji verimliliği önlemlerini benimseme, enerji tasarrufu yapma gibi davranış değişiklikleri, tüketicilerin yenilenebilir enerji projelerine olan tutumlarını yansıtır (Niamir vd., 2020; Štreimikienė vd., 2022).
- *Yeşil Tercihler:* Yenilenebilir enerji projeleri, tüketicilerin yeşil tercihlerini etkiler. Birçok tüketici, çevreye dost ve sürdürülebilir enerji kaynak-

larına dayalı ürün ve hizmetleri tercih etme eğilimindedir. Bu nedenle yenilenebilir enerji projeleri tüketicilerin marka ve ürün seçimlerini etkileyebilir (Chaikumbung, 2021; Knapp vd., 2020).

- *Algılanan Değer:* Yenilenebilir enerji projelerinin tüketiciler üzerinde olumlu algılanan değeri vardır. Yenilenebilir enerjiye dayalı ürün ve hizmetler, çevresel sorunlara duyarlılık, sosyal sorumluluk ve yenilikçilik gibi değerlerle ilişkilendirilir. Bu da tüketicilerin bu projelere yönelik ilgisini ve tercihini artırır (Jabeen vd., 2021).
- *Toplumsal Etki:* Yenilenebilir enerji projeleri, toplumlarda pozitif etkiler yaratır. Bölgesel kalkınmaya katkı sağlar, yeşil iş imkanları oluşturur ve enerji bağımsızlığını destekler. Bu etkiler, tüketicilerin yenilenebilir enerji projelerine olumlu bakmasını ve desteklemesini sağlar. Yenilenebilir enerji projelerinin tüketici davranışı üzerindeki etkileri karmaşık ve çok yönlü olabilir. Ancak genel olarak, bu projeler tüketicileri çevresel ve sürdürülebilir enerjiye yönlendirir, bilinçlendirir ve davranış değişikliklerine teşvik eder (Okedu vd., 2020; Segreto vd., 2020).

Enerji tüketimi, mevcut enerji üretim sistemlerinin etkisi, enerji tüketiminin hızla artması ve enerji kaynaklarına yönelik küresel rekabetçi talebin artması nedeniyle küresel çevre ve ekonomi endişelerinin merkezine taşınmıştır (Usman vd., 2022). Kyoto Protokolü gibi makro politikalar, Avrupa Birliği'nin kota ve ticaret sistemi gibi bölgesel politikalar, eyalet düzeyindeki yenilenebilir enerji portföy standartları gibi ulusal ve bölgesel politikalar ve enerji şirketleri tarafından nihai müşterilere yönelik olarak sunulan çeşitli enerji kullanımı ve yönetim seçeneklerinin tanıtılması, pazar sisteminin çevre ve enerji gibi ikiz küresel sorunların farkında olduğunu göstermektedir (He vd., 2022). Normatif olarak, pazar sistemleri, arzu edilen bir yaşam standardını üretmek için tüketici talebine yanıt vermek üzere tasarlanmıştır. Ancak bir pazar sistemi aynı zamanda varlığını tehdit eden dışsallıklar da üretir ve arzu edilen yaşam standartlarını tehlikeye atar. Sistem tarafından üretilenlerle evrilen tüketici talebi arasında sıklıkla bir gecikme de bulunmaktadır. Bu dışsallıklar ve gecikme, şu anda küresel ekosistemde ortak bir etkiye neden olmaktadır ve aynı zamanda tüketim kısıtlamalarına da yol açabilir (Durán Peña vd., 2021; Strielkowski vd., 2022; Zhu vd., 2020).

Sürdürülebilirlik, insanların ve diğer toplumsal aktörlerin, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama yeteneklerini koruma bilinciyle mevcut ihtiyaçları

karşılamaya çalıştığı bir paradigmayı içerir (Peydayesh & Mezzenga, 2021). Bu paradigma iş bağlamında sürdürülebilirliği “üç ayaklı bir tabure” olarak değerlendirir (DiPrete Brown vd., 2020). Sürekliliği sağlamak için organizasyonlar, faaliyetlerinin ekonomik, sosyal ve çevresel sonuçlarını ele almalı, atıkları azaltmalı ve değerlerini artırmak için gerekli önlemleri almalıdır. Dahası bu taburenin her bir ayağının sağlığı, gelecekteki sürdürülebilirliği etkiler. Enerji üretimi ve kullanımı doğal kaynaklar, çevre politikası ve yeni ürün geliştirmeyle sıkı bir şekilde bağlantılı olduğundan, enerji tüketimi için pazar sistemi üzerinde etkisi olan kısıtlamaları anlamak için enerji kullanımını sistem düzeyinden incelemesi gerekmektedir.

Bir dizi endişe, şirketlerin sürdürülebilirlik konusundaki çabalarını etkilemiştir. Spor ayakkabı, mobilya ve halı üreticilerinden büyük perakende mağazalara kadar çeşitli şirketler, karbon bütçeleri, ürünlerinin yaşam döngüleri, enerji ve kirlilik maliyetleri, doğal kaynak kullanımı ve tüketicilerin bu konularla ilgili endişelerini düşünmeye başlamıştır (Dirsehan & Can, 2020). Sürdürülebilirlik düşüncesinin ekonomik faydaları, şirket maliyet kontrolüne ve çevresel sorumlulukların azaltılmasına yönelik önemli sürdürülebilirlik girişimlerini tetiklemiştir (Javaid vd., 2021; Khan vd., 2020). Son olarak, hem tüketicilerin hem de yöneticilerin, çevresel konuların (iklim değişikliği dahil) gelecek yıllar için en büyük kişisel endişelerinden biri olduğunu bildirmektedir (Clayton, 2020; Hickman vd., 2021).

2. SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA

Pazarlama ve sürdürülebilirlik, günümüz iş dünyasında giderek daha fazla önem kazanan iki kavramdır. Pazarlama, bir şirketin ürünlerini ve hizmetlerini müşterilere ulaştırma sürecidir, sürdürülebilirlik ise doğal kaynakların korunması, toplumsal gereksinimlerin karşılanması ve gelecek nesillerin ihtiyaçlarının gözetilmesi anlamına gelmektedir. Bu iki kavramın bir araya gelmesi, hem işletmeler hem de toplumlar için önemli faydalar sağlamaktadır. Pazarlama, sürdürülebilirlik düşüncesini benimseyerek çevresel ve sosyal sorumluluğu gözetmeyi hedefleyen şirketler için bir araç haline gelmiştir. Sürdürülebilirlik odaklı pazarlama stratejileri, çevre dostu ürünlerin tanıtımını yaparak tüketicilerin tercihlerine uygun çözümler sunmayı amaçlamaktadır. Bu stratejiler, müşterilerin çevresel ve sosyal etkileri dikkate alarak bilinçli tüketim yapmalarını teşvik et-

mektedir. Sürdürülebilirlikle uyumlu pazarlama, şirketlerin çevresel etkilerini azaltma ve kaynak verimliliğini artırma yollarını araştırmalarını gerektirir. Örneğin üretim süreçlerinde enerji tasarrufu sağlayan teknolojilerin kullanılması veya geri dönüşüm programlarına yatırım yapılması gibi uygulamalar, şirketlerin sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olurken aynı zamanda pazarlama açısından da avantaj sağlamaktadır. Sürdürülebilirlikle uyumlu pazarlama stratejileri aynı zamanda şirketlere rekabet avantajı sağlamaktadır. Günümüz tüketicileri, çevresel ve sosyal etkileri azaltan şirketlere yönelmekte ve sürdürülebilir ürünleri tercih etmektedir. Bu nedenle sürdürülebilirlik odaklı pazarlama, şirketlerin müşteri bağlılığını artırırken aynı zamanda yeni müşterileri çekmelerini de sağlamaktadır (I. K. Arslan, 2020; Jung vd., 2020).

2.1. Pazarlama ve Sürdürülebilirlik

Pazarlama ile sürdürülebilirlik arasında bir ilişki olduğunda, şirketler sadece kâr elde etmek yerine uzun vadeli sürdürülebilirlik hedeflerine odaklanabilirler. Bu, şirketlerin toplumsal normlara uymasını ve güvenilir bir marka imajı oluşturmalarını sağlar. Sürdürülebilirlik, şirketlerin toplumda değer yaratma görevini güçlendirir ve paydaşlarla daha güçlü ilişkiler geliştirir. Ancak sürdürülebilirlik ve pazarlama arasındaki ilişki sadece yeşil ürünlerle sınırlı değildir. Bir şirketin değer zincirine ve tüm operasyonlarına sürdürülebilirlik entegre edilmelidir. Şirketlerin çevre dostu pazarlama stratejileri, ürünlerin yaşam döngüsünü dikkate alması, tedarikçilerle işbirliği yapması, etik uygulamaları desteklemesi ve müşterilere ürünlerin çevresel ve sosyal etkileri hakkında açık bir şekilde bilgi vermesi gerekir. (Alcaide González vd., 2020; Ghobakhloo vd., 2021; Hofstetter vd., 2021).

Sürdürülebilirlik prensibinin bütünsel bir perspektifle ele alınarak işletmenin tüm faaliyet alanlarında benimsenmesi, işletmelerin rekabetçiliklerini sürdürmelerine katkıda bulunabilir. Bu anlayış, çevresel, ekonomik ve sosyal eşitlik ilkelerinin aynı anda benimsenmesini gerektiren “üçlü temel model (triple bottom-line)” perspektif olarak adlandırılmaktadır (Tseng vd., 2020). Sürdürülebilir kalkınma perspektifinde, sosyal, çevresel ve ekonomik boyutların entegre bir şekilde ele alınması ve birlikte kullanılması gereklidir (Alsayegh vd., 2020). Bu çerçevede sürdürülebilirlikle ilgili çaba gösteren işletmelerin ekonomik, sosyal ve çevresel faktörlere bütünsel bir yaklaşım sergilemeleri önemlidir. Sürdürüle-

bilirlik çerçevesinde sosyal ve çevresel unsurların önemli olduğu vurgulanmakla birlikte, hâlâ geleneksel bir üretim ve tüketim anlayışını benimseyen, ekonomik faktörleri öncelikli hale getiren işletmeler bulunmaktadır. Toplumsal sorumluluk sahibi işletmeler sürdürülebilirlik alanında önemli bir role sahipken, geleneksel pazarlama anlayışına sahip işletmeler, toplumu sürekli olarak tüketmeye zorlayarak ve daha fazla üretmeyi hedefleyerek sürdürülebilirlik prensiplerine aykırı bir tavır sergilemektedirler. Bu tür işletmeler sadece kendi çıkarları doğrultusunda hareket ederek gelecek nesilleri düşünmezler ve bu durum, işletmelerin kendi sürdürülebilirliklerini tehlikeye atmanın yanı sıra, dünya ve insanlık için ciddi riskler oluşturur (García-Muiña vd., 2020). Sürdürülebilir pazarlama, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılama, toplumsal refahı artırma ve çevreyi koruma amacını bir araya getiren bir yaklaşımı temsil eder (Kayıkçı vd., 2019). Geleneksel pazarlama uzun vadeli ilişki kurmayı temel alırken, sürdürülebilir pazarlama tüketiciler, sosyal çevre ve doğal çevre ile sürdürülebilir ilişkiler kurmayı amaçlar (Jung vd., 2020). Sürdürülebilir pazarlama yaklaşımında, pazarlama makro perspektifinden bakılarak müşteri değeri yanında sosyal ve çevresel değerlerin de yaratılması hedeflenir ve işletme ile ekolojik çevre arasındaki ilişki dengelemeye çalışılır (Kayıkçı vd., 2019).

Sonuç olarak pazarlama ve sürdürülebilirlik arasındaki ilişki, şirketlerin ekonomik başarısını artırırken çevresel ve toplumsal sorumluluklarını da yerine getirmelerini sağlamaktadır. Sürdürülebilirlik odaklı pazarlama, şirketlerin rekabet avantajı elde etmelerini, müşteri bağlılığını artırmalarını ve yeni iş fırsatları yaratmalarını sağlar (Sataalkina & Steiner, 2020). Bu nedenle, şirketlerin sürdürülebilirlik düşüncesini pazarlama stratejilerine entegre etmeleri, hem işletme hem de toplum için uzun vadeli başarıyı destekleyen bir yaklaşım oluşturmaktadır (T. B. Arslan vd., 2021). Şirketler, sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için çeşitli stratejileri kullanılabirler (Gedik, 2020):

- *Sürdürülebilir Ürün ve Hizmetlerin Pazarlanması*: Şirketler, çevresel ve sosyal etkileri azaltan ürün ve hizmetleri pazarlayarak sürdürülebilirlik hedeflerine katkıda bulunabilirler. Bu strateji, çevre dostu malzemelerin kullanıldığı, enerji tasarruflu ürünlerin üretildiği veya geri dönüşümü kolay olan ürünlerin pazarlanması gibi çeşitli şekillerde uygulanabilir.
- *Yeşil Ambalaj ve Etiketleme*: Ambalaj ve etiketleme, tüketici davranışlarını etkileyen önemli bir faktördür. Şirketler, sürdürülebilir ambalaj malzemeleri kullanarak atık miktarını azaltabilir ve geri dönüşümlü veya çevre

dostu ambalajları tercih edebilir. Aynı zamanda, ürünlerin etiketlerinde çevresel ve sosyal etkileri hakkında şeffaf bilgiler sunarak tüketicilerin bilinçli tercihler yapmasını sağlayabilir.

- *Eğitim ve Bilinçlendirme Kampanyaları:* Şirketler, sürdürülebildik konularında tüketicileri eğitmek ve bilinçlendirmek için kampanyalar düzenleyebilir. Bu kampanyalar, tüketicilere çevresel sorunlar hakkında bilgi vermek, doğru kullanım ve geri dönüşüm konularında farkındalık yaratmak veya sürdürülebilir yaşam tarzıyla ilgili ipuçları sunmak gibi amaçlarla iş birlikleri gerçekleştirilebilir.
- *İş birlikleri ve Ortaklık Programları:* Şirketler, sürdürülebildik hedeflerine ulaşmak için sivil toplum kuruluşları, çevre örgütleri veya yerel topluluklarla iş birliği yapabilir. Bu işbirlikleri, ortak projelerin geliştirilmesini, sürdürülebilirlik konusunda topluluklarla etkileşimi ve marka değeri artırmayı amaçlar. Ayrıca, sürdürülebilirlikle ilgili ortaklık programları veya bağış kampanyaları da şirketlerin toplumsal sorumluluklarını vurgulamasına yardımcı olabilir.
- *Şeffaflık ve Raporlama:* Şirketler, sürdürülebilirlik performanslarını ve ilerlemelerini paydaşlarıyla paylaşarak şeffaflık sağlayabilir. Sürdürülebilirlik raporları, şirketlerin çevresel, sosyal ve yönetim konularındaki performansını belgeleyerek paydaşlara güvenilir bilgi sunar. Bu raporlamalar, şirketlerin sürdürülebilirlik hedeflerine bağlılıklarını gösterir ve şeffaflık ilkesine dayalı bir marka imajı oluşturur.

Bu stratejiler, şirketlerin sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için kullanılabilecek bazı pazarlama yaklaşımlarını temsil etmektedir. Ancak her şirketin pazarlama stratejisi, sektörel ve kurumsal özelliklere göre farklılık gösterebilir. Sürdürülebildik hedeflerine yönelik pazarlama stratejileri, şirketin değer zincirinin farklı aşamalarında ve tüm iş süreçlerinde entegre edilmelidir (Gedik, 2020).

2.2. Sürdürülebilir Pazarlama İlkeleri

Sürdürülebilir pazarlama, işletmelerin çevresel ve toplumsal sorumluluklarını yerine getirirken, müşteri ihtiyaçlarına odaklanarak uzun vadeli değer yaratmayı hedefleyen bir pazarlama yaklaşımı olarak tanımlanmaktadır. Sürdürülebilir pazarlama, çevresel etkileri azaltan ürünlerin ve hizmetlerin pazarlanması,

sosyal sorunlara duyarlılık, tüketici ilişkilerinin yönetimi ve şeffaflık gibi ilkelere dayanmaktadır (Kayıkçı vd., 2019). Sürdürülebilir pazarlama ilkeleri, farklı unsurları barındırmaktadır:

- *Sosyal ve Çevresel Sorumluluk:* Sosyal ve çevresel sorumluluk, sürdürülebilir pazarlamanın temel bir ilkesidir. Bu ilke, işletmelerin faaliyetlerinin çevreye ve topluma olan etkilerini kabul etmesini ve bu etkileri azaltmayı hedeflemesini içerir. Şirketler, doğal kaynakların sürdürülebilir şekilde kullanımını teşvik eder, çevresel etkileri minimize eder, toplumun refahına katkıda bulunur ve etik iş uygulamalarını benimser. Sosyal ve çevresel sorumluluk, işletmelerin toplum ve çevre ile uyumlu bir şekilde faaliyet göstermesini sağlar ve sürdürülebilirlik değerlerine bağlılıklarını gösterir (Jung vd., 2020; Szabo & Webster, 2021).
- *Müşteri Odaklılık ve İlişki Yönetimi:* Sürdürülebilir pazarlama, müşteri odaklılık ve uzun vadeli ilişki yönetimini vurgular. Bu ilke, işletmelerin müşteri ihtiyaçlarını anlamak, müşteri değerini sağlamak ve müşteri sadakatini geliştirmek için çabalamasını gerektirir. Müşteri odaklılık, işletmelerin sürdürülebilirlikle ilgili müşteri tercihlerini ve beklentilerini anlamalarını sağlar. Müşteri ilişkilerinin yönetimi, müşterilere sürdürülebilirlikle ilgili bilgi ve fırsatlar sunmayı içerir. Müşteri odaklılık ve ilişki yönetimi, işletmelerin müşteri sadakatini kazanırken sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olur (Peterson vd., 2021; Sun vd., 2020).
- *Yenilik ve Teknoloji Kullanımı:* Sürdürülebilir pazarlama, yenilikçilik ve teknoloji kullanımının önemini vurgular. İşletmeler, sürdürülebilir ürünlerin ve hizmetlerin geliştirilmesi için yenilikçi çözümler arayışında olmalıdır. Aynı zamanda, teknolojik ilerlemeleri kullanarak işletme süreçlerini ve üretim yöntemlerini daha sürdürülebilir hale getirmelidir. Yenilik ve teknoloji kullanımı, enerji verimliliğini artırma, atık miktarını azaltma, çevre dostu malzemelerin kullanımını teşvik etme gibi hedeflere yönelir. İşletmeler, sürdürülebilirlikle ilgili yenilikleri benimseyerek rekabet avantajı elde eder ve daha sürdürülebilir bir geleceğe katkıda bulunur (Chege & Wang, 2020; Ch'ng vd., 2021).
- *Pazarlama İletişimi ve Şeffaflık:* Pazarlama iletişimi ve şeffaflık, sürdürülebilir pazarlamanın bir diğer önemli ilkesidir. İşletmelerin sürdürülebilirlikle ilgili bilgileri doğru, şeffaf ve tutarlı bir şekilde iletmeleri gerekmektedir. Müşterilere ve diğer paydaşlara ürünlerin ve hizmetlerin

çevresel ve sosyal etkileri hakkında açık ve anlaşılır bilgiler sunulmalıdır. Pazarlama iletişimi, şirketlerin sürdürülebilirlik hedeflerini, çabalarını ve başarılarını paydaşlara aktarmasını içerir. Şeffaflık, güven inşa etmeye yardımcı olur ve tüketicilerin bilinçli kararlar vermesini sağlar. Ayrıca, etkili kurgu anlatımı ve markalaşma da sürdürülebilirlik değerlerini, hedeflerini ve başarılarını ileten önemli unsurlardır (Ebinger & Omondi, 2020; A. Gupta vd., 2020).

Bu bileşenler, sürdürülebilir pazarlamanın temelini oluşturur ve işletmelere sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için bir temel sağlar. İşletmeler, bu ilkele-ri benimseyerek hem çevresel hem de sosyal sorumluluklarını yerine getirerek toplumsal ve ekolojik sürekliliğe katkıda bulunur.

2.3. Sürdürülebilir Pazarlamanın İşletmeler için Avantajları

Sürdürülebilirlik genellikle ekonomik terimlerle birlikte ele alınmış ve bu nedenle sürdürülebilirlik ile sürdürülebilir kalkınma terimleri genellikle eş anlamlı olarak kullanılmıştır. Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından yapılan tanıma göre, sürdürülebilir kalkınma kavramı, “bugünün insan ihtiyaçlarını gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneğini feda etmeden karşılayabilmesi” olarak tanımlanmaktadır (Hummels & Argyrou, 2021). Bu tanıma dayalı olarak sürdürülebilirlik, genel olarak insan faaliyetlerinin bütünü üzerinden sağlanabilir ve bu da çok çeşitli konuları içermektedir.

Sürdürülebilir pazarlama ilkeleri işletmelere bir dizi avantaj sağlar. İşletmelere rekabet avantajı sağlamaktadır. Tüketiciler giderek daha fazla sürdürülebilir ürün ve hizmetlere yöneliyor ve bu talebi karşılamak isteyen şirketler tercih ediliyor. Sürdürülebilir pazarlama ilkelerini benimseyen işletmeler, çevresel ve sosyal sorunlara çözüm sunan ürünler ve hizmetler geliştirerek pazarda fark yaratabilirler. Bu da müşteri sadakati, marka itibarı ve pazar payı gibi faktörlerde rekabet üstünlüğü sağlayabilir. İnovasyon ve Verimlilik, işletmelere yenilikçilik ve verimlilik açısından avantajlar sunar.

Mevcut bir ürüne çeşitli yenilikler eklemek, dış görünümünü değiştirmek, boyutlarını veya ambalajını düzenlemek gibi yöntemlerle ürün farklılaştırma, geliştirme ve kalite artırma kararları, pazarlama stratejisinin önemli bir parçasını oluşturabilir (Varadarajan, 2020). Pazarlama stratejisi, ürün tasarımından başlayarak, ürünün fiyatlandırılması, hedef pazarın belirlenmesi ve analizi, uygun

bir tutundurma planlaması gibi aşamaları içerir. İşletmenin belirlediği stratejinin başarılı olabilmesi için ürün veya hizmetin net bir şekilde tanımlanması ve bu süreçte tüketici taleplerinin daima öncelikli tutulması gereklidir. Çünkü ürün tasarımıyla başlayarak sunumuna kadar olan tüm faaliyetler, müşteri gereksinimleriyle başlar ve ona göre şekillenir (Marušić, 2019).

Sürdürülebilirlik hedefleri, şirketleri yeni teknolojileri kullanmaya ve iş süreçlerini iyileştirmeye teşvik eder. Bu da enerji ve kaynak verimliliğini artırır, atık miktarını azaltır ve işletme maliyetlerini düşürür. Sürdürülebilirlik odaklı inovasyonlar, yeni pazar fırsatları yaratır ve işletmelerin gelecekteki taleplere uyum sağlamasını sağlamaktadır (Borsellino vd., 2020). Müşteri Sadakati ve Marka İtibarı, sürdürülebilir pazarlama ilkelerini benimseyen işletmeler, müşteriler arasında güven ve sadakat oluşturabilir. Müşteriler, sürdürülebilir değerlere sahip işletmeleri tercih eder ve bu şirketlere sadakat gösterir. Şirketlerin sürdürülebilirlikle ilgili açık ve şeffaf iletişim yoluyla tüketicilerle ilişki kurması, marka itibarını artırmaktadır. Sürdürülebilirlik, işletmelerin müşteri beklentilerini karşıladığını gösteren bir rekabet avantajı haline gelir ve müşteri sadakatini artırmaktadır. İşletme Verimliliği ve Maliyet Tasarrufu, işletmelerin daha verimli ve maliyet etkin hale gelmesini sağlar. Sürdürülebilir uygulamalar, enerji ve kaynak tüketimini optimize eder, atık miktarını azaltır ve işletme süreçlerini iyileştirir. Bu da işletmenin operasyonel verimliliğini artırır ve uzun vadede maliyet tasarrufu sağlamaktadır. Örneğin, enerji verimliliği önlemleri sayesinde enerji maliyetlerinde tasarruf sağlanabilir. İşletme Risklerini Azaltma, işletmelerin çeşitli riskleri azaltmasına yardımcı olmaktadır (Eteriki vd., 2023; Grillo- ne vd., 2020). Çevresel ve sosyal risklere duyarlılık, işletmeleri doğal kaynak kıtlığı, iklim değişikliği, yasal düzenlemeler, itibar kaybı gibi risklere karşı hazırlıklı hale getirmektedir. Sürdürülebilirlik, işletmelerin bu riskleri yönetmelerini ve gelecekteki belirsizliklere karşı daha dirençli olmalarını sağlamaktadır. Bu avantajlar, işletmelerin sürdürülebilir pazarlama ilkelerini benimsemesinin neden önemli olduğunu göstermektedir. Sürdürülebilirlik, işletmeler için uzun vadeli başarı ve sürdürülebilir büyüme için önemli bir stratejik yaklaşım olarak tanımlanmaktadır (Iannone & Caruso, 2023). Sürdürülebilirlik düşüncesinin şirketlere sağladığı ekonomik faydalar şunlardır:

- *Maliyet Tasarrufu*: Sürdürülebilirlik uygulamaları, enerji ve kaynak verimliliği sağlayarak işletme maliyetlerini azaltabilir. Örneğin, enerji tasarrufu sağlayan aydınlatma sistemleri veya atık yönetimi süreçleri, enerji ve atık maliyetlerini düşürebilir. Aynı şekilde, daha verimli üretim

süreçleri ve tedarik zinciri yönetimi, kaynak kullanımını optimize ederek maliyetleri azaltabilir (Escoto vd., 2022; Sullivan vd., 2023).

- *Rekabet Avantajı*: Sürdürülebilirlik, birçok tüketici için önemli bir satın alma kriteri haline gelmiştir. Sürdürülebilir uygulamalara sahip olan şirketler, çevre dostu ve sosyal olarak sorumlu bir imaj oluşturarak müşterilerin tercihini kazanabilir ve yeni müşteriler çekebilir. Ayrıca, sürdürülebilirlik uygulamaları, şirketlerin pazarda farklılaşmasını sağlayarak rekabet avantajı elde etmelerini sağlar (Hossain vd., 2021; X. Zhang vd., 2023).
- *İnovasyon ve Ürün Geliştirme*: Sürdürülebilirlik, şirketlere yeni iş fırsatları ve pazar segmentleri yaratma potansiyeli sunar. Sürdürülebilirlik odaklı ürün ve hizmetler, talep görebilir ve yeni pazarlara açılabilir. Aynı zamanda, sürdürülebilirlik hedefleri, şirketleri yenilikçi çözümler geliştirmeye teşvik eder ve rekabetçi avantaj sağlayabilir (Du vd., 2022; Ramli vd., 2023).
- *İyi İşveren İmajı*: Sürdürülebilirlik, çalışanların motivasyonunu ve bağlılığını artırabilir. Şirketlerin sürdürülebilirlik değerlerine uygun olarak hareket etmeleri, çalışanların şirkete olan sadakatini ve memnuniyetini artırabilir. Aynı zamanda, sürdürülebilirlik uygulamaları, yetenekli çalışanları çekmek ve elde tutmak için bir avantaj sağlayabilir (Liedong vd., 2022).
- *Risk Azaltma*: Sürdürülebilirlik, şirketlerin çevresel ve sosyal riskleri azaltmalarına yardımcı olur. Örneğin, enerji kaynaklarının azalması veya çevresel düzenlemelerdeki değişiklikler gibi faktörler, şirketlerin faaliyetlerini etkileyebilir. Sürdürülebilirlik stratejileri, bu riskleri yönetmek ve şirketleri gelecekteki belirsizliklere karşı daha dirençli hale getirmek için kullanılabilir (Rajesh, 2021; Wamsler, 2020).

Şirketlerin sürdürülebilirlik stratejilerini benimsemesinin nedenleri arasında bu ekonomik faydalar sıralanabilir. Bununla birlikte sürdürülebilirlik, aynı zamanda sosyal ve çevresel sorumluluk gerektirir. Şirketlerin sadece kısa vadeli faydalara odaklanmak yerine, uzun vadeli sürdürülebilirlik hedeflerine yönelik bir taahhüt göstermeleri gerekir.

3. ENERJİ SEKTÖRÜNDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE PAZARLAMA

Pazarlama, pre-endüstriyel zanaatçıların basit ticaret döneminden bugün bildiğimiz modern dijital, sosyal medya ve ilişki odaklı pazarlamaya kadar sürekli olarak evrim geçirmiştir. 20. yüzyılın sonlarına doğru, “geleneksel” pazarlama, sosyo-çevresel etkisini ele almaması nedeniyle birçok açıdan eleştirilmeye başlanmıştır. Birçok insan, pazarlamanın temel amacının satışları artırmak olduğunu ve bu durumun aşırı tüketimin temel nedenlerinden biri olduğunu düşünüyor. Pazarlamanın daha çok zarar verdiği ve iyilik yapmaktan daha fazla zarara neden olduğu fikriyle sistemi sorgulamaktadırlar. İşte bu zorluklar, pazarlamacıların geleneksel pazarlama yöntemlerini yeniden gözden geçirmesine ve stratejilerine sürdürülebilirlik unsurlarını entegre etmeye başlamasına neden olmaktadır (Brydges vd., 2020; Ciliberto vd., 2021; Mottet vd., 2020).

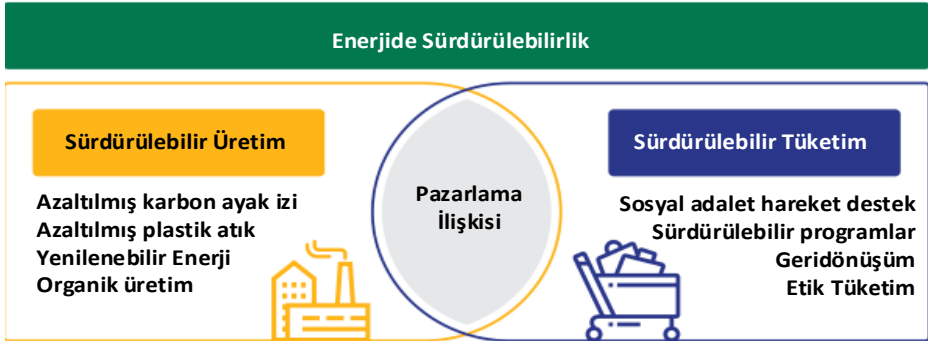
Sürdürülebilir pazarlama genel olarak sosyal ve toplumsal pazarlama, ekolojik pazarlama ve yeşil pazarlama olarak tanımlanır (Chung, 2020; Jung vd., 2020; Sharma, 2021). Sosyal pazarlama kavramı ilk olarak 1971 yılında Kotler ve Zaltman tarafından tanıtılmıştır (Srivastava & Bansal, 2022). Sosyal pazarlama içindeki girişimler, toplulukların davranışlarını etkileyerek refahlarını iyileştirmeyi amaçlamaktadır. Fisk ise 1974 yılında ekolojik pazarlama kavramını, yaklaşmakta olan bir ekolojik krizi ve pazarlamacıların bu krizden kaçınmak için sorumluluk alabileceklerini kabul etmek amacıyla tanıttı (Benton, 2021). Bu dönemde bazı kuruluşlar çevresel değerleri iş stratejilerinin merkezine proaktif bir şekilde yerleştirilmektedir. Yeşil pazarlama daha çok yasal faktörler ve düzenlemelere dayanmaktadır. Dam ve Apeldoorn’a göre, “Yeşil pazarlama, pazar talebine ve düzenleyici baskılara dayanarak çevresel açıdan daha iyi, çevre dostu kurumsal performansa odaklanır.” (Paiva, 2021) Sürdürülebilirlik pazarlaması ise bir sonraki mantıklı adım olarak tanımlanmaktadır.

3.1. Enerji Sektörünün Çevresel Etkileri ve Sürdürülebilirlik ile İlişkisi

Sürdürülebilir kalkınma kavramı, üç temel etik sorumluluğa dayanmaktadır: İnsan ihtiyaçlarını karşılamak, sosyal eşitliği sağlamak ve çevresel sınırlara saygı göstermek (Grunkemeyer & Moss, 2020). Sürdürülebilirlik genellikle üç ayrı sütunu içeren bir çerçeve olarak ele alınır: çevresel, sosyal ve finansal/eko-

nomik. Sürdürülebilirlik kavramının en yaygın kullanılan tanımı, sürdürülebilir kalkınmaya odaklanan, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme yeteneğini koruyarak günümüz ihtiyaçlarını karşılayan bir gelişme modelini ifade eder (Arutyunov, 2021; Jeronen, 2020). Uzun yıllar boyunca, tüketiciler şirketlerin eylemlerinin çevre ve toplum üzerindeki olumsuz etkisini sorgulamadan kabul edilmektedir. Şirketin asıl amacı, pay sahiplerinin ihtiyaçlarını karşılamaktır; her şey diğer planlanmıştır. Son yıllarda, sosyal medya tarafından desteklenen tüketiciler, şirketlerin sürdürülemez uygulamaları hakkında seslerini yükseltmeye ve görüşlerini dile getirmeye başladı. Bu durum, birçok şirketi içe dönük olarak değerlendirip stratejilerini ve uygulamalarını gözden geçirmeye zorlamıştır.

Sürdürülebilirlik kavramı çok geniştir ve üretim ve tüketimle ilgili çeşitli konuları kapsar. Tüketici pazarlaması, sürdürülebilirliğin gündemini şekillendirmede önemli bir kavşak noktasında yer alır, Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1. Enerjide sürdürülebilirlikte pazarlama ilişkisi (Dănescu vd., 2021; Hajian & Jangchi Kashani, 2021).

Sürdürülebilir tüketim, insanların temel ihtiyaçlarını karşılamak için tüketilen mal ve hizmetlerin çevreye en az zarar vererek tüketilmesini ifade eder (Asif vd., 2023). Şirketlerin yaklaşımı ve tüketicilerin sürdürülebilirlik konusundaki tutumları hem önemlidir hem de kendi gelişim süreçlerindedir. Sürdürülebilir tüketim genel olarak üç ana bileşenden oluşmaktadır:

- Etik açıdan bilinçli tüketim,
- Toplumsal açıdan bilinçli tüketim
- Çevresel açıdan bilinçli tüketim,

Etik açıdan bilinçli tüketim, tüketicilerin satın alma kararlarında etik prensipleri gözetmelerini ve zararı önlemeyi amaçlayan seçimler yapmalarını içermektedir. Bu fayda sağlayan ürünleri tercih etmeyi örnekleyebilir (Frig & Jaakkola, 2023). Toplumsal açıdan bilinçli tüketim, tüketicilerin satın alma güçlerini kullanarak sosyal endişelerini ifade etmelerini ve toplumsal değişimi desteklemelerini içermektedir (M. A. Saleem vd., 2021). Bu, tüketicilerin ırksal eşitlik gibi toplumsal adalet konularında duruş sergileyen markaların ürünlerini veya hizmetlerini bilinçli bir şekilde seçmelerini içerebilir. Son olarak, çevresel açıdan bilinçli tüketim, doğal çevreye zararı en aza indiren ürünleri satın almak veya çevreye daha az zararlı hizmetlerden yararlanmak anlamına gelir. Bu çerçevede, çevresel açıdan bilinçli tüketici davranışları geri dönüşüm yapma, karbon emisyonlarını azaltmak için toplu taşımayı tercih etme ve çevre dostu ürünlere daha fazla maliyet ödeme gibi eylemleri içermektedir. Bu üç bileşenin yükselişiyle birlikte, işletmeler tüketicilerinden, rakiplerinden ve yasal düzenlemelerden sürdürülebilir iş uygulamalarını stratejilerine dahil etmeleri konusunda artan bir baskı altındadır. İşletmelerden beklenen, sadece kısa vadeli kar hedeflerine odaklanmak yerine, karbon ayak izini azaltma, tüketicilerin yaşam standartlarını iyileştirme ve çeşitlilik, kapsayıcılık ve eşitlik temelinde uzun vadeli sürdürülebilir büyüme girişimlerine önem vermeleridir.

3.2. Pazarlamanın Enerji Sektöründe Rolü

Enerji piyasası tarih boyunca küresel ekonomik ve siyasi durumu etkilemiştir. Son yıllarda Avrupa’da enerji pazarının liberalleşmesi ve sera gazı emisyon ticaretinin başlaması, dünya ekonomisinde çok sayıda değişiklik ve etkiye sahiptir (Ponce vd., 2020). Tüketicilerin enerji tüketimini azaltmaları gerektiği doğrudur, ancak bu hedefe nasıl ulaşacaklarını, ne kadar elektrik kullandıklarını, ne zaman kullandıklarını ve aylık elektrik faturalarını nasıl etkileyebileceklerini bilmeleri gerekmektedir. Bilgi arttıkça, tüketiciler enerji tasarrufu yöntemleri kullanmaya daha fazla eğilim gösterebilir. Enerji tüketicilerinin farkındalığı, enerji tasarrufu stratejilerini uygulamanın ilk adımını oluşturur (Zhaikiev vd., 2023). Ancak enerji tasarrufu konusunda yeterli bilgiye sahip olmalarına ve bu bilgileri uygulama isteğine sahip olsalar da, birçok tüketici hala enerji verimliliğine yönelik önemli adımlar atmamaktadır. Enerji tasarrufuna duyarlılık, ev sakinlerinin uygun bir tutum sergilemelerini ve enerji tasarrufu

İçin gerekli davranışları benimsemelerini gerektirir. Bu bağlamda, tüketicilerin enerji verimliliği konusundaki farkındalığının artması, tüketim alışkanlıklarını etkileyebilir. Pazarlama, sadece müşteriler ve şirketler arasındaki yeni ilişkileri, iş anlaşmalarını ve süreçleri etkileyebilir, aynı zamanda şirket imajı üzerinde de etkisi olacaktır. Enerji pazarında yeni pazarlama yöntemlerinin prensipleri farklı olmalı ve benzersiz olarak algılanmalıdır, böylece mesajlar maksimum etkiyle ana müşterilere iletilir (X. Li vd., 2021; Y. Zhang vd., 2020). Yeni enerji pazarlama faaliyetleri genellikle bir iletişim aracı olarak çevresel veya sosyal konuları içermektedir. Hizmet tanıtımı ve güçlü halkla ilişkiler faaliyetleri, müşterinin birden fazla elektrik ve gaz dağıtıcısı ve hizmetlerinden seçebildiği bir dönemde pazarlama çabalarının temelini oluşturmaktadır. Pazarlamanın enerji sektöründe önemli rolleri bulunmaktadır:

- *Müşteri Bilinçlendirme ve İletişim:* Enerji şirketleri, müşterileri enerji verimliliği, yenilenebilir enerji kaynakları ve sürdürülebilir enerji kullanımı konularında bilinçlendirmek için pazarlama stratejilerini kullanır. İletişim araçları, reklamlar, web siteleri, sosyal medya ve diğer kanallar aracılığıyla müşterilere bilgi sağlar ve enerji verimli ürün ve hizmetleri tanıtır (Lie vd., 2020).
- *Ürün Geliştirme ve Pazarlama:* Enerji şirketleri, enerji üretimi, dağıtımını ve tüketimi için yenilikçi ürün ve hizmetler geliştirir. Örneğin, güneş enerjisi panelleri, enerji yönetim sistemleri ve enerji depolama çözümleri gibi ürünlerin pazarlanması ve tüketiciye sunulması, enerji sektöründeki pazarlama faaliyetlerine örnek olarak gösterilebilir (Anton & Afloarei Nucu, 2020).
- *Müşteri İlişkileri Yönetimi:* Enerji şirketleri, müşteri memnuniyetini artırmak ve müşteri sadakatini sağlamak için pazarlama stratejilerini kullanır. Müşteri ilişkileri yönetimi, müşteriye özel teklifler, sadakat programları, müşteri geri bildirimleri ve şikayetlerin yönetimi gibi faaliyetleri içerir. Bu şekilde, enerji şirketleri müşterileriyle daha güçlü ilişkiler kurabilir ve müşteri beklentilerini karşılayarak rekabet avantajı elde edebilir (Fernando vd., 2023).
- *İş Ortaklıkları ve Dağıtım Kanalları:* Enerji şirketleri, iş ortakları ve dağıtım kanalları aracılığıyla pazarlama faaliyetlerini genişletebilir. Örneğin enerji şirketleri elektrik perakende satış şirketleri, inşaat şirketleri, bina yönetimi firmaları ve ev aletleri üreticileri gibi iş ortaklarıyla işbir-

liği yapabilir ve ürünlerini daha geniş bir kitleye ulaştırabilir (F.G. Reis vd., 2021).

- *Rekabet Analizi ve Strateji Geliştirme:* Enerji sektöründe pazarlama, rekabet analizi ve strateji geliştirme süreçlerinin bir parçasıdır. Pazarlama ekipleri, pazar trendlerini takip eder, rakiplerin faaliyetlerini izler ve müşteri ihtiyaçlarını anlamak için pazar araştırmaları yapar. Bu bilgiler doğrultusunda, enerji şirketleri pazarlama stratejilerini belirler ve rekabet avantajı elde etmek için uygun stratejik kararlar alır (Haiyun vd., 2021; Peleckis, 2022).

Pazarlama, enerji sektöründe müşteri odaklılık, sürdürülebilirlik, rekabet avantajı ve yenilikçilik gibi önemli faktörleri destekleyerek şirketlerin büyümesine ve başarısına katkıda bulunur.

3.3. Enerji Sektöründe Sürdürülebilir Pazarlamanın Önemi

Sürdürülebilir pazarlama, organizasyonların çevre ve paydaşlarıyla ilişkilerini geliştirebilir. Bu strateji, organizasyonların marka sadakatini artırmasına, çalışan memnuniyetini iyileştirmesine, düzenlemelere uyum sağlamasına ve karlarını artırmasına yardımcı olabilmektedir. Sürdürülebilir pazarlama anlayışını benimseyen organizasyonlar, çevre ve sosyal açıdan duyarlı tüketicilerle marka sadakati oluşturabilir. Marka sadakati, bir markaya olan güvenilirlik ve değerlerine dayalı bir bağlılıktır. Organizasyonlar marka imajlarını iklim değişikliği veya ayrımcılık gibi daha büyük bir çevresel veya sosyal misyona bağlarsa, müşteri koruma oranlarını artırabilirler. Marka sadakati gösteren müşteriler genellikle daha sık satın alma yaparlar, rakipler daha düşük fiyatlar sunsa bile, tekrar tekrar yapılan işlemler, yeni müşteri edinmeye göre organizasyonlara daha az reklam maliyeti sağlayabilir ve önemli bir gelir kaynağı olabilmektedir (Açıkalın, 2020; Akgün vd., 2023; Jung vd., 2020).

Tüketicilerin değerlerini paylaşan markalara para harcamak istemesi gibi, çalışanlar da işlerini olumlu bir şekilde etkilemek istiyor. Doğru sürdürülebilir pazarlama, şirketlerin enerji sistemleri uygulamalarını iyileştirmek için çalışanların daha fazla işe dahil olmasını sağlamalıdır. Sürdürülebilirliğe öncelik veren işletmelerde çalışan çalışanlar, sürdürülebilirliğe önem veren işletmelerde çalışmanın gerçekten keyifli olduğunu hissedebilir. Enerji sistemlerinin sosyal yönü olan sosyal sürdürülebilirlik politikalarını uygulamak, organizasyonların

çalışanların günlük yaşamlarını iyileştirmek için yardımcı olabilir. Yöneticiler sürdürülebilir pazarlama kampanyaları başlatırken şirketlerin çevresel ve sosyal etkilerine dikkat etmelidir. (Amoako vd., 2020; Jung vd., 2020; Zakirova vd., 2020). Örneğin organizasyonlar sera gazı emisyonlarını azaltabilir ve emisyon seviyelerini isteğe bağlı olarak açıklayabilir. Bu uygulamalar, organizasyonların artan sayıdaki enerji sistemleri düzenlemelerine uyum sağlamalarına yardımcı olabilir. Sürdürülebilir pazarlama, şirketleri çevresel ve sosyal iş uygulamaları geliştirmeye teşvik ederek karlarını artırma yeteneğine sahiptir. Geçmişte birçok lider, yüksek maliyetler sebebiyle sürdürülebilirlik girişimlerini başarısızlık için engel olarak görmüşleridir. Ancak sürdürülebilirlik, günümüz iş dünyasında giderek daha fazla önem kazanmakta ve bu artan ilginin bir sonucu olarak “yeşilleştirme” terimi daha da önemli hale gelmektedir. Bununla birlikte “greenwashing”, bir işletmenin veya kuruluşun sürdürülebilirlik uygulamalarını ve çevre dostu çabalarını abartarak veya yanıltıcı bir şekilde tanıtarak, aslında gerçekte bu konuda yeterince çaba göstermediği bir imaj yaratma eğilimini ifade eder (Santos vd., 2023). Bu, sürdürülebilirlik iddialarıyla çevre dostu bir imaj oluşturarak tüketicileri etkileme amacı güden bir stratejidir. Greenwashing’in yükselişi, işletmelerin sürdürülebilirlik konusundaki talepleri karşılamak ve çevre dostu bir marka imajı oluşturmak için gerçek ve ölçülebilir çabalar yerine, sadece yüzeysel ve göstermelik adımlar atmaya eğilimli olduğunu göstermektedir (K. Zhang vd., 2023). Bu durum tüketicilerin ve toplumun sürdürülebilirlikle ilgili beklentilerini istismar etme riski taşımaktadır. Sonuç olarak iş liderlerinin sürdürülebilirlik konusundaki çabalarını gerçekçi, ölçülebilir ve şeffaf bir şekilde iletmeleri önemlidir.

3.4. Sürdürülebilirlik ve Enerji Politikaları

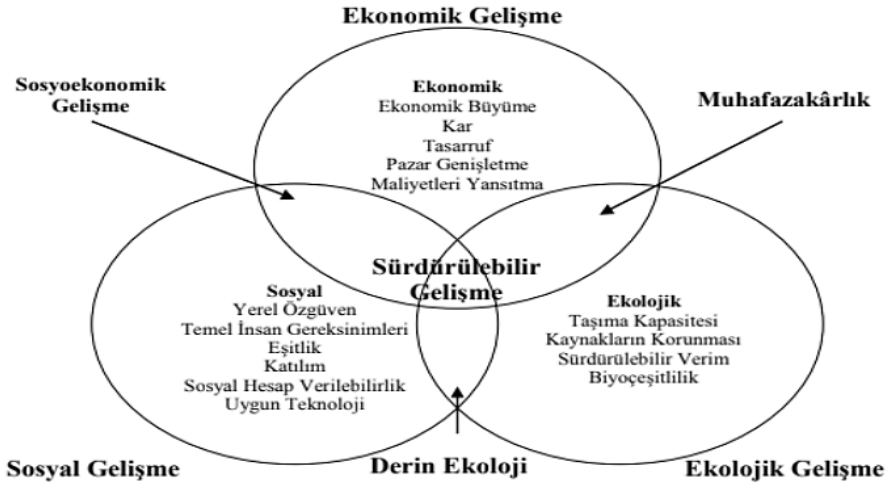
Sürdürülebilirlik ve enerji politikaları, enerji sektöründe çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirliği sağlamaya yönelik hedefler, stratejiler ve düzenlemeler içeren politika çerçeveleridir. Bu politikalar, enerji üretimi, dağıtımını ve tüketimi alanlarında çevresel etkileri azaltmayı, enerji verimliliğini artırmayı, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımını teşvik etmeyi ve enerji tüketimindeki sürdürülebilirlik ilkesini benimsemeyi amaçlar (Jie vd., 2023; Ramzan vd., 2023). Sürdürülebilirlik ve enerji politikalarının örnekleri farklı boyutlarda olabilir (Avşar Özcan vd., 2022):

- *Yenilenebilir Enerji Teşvikleri*: Birçok ülke, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımını teşvik etmek için politikalar uygular. Bu politikalar arasında, yenilenebilir enerji üretimine özel teşvikler, vergi indirimleri, finansal destekler, alım garantileri ve yenilenebilir enerji kaynaklarının altyapısının geliştirilmesine yönelik düzenlemeler yer alır.
- *Enerji Verimliliği Standartları ve Etiketleme*: Enerji verimliliği politikaları, enerji tüketen ürünlerin ve binaların enerji verimliliği standartlarını belirler ve enerji etiketlemesini zorunlu kılar. Bu politikalar, enerji tasarrufunu teşvik eder, enerji tüketiminde verimliliği artırır ve enerji verimli ürün ve hizmetlerin tercih edilmesini sağlar.
- *Karbon Fiyatlandırması*: Karbon fiyatlandırması politikaları, fosil yakıtlardan kaynaklanan karbon emisyonlarının maliyetini içeren düzenlemelerdir. Bu politikalar, karbon salınımını azaltmayı teşvik eder, yenilenebilir enerji kaynaklarının rekabet gücünü artırır ve enerji sektöründe düşük karbonlu çözümlerin benimsenmesini sağlar.
- *Enerji Planlama ve Hedefler*: Enerji politikaları, enerji sektörü için uzun vadeli planlama ve hedefler belirler. Bu politikalar, enerji arz ve talebi analiz eder, enerji kaynaklarının çeşitlendirilmesini, enerji güvenliğini sağlamayı ve sürdürülebilir enerji dönüşümünü hedefler. Örneğin, yenilenebilir enerji kaynaklarının belirli bir oranda elektrik üretiminde kullanılması gibi hedefler belirlenebilir.
- *Araştırma ve Geliştirme Teşvikleri*: Enerji politikaları, enerji sektöründe yenilikçilik ve teknolojik gelişmeyi teşvik eder. Bu politikalar, enerji araştırma ve geliştirme faaliyetlerini destekler, yenilenebilir enerji teknolojilerinin ticarileştirilmesini sağlar ve enerji sektöründe inovasyonu teşvik eder.

Sürdürülebilirlik ve enerji politikaları, enerji sektöründe çevresel etkileri azaltmayı, enerji güvenliğini sağlamayı, enerji verimliliğini artırmayı ve sürdürülebilir enerji kaynaklarının kullanımını teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Bu politikalar, ulusal düzeyde hükümetler tarafından belirlenebileceği gibi uluslararası düzeyde de işbirliği ve anlaşmalarla desteklenebilir.

3.5. Sürdürülebilir Pazarlamanın Karşılaştığı Engeller

Ekolojik, sosyal ve ekonomik boyutlarıyla insan yaşamının gereksinimleri ile doğal kaynakların sürekliliği arasında bir denge sağlayan çevreci bir perspektif olarak tanımlanan sürdürülebilir kalkınma, çevre ve doğal kaynakların mevcut ve gelecek nesillerin faydalarını göz önünde bulundurarak kullanılmasını ve ekonomik ilerlemeyi hedefleyen bir strateji olarak tanımlanmaktadır (Azmat vd., 2023). Sürdürülebilir kalkınma, mali ve fiziksel kaynaklarla birlikte doğal kaynakları ve insan kaynaklarını yöneten uzun vadeli refahı artırıcı bir gelişme stratejisidir (Luo vd., 2023; Olabi vd., 2023). Şekil 2’de gösterildiği gibi, sürdürülebilir kalkınma, sosyal, ekolojik ve ekonomik boyutlarıyla insan yaşamının ihtiyaçları ile doğal kaynakların sürekliliği arasında bir denge kurmaktadır.



Şekil 2. Sosyal, ekonomik ve ekolojik boyutlar arasındaki etkileşim (Okedu vd., 2020; Uralovich vd., 2023; Vaitsman vd., 2023)

Sürdürülebilir pazarlama, çevresel ve sosyal etkileri gözetilen pazarlama stratejilerini benimseyen bir yaklaşımdır. Ancak bu yaklaşımın uygulanması bazı engellerle karşılaşabilir (Guang-Wen vd., 2023; Jie vd., 2023; Sadiq vd., 2023; Wei vd., 2023):

- *Farkındalık ve Bilinç Eksikliği*: Tüketicilerin sürdürülebilirlik konusunda bilgi ve farkındalık eksikliği, sürdürülebilir pazarlamanın önündeki bir engeldir. Birçok tüketici, sürdürülebilir ürün ve hizmetlerin avantajlarını

tam olarak anlamamış olabilir veya sürdürülebilirlikle ilgili konulara ilgi duymayabilir. Bu durum, sürdürülebilir pazarlama stratejilerinin etkinliğini azaltabilir.

- *Maliyet Faktörü:* Sürdürülebilirlik çözümleri genellikle geleneksel alternatiflere göre daha yüksek maliyetli olabilir. Örneğin yenilenebilir enerji kaynaklarının kurulumu veya enerji verimli ürünlerin satın alınması maliyetli olabilir. Bu durum, tüketicilerin sürdürülebilir ürünleri tercih etmelerini ve şirketlerin sürdürülebilir pazarlama stratejilerini uygulamalarını zorlaştırabilir.
- *Yeşil Aklama Endişesi:* Bazı tüketiciler, şirketlerin sürdürülebilirlik iddialarının yeşil aklama (*greenwashing*) olarak adlandırılan bir taktik olabileceğinden endişe edebilirler. Yeşil aklama, şirketlerin sürdürülebilirlikle ilgili yanıltıcı veya abartılı iddialarla pazarlama yapması durumudur. Bu endişe, tüketicilerin sürdürülebilir pazarlama mesajlarına güvenmelerini zorlaştırabilir ve şirketlerin güvenilirliklerini sorgulanmasına neden olabilir.
- *Alışkanlık ve Tutumlar:* Tüketicilerin alışkanlıkları ve tutumları da sürdürülebilir pazarlamaya yönelik bir engel olabilir. Tüketiciler, değişiklik yapma konusunda direnç gösterebilir veya sürdürülebilir ürünleri benimsemekte tereddüt edebilirler. Bu durum, sürdürülebilir pazarlama stratejilerinin etkinliğini ve kabulünü azaltabilir.
- *Mevzuat ve Düzenleyici Engeller:* Bazı ülkelerde, sürdürülebilirlikle ilgili düzenlemeler ve mevzuat eksik olabilir veya yetersiz olabilir. Bu durum, şirketlerin sürdürülebilir pazarlama stratejilerini uygulamalarını engelleyebilir veya zorlaştırabilir. Ayrıca, belirli sektörlerdeki düzenleyici kısıtlamalar da sürdürülebilirlik odaklı pazarlama faaliyetlerini sınırlandırabilir.

Sürdürülebilir pazarlama, bu sorunları çözmek için şeffaflık ve güvenilirlik ilkesine dayanan pazarlama iletişimi, tüketicileri bilgilendirmek ve eğitmek, maliyetleri düşürmek veya rekabetçi fiyatlandırma stratejileri uygulamak, mevzuat ve düzenlemeler oluşturmak ve teşvik edici politikalar oluşturmak gibi birçok yöntem kullanılabilir.

4. ENERJİ ŞİRKETLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR PAZARLAMA UYGULAMALARI

Günümüzde enerji üretimi ve dağıtımı, çevresel ve ekonomik sürdürülebilirlik açısından büyük bir öneme sahiptir. Hızla artan enerji talebi, enerji kaynaklarının azalması ve çevresel endişeler, enerji sektörünü daha sürdürülebilir ve çevre dostu bir şekilde çalışmaya yönlendirmiştir. Bu çalışmalarda, enerji üretimi ve dağıtımında sürdürülebilirlik uygulamalarının neler olduğunu ele alınmaktadır (Ahsan vd., 2023; Lohani vd., 2023; Pathak vd., 2023; A. Saleem vd., 2022; Tur, 2022).

- *Yenilenebilir Enerji Kaynakları Kullanımı:* Günümüzde güneş, rüzgâr, hidroelektrik ve jeotermal gibi yenilenebilir enerji kaynakları, fosil yakıtlara alternatif olarak kullanılmaktadır. Bu kaynaklar, çevre dostu ve sınırsızdır. Güneş panelleri ve rüzgâr türbinleri gibi teknolojiler, temiz enerji üretimi için giderek daha yaygın hale gelmektedir.
- *Enerji Verimliliği İyileştirmeleri:* Enerji verimliliği, enerjinin daha az kullanılarak daha fazla iş yapılmasını sağlar. Binaların ve endüstriyel tesislerin daha iyi yalıtımı, enerji tasarruflu aydınlatma sistemleri ve enerji verimli cihazlar kullanımı gibi önlemler, enerji tüketimini azaltabilir.
- *Akıllı Şebeke Teknolojileri:* Akıllı şebekeler, enerji üretimi ve dağıtımını daha etkili bir şekilde yönetmeyi mümkün kılar. Bu teknolojiler, enerji tüketimini izleme, kontrol etme ve yönetme yeteneği sunar. Aynı zamanda yenilenebilir enerji kaynaklarının daha iyi entegrasyonunu ve enerji talebinin dengelenmesini sağlar.
- *Elektrikli Taşıtlar:* Elektrikli araçlar, fosil yakıtlı araçlara göre daha az çevresel etki yaratır. Bu araçların yaygınlaştırılması, enerji talebinin azaltılmasına ve hava kalitesinin iyileştirilmesine katkı sağlar.
- *Enerji Depolama Teknolojileri:* Enerji depolama sistemleri, enerjiyi zaman içinde depolayarak kullanılabilir hale getirir. Bu, özellikle yenilenebilir enerji kaynaklarına dayalı enerji üretimi için önemlidir, çünkü güneş ve rüzgar gibi kaynaklar sürekli olarak mevcut değildir. Pil teknolojileri ve enerji depolama çözümleri, enerji verimliliğini artırır.
- *Karbon Ayak İzi Azaltma:* Enerji üretimi ve dağıtımının karbon ayak izini

azaltmak, çevresel sürdürülebilirlik için kritik bir adımdır. Fosil yakıtların yerine yenilenebilir enerji kaynakları kullanmak ve karbon salınımını azaltmak, bu amaçla önemli adımlardır.

- *Eğitim ve Farkındalık*: Enerji tüketimini azaltmak ve sürdürülebilir uygulamaları benimsemek için toplumun bilinçlenmesi önemlidir. Enerji tasarrufu ve sürdürülebilir enerji uygulamaları konusunda eğitim kampanyaları ve farkındalık programları, insanların bu alandaki davranışlarını değiştirmelerine yardımcı olabilir.

Sonuç olarak enerji üretimi ve dağıtımında sürdürülebilirlik uygulamaları, enerji verimliliğini artırmak, çevresel etkilerini azaltmak ve enerji kaynaklarını gelecek nesiller için korumak için gereklidir. Bu hedeflere ulaşmak için yenilenebilir enerji kaynaklarına yatırım yapmak, enerji verimliliğini artırmak ve karbon ayak izini azaltmak çok önemlidir. Gelecek için sürdürülebilir enerji için toplumun bu konuda bilinçlenmesi ve katkıda bulunması da önemlidir.

4.1. Enerji Üretimi ve Dağıtımında Sürdürülebilirlik Uygulamaları

Günümüzde enerji üretimi ve dağıtımını, çevresel etkileri en aza indirmek ve gelecek nesillere temiz bir çevre bırakmak amacıyla sürdürülebilir bir yaklaşımı benimsemek zorundadır. Bu hedefe ulaşmak için çeşitli önlemler, politikalar ve teknolojik gelişmeler gerekmektedir. İşte bu kapsamda atılacak adımlar bulunmaktadır. Yenilenebilir enerji kaynakları, çevre dostu ve sınırsız bir potansiyele sahiptir. Rüzgar enerjisi, güneş enerjisi, hidroelektrik enerji ve biyoenerji gibi kaynaklar, enerji portföyünün önemli bir parçası olmalıdır. Devlet destekli teşvikler ve vergi avantajları, yenilenebilir enerji projelerini teşvik edebilir. Çoğunlukta bu kaynaklarda kullanılan enerji verimliliği ve akıllı teknolojiler ise, endüstriyel tesisler, binalar ve altyapı sistemleri için enerji verimliliği standartları belirlenmeli ve uygulanmalıdır (Doğru, 2023; Özdemir & Altanlar, 2022). Benzer şekilde akıllı şebekeler, enerji talebini izleyebilir ve yönetebilir, böylece kaynakların daha etkili bir şekilde kullanılmasını sağlar. Diğer yandan enerji depolama ve dağıtım altyapısının güçlendirilmesi için, yenilenebilir enerji kaynaklarından elde edilen enerjinin depolanması için gelişmiş enerji depolama teknolojileri üzerine yoğun araştırmalar ve yatırımlar yapılmalıdır. Ayrıca dağıtım altyapısı, enerjiyi daha güvenli ve verimli bir şekilde iletebilecek şekilde güç-

lendirilmelidir. Tüm bu uygulamaların politika ve düzenlemeler ile sağlanacağı kabul edilen tek gerçektir. Böylece enerji sektöründe sürdürülebilirlik hedefleri belirlenmeli ve bu hedeflere ulaşmak için etkili politikalar ve düzenlemeler oluşturulmalıdır. Ayrıca, karbon ticareti ve sera gazı emisyonlarına yönelik sıkı düzenlemeler, sürdürülebilir enerjiye geçişin hızlandırılmasına katkı sağlayabilir. Öte yandan ülkeler arası iş birliği ve bilgi paylaşımı, en iyi uygulamaların paylaşılmasını ve sürdürülebilir enerji projelerinin küresel ölçekte desteklenmesini sağlayabilir (Artun, 2024; Karakoç, 2022).

4.1.1. Alternatif Enerji Satışında Denetim Eksikliği

Hizmet şirketlerine olan güvensizlik ve markalı alternatiflerin üçüncü taraf sertifikasyon ve etiketleme eksikliği, tüketicilerin artan şekilde sunulan alternatif enerji ürünlerini değerlendirmek için araçlardan yoksun olduğunu göstermektedir (Öztürk, 2022). Enerji satışı, enerjinin bir ticari mal olarak düzenlenmesi nedeniyle pazar yerinde hala sorunludur; örneğin genel olarak, tüketiciler hacimli alımlar için daha düşük fiyatlarla ödüllendirilmektedir. Bu nedenle, elektrik enerjisi, küresel ısınma, çevre veya üretim topluluklarının refahıyla ilgili tüketici endişelerini ele alabilecek niteliklere göre farklılaştırılmış bir ürün olarak satılmamıştır. Piyasada enerji kaynaklarının kullanıldığına göre enerjiye ilişkin farklılaştırmalar yapılamadığı sürece, daha net tüketici anlayışı ve enerji tüketiminin daha iyi yönetimi sorunlu olmaya devam edecektir. Benzer şekilde, enerji kaynağının karbon ayak izine göre enerji piyasasında farklılaşma olmadığı sürece, enerji oluşturmanın sosyal maliyetleri ve kullanım sıklığına (pik dönemlere karşı pik dışı dönemler) göre daha net tüketici anlayışı ve enerji tüketiminin daha iyi yönetimi de sorunlu olmaya devam edecektir. Hizmet şirketlerinin kârlılığını hacim satışından ayıran ve farklı fiyat noktalarında farklılaştırılmış ürünler ve hizmetler sunma imkanı tanıyan düzenleyici politikalar, enerjiyi farklılaştırılmış bir ürün olarak düşünmeye başlayan daha fazla tüketiciye teşvik edebilmektedir (Dong & Liu, 2020; Mohammadi vd., 2023).

4.1.2. Bölgesel ve Ulusal Politika

İkinci politika konuları grubu, pazarın yapısı ve altyapısıyla ilgilidir. Bu, yerel ve ulusal politikalar arasındaki uyumsuzluğu içermektedir. Örneğin düzenlemeler, enerji şirketlerinin yeni bağımsız sağlayıcılardan yenilenebilir enerji satın almasını gerektirmektedir (J. E. Kim, 2020; Zhou & Solomon, 2020), ancak dü-

zenleme aynı zamanda yeni elektrik şebekesine girenlerin şebekeyi yükseltme ve güvence altına alma yükümlülüğünü de getirmektedir. Elektrik şebekesi bölgesel ve tekelci bir şekilde yönetildiği için bölgesel enerji düzenleyicileri, yeni yenilenebilir enerji üreticilerine sert bakım ve yükseltme cezaları uygulayabilir, böylece yeni üretimi engellemektedir (Gajdzik vd., 2023; C. Kim, 2021).

4.1.3. Erişilebilirlik ve Ulaşım

Alternatif enerji kaynaklarına erişim, müşterilerin bu kaynaklardan yararlanabilmesi için çok önemlidir. Örneğin bir müşteri güneş enerjisi panellerini kurmak için uygun bir çatıya veya araziye sahip olmalıdır. Bu, tüketicilerin mülklerine veya çevrelerine uygun bir şekilde alternatif enerji kaynaklarına erişememesi durumunda bu kaynaklardan yararlanmalarını kısıtlar. Tüketicilere alternatif enerji kaynaklarının sağlanması da kritik bir unsurdur. Örneğin, yenilenebilir enerji üreten bir santral, yakındaki tüketicilere enerji sağlamak için iletim hatları gerektirir. Bu iletim hatlarının yetersiz veya eksik olması durumunda, tüketiciler alternatif enerji elde etmek ve kullanmak için daha zor durumda kalmaktadır (Dhingra vd., 2023; Impram vd., 2020).

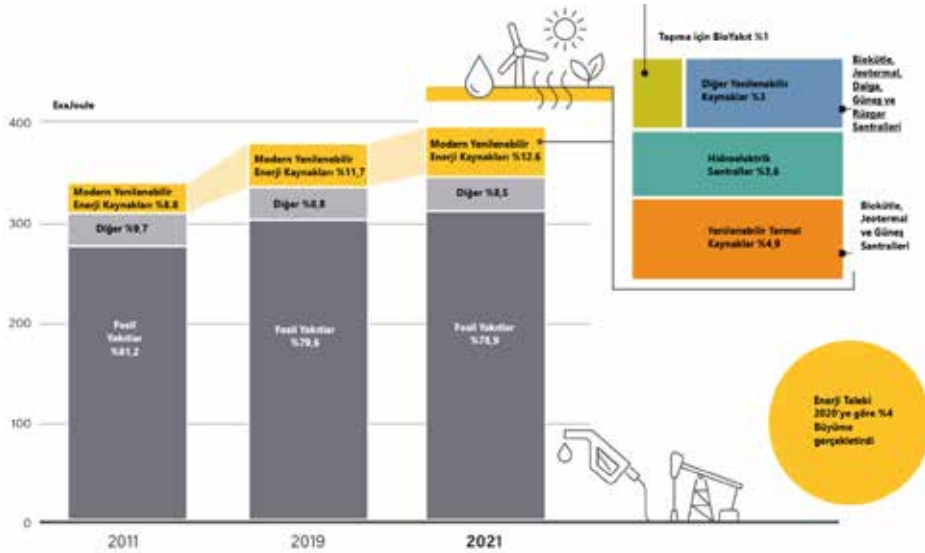
4.2. Yenilenebilir Enerji ve Enerji Verimliliği Pazarlaması

Enerji üretimi sırasında meydana gelen asit yağmurları nedeniyle ormanların kaybı, yüksek miktarda CO₂ emisyonu, ozon tabakasının incilmesi veya delinmesi gibi doğal çevremizin zarar görmesi ve bu etkilerin sonucu olarak ortaya çıkan ormansızlaşma, meraların kaybı, sellerin ve yeraltı su kaynaklarının azalması, iklim değişikliği nedeniyle meydana gelen sel, su baskını, kuraklık ve iklim kuşaklarının değişmesi gibi olaylar bitki ve hayvan türlerinde değişikliklere ve ürün azalmalarına neden olabilir. Hava kirliliğinin sağlığa etkileri, iş hastalıkları ve kazaları gibi olumsuz etkiler genellikle çevreye ve dolayısıyla topluma zarar vermektedir (Shammas vd., 2020).

Fosil yakıtlara dayalı enerji kullanımı; dışa bağımlılık, yüksek ithalat maliyetleri ve çevresel sorunlara ek olarak dünya genelinde fosil yakıt rezervlerinin hızla tükenmesi nedeniyle yenilenebilir enerji kaynaklarının önemini artırmaktadır. Yenilenebilir enerji kaynakları, sürekli olmaları nedeniyle sürdürülebilir bir seçenek olmanın yanı sıra dünyanın her yerinde bulunabilme özelliğiyle de büyük bir önem taşımaktadır. Ayrıca çevresel etkileri, yenilenemeyen enerji kaynaklarına kıyasla oldukça düşüktür. Yenilenebilir enerji kaynaklarının kul-

lanımı, mevcut teknik ve ekonomik sorunların çözümlenmesi durumunda 21. yüzyılda en kritik enerji kaynağı olabilir (Deshmukh vd., 2023).

2020 yılında dünya genelinde toplam nihai enerji arzının en büyük bölümünü %48,7 ile ısı enerjisi oluşturmuştur ve bu oran 2010 seviyelerine göre %4 artmıştır. Bunu taşıma (sıvı ve gaz) yakıtları (%28,6 pay) ve elektrik (%22,7 pay) takip etmiştir. Yenilenebilir enerjinin ulaşım ve ısıtma sektörlerindeki kullanımı, elektrik sektörüne kıyasla düşük kalmıştır (IEA, 2022). 2020 yılında yenilenebilir ısı, toplam ısı talebinin yalnızca %11,5'ini oluşturmuştur (geleneksel biyokütle hariç, bu oran %13,1), yenilenebilir elektrik ise 2022 yılında küresel elektrik üretiminin tahmini %29,9'unu oluşturmaktadır (Şekil 3). Modern biyoenerji, güneş termal ve jeotermal doğrudan ısı, yenilenebilir ısının büyük bir kısmını (%79) karşılamıştır, geri kalan kısmı ise yenilenebilir elektrikten sağlanmıştır. Biyoyakıtlar, taşıma sektöründeki toplam yakıtın %3,6'sını sağlarken, yenilenebilir elektrik ise %0,4'lük bir katkı sağlamıştır (REN, 2023).



Şekil 3. Toplam Nihai Enerji Tüketimi Kaynakları, 2011, 2019 ve 2021 (REN, 2023).

Sürdürülebilir pazarlama, günümüzde işletmeler için giderek daha önemli hale gelen bir stratejidir. Bu strateji, çevresel ve sosyal etkileri azaltmayı ve paydaşlarla daha sürdürülebilir ilişkiler kurmayı hedeflemektedir. Araştırmalar,

sürdürülebilir pazarlamanın çeşitli değişkenler üzerinde olumlu etkilere sahip olduğunu göstermektedir. Sürdürülebilir pazarlama uygulamalarının artırılması, organizasyonların verimliliğini artırmaktadır. Sürdürülebilirlik odaklı pazarlama stratejileri benimseyen işletmeler, çevresel ve sosyal değerlere uyum sağladıklarını gösterilmektedir. Bu durum, tüketicilerin markaya olan güvenini ve sadakatini artırmaktadır. Sonuç olarak, müşteri koruma oranları yükselir ve tekrarlayan satın alımlar gerçekleşmektedir. Bu da işletmelerin gelirlerini artırmaktadır (Soydan & Başkol, 2022). Sürdürülebilir pazarlama aynı zamanda çalışan bağlılığını artırmaktadır. Çalışanlar, işlerinin çevresel ve sosyal etkileri azaltmada bir rol oynadıklarını hissettiklerinde daha fazla motive olmaktadır. Sürdürülebilirlik ilkelerini benimseyen işletmeler, çalışanların iş-yaşam dengesini destekleyen politikalar uygulayabilirler. Örneğin esnek çalışma saatleri veya uzaktan çalışma imkanları sağlamak olarak gösterilmektedir. Bu tür uygulamalar, çalışan memnuniyetini artırır ve işletmelerin yetenekli çalışanları çekmesine ve elde tutmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca sürdürülebilir pazarlama organizasyonların düzenleyici uyumunu desteklemektedir. Çevresel ve sosyal etkileri ele alan düzenlemeler giderek artmaktadır. Bu nedenle, işletmelerin bu düzenlemelere uyum sağlamaları kritik önem taşır. Sürdürülebilir pazarlama stratejileri, organizasyonların düzenleyici gereksinimlere uyumunu kolaylaştırır ve risklerin azaltılmasına yardımcı olmaktadır. Bu da işletmelerin itibarlarını korumalarına ve rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olmaktadır (Gedik, 2020; Kayıkcı vd., 2019). Sürdürülebilir pazarlama stratejisi, hem çevresel hem de sosyal sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmada etkili bir araç olarak tanımlanmaktadır. Verimlilik artışı, marka sadakati, çalışan bağlılığı ve düzenleyici uyum gibi değişkenler üzerinde olumlu etkileri bulunmaktadır. Ancak her işletmenin benzersiz bir durumu olduğunu unutmamak önemlidir. Sürdürülebilir pazarlama stratejileri, işletmenin sektörüne, büyüklüğüne ve hedeflerine uygun şekilde uyarlanmalıdır.

Yenilenebilir enerji ve enerji verimliliği pazarlaması, yenilenebilir enerji kaynaklarının ve enerji verimliliği çözümlerinin pazarlanması ve benimsenmesi sürecini ifade etmektedir. Bu pazarlama faaliyetleri, yenilenebilir enerji teknolojilerini ve enerji verimliliği önlemlerini tanıtmayı, hedef kitlelere farkındalık yaratmayı ve bu çözümlerin benimsenmesini teşvik etmeyi amaçlamaktadır (Aydoğdu, 2021). Yenilenebilir enerji pazarlaması, güneş, rüzgar, hidroelektrik, biyokütle ve jeotermal gibi doğal kaynaklardan elde edilen enerji kaynaklarının kullanımını teşvik etmektedir. Bu, yenilenebilir enerji kaynaklarının avantajla-

rını, çevresel faydalarını, enerji güvenliği sağlama potansiyelini ve sürdürülebilirlik avantajlarını vurgulamayı içmektedir. Pazarlama faaliyetleri, bireyleri, işletmeleri ve kurumları yenilenebilir enerji sistemlerine geçmeye teşvik etmek için bilgilendirme kampanyaları, reklamlar, eğitim programları ve teşvikler gibi araçları kullanılmaktadır (Kocatürk vd., 2023; Ren vd., 2021; Tien, 2023).

Enerji verimliliği pazarlaması ise enerji tüketimini azaltma ve enerji kaynaklarını daha verimli kullanma üzerine odaklanmaktadır. Bu tür pazarlama faaliyetleri, enerji verimliliği önlemlerinin faydalarını ve tasarruf potansiyelini vurgulamaktadır. Örneğin enerji verimli aydınlatma sistemleri, yalıtım çözümleri, enerji tasarruflu ev aletleri ve enerji yönetim sistemleri gibi çözümleri tanıtmayı içermektedir (Damigos vd., 2020; Waris & Hameed, 2020). Enerji verimliliği pazarlaması, bireyleri, işletmeleri ve toplulukları enerji tasarrufu sağlamaya teşvik etmek ve enerji tüketim alışkanlıklarını değiştirmeye yönlendirmek için bilgilendirme, eğitim, teşvik ve farkındalık kampanyaları gibi araçları kullanılmaktadır. Yenilenebilir enerji ve enerji verimliliği pazarlaması, sürdürülebilir enerji dönüşümünün hızlandırılmasına ve karbon salınımının azaltılmasına yardımcı olmaktadır. Bu pazarlama faaliyetleri, enerji kaynaklarının daha sürdürülebilir ve temiz bir şekilde kullanılmasını teşvik ederek çevresel ve ekonomik faydalar sağlamaktadır (Panchenko vd., 2020; Ye & Yue, 2023).

4.3. Sürdürülebilir Enerji Ürün ve Hizmetlerinin Pazarlama Stratejileri

Sürdürülebilir enerji ürün ve hizmetlerinin pazarlama stratejileri, çevresel farkındalığı artırmaya, yeşil enerjinin faydalarını vurgulamaya ve tüketicilerin çevre dostu seçimler yapmasını teşvik etmeye odaklanır. Bu stratejiler genellikle eğitim ve bilgilendirme kampanyalarını, sosyal medya ve dijital pazarlamayı, yeşil sertifikalar ve etiketlemeleri içerir. Ayrıca, sürdürülebilirlik raporları ve şeffaflık, tüketicilere markanın çevresel taahhütlerini ve ulaştığı başarıları göstermek için kullanılır. Pazarlama mesajları, yenilenebilir enerji kaynaklarının uzun vadeli maliyet tasarrufları ve çevresel etki azaltma gibi somut faydalarını öne çıkarır. Böylece, tüketicilerin sürdürülebilir enerji çözümlerine yönelik tercihleri bilinçli ve değer odaklı olur. Sürdürülebilir enerji tüketimi konusundaki pazarlama akademisyenlerinin araştırma fırsatlarına yaklaşmanın bir yolu, küresel enerji ortaklarının pazar sistemi paydaşlarını içeren bir model içine yerleştirir-

mektir. Bu çerçevede, ev ve işletme düzeyinde başlayarak enerji tüketiminin farklı etkenlerini dikkate alır ve enerji tüketiminde değişiklik yapmayı teşvik etmek için etkili pazarlama stratejileri geliştirmeyi amaçlamaktadır (Cho vd., 2023; Pablo-Romero vd., 2023).

4.4. Müşteri Davranışları ve Enerji Sürdürülebilir Pazarlama

Müşteri davranışları ve enerjide sürdürülebilir pazarlama arasındaki ilişki, modern tüketici toplumunun çevresel sorunlara giderek daha fazla önem vermesiyle karmaşıklaşmıştır. Günümüzde tüketiciler, sadece ürün ve hizmetlerin kalitesine ve fiyatına değil, aynı zamanda çevresel ayak izlerine ve sürdürülebilir üretim pratiklerine de dikkat etmektedirler. Bu bilinç düzeyi, şirketlerin pazarlama stratejilerini müşterilerin değer yargıları ve beklentileri doğrultusunda şekillendirmelerini gerektirmektedir. Sürdürülebilir pazarlama, tüketicilere ürünlerin ve hizmetlerin çevresel faydalarını, enerji verimliliğini ve yenilenebilir kaynaklardan elde edilmelerini ön plana çıkararak, tüketici tercihlerini şekillendirir. Bu süreçte, şeffaflık ve doğruluk esastır; şirketler, gerçekleştirdikleri çevresel girişimler ve sürdürülebilirlik performansları hakkında açık ve doğru bilgiler sağlayarak güven oluşturmalıdır (Buell & Kalkanci, 2021; Chou vd., 2020). Sosyal medya ve dijital platformlar, tüketicilerin bilgi edinmesi, görüş alışverişinde bulunması ve çevresel konulara dair farkındalığın artırılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu platformlar, sürdürülebilir ürün ve hizmetler hakkında hikayeler paylaşmak, müşteri deneyimlerini sergilemek ve çevresel etkileri azaltma yollarını tartışmak için kullanılabilir. Ayrıca, yenilikçi pazarlama teknikleri ve kampanyalar, özellikle genç tüketiciler arasında sürdürülebilir enerji çözümlerine olan ilgiyi artırabilir (Hysa vd., 2021; Tanford vd., 2020; Zafar vd., 2021). Müşteri davranışlarının derinlemesine anlaşılması ve bu davranışlara yönelik etkili sürdürülebilir pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi, enerji sektöründe sürdürülebilirliğin teşvik edilmesinde kritik bir öneme sahiptir. Tüketicilerin çevresel değerlere olan bağlılıklarını anlamak ve bu değerleri destekleyen ürün ve hizmetler sunmak, hem çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunur hem de şirketler için uzun vadeli başarı ve rekabet avantajı sağlar.

4.5. Tüketici Algısı, Tercihleri, Enerji Verimliliği Bilinci ve Fiyatlandırma

Alternatif enerji kaynaklarının tüketicilere sunulması, fiyatlandırma politikaları tarafından etkilenebilir. Alternatif enerji kaynakları, geleneksel enerji kaynaklarına kıyasla genellikle daha pahalıdır. Tüketicileri alternatif enerji kaynaklarına geçmeye teşvik etmek için fiyatlandırma düzenlemeleri uygulanabilir. Örneğin devlet teşvikleri ve vergi indirimleri gibi politikalar, alternatif enerji kaynaklarının maliyetlerini düşürebilir ve tüketicilerin bu kaynaklara daha kolay erişmesini sağlayabilir. Ayrıca enerji fiyatlarının gerçek maliyetleri gösteren bir fiyatlandırma sistemi, müşterileri daha verimli enerji kullanımına teşvik edebilir (Gugler vd., 2021; Rasheed vd., 2020). Tüketicilerin alternatif enerji kaynakları hakkında kapsamlı ve doğru bir şekilde bilgi sahibi olmaları çok önemlidir. Bilgi eksikliği, tüketicilerin alternatif enerji kaynaklarını ve bu kaynaklardan nasıl yararlanacaklarını anlamalarını engelleyebilir. Bu nedenle, tüketicileri bilgilendirmek için enerji politikalarının bir parçası olarak kampanyalar düzenlenebilir. Bu kampanyalar, tüketicileri alternatif enerji kaynaklarının kullanımı, faydaları ve erişimi hakkında bilgilendirebilir. Ek olarak enerji verimliliği ve tasarrufu hakkında bilgi verilebilir. Sonuç olarak, politika ve düzenleme, ulaşım ve erişilebilirlik, fiyatlandırma ve bilgi eksikliği gibi birçok şey tüketimi kısıtlayabilir. Sürdürülebilir enerji geçişini hızlandırmak için bu unsurları ele almak, daha geniş bir tüketici kitlesinin alternatif enerji kaynaklarını benimsemesini teşvik edebilir (Irfan vd., 2021; Lucas vd., 2021).

Tüketici algısı ve tercihlerinde enerji verimliliği bilinci, sürdürülebilir tüketim modellerinin önemli bir yönünü oluşturur. Günümüzde, çevresel sürdürülebilirlik konusunda artan farkındalık, tüketicilerin enerji verimli ürün ve hizmetlere yönelik taleplerini şekillendirmekte ve bu da fiyatlandırma stratejileri üzerinde belirgin bir etkiye sahip olmaktadır. Tüketiciler, enerji tüketimini azaltarak çevresel etkiyi minimize eden ve uzun vadede maliyet tasarrufu sağlayan çözümlere giderek daha fazla değer vermeye başlamışlardır. Bu durum enerji verimliliği yüksek ürünlerin tercih edilmesinde önemli bir faktör haline gelmiştir (Issock Issock vd., 2020; Y. Zhang vd., 2020). Enerji verimliliği bilincinin artması, ürünlerin ve hizmetlerin fiyatlandırılmasında yeni dinamikler yaratmaktadır. Tüketiciler, enerji verimliliği yüksek ürünler için başlangıçta daha yüksek bir fiyat ödemeye hazır olabilmekte, çünkü bu ürünlerin uzun vadede daha düşük işletme maliyetlerine ve çevresel faydalara sahip olduğunun farkındadırlar. Bu durum, şirketlerin fiyatlandırma stratejilerini, ürünlerinin enerji

verimliliği ve çevresel sürdürülebilirlik özelliklerini yansıtacak şekilde ayarlamalarını gerektirir. Enerji verimli ürünlerin ve hizmetlerin fiyatlandırılması, tüketici algısını ve satın alma kararlarını doğrudan etkileyebilir. Bu nedenle şirketler, enerji verimliliği yüksek ürünlerin maliyet etkinliği ve çevresel avantajlarını vurgulayan şeffaf ve etkili iletişim stratejileri geliştirmelidir (Silva vd., 2023; Sus vd., 2023). Ayrıca, tüketicilerin enerji verimliliği konusundaki bilinç düzeyi ve tercihleri, hükümet politikaları ve teşvikler tarafından da şekillendirilmektedir. Enerji verimli ürünler üzerindeki vergi indirimleri, sübvansiyonlar ve diğer teşvikler, tüketicilerin bu ürünlere olan talebini artırabilir ve genel pazar dinamiklerini etkileyebilir. Bu tür politikalar, tüketici algısını olumlu yönde etkileyerek, enerji verimliliği bilincinin artmasına ve sürdürülebilir ürün tercihlerinin yaygınlaşmasına katkıda bulunabilir (Khaleel vd., 2023; Khan vd., 2023; Mushafiq vd., 2023). Tüketici algısı, tercihleri, enerji verimliliği bilinci ve fiyatlandırma arasındaki ilişki, sürdürülebilir tüketim ve üretim modellerinin gelişiminde merkezi bir rol oynamaktadır. Şirketlerin, tüketicilerin enerji verimliliği konusundaki beklentilerini karşılayacak şekilde ürün ve hizmetlerini tasarlamaları, fiyatlandırmaları ve pazarlamaları gerekmektedir. Bu yaklaşım, hem çevresel sürdürülebilirliği teşvik eder hem de tüketici memnuniyetini ve sadakatini artırarak şirketler için uzun vadeli başarıyı sağlar.

4.6. Enerji Şirketleri için Sürdürülebilir Pazarlama Stratejileri

Enerji şirketleri için sürdürülebilir pazarlama stratejileri, çevresel sorumluluk, şeffaflık ve tüketici etkileşimini merkeze alan bir yaklaşım gerektirir. Bu stratejiler, sürdürülebilir enerji kaynaklarının kullanımını teşvik ederken, aynı zamanda enerji verimliliği ve çevre dostu uygulamalar üzerinden tüketicilere değer sunmayı amaçlar. Şirketler, yenilenebilir enerji kaynaklarına yatırım yaparak, karbon ayak izini azaltma çabalarını ve çevresel sürdürülebilirlik taahhütlerini vurgulayarak bu hedeflere ulaşabilirler (Aydın, 2023; Zengin & Aksoy, 2021). Enerji şirketlerinin sürdürülebilir pazarlama stratejileri, tüketicilere net ve anlaşılır bilgiler sunmalıdır. Enerji tasarrufu sağlayan ürünler ve hizmetler, tüketicilerin çevresel etkiyi azaltma ve enerji maliyetlerini düşürme ihtiyaçlarına yanıt vermelidir. Bu bilgiler, etkili bir anlatı ve görsel iletişim yoluyla, tüketicilerin dikkatini çekecek ve onları bilinçlendirecek şekilde sunulmalıdır (Bilen, 2024; N. L. Kim vd., 2020). Dijital pazarlama ve sosyal medya platformları,

enerji şirketlerinin sürdürülebilir pazarlama çabalarında kritik öneme sahiptir. Şirketler, bu platformları kullanarak çevresel sürdürülebilirlik projelerini, yenilenebilir enerji kaynaklarına yaptıkları yatırımları ve müşteri hikayelerini paylaşabilirler. Bu yaklaşım, marka imajını güçlendirirken, tüketiciler arasında etkileşim ve topluluk duygusu oluşturur (Saura vd., 2020; Urdea vd., 2021). Müşteri ihtiyaç ve tercihlerini anlamak için pazar araştırması ve tüketici geri bildirimlerini kullanmalıdır. Bu bilgiler, hedef kitleye uygun, kişiselleştirilmiş pazarlama kampanyaları ve hizmet teklifleri geliştirmek için değerlidir. Ayrıca, müşteri deneyimini iyileştirmek ve enerji verimliliği bilincini artırmak için eğitim programları ve atölye çalışmaları düzenlenebilir (Mancuso vd., 2021; Peterson vd., 2021; Sun vd., 2020). Sürdürülebilir pazarlama stratejileri, yerel topluluklarla işbirliği ve ortaklık kurmayı da içermelidir. Enerji şirketleri, yerel topluluk projelerine katılarak ve çevresel sürdürülebilirlik girişimlerini destekleyerek sosyal sorumluluklarını gösterebilirler. Bu tür faaliyetler, şirketlerin toplum nezdindeki itibarını artırır ve tüketicilerle daha güçlü bir bağ kurmalarına yardımcı olur (Nandiwardana vd., 2023). Sürdürülebilir pazarlama stratejileri, enerji sektöründeki yenilikleri ve teknolojik gelişmeleri vurgulamalıdır. Akıllı teknolojiler, enerji yönetim sistemleri ve verimli enerji kullanımı çözümleri gibi konular, tüketicilerin enerji tüketim alışkanlıklarını dönüştürmede önemli bir rol oynayabilir. Bu teknolojilerin tanıtılması, tüketicilere enerji verimliliğinin pratik yollarını sunar ve onların sürdürülebilir enerji çözümlerine yönelik ilgisini artırabilir. Enerji şirketleri için sürdürülebilir pazarlama stratejileri, tüketicilerin enerji kullanım alışkanlıklarını dönüştürmeye ve çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunmaya yönelik önemli bir araçtır. Bu stratejiler, şirketlerin çevresel taahhütlerini yerine getirmelerine, tüketicilerle daha derin bağlar kurmalarına ve uzun vadeli başarıya ulaşmalarına yardımcı olur. Sürdürülebilir pazarlama stratejileri, aşağıdaki unsurları içerebilir (Kamya, 2020):

- *Ürün ve hizmetlerin sürdürülebilirliği*: İşletmeler, ürün ve hizmetlerini çevre dostu malzemeler kullanarak üretebilir veya sürdürülebilir kaynaklardan elde edilen enerjiyi kullanabilir. Ayrıca, ürünlerin kullanım süresini uzatmaya yönelik tasarımlar yapabilir veya geri dönüşümü kolaylaştıran ürünler sunabilir.
- *Yeşil pazarlama iletişimi*: İşletmeler, çevre dostu uygulamalarını ve sürdürülebilirlik hedeflerini pazarlama iletişiminde vurgulayabilir. Bu, ürün ambalajlarındaki çevreci sembollerin kullanılması, reklam kampanyalarında çevre dostu mesajların verilmesi veya sosyal medya üzerinden

sürdürülebilirlikle ilgili içeriklerin paylaşılması gibi farklı şekillerde gerçekleştirilebilir.

- *Hedef kitleye yönelik bilinçlendirme:* İşletmeler, müşterilerini sürdürülebilirlik konusunda bilinçlendirmek için eğitim programları, seminerler veya bilgilendirici içerikler sunabilir. Bu, tüketicilerin sürdürülebilir ürünleri tercih etmelerini teşvik edebilir ve çevre dostu davranışlara yönlendirebilir.
- *Geri dönüşüm ve tasarruf teşvikleri:* İşletmeler, müşterilerine geri dönüşümü teşvik eden programlar veya tasarruf sağlamayı amaçlayan kampanyalar sunabilir. Örneğin, bir ürünün ambalajının geri dönüştürülebilir olduğunu vurgulayarak müşterilerin geri dönüşüm yapmalarını teşvik edebilir veya enerji tasarrufu sağlayan ürünlerin kullanımını teşvik edebilir.
- *Sürdürülebilir iş uygulamaları:* İşletmeler, sürdürülebilirlik değerlerini iş uygulamalarına entegre ederek örnek olabilir. Bu, enerji ve su tasarrufu sağlayan uygulamaların benimsenmesi, atık yönetimi süreçlerinin iyileştirilmesi veya sosyal sorumluluk projelerine aktif katılım gibi faaliyetleri içerebilir.
- *İş ortaklıkları ve tedarik zinciri yönetimi:* İşletmeler, tedarik zinciri boyunca sürdürülebilirlik ilkelerini benimsemek için iş ortaklarıyla işbirliği yapabilir. Sürdürülebilirlik standartlarına uygun tedarikçilerin tercih edilmesi, lojistik süreçlerin optimize edilmesi ve sürdürülebilirlikle ilgili bilgi paylaşımı gibi adımlar atılabilir.

İşletmelere sürdürülebilir pazarlama yoluyla çevresel ve toplumsal sorumlulukları yerine getirme fırsatları verilir. Bu yöntem, işletmelerin sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmasına ve müşteri sadakatini artırmasına yardımcı olabilirler.

4.6.1. Yeşil Enerji Üretimi ve Pazarlama

Yeşil enerji üretimi, çevreye zarar vermeyen ve yenilenebilir enerji kaynaklarından elde edilen enerjinin üretilmesini ifade etmektedir. Bu kaynaklar arasında güneş, rüzgar, hidroelektrik, biyokütle ve jeotermal enerji bulunmaktadır. Yeşil enerji pazarlaması, bu yenilenebilir enerji kaynaklarından elde edilen enerjiyi tüketiciye tanıtmayı ve teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Bu, yeşil ener-

jinin çevresel faydalarını, enerji güvenliğini artırma potansiyelini ve sürdürülebilirlik avantajlarını vurgulamayı içermektedir. Pazarlama faaliyetleri, yeşil enerji kaynaklarına dayalı enerji üreticilerini tanıtmak, tüketicileri yeşil enerji kullanmaya teşvik etmek ve bu çözümleri benimsemelerini sağlamak için bilgilendirme kampanyaları, reklamlar, eğitim programları ve teşvikler gibi araçları kullanılmaktadır (Anto vd., 2020; Z. Li vd., 2021).

4.6.2. Enerji Verimliliği ve Sürdürülebilirlik

Enerji verimliliği, mevcut enerji kaynaklarını daha verimli bir şekilde kullanarak enerji tüketimini azaltmayı ve kaynakların sürdürülebilirliğini sağlamayı hedeflemektedir. Enerji verimliliği çözümleri, enerji tasarruflu aydınlatma sistemleri, yalıtım çözümleri, enerji verimli ev aletleri ve enerji yönetim sistemleri gibi çeşitli teknolojileri içermektedir. Enerji verimliliği ve sürdürülebilirlik pazarlaması, bu çözümleri tanıtmayı ve tüketicileri enerji tasarrufu sağlamaya teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Pazarlama faaliyetleri, enerji verimliliği önlemlerinin faydalarını ve tasarruf potansiyelini vurgulayarak, enerji tasarrufunun çevresel ve ekonomik faydalarını anlatmayı içermektedir (Chen vd., 2021; Paramati vd., 2022; Zakari vd., 2022).

4.6.3. Çevresel Duyarlılık ve İmaj Oluşturma

Çevresel duyarlılık, şirketlerin ve bireylerin çevre dostu ve sürdürülebilir uygulamaları benimsemesini ve çevreye olan etkilerini azaltmayı ifade etmektedir. Şirketler çevresel duyarlılık göstererek, toplumda olumlu bir imaj oluşturabilir ve müşterilerin çevreye duyarlı markalara yönelmesini sağlayabilmektedir. Çevresel duyarlılık ve imaj oluşturma pazarlaması, şirketlerin çevre dostu uygulamalarını vurgulamayı ve tüketicilere çevreye duyarlı bir marka imajı sunmayı amaçlamaktadır. Bu, şirketlerin sürdürülebilirlik politikalarını, yeşil üretim süreçlerini, karbon ayak izini azaltma çabalarını ve doğal kaynakların korunmasına yönelik faaliyetlerini tanıtmayı içermektedir (Darvishmotevali & Altınay, 2022; Ferreira vd., 2023).

4.6.4. Tüketiciye Eğitim ve Bilinçlendirme

Tüketicilere eğitim ve bilinçlendirme, enerji verimliliği, yenilenebilir enerji ve çevresel sürdürülebilirlik konularında farkındalık yaratmayı ve bilgi sağlama-

yı amaçlamaktadır. Pazarlama faaliyetleri, tüketicilere enerji tasarrufu sağlama yöntemleri, yenilenebilir enerji kaynakları, çevresel etkiler ve sürdürülebilirlik konularında bilgilendirici içerikler sunar. Bu, broşürler, web siteleri, seminerler, eğitim programları ve sosyal medya kampanyaları gibi çeşitli iletişim araçlarıyla gerçekleştirilebilir. Tüketicilere eğitim ve bilinçlendirme, enerji verimliliği ve çevresel sürdürülebilirlik konularında daha bilinçli kararlar almayı teşvik eder ve bu sayede enerji tasarrufu ve çevresel koruma sağlanabilir (A. Saleem vd., 2022).

SONUÇ

Bu araştırma, sürdürülebilir enerji geçişinin tüketiciler, enerji şirketleri ve pazarlama stratejileri açısından ele alınmasına odaklanmış ve sürdürülebilir pazarlamanın işletmelere nasıl değer kattığını incelemiştir. Tüketicilerin enerji kullanımına yönelik algıları, tercihleri, enerji verimliliği bilinci ve fiyatlandırma gibi faktörlerin, sürdürülebilir enerji kullanımının yaygınlaştırılmasında kritik bir rol oynadığı vurgulanmıştır. Ancak, bu konularda daha fazla detay ve vurgu yapmak, sonuçları daha anlamlı kılabilir. Enerji tüketiminin yönlendirilmesi açısından, fiyatlandırma politikalarının etkisi önemlidir. Devlet teşvikleri ve vergi indirimleri gibi politikalar, alternatif enerji kaynaklarının maliyetlerini düşürerek tüketicilere bu kaynaklara daha erişilebilir kılabilir. Ayrıca, fiyatlandırma sistemi, müşterileri daha verimli enerji kullanımına teşvik edebilir. Ancak, belirtilen politika ve düzenlemelerin detayları ve bu politikaların tüketiciler üzerindeki etkileri daha fazla vurgulanmalıdır. Enerji şirketleri için sürdürülebilir pazarlama stratejileri, çevresel sorumluluk, şeffaflık ve tüketici etkileşimini merkeze alan bir yaklaşım gerektirir. Bu stratejiler, yenilenebilir enerji kaynaklarına yatırım yapmanın ötesinde, tüketicilere net ve anlaşılır bilgileri sunmayı, çevre dostu uygulamalar üzerinden değer sunmayı amaçlamaktadır. Ancak, metinde, sürdürülebilir pazarlama stratejilerinin daha fazla detaylandırılması ve işletmelere örneklerle desteklenmesi gereklidir. Bu bağlamda, sürdürülebilir pazarlama anlayışı, müşteriyi merkeze alan bir yaklaşım benimser ve çevrenin korunmasını, toplumun değerlerini önemseyerek uygun maliyetli, çözüm odaklı ve müşteriye değer temelli ürün veya hizmet sunmayı amaçlamaktadır. Geleneksel pazarlama anlayışıyla uzun yıllar faaliyet gösteren işletmeler, mevcut ve potansiyel müşterileri için heyecan verici bir pazarlama yaklaşımına ihtiyaç

duymuş ve bu da sürdürülebilir pazarlamayı ortaya çıkarmıştır. Sürdürülebilir pazarlamayı benimseyen işletmeler, müşterilerden olumlu tepkiler almış, satış rakamlarında artış yaşamış ve firma imajında olumlu değişimler gözlemlemiştir. Toplumların bilinç düzeyi arttıkça bireyler kişisel ihtiyaçlarının yanı sıra toplum ve çevreyle ilgili hassasiyetlerini de ön plana çıkarmaktadırlar. Sürdürülebilir pazarlama, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını toplum refahı ve çevrenin korunmasıyla birleştirmeyi hedefler. Ancak tüketicilerin çevre dostu davranışlara yönelmelerini engelleyen faktörlerin belirlenmesi, pazarlama bilimi, şirketler ve toplumsal hedefler açısından birçok katkı sağlayabilir. Bugünün işletmeleri, sürdürülebilirlik ve marka iletişimi arasındaki ilişki bağlamında doğaya ve çevreye duyarlı reklam çalışmaları yapmalı ve bunun reklam stratejilerinin temelini oluşturduğunu vurgulamalıdır. Bu bağlamda çevre dostu hedef kitleler ve pazar segmentleri öncelikli hedeflenmelidir. İşletmeler, müşterilerine güvenle satın alabilecekleri ve gelecekteki ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri sürdürülebilir ürün ve hizmetleri sunmalı, aynı zamanda maliyet hesaplamalarında sadece işletme odaklı olmamalı ve kullanım, teslimat ve satış sonrası hizmetler konusunda müşterilerin kafasında soru işaretleri bırakmayacak şekilde sürdürülebilir bir yaklaşım benimsediklerini göstermelidir. Ayrıca kararlar verilirken müşteriye ve çevreye getireceği maliyetler de göz önünde bulundurulmalıdır. İşletmeler, ürettikleri ürünlerin müşterilere doğru mesajlar verdiğini doğru bir şekilde analiz etmeli ve sürdürülebilir bir pazarlama anlayışıyla işletme ile müşteri arasında çift yönlü iletişim ağı sağlamalıdır. Sürdürülebilir pazarlamaya geçiş sürecinde işletmeler, sosyal ve çevresel sorunları fark etmeli ve bu sorunlara çözümler geliştirerek kurumsal stratejilerle sorunlara çözüm aramalıdır. İlk olarak, işletmelerin kurumsal alışkanlıklarını değiştirmek ve sürdürülebilirlik konularında çalışacak bir ekip oluşturmak gerekmektedir. İşletmeler, sorunları çözmek için halkı da bu yönde bilinçlendirmeli ve çevre dostu hammaddeler kullanarak ürünlerini üretmeli ve tüketicileri bu konuda bilgilendirmelidir. Sürdürülebilir pazarlama, işletmelerin sadece kâr elde etme amacından öte, toplumsal ve çevresel sorumluluklarını da gözetmelerini gerektirmektedir. Gelecekteki araştırmalarda, işletmelerin sürdürülebilir pazarlama stratejilerinin uzun vadeli etkilerini ve bu stratejilerin değişen tüketici beklentilerine nasıl uyum sağladığını incelemek, bu alandaki bilgiyi genişletmek açısından önemlidir.

Bu kapsamlı araştırma, sürdürülebilir enerji geçişinin tüketiciler, enerji şirketleri ve pazarlama stratejileri üzerindeki etkilerini ele almıştır. Enerji tüketimi, fiyatlandırma politikaları, devlet teşvikleri, çevresel sorumluluk, şeffaflık

ve müşteri etkileşimi gibi konular, sürdürülebilir enerji kullanımının yaygınlaştırılmasında oynadığı rolü vurgulamıştır. Ancak, bu konularda daha fazla detay, örnek ve vurgu yaparak, okuyuculara daha kapsamlı bir anlayış sağlamak mümkündür. Sürdürülebilir pazarlama anlayışının genel bir çerçevesi, müşteri odaklılık, çevre koruma, toplum değerlerine saygı, uygun maliyet, çözüm odaklılık ve müşteriye değer temelli ürün veya hizmet sunma amacını içermektedir. Bu anlayış, geleneksel pazarlama anlayışının ötesine geçerek, işletmeleri müşterileri için heyecan verici ve sürdürülebilir pazarlama stratejileri benimsemeye yönlendirmiştir. Sürdürülebilir pazarlamayı benimseyen işletmeler, olumlu müşteri tepkileri, satışlarda artış ve olumlu firma imajı gibi avantajlar elde etmiştir. Tüketicilerin bilinç düzeyinin artması, bireylerin kişisel ihtiyaçları kadar toplum ve çevreyle ilgili duyarlılıklarını da ön plana çıkarmaktadır. Sürdürülebilir pazarlama, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını toplum refahı ve çevrenin korunmasıyla birleştirme hedefini taşımaktadır. Ancak, bu bağlamda çevre dostu davranışları engelleyen faktörlerin belirlenmesi, pazarlama bilimi, işletmeler ve toplum açısından önemli bir araştırma alanını oluşturmaktadır. Günümüz işletmeleri, sürdürülebilirlik ve marka iletişimi arasındaki ilişkiyi vurgulayarak doğaya ve çevreye duyarlı reklam çalışmalarını hayata geçirmelidir. Bu bağlamda, çevre dostu hedef kitleler ve pazar segmentleri öncelikle hedeflenmeli, işletmeler müşterilerine güvenle satın alabilecekleri sürdürülebilir ürün ve hizmetleri sunmalıdır. Ancak, bu süreçte sadece işletme odaklı olmayan, aynı zamanda müşteri ve çevre odaklı maliyet hesaplamaları yapmalıdırlar. İşletmeler, ürettikleri ürünlerin müşterilere doğru mesajları verdiği için emin olmalı ve sürdürülebilir bir pazarlama anlayışıyla işletme ile müşteri arasında etkili bir iletişim ağı kurmalıdır. Sürdürülebilir pazarlamaya geçiş sürecinde işletmeler, sosyal ve çevresel sorunları fark etmeli, bu sorunlara etkili çözümler geliştirmeli ve kurumsal stratejilerle bu çözümleri hayata geçirmelidir. İlk aşamada, işletmelerin kurumsal alışkanlıklarını değiştirmesi ve sürdürülebilirlik konusunda uzman bir ekip oluşturması gerekmektedir. Aynı zamanda, çevre dostu hammaddeler kullanarak üretim yapmalı ve tüketicileri bu konuda bilinçlendirmelidir. Sürdürülebilir pazarlama, işletmelerin sadece kâr elde etme amacının ötesine geçerek toplumsal ve çevresel sorumlulukları da gözetmelerini gerektirir. Gelecekteki araştırmalarda, işletmelerin sürdürülebilir pazarlama stratejilerinin uzun vadeli etkileri ve bu stratejilerin değişen tüketici beklentilerine nasıl uyum sağladığı daha ayrıntılı bir şekilde incelenmelidir.

KAYNAKÇA

- Açıkalın, N. (2020). Sürdürülebilir Pazarlama Bakış Açısı ile Döngüsel Ekonomi İncelemesi. *Sakarya İktisat Dergisi*, 9(3), Article 3.
- Ahsan, F., at. al. (2023). Data-driven next-generation smart grid towards sustainable energy evolution: Techniques and technology review. *Protection and Control of Modern Power Systems*, 8(3), 1–42. <https://doi.org/10.1186/s41601-023-00319-5>
- Akgün, V. Ö., Kuzukerpiç, F., & Çini, M. A. (2023). İlişkisel Pazarlamanın Marka Sadakatine Etkisine Yönelik Bir Araştırma A Research on The Effect of Relationship Marketing on Brand Loyalty. *Güncel Pazarlama Yaklaşımları ve Araştırmaları Dergisi*. <https://doi.org/10.54439/gupayad.1353729>
- Alcaide González, M. Á., De La Poza Plaza, E., & Guadalajara Olmeda, N. (2020). The impact of corporate social responsibility transparency on the financial performance, brand value, and sustainability level of IT companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 642–654. <https://doi.org/10.1002/csr.1829>
- Ali, A., Audi, M., & Roussel, Y. (2021, January). *Natural Resources Depletion, Renewable Energy Consumption and Environmental Degradation: A Comparative Analysis of Developed and Developing World* [MPRA Paper]. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/105277/>
- Almulhim, A. I. (2022). Understanding public awareness and attitudes toward renewable energy resources in Saudi Arabia. *Renewable Energy*, 192, 572–582. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2022.04.122>
- Alsayegh, M. F., Abdul Rahman, R., & Homayoun, S. (2020). Corporate Economic, Environmental, and Social Sustainability Performance Transformation through ESG Disclosure. *Sustainability*, 12(9), Article 9. <https://doi.org/10.3390/su12093910>
- Amoako, G. K., Dzogbenuku, R. K., Doe, J., & Adjaison, G. K. (2020). Green marketing and the SDGs: Emerging market perspective. *Marketing Intelligence & Planning*, 40(3), 310–327. <https://doi.org/10.1108/MIP-11-2018-0543>
- Anser, M. K., Hanif, I., Alharthi, M., Chaudhry, I. S., Anser, M. K., Hanif, I., Alharthi, M., & Chaudhry, I. S. (2020). Impact of fossil fuels, renewable energy consumption and industrial growth on carbon emissions in Latin American and Caribbean economies. *Atmósfera*, 33(3), 201–213. <https://doi.org/10.20937/atm.52732>

- Anto, S., Mukherjee, S. S., Muthappa, R., Mathimani, T., Deviram, G., Kumar, S. S., Verma, T. N., & Pugazhendhi, A. (2020). Algae as green energy reserve: Technological outlook on biofuel production. *Chemosphere*, 242, 125079. <https://doi.org/10.1016/j.chemosphere.2019.125079>
- Anton, S. G., & Afloarei Nucu, A. E. (2020). The effect of financial development on renewable energy consumption. A panel data approach. *Renewable Energy*, 147, 330–338. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2019.09.005>
- Arslan, I. K. (2020). The Importance of Creating Customer Loyalty in Achieving Sustainable Competitive Advantage. *Eurasian Journal of Business and Management*, 8(1), 11–20. <https://doi.org/10.15604/ejbm.2020.08.01.002>
- Arslan, T. B., Baykal, S., Terciyanlı, A., & Cam, E. (2021). Enerji Verimliliği ve Tasarrufunda Tüketici Algı Yönetimi Yöntemlerinin Değerlendirilmesi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 27, Article 27. <https://doi.org/10.31590/ejosat.932265>
- Artun, E. S. (2024). Karbon Vergisinin Türkiye’de Yenilenebilir Enerjiye Yönlendirme Aracı Olarak Kullanılması. *Yaşar Hukuk Dergisi*, 6(1), Article 1.
- Arutyunov, V. S. (2021). The Concept of Sustainable Development and Real Challenges of Civilization. *Herald of the Russian Academy of Sciences*, 91(2), 102–110. <https://doi.org/10.1134/S1019331621020027>
- Asif, M. H., Zhongfu, T., Irfan, M., Ahmad, B., & Ali, M. (2023). Assessing eco-label knowledge and sustainable consumption behavior in energy sector of Pakistan: An environmental sustainability paradigm. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(14), 41319–41332. <https://doi.org/10.1007/s11356-023-25262-8>
- Asongu, S. A., Agboola, M. O., Alola, A. A., & Bekun, F. V. (2020). The criticality of growth, urbanization, electricity and fossil fuel consumption to environment sustainability in Africa. *Science of The Total Environment*, 712, 136376. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2019.136376>
- Ayşar Özcan, N., Bulut, M., Özcan, E., & Eren, T. (2022). Enerji Üretim Yatırım Alternatiflerinin Değerlendirilmesinde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinin İstatistiksel ve Analitik Olarak Karşılaştırması: Türkiye Örneği. *Journal of Polytechnic*, 25(2).
- Aydın, A. E. (2023). Sürdürülebilirlik ve Pazarlama Alanındaki Çalışmalarda Makro Bakış Açısının Gerekliliğine Yönelik Bir Tartışma. *Pazarlama İçgörüsü Üzerine Çalışmalar*, 7(1), Article 1.
- Aydoğdu, Ç. (2021). Yenilenebilir Enerji Sektöründe ve Enerji Verimliliğinde Kamusal

Destekler ve Türkiye’de Yansımaları. *Akademik İzdüşüm Dergisi*, 6(1), Article 1.

- Azmat, F., Lim, W. M., Moyeen, A., Voola, R., & Gupta, G. (2023). Convergence of business, innovation, and sustainability at the tipping point of the sustainable development goals. *Journal of Business Research*, 167, 114170. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114170>
- Baldassarre, B., Keskin, D., Diehl, J. C., Bocken, N., & Calabretta, G. (2020). Implementing sustainable design theory in business practice: A call to action. *Journal of Cleaner Production*, 273, 123113. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123113>
- Benton, R. (2021). Our Obsolete Marketing Mentality: George Fisk, Meet Karl Polanyi. *Journal of Macromarketing*, 41(1), 88–103. <https://doi.org/10.1177/0276146720973725>
- Bilen, U. (2024). Sürdürülebilir Modanın Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri Üzerindeki Rolünün İncelenmesi. *European Journal of Engineering and Applied Sciences*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.55581/ejeas.1409508>
- Borowski, P. F., & Patuk, I. (2021). Environmental, social and economic factors in sustainable development with food, energy and eco-space aspect security. *Present Environment and Sustainable Development*, 15(1), 153–169. <https://doi.org/10.15551/pesd2021151012>
- Borsellino, V., Schimmenti, E., & El Bilali, H. (2020). Agri-Food Markets towards Sustainable Patterns. *Sustainability*, 12(6), Article 6. <https://doi.org/10.3390/su12062193>
- Brydges, T., Retamal, M., & Hanlon, M. (2020). Will COVID-19 support the transition to a more sustainable fashion industry? *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 16(1), 298–308. <https://doi.org/10.1080/15487733.2020.1829848>
- Buell, R. W., & Kalkanci, B. (2021). How Transparency into Internal and External Responsibility Initiatives Influences Consumer Choice. *Management Science*, 67(2), 932–950. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2020.3588>
- Cantele, S., & Cassia, F. (2020). Sustainability implementation in restaurants: A comprehensive model of drivers, barriers, and competitiveness-mediated effects on firm performance. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102510. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102510>
- Caruso, G., Colantonio, E., & Gattone, S. A. (2020). Relationships between Renewable Energy Consumption, Social Factors, and Health: A Panel Vector Auto Regression Analysis of a Cluster of 12 EU Countries. *Sustainability*, 12(7), Article 7. <https://doi.org/10.3390/su12072915>

- Chaikumbung, M. (2021). Institutions and consumer preferences for renewable energy: A meta-regression analysis. *Renewable and Sustainable Energy Reviews, 146*, 111143. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2021.111143>
- Chege, S. M., & Wang, D. (2020). The influence of technology innovation on SME performance through environmental sustainability practices in Kenya. *Technology in Society, 60*, 101210. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101210>
- Chen, M., Sinha, A., Hu, K., & Shah, M. I. (2021). Impact of technological innovation on energy efficiency in industry 4.0 era: Moderation of shadow economy in sustainable development. *Technological Forecasting and Social Change, 164*, 120521. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120521>
- Ch'ng, P.-C., Cheah, J., & Amran, A. (2021). Eco-innovation practices and sustainable business performance: The moderating effect of market turbulence in the Malaysian technology industry. *Journal of Cleaner Production, 283*, 124556. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124556>
- Cho, H. H., Strezov, V., & Evans, T. J. (2023). A review on global warming potential, challenges and opportunities of renewable hydrogen production technologies. *Sustainable Materials and Technologies, 35*, e00567. <https://doi.org/10.1016/j.susmat.2023.e00567>
- Chou, S.-F., Horng, J.-S., Sam Liu, C.-H., & Lin, J.-Y. (2020). Identifying the critical factors of customer behavior: An integration perspective of marketing strategy and components of attitudes. *Journal of Retailing and Consumer Services, 55*, 102113. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102113>
- Chung, K. C. (2020). Green marketing orientation: Achieving sustainable development in green hotel management. *Journal of Hospitality Marketing & Management, 29*(6), 722–738. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1693471>
- Ciliberto, C., Szopik-Depczyńska, K., Tarczyńska-Luniewska, M., Ruggieri, A., & Ioppolo, G. (2021). Enabling the Circular Economy transition: A sustainable lean manufacturing recipe for Industry 4.0. *Business Strategy and the Environment, 30*(7), 3255–3272. <https://doi.org/10.1002/bse.2801>
- Clayton, S. (2020). Climate anxiety: Psychological responses to climate change. *Journal of Anxiety Disorders, 74*, 102263. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2020.102263>
- Damigos, D., Kontogianni, A., Tourkolas, C., & Skourtos, M. (2020). Behind the scenes: Why are energy efficient home appliances such a hard sell? *Resources, Conservation and Recycling, 158*, 104761. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.104761>

- Dănescu, T., Matei, R. B., & Constantinescu, L. (2021). Evolutionary benchmarks in sustainability reporting. Incursion from the Brundtland Report to the Sustainable Development Goals. *Acta Marisiensis. Seria Oeconomica*, 15(2), 19–30.
- Darvishmotevali, M., & Altinay, L. (2022). Green HRM, environmental awareness and green behaviors: The moderating role of servant leadership. *Tourism Management*, 88, 104401. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104401>
- Deshmukh, M. K. G., Sameeroddin, M., Abdul, D., & Abdul Sattar, M. (2023). Renewable energy in the 21st century: A review. *Materials Today: Proceedings*, 80, 1756–1759. <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.05.501>
- Dhingra, T., Sengar, A., & Sajith, S. (2023). Identifying, analyzing, and prioritizing barriers in the Indian industrial and commercial rooftop solar sector. *Solar Energy*, 254, 15–26. <https://doi.org/10.1016/j.solener.2023.02.056>
- DiPrete Brown, L., et al. (2020). From a Three-Legged Stool to a Three-Dimensional World: Integrating Rights, Gender and Indigenous Knowledge into Sustainability Practice and Law. *Sustainability*, 12(22), Article 22. <https://doi.org/10.3390/su12229521>
- Dirsehan, T., & Can, C. (2020). Examination of trust and sustainability concerns in autonomous vehicle adoption. *Technology in Society*, 63, 101361. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101361>
- Doğru, S. (2023). *AFET YÖNETİMİ PERSPEKTİFİNDEN ÇEVRE VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK* (pp. 91–105).
- Dong, F., & Liu, Y. (2020). Policy evolution and effect evaluation of new-energy vehicle industry in China. *Resources Policy*, 67, 101655. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2020.101655>
- Du, S., Bstieler, L., & Yalcinkaya, G. (2022). Sustainability-focused innovation in the business-to-business context: Antecedents and managerial implications. *Journal of Business Research*, 138, 117–129. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.006>
- Durán Peña, J. A., Ortiz Bas, Á., & Reyes Maldonado, N. M. (2021). Impact of Bullwhip Effect in Quality and Waste in Perishable Supply Chain. *Processes*, 9(7), Article 7. <https://doi.org/10.3390/pr9071232>
- Ebinger, F., & Omondi, B. (2020). Leveraging Digital Approaches for Transparency in Sustainable Supply Chains: A Conceptual Paper. *Sustainability*, 12(15), Article 15. <https://doi.org/10.3390/su12156129>
- Escoto, X., Gebrehewot, D., & Morris, K. C. (2022). Refocusing the barriers to sustain-

- nability for small and medium-sized manufacturers. *Journal of Cleaner Production*, 338, 130589. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.130589>
- Eteriki, M. A., El-Osta, W. A., Nassar, Y. F., & Khozondar, H. J. E.-. (2023). Effect of Implementation of Energy Efficiency in Residential Sector in Libya. *2023 8th International Engineering Conference on Renewable Energy & Sustainability (ieCRES)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ieCRES57315.2023.10209521>
- Faeq, D. K., Saleh, P. F., Hiwa, H., Ismael, A., & Nawzad, M. (2022). Purchase intention in the scope firm of corporate social responsibility. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)*, 11(6), Article 6. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i6.1944>
- Farley, H. M., & Smith, Z. A. (2020). *Sustainability: If It's Everything, Is It Nothing?* Routledge.
- Fernando, E., Sutomo, R., Prabowo, Y. D., Gatc, J., & Winanti, W. (2023). Exploring Customer Relationship Management: Trends, Challenges, and Innovations. *Journal of Information Systems and Informatics*, 5(3), Article 3. <https://doi.org/10.51519/journalisi.v5i3.541>
- Ferreira, L., Oliveira, T., & Neves, C. (2023). Consumer's intention to use and recommend smart home technologies: The role of environmental awareness. *Energy*, 263, 125814. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2022.125814>
- F.G. Reis, I., Gonçalves, I., A.R. Lopes, M., & Henggeler Antunes, C. (2021). Business models for energy communities: A review of key issues and trends. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 144, 111013. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2021.111013>
- Frig, M.-M., & Jaakkola, M. (2023). Between conspicuous and conscious consumption: The sustainability paradox in the intermediary promotional work of an online lifestyle site. *Journal of Consumer Culture*, 14695405231170684. <https://doi.org/10.1177/14695405231170684>
- Gajdzik, B., Wolniak, R., Nagaj, R., Grebski, W. W., & Romanyszyn, T. (2023). Barriers to Renewable Energy Source (RES) Installations as Determinants of Energy Consumption in EU Countries. *Energies*, 16(21), Article 21. <https://doi.org/10.3390/en16217364>
- García-Muiña, F. E., Medina-Salgado, M. S., Ferrari, A. M., & Cucchi, M. (2020). Sustainability Transition in Industry 4.0 and Smart Manufacturing with the Triple-Layered Business Model Canvas. *Sustainability*, 12(6), Article 6. <https://doi.org/10.3390/>

- Gedik, Y. (2020). Sosyal, Ekonomik ve Çevresel Boyutlarla Sürdürülebilirlik Ve Sürdürülebilir Kalkınma. *Uluslararası Ekonomi Siyaset İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, 3(3), Article 3.
- Ghobakhloo, M., Fathi, M., Iranmanesh, M., Maroufkhani, P., & Morales, M. E. (2021). Industry 4.0 ten years on: A bibliometric and systematic review of concepts, sustainability value drivers, and success determinants. *Journal of Cleaner Production*, 302, 127052. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127052>
- Grillone, B., Danov, S., Sumper, A., Cipriano, J., & Mor, G. (2020). A review of deterministic and data-driven methods to quantify energy efficiency savings and to predict retrofitting scenarios in buildings. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 131, 110027. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2020.110027>
- Grunkemeyer, W., & Moss, M. (2020). Key Concepts in Sustainable Development. 1999. <https://researchrepository.wvu.edu/rri-web-book/21>
- Guang-Wen, Z., Murshed, M., Siddik, A. B., Alam, M. S., Balsalobre-Lorente, D., & Mahmood, H. (2023). Achieving the objectives of the 2030 sustainable development goals agenda: Causalities between economic growth, environmental sustainability, financial development, and renewable energy consumption. *Sustainable Development*, 31(2), 680–697. <https://doi.org/10.1002/sd.2411>
- Gugler, K., Haxhimusa, A., & Liebensteiner, M. (2021). Effectiveness of climate policies: Carbon pricing vs. subsidizing renewables. *Journal of Environmental Economics and Management*, 106, 102405. <https://doi.org/10.1016/j.jeem.2020.102405>
- Gupta, A., Boas, I., & Oosterveer, P. (2020). Transparency in global sustainability governance: To what effect? *Journal of Environmental Policy & Planning*, 22(1), 84–97. <https://doi.org/10.1080/1523908X.2020.1709281>
- Gupta, H., Kusi-Sarpong, S., & Rezaei, J. (2020). Barriers and overcoming strategies to supply chain sustainability innovation. *Resources, Conservation and Recycling*, 161, 104819. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.104819>
- Haiyun, C., Zhixiong, H., Yüksel, S., & Dinçer, H. (2021). Analysis of the innovation strategies for green supply chain management in the energy industry using the QFD-based hybrid interval valued intuitionistic fuzzy decision approach. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 143, 110844. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2021.110844>
- Hajian, M., & Jangchi Kashani, S. (2021). 1—Evolution of the concept of sustainability.

- From Brundtland Report to sustainable development goals. In C. M. Hussain & J. F. Velasco-Muñoz (Eds.), *Sustainable Resource Management* (pp. 1–24). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-824342-8.00018-3>
- Hakim, N., Al-Nil, B. M. A. M. H., & Humaid, M. S. M. B. (2023). Ethics of Buying and Selling Online Sharia Economic Perspective: Study of the Concept of Iqâlah. *Demak Universal Journal of Islam and Sharia*, 1(01), Article 01. <https://doi.org/10.61455/deujis.v1i01.22>
- He, R., Luo, L., Shamsuddin, A., & Tang, Q. (2022). Corporate carbon accounting: A literature review of carbon accounting research from the Kyoto Protocol to the Paris Agreement. *Accounting & Finance*, 62(1), 261–298. <https://doi.org/10.1111/acfi.12789>
- Hickman, C., Marks, E., Pihkala, P., Clayton, S., Lewandowski, R. E., Mayall, E. E., Wray, B., Mellor, C., & Susteren, L. van. (2021). Climate anxiety in children and young people and their beliefs about government responses to climate change: A global survey. *The Lancet Planetary Health*, 5(12), e863–e873. [https://doi.org/10.1016/S2542-5196\(21\)00278-3](https://doi.org/10.1016/S2542-5196(21)00278-3)
- Hofstetter, J. S., De Marchi, V., Sarkis, J., Govindan, K., Klassen, R., Ometto, A. R., Spraul, K. S., Bocken, N., Ashton, W. S., Sharma, S., Jaeger-Erben, M., Jensen, C., Dewick, P., Schröder, P., Sinkovics, N., Ibrahim, S. E., Fiske, L., Goerzen, A., & Vazquez-Brust, D. (2021). From Sustainable Global Value Chains to Circular Economy—Different Silos, Different Perspectives, but Many Opportunities to Build Bridges. *Circular Economy and Sustainability*, 1(1), 21–47. <https://doi.org/10.1007/s43615-021-00015-2>
- Hossain, M. S., Hussain, K., Kannan, S., & Kunju Raman Nair, S. K. (2021). Determinants of sustainable competitive advantage from resource-based view: Implications for hotel industry. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(1), 79–98. <https://doi.org/10.1108/JHTI-08-2020-0152>
- Hummels, H., & Argyrou, A. (2021). Planetary demands: Redefining sustainable development and sustainable entrepreneurship. *Journal of Cleaner Production*, 278, 123804. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123804>
- Hussain, J., Khan, A., & Zhou, K. (2020). The impact of natural resource depletion on energy use and CO2 emission in Belt & Road Initiative countries: A cross-country analysis. *Energy*, 199, 117409. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2020.117409>
- Hysa, B., Karasek, A., & Zdonek, I. (2021). Social Media Usage by Different Generations as a Tool for Sustainable Tourism Marketing in Society 5.0 Idea. *Sustainability*,

- 13(3), Article 3. <https://doi.org/10.3390/su13031018>
- Iannone, B., & Caruso, G. (2023). “Sustainability and Digitalization as a Strategy for Resilience in the Coffee Sector. *Sustainability*, 15(6), Article 6. <https://doi.org/10.3390/su15064893>
- IBM. (2023). *What is the Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)?* | IBM. <https://www.ibm.com/topics/csrd>
- IEA. (2022). *Renewable heat – Renewables 2022 – Analysis*. IEA. <https://www.iea.org/reports/renewables-2022/renewable-heat>
- Impram, S., Varbak Nese, S., & Oral, B. (2020). Challenges of renewable energy penetration on power system flexibility: A survey. *Energy Strategy Reviews*, 31, 100539. <https://doi.org/10.1016/j.esr.2020.100539>
- Irfan, M., Hao, Y., Ikram, M., Wu, H., Akram, R., & Rauf, A. (2021). Assessment of the public acceptance and utilization of renewable energy in Pakistan. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 312–324. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.10.031>
- Issock Issock, P. B., Roberts-Lombard, M., & Mpinganjira, M. (2020). The importance of customer trust for social marketing interventions: A case of energy-efficiency consumption. *Journal of Social Marketing*, 10(2), 265–286. <https://doi.org/10.1108/JSOCM-05-2019-0071>
- Jabeen, G., Ahmad, M., & Zhang, Q. (2021). Factors influencing consumers’ willingness to buy green energy technologies in a green perceived value framework. *Energy Sources, Part B: Economics, Planning, and Policy*, 16(7), 669–685. <https://doi.org/10.1080/15567249.2021.1952494>
- Javaid, M., Haleem, A., Singh, R. P., Suman, R., & Rab, S. (2021). Role of additive manufacturing applications towards environmental sustainability. *Advanced Industrial and Engineering Polymer Research*, 4(4), 312–322. <https://doi.org/10.1016/j.aiepr.2021.07.005>
- Jeronen, E. (2020). Sustainable Development. In S. Idowu, R. Schmidpeter, N. Capaldi, L. Zu, M. Del Baldo, & R. Abreu (Eds.), *Encyclopedia of Sustainable Management* (pp. 1–7). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-02006-4_193-1
- Jiang, Z., Lyu, P., Ye, L., & Zhou, Y. wenqian. (2020). Green innovation transformation, economic sustainability and energy consumption during China’s new normal stage. *Journal of Cleaner Production*, 273, 123044. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123044>

- Jie, H., Khan, I., Alharthi, M., Zafar, M. W., & Saeed, A. (2023). Sustainable energy policy, socio-economic development, and ecological footprint: The economic significance of natural resources, population growth, and industrial development. *Utilities Policy*, *81*, 101490. <https://doi.org/10.1016/j.jup.2023.101490>
- Jung, J., Kim, S. J., & Kim, K. H. (2020). Sustainable marketing activities of traditional fashion market and brand loyalty. *Journal of Business Research*, *120*, 294–301. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.04.019>
- Kamya, B. (2020). *Sürdürülebilir Pazarlamanın Tüketici Davranışları ve Algılanan Marka Değeri Üzerine Ekisi*. <https://gcris.pau.edu.tr/bitstream/11499/38471/1/Badiru%20Kamya.pdf>
- Karakoç, D. Y. (2022). Sürdürülebilirlik ve İklim Değişikliğiyle Mücadele Açısından Döngüsel Ekonomiye Bakış. *Circular Economy in the Framework of Sustainable Development Policy*, 71–93.
- Kayıkçı, P., Armağan, K., & Dal, N. E. (2019). Sürdürülebilir Pazarlama: Kavramsal Bir Çalışma. *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi*, *2*(1), Article 1.
- Khaleel, M., Yusupov, Z., Ahmed, A. A., Alsharif, A., Alarga, A., & Imbayah, I. (2023). The Effect of Digital Technologies on Energy Efficiency Policy. *Int. J. Electr. Eng. and Sustain.*, 1–8.
- Khan, S. A. R., Yu, Z., Ridwan, I. L., Irshad, A. U. R., Ponce, P., & Tanveer, M. (2023). Energy efficiency, carbon neutrality and technological innovation: A strategic move towards green economy. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, *36*(2), 2140306. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2140306>
- Khan, S. A. R., Zhang, Y., Kumar, A., Zavadskas, E., & Streimikiene, D. (2020). Measuring the impact of renewable energy, public health expenditure, logistics, and environmental performance on sustainable economic growth. *Sustainable Development*, *28*(4), 833–843. <https://doi.org/10.1002/sd.2034>
- Kim, C. (2021). A review of the deployment programs, impact, and barriers of renewable energy policies in Korea. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, *144*, 110870. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2021.110870>
- Kim, J. E. (2020). Regulation trumps economics? Examining renewable energy policy, diffusion and investment in 80 developing countries. *Energy Research & Social Science*, *70*, 101613. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2020.101613>
- Kim, N. L., Kim, G., & Rothenberg, L. (2020). Is Honesty the Best Policy? Examining the Role of Price and Production Transparency in Fashion Marketing. *Sustainability*,

- Knapp, L., O'Shaughnessy, E., Heeter, J., Mills, S., & DeCicco, J. M. (2020). Will consumers really pay for green electricity? Comparing stated and revealed preferences for residential programs in the United States. *Energy Research & Social Science*, 65, 101457. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2020.101457>
- Kocatürk, E. B., Şen, F. Ö., & Yerden, N. K. (2023). Yeşil Şehir Kavramı ve Pazarlaması: İzmir'in Yeşil Şehirleşme Sürecinin Betimsel Analizi. *Kent Akademisi*, 16(Türkiye Cumhuriyetinin 100. Yılı Özel Sayısı | Special Issue for the 100th Anniversary of the Republic of Türkiye), Article Türkiye Cumhuriyetinin 100. Yılı Özel Sayısı , Special Issue for the 100th Anniversary of the Republic of Türkiye. <https://doi.org/10.35674/kent.1345123>
- Kumar, J. C. R., & Majid, M. A. (2020). Renewable energy for sustainable development in India: Current status, future prospects, challenges, employment, and investment opportunities. *Energy, Sustainability and Society*, 10(1), 2. <https://doi.org/10.1186/s13705-019-0232-1>
- Li, B., & Haneklaus, N. (2021). The role of renewable energy, fossil fuel consumption, urbanization and economic growth on CO2 emissions in China. *Energy Reports*, 7, 783–791. <https://doi.org/10.1016/j.egyr.2021.09.194>
- Li, L., Sun, W., Hu, W., & Sun, Y. (2021). Impact of natural and social environmental factors on building energy consumption: Based on bibliometrics. *Journal of Building Engineering*, 37, 102136. <https://doi.org/10.1016/j.jobbe.2020.102136>
- Li, X., Zhang, D., Zhang, T., Ji, Q., & Lucey, B. (2021). Awareness, energy consumption and pro-environmental choices of Chinese households. *Journal of Cleaner Production*, 279, 123734. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123734>
- Li, Z., Pan, Y., Yang, W., Ma, J., & Zhou, M. (2021). Effects of government subsidies on green technology investment and green marketing coordination of supply chain under the cap-and-trade mechanism. *Energy Economics*, 101, 105426. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2021.105426>
- Lie, Y., Permana, D., Soelton, M., Hariyani, S., & Syah, T. Y. R. (2020). The Implication of Green Marketing That Influence The Customer Awareness Towards Their Purchase Decision. *Mix Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10, 385. <https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i3.005>
- Liedong, T. A., Taticchi, P., Rajwani, T., & Pisani, N. (2022). Gracious growth: How to manage the trade-off between corporate greening and corporate growth. *Organizati-*

- onal Dynamics*, 51(3), 100895. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2022.100895>
- Lohani, S. P., Gurung, P., Gautam, B., Kafle, U., Fulford, D., & Jeuland, M. (2023). Current status, prospects, and implications of renewable energy for achieving sustainable development goals in Nepal. *Sustainable Development*, 31(1), 572–585. <https://doi.org/10.1002/sd.2392>
- Lu, Y., Khan, Z. A., Alvarez-Alvarado, M. S., Zhang, Y., Huang, Z., & Imran, M. (2020). A Critical Review of Sustainable Energy Policies for the Promotion of Renewable Energy Sources. *Sustainability*, 12(12), Article 12. <https://doi.org/10.3390/su12125078>
- Lucas, H., Carbajo, R., Machiba, T., Zhukov, E., & Cabeza, L. F. (2021). Improving Public Attitude towards Renewable Energy. *Energies*, 14(15), Article 15. <https://doi.org/10.3390/en14154521>
- Luna-Nemecio, J., Tobón, S., & Juárez-Hernández, L. G. (2020). Sustainability-based on socioformation and complex thought or sustainable social development. *Resources, Environment and Sustainability*, 2, 100007. <https://doi.org/10.1016/j.resenv.2020.100007>
- Luo, S., Yimamu, N., Li, Y., Wu, H., Irfan, M., & Hao, Y. (2023). Digitalization and sustainable development: How could digital economy development improve green innovation in China? *Business Strategy and the Environment*, 32(4), 1847–1871. <https://doi.org/10.1002/bse.3223>
- Mancuso, I., Natalicchio, A., Panniello, U., & Roma, P. (2021). Understanding the Purchasing Behavior of Consumers in Response to Sustainable Marketing Practices: An Empirical Analysis in the Food Domain. *Sustainability*, 13(11), Article 11. <https://doi.org/10.3390/su13116169>
- Marušić, T. (2019). Importance of Marketing Mix in Successful Positioning of Products and Services on The Market. *Ekonomika Misao i Praksa*, 28(1), 431–446.
- Mhlanga, D. (2021). Artificial Intelligence in the Industry 4.0, and Its Impact on Poverty, Innovation, Infrastructure Development, and the Sustainable Development Goals: Lessons from Emerging Economies? *Sustainability*, 13(11), Article 11. <https://doi.org/10.3390/su13115788>
- Mohammadi, F., Nabi Bidhendi, G., & Aslani, A. (2023). Designing an energy security index with a sustainable development approach for energy-exporting countries using fuzzy BWM method. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(3), 7427–7445. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-22631-7>

- Mottet, A., Bicksler, A., Lucantoni, D., De Rosa, F., Scherf, B., Scopel, E., López-Ridaura, S., Gemmil-Herren, B., Bezner Kerr, R., Sourisseau, J.-M., Petersen, P., Chotte, J.-L., Loconto, A., & Tiftonell, P. (2020). Assessing Transitions to Sustainable Agricultural and Food Systems: A Tool for Agroecology Performance Evaluation (TAPE). *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 4. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fsufs.2020.579154>
- Moustakas, K., Loizidou, M., Rehan, M., & Nizami, A. S. (2020). A review of recent developments in renewable and sustainable energy systems: Key challenges and future perspective. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 119, 109418. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2019.109418>
- Mushafiq, M., Arisar, M. M. K., Tariq, H., & Czapp, S. (2023). Energy Efficiency and Economic Policy: Comprehensive Theoretical, Empirical, and Policy Review. *Energies*, 16(5), Article 5. <https://doi.org/10.3390/en16052381>
- Nandiwardana, A. P., Soelton, M., Permana, D., Karyatun, S., Asih, D., Widyanty, W., & Kharzai, M. D. (2023). Used Goods Creation for Sustainable Business at Srengseng-Jakarta. *ICCD*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.557>
- Niamir, L., Ivanova, O., Filatova, T., Voinov, A., & Bressers, H. (2020). Demand-side solutions for climate mitigation: Bottom-up drivers of household energy behavior change in the Netherlands and Spain. *Energy Research & Social Science*, 62, 101356. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2019.101356>
- Okeku, K. E., Tahour, A., & Aissaoui, A. G. (2020). *Wind Solar Hybrid Renewable Energy System*. BoD – Books on Demand.
- Olabi, A. G., Abdelkareem, M. A., Mahmoud, M. S., Elsaid, K., Obaideen, K., Rezk, H., Wilberforce, T., Eisa, T., Chae, K.-J., & Sayed, E. T. (2023). Green hydrogen: Pathways, roadmap, and role in achieving sustainable development goals. *Process Safety and Environmental Protection*, 177, 664–687. <https://doi.org/10.1016/j.psep.2023.06.069>
- Oláh, J., Aburumman, N., Popp, J., Khan, M. A., Haddad, H., & Kitukutha, N. (2020). Impact of Industry 4.0 on Environmental Sustainability. *Sustainability*, 12(11), Article 11. <https://doi.org/10.3390/su12114674>
- Özdemir, Z., & Altanlar, A. (2022). *Sürdürülebilir Kalkınma Ve Sürdürülebilir Kentsel Gelişme Ekseninde Kavramsal Bir İnceleme*.
- Öztürk, M. S. (2022). *Üretim ile İşletme Alanlarında Teknolojik Yenilikler ve Sürdürülebilirlik*. Efe Akademi Yayınları.

- Pablo-Romero, M. del P., Sánchez-Braza, A., & González-Jara, D. (2023). Economic growth and global warming effects on electricity consumption in Spain: A sectoral study. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(15), 43096–43112. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-22312-5>
- Paiva, T. (2021). Green Marketing. In *Encyclopedia of Organizational Knowledge, Administration, and Technology* (pp. 2043–2056). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-3473-1.ch140>
- Panchenko, V., Harust, Y., Us, Y., Korobets, O., & Pavlyk, V. (2020). Energy-Efficient Innovations: Marketing, Management and Law Supporting. *Marketing and Management of Innovations*, 256–264. <https://doi.org/10.21272/mmi.2020.1-21>
- Paramati, S. R., Shahzad, U., & Doğan, B. (2022). The role of environmental technology for energy demand and energy efficiency: Evidence from OECD countries. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 153, 111735. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2021.111735>
- Pathak, S. K., Tyagi, V. V., Chopra, K., B., K., Pandey, A. K., Goel, V., Saxena, A., & Ma, Z. (2023). Energy, exergy, economic and environmental analyses of solar air heating systems with and without thermal energy storage for sustainable development: A systematic review. *Journal of Energy Storage*, 59, 106521. <https://doi.org/10.1016/j.est.2022.106521>
- Peleckis, K. (2022). Application of the Fuzzy VIKOR Method to Assess Concentration and Its Effects on Competition in the Energy Sector. *Energies*, 15(4), Article 4. <https://doi.org/10.3390/en15041349>
- Peterson, M., Minton, E. A., Liu, R. L., & Bartholomew, D. E. (2021). Sustainable Marketing and Consumer Support for Sustainable Businesses. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 157–168. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.10.018>
- Peydayesh, M., & Mezzenga, R. (2021). Protein nanofibrils for next generation sustainable water purification. *Nature Communications*, 12(1), Article 1. <https://doi.org/10.1038/s41467-021-23388-2>
- Ponce, P., Oliveira, C., Álvarez, V., & del Río-Rama, M. de la C. (2020). The Liberalization of the Internal Energy Market in the European Union: Evidence of Its Influence on Reducing Environmental Pollution. *Energies*, 13(22), Article 22. <https://doi.org/10.3390/en13226116>
- Rajesh, R. (2021). Optimal trade-offs in decision-making for sustainability and resilience in manufacturing supply chains. *Journal of Cleaner Production*, 313, 127596.

<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127596>

- Ramli, Y., Permana, D., Shiratina, A., Soelton, M., & Yusoff, Y. M. (2023). Implementing Innovation Strategic Against Sustainability Business on The Micro, Small and Medium Enterprises. *ICCD*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.33068/iccd.v5i1.658>
- Ramzan, M., Razi, U., Quddoos, M. U., & Adebayo, T. S. (2023). Do green innovation and financial globalization contribute to the ecological sustainability and energy transition in the United Kingdom? Policy insights from a bootstrap rolling window approach. *Sustainable Development*, 31(1), 393–414. <https://doi.org/10.1002/sd.2399>
- Rasheed, M. B., Qureshi, M. A., Javaid, N., & Alquthami, T. (2020). Dynamic Pricing Mechanism With the Integration of Renewable Energy Source in Smart Grid. *IEEE Access*, 8, 16876–16892. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2967798>
- REN. (2023). *GSR2023 Data Pack*. https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.ren21.net%2Fwpcontent%2Fuploads%2F2019%2F05%2FGSR2023_Data_Pack.xlsx&wdOrigin
- Ren, S., Hao, Y., & Wu, H. (2021). Government corruption, market segmentation and renewable energy technology innovation: Evidence from China. *Journal of Environmental Management*, 300, 113686. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.113686>
- Sadiq, M., Ngo, T. Q., Pantamee, A. A., Khudoykulov, K., Thi Ngan, T., & Tan, L. P. (2023). The role of environmental social and governance in achieving sustainable development goals: Evidence from ASEAN countries. *Economic Research-Ekonom-ska Istraživanja*, 36(1), 170–190. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2072357>
- Sajjad, A., Eweje, G., & Tappin, D. (2020). Managerial perspectives on drivers for and barriers to sustainable supply chain management implementation: Evidence from New Zealand. *Business Strategy and the Environment*, 29(2), 592–604. <https://doi.org/10.1002/bse.2389>
- Saleem, A., Aslam, S., Sang, G., Dare, P. S., & Zhang, T. (2022). Education for sustainable development and sustainability consciousness: Evidence from Malaysian universities. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 24(1), 193–211. <https://doi.org/10.1108/IJSHE-05-2021-0198>
- Saleem, M. A., Eagle, L., & Low, D. (2021). Determinants of eco-socially conscious consumer behavior toward alternative fuel vehicles. *Journal of Consumer Marketing*, 38(2), 211–228. <https://doi.org/10.1108/JCM-05-2019-3208>
- Santos, C., Coelho, A., & Marques, A. (2023). A systematic literature review on gre-

- enwashing and its relationship to stakeholders: State of art and future research agenda. *Management Review Quarterly*. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00337-5>
- Satalkina, L., & Steiner, G. (2020). Digital Entrepreneurship and its Role in Innovation Systems: A Systematic Literature Review as a Basis for Future Research Avenues for Sustainable Transitions. *Sustainability*, *12*(7), Article 7. <https://doi.org/10.3390/su12072764>
- Saura, J. R., Palos-Sanchez, P., & Rodríguez Herráez, B. (2020). Digital Marketing for Sustainable Growth: Business Models and Online Campaigns Using Sustainable Strategies. *Sustainability*, *12*(3), Article 3. <https://doi.org/10.3390/su12031003>
- Segreto, M., Principe, L., Desormeaux, A., Torre, M., Tomassetti, L., Tratzi, P., Paolini, V., & Petracchini, F. (2020). Trends in Social Acceptance of Renewable Energy Across Europe—A Literature Review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *17*(24), Article 24. <https://doi.org/10.3390/ijerph17249161>
- Shammas, N. K., Wang, L. K., & Wang, M.-H. S. (2020). Sources, Chemistry and Control of Acid Rain in the Environment. In *Handbook of Environment and Waste Management: Vol. Volume 3* (pp. 1–26). World Scientific. https://doi.org/10.1142/9789811207136_0001
- Sharma, A. P. (2021). Consumers' purchase behaviour and green marketing: A synthesis, review and agenda. *International Journal of Consumer Studies*, *45*(6), 1217–1238. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12722>
- Sheth, J. N., & Parvatiyar, A. (2021). Sustainable Marketing: Market-Driving, Not Market-Driven. *Journal of Macromarketing*, *41*(1), 150–165. <https://doi.org/10.1177/0276146720961836>
- Silva, P. V. B. C. da, Taconet, C., Chabridon, S., Conan, D., Cavalcante, E., & Batista, T. (2023). Energy awareness and energy efficiency in internet of things middleware: A systematic literature review. *Annals of Telecommunications*, *78*(1), 115–131. <https://doi.org/10.1007/s12243-022-00936-5>
- Soydan, R., & Başkol, M. (2022). Sürdürülebilir Pazarlamanın 3 Farklı Boyutu: Kavramsal Bir Çalışma. *Yönetim Ekonomi Edebiyat İslami ve Politik Bilimler Dergisi*, *7*(1), Article 1. <https://doi.org/10.24013/jomelips.1095259>
- Srivastava, G., & Bansal, S. (2022). *Theories, Practice and Research in Social Marketing: A Review*. *26*(3).
- Štreimikienė, D., Lekavičius, V., Stankūnienė, G., & Pažeraitė, A. (2022). Renewable Energy Acceptance by Households: Evidence from Lithuania. *Sustainability*, *14*(14),

Article 14. <https://doi.org/10.3390/su14148370>

- Strielkowski, W., Kovaleva, O., & Efimtseva, T. (2022). Impacts of Digital Technologies for the Provision of Energy Market Services on the Safety of Residents and Consumers. *Sustainability*, *14*(5), Article 5. <https://doi.org/10.3390/su14052934>
- Sullivan, G. A., Petit, H. J., Reiter, A. J., Westrick, J. C., Hu, A., Dunn, J. B., Gulack, B. C., Shah, A. N., Dsida, R., & Raval, M. V. (2023). Environmental Impact and Cost Savings of Operating Room Quality Improvement Initiatives: A Scoping Review. *Journal of the American College of Surgeons*, *236*(2), 411. <https://doi.org/10.1097/XCS.0000000000000478>
- Sun, Y., Garrett, T. C., Phau, I., & Zheng, B. (2020). Case-based models of customer-perceived sustainable marketing and its effect on perceived customer equity. *Journal of Business Research*, *117*, 615–622. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.09.007>
- Sus, A., Trzaska, R., Wilczyński, M., & Hołub-Iwan, J. (2023). Strategies of Energy Suppliers and Consumer Awareness in Green Energy Optics. *Energies*, *16*(4), Article 4. <https://doi.org/10.3390/en16041613>
- Szabo, S., & Webster, J. (2021). Perceived Greenwashing: The Effects of Green Marketing on Environmental and Product Perceptions. *Journal of Business Ethics*, *171*(4), 719–739. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04461>
- Tanford, S., Kim, M., & Kim, E. J. (2020). Priming social media and framing cause-related marketing to promote sustainable hotel choice. *Journal of Sustainable Tourism*, *28*(11), 1762–1781. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1760287>
- Tien, N. (2023). Market development strategy of renewable energy industry in Vietnam. *International Journal of Business and Globalisation*.
- Tseng, M.-L., Chang, C.-H., Lin, C.-W. R., Wu, K.-J., Chen, Q., Xia, L., & Xue, B. (2020). Future trends and guidance for the triple bottom line and sustainability: A data driven bibliometric analysis. *Environmental Science and Pollution Research*, *27*(27), 33543–33567. <https://doi.org/10.1007/s11356-020-09284-0>
- Tur, M. R. (2022). Estimating Spinning Reserve Capacity With Extreme Learning Machine Method in Advanced Power Systems Under Ancillary Services Instructions. *Electric Power Components and Systems*, *50*(16–17), 887–898. <https://doi.org/10.1080/15325008.2022.2142704>
- Uralovich, K. S., Toshmamatovich, T. U., Kubayevich, K. F., Sapaev, I. B., Saylaubaevna, S. S., Beknazarova, Z. F., & Khurramov, A. (2023). A primary factor in sustainable development and environmental sustainability is environmental edu-

- cation. *Caspian Journal of Environmental Sciences*, 21(4), 965–975. <https://doi.org/10.22124/cjes.2023.7155>
- Urdea, A.-M., Constantin, C. P., & Purcaru, I.-M. (2021). Implementing Experiential Marketing in the Digital Age for a More Sustainable Customer Relationship. *Sustainability*, 13(4), Article 4. <https://doi.org/10.3390/su13041865>
- Usman, M., Balsalobre-Lorente, D., Jahanger, A., & Ahmad, P. (2022). Pollution concern during globalization mode in financially resource-rich countries: Do financial development, natural resources, and renewable energy consumption matter? *Renewable Energy*, 183, 90–102. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2021.10.067>
- Vaitsman, J., Duarte, N. S., Lobato, L. V., & Paes-Sousa, R. (2023). Traditional practices and sustainable development: Local indicators of sustainability among caiçaras and quilombolas in Bocaina. *Ambiente & Sociedade*, 26, e01691. <https://doi.org/10.1590/1809-4422asoc20210169r1vu2023L1OA>
- Varadarajan, R. (2020). Customer information resources advantage, marketing strategy and business performance: A market resources based view. *Industrial Marketing Management*, 89, 89–97. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.03.003>
- Wamsler, C. (2020). Education for sustainability: Fostering a more conscious society and transformation towards sustainability. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 21(1), 112–130. <https://doi.org/10.1108/IJSHE-04-2019-0152>
- Waris, I., & Hameed, I. (2020). An empirical study of purchase intention of energy-efficient home appliances: The influence of knowledge of eco-labels and psychographic variables. *International Journal of Energy Sector Management*, 14(6), 1297–1314. <https://doi.org/10.1108/IJESM-11-2019-0012>
- Wei, X., Ren, H., Ullah, S., & Bozkurt, C. (2023). Does environmental entrepreneurship play a role in sustainable green development? Evidence from emerging Asian economies. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 36(1), 73–85. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2067887>
- Ye, X., & Yue, P. (2023). Financial literacy and household energy efficiency: An analysis of credit market and supply chain. *Finance Research Letters*, 52, 103563. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2022.103563>
- Yurui, L., Xuanchang, Z., Zhi, C., Zhengjia, L., Zhi, L., & Yansui, L. (2021). Towards the progress of ecological restoration and economic development in China's Loess Plateau and strategy for more sustainable development. *Science of The Total Environment*, 756, 143676. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.143676>

- Zafar, A. U., Shen, J., Ashfaq, M., & Shahzad, M. (2021). Social media and sustainable purchasing attitude: Role of trust in social media and environmental effectiveness. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102751. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102751>
- Zakari, A., Khan, I., Tan, D., Alvarado, R., & Dagar, V. (2022). Energy efficiency and sustainable development goals (SDGs). *Energy*, 239, 122365. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2021.122365>
- Zakirova, A., Klychova, G., Ostaev, G., Zalilova, Z., & Klychova, A. (2020). Analytical support of management accounting in managing sustainable development of agricultural organizations. *E3S Web of Conferences*, 164, 10008. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202016410008>
- Zengin, B., & Aksoy, G. (2021). Sürdürülebilir Kalkınma Anlayışının Yeşil Pazarlama Ve Yeşil Finans Açısından Değerlendirilmesi. *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.33416/baybem.845904>
- Zhakiyev, N., Amanbek, Y., Kalakova, A., & Yedilkhan, D. (2023). Home Energy Management System to Reduce Unconscious Electricity Consumption. In K. Rabie, R. Kharel, L. Mohjazi, T. Elganimi, & W. U. Khan (Eds.), *IoT as a Service* (pp. 3–11). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-37139-4_1
- Zhang, K., Pan, Z., Janardhanan, M., & Patel, I. (2023). Relationship analysis between greenwashing and environmental performance. *Environment, Development and Sustainability*, 25(8), 7927–7957. <https://doi.org/10.1007/s10668-022-02381-9>
- Zhang, X., Chu, Z., Ren, L., & Xing, J. (2023). Open innovation and sustainable competitive advantage: The role of organizational learning. *Technological Forecasting and Social Change*, 186, 122114. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122114>
- Zhang, Y., Xiao, C., & Zhou, G. (2020). Willingness to pay a price premium for energy-saving appliances: Role of perceived value and energy efficiency labeling. *Journal of Cleaner Production*, 242, 118555. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118555>
- Zhou, S., & Solomon, B. D. (2020). Do renewable portfolio standards in the United States stunt renewable electricity development beyond mandatory targets? *Energy Policy*, 140, 111377. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2020.111377>
- Zhu, T., Balakrishnan, J., & da Silveira, G. J. C. (2020). Bullwhip effect in the oil and gas supply chain: A multiple-case study. *International Journal of Production Economics*, 224, 107548. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.107548>