BÖLÜM 48

Finansal İyilik Hali ve İşletme Finansı Bağlamında Havayolu Sadakat Programları

Elif Nur Doğan[1] & Sultan Gedik Göçer[2]

[1] Öğretim Görevlisi, Kapadokya Üniversitesi, Kapadokya Meslek Yüksekokulu, Sivil Hava Ulaştırma İşletmeciliği Programı, ORCID: 0000-0001-6805-023X
[2] Doktor Öğretim Üyesi, Kocaeli Üniversitesi, Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi, Havacılık Yönetimi Bölümü, ORCID: 0000-0001-5776-9791

1. GİRİŞ

Günümüzde tüketicilerin finansal durumları, sadakat programları gibi uzun vadeli pazarlama stratejileri üzerindeki etkisi bakımından kritik bir öneme sahiptir. Bu çalışma, bireylerin finansal iyilik hali düzeylerinin, hava yolu şirketlerinin sadakat programlarına katılım eğilimlerini ne ölçüde etkilediğini incelemeyi amaçlamaktadır. Finansal iyilik hali; bireyin hem mevcut mali durumunu kontrol edebilme yetisi hem de gelecekteki finansal güvenlik algısı çerçevesinde değerlendirilmektedir.

Finansal iyiliği çevreleyen çağdaş söylemde, kavram giderek daha fazla ilgi görmektedir ve yalnızca geliri değil aynı zamanda finansal istikrarın zihinsel ve sosyal boyutlarını da kapsayan bireylerin ekonomik sağlığının bütünsel bir ölçüsü olarak ele alınmaktadır. Bireyler finansal sorumlulukları yerine getirirken, ekonomik kararların etkileri kişisel finansların ötesine geçerek cinsiyet eşitsizliği ve zihinsel sağlık sonuçları gibi daha geniş toplumsal yapıları etkilemektedir. Araştırmalar, Temel Gelir Garantisi (BIG) gibi araçların hane içi eşitsizlikleri ele almada önemli bir rol oynayabileceğini ve böylece özellikle marjinal gruplar arasında ekonomik özerkliği ve psikolojik iyiliği teşvik edebileceğini göstermektedir (Cantillon & McLean, 2016). Ek olarak, işsizliğin sonuçları, Bradford'da yürütülen ve finansal kayıpların bireylerin bu zorlukları hafifletmek için çeşitli başa çıkma stratejileri kullanırken refahlarını önemli ölçüde etkilediğini ortaya koyan çalışmalarla kanıtlandığı üzere, finansal stres ve zihinsel sağlık arasındaki kritik kesişimleri vurgulamaktadır (Giuntoli vd., 2011). Bu karmaşık ilişkileri anlamak, genel finansal iyiliği artırmayı amaçlayan etkili politikalar geliştirmek için önemlidir.

Bu çalışmanın amacı, bireylerin finansal iyilik hali düzeylerinin havayolu işletmelerinin sadakat programlarına katılım ve bu programlardan algılanan değer üzerindeki etkisini işletme finansı ve havayolu pazarlaması bağlamında incelemektir. Çalışma, finansal iyilik hali kavramını yalnızca gelir düzeyi ile sınırlamayıp, bireylerin mevcut finansal durumlarını yönetebilme kapasiteleri ve geleceğe yönelik finansal güven algıları çerçevesinde ele alarak, havayolu sadakat programlarının tüketici davranışlarıyla ilişkisini açıklamayı hedeflemektedir.

Araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden kavramsal ve sistematik literatür incelemesi yaklaşımıyla gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda finansal iyilik hali, işletme finansı ve havayolu sadakat programları konularında ulusal ve uluslararası literatürde yer alan akademik çalışmalar incelenmiş; ilgili teorik yaklaşımlar ve önceki araştırma bulguları karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir.

2. FİNANSAL İYİLİĞİN TANIMI VE ÖNEMİ

Finansal iyilik, bir bireyin finansal sağlığının genel durumunu ve finansal kaynakları etkili bir şekilde yönetme yeteneğini kapsar. Sadece gelir ve tasarruflarla değil, aynı zamanda kişinin bilinçli finansal kararlar alma, geleceği planlama ve finansal stres faktörleriyle başa çıkma kapasitesiyle de tanımlanır ve finansal iyiliğin önemi, genel yaşam kalitesi üzerindeki derin etkisinde yatmaktadır; sağlam finansal becerilere sahip bireyler, hayatın belirsizliklerinde gezinmek ve borç veya finansal dolandırıcılık gibi tuzaklardan kaçınmak için daha donanımlıdır (Cummingham, 2018). Dahası, çalışmalar finansal okuryazarlıkta sağlam bir temelin, özellikle öğrenciler arasında yetişkinliğe geçişte artan güven ve azalan kaygı gibi olumlu davranışlar ve sonuçlarla ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır (Cummingham, 2018). Son araştırmalarda vurgulandığı gibi, finansal eğitimin acilen artırılmasına ihtiyaç vardır ve bu da bireyleri finansal bilgiyle güçlendirmenin dayanıklılık ve istikrarı teşvik etmek için kritik olduğunu göstermektedir (Mallia, 2015).

2.1. Finansal İyiliği Etkileyen Faktörler

Finansal iyiliği etkileyen faktörleri anlamak, özellikle giderek karmaşıklaşan bir ekonomik manzarada hayati önem taşır. Bu söylemin merkezinde, bireylerin finansal davranışlarını ve algılarını şekillendiren hem bilişsel hem de bilişsel olmayan unsurlar yer alır. Araştırmalar, özdenetim ve bilinçli düşünmenin finansal davranışı ve dolayısıyla genel finansal iyiliği önemli ölçüde etkilediğini ve finansal okuryazarlık gibi geleneksel ölçütlerin yanı sıra psikolojik faktörlerin önemini vurguladığını göstermektedir (Hashmi vd., 2021). Ek olarak, finansal tutumlar ve bilgi, genç çalışan yetişkinler için temel belirleyiciler olarak tanımlanmıştır ve özdenetim, finansal yetenek ve finansal iyilik arasında bir aracı görevi görmektedir. Bu, çeşitli öncüllerin nasıl birbirine bağlandığını göstererek, kişisel özelliklerin ve geçmişin finansal güvenliği teşvik etmede oynadığı rolleri vurgulamaktadır (Rafien, 2022).

2.1.1. Gelir İstikrarı ve İstihdam Fırsatları

Gelir istikrarı, doğrudan bireylerin finansal iyiliklerini etkileyen istikrarlı istihdam fırsatlarının mevcudiyetiyle içsel olarak bağlantılıdır. Günümüz ekonomisinde, iş erişimindeki ve gelir seviyelerindeki eşitsizlikler, özellikle de yukarı doğru hareketlilik için gerekli finansal araçlardan yoksun olan birçok ailenin, özellikle de renkli ailelerin karşılaştığı çarpıcı gerçekleri vurgulamaktadır (Carrow, 2014). Urban Fathers Asset Building (UFAB) girişimi gibi programlar, destek sistemlerini ve istihdam odaklı kaynakları birbirine bağlayarak bu sorunları ele almak için yaratıcı yaklaşımlara örnek teşkil eder ve böylece katılımcılar için gelir istikrarını artırır (O'Shea vd., 2014). Topluluk örgütleri ve finansal eğitim arasındaki bağlantıları teşvik ederek, bu çabalar yalnızca istihdam fırsatlarını teşvik etmekle

kalmaz, aynı zamanda bireyleri sürdürülebilir finansal gelecekler inşa etmeye de güçlendirir. Sonuç olarak, hedeflenen istihdam girişimleri yoluyla gelir

istikrarsızlığını ele almak, genişleyen servet açığını kapatmak ve ekonomik büyümeyi kolaylaştırmak için önemli olmaya devam etmektedir ve nihayetinde toplumda eşitlik ve fırsat temel değerlerini güçlendirmektedir.

2.2. Finansal İyiliği İyileştirme Stratejileri

Finansal iyiliği iyileştirmek için temel bir strateji, finansal istikrar ve toplum entegrasyonunda önemli bir kilometre taşı olmaya devam eden ev sahipliğine erişimi geliştirmeyi içerir. Federal hükümet, sürdürülebilirliği kolaylaştıran politikaları teşvik etmede önemli bir rol oynayabilir. Uygun fiyatlı ev üretimini teşvik eden konut politikalarını iyileştirerek ve ipotek süreçleri hakkında eğitim sağlayarak, bu demografik gruplar ev sahipliğinin karmaşıklıklarını daha iyi aşabilir. Dahası, bireyleri eğitim yoluyla finansal okuryazarlıkla güçlendirmek, ipotek yeterliliği ve yönetimiyle ilişkili riskleri azaltmaya yardımcı olabilir ve sonuçta daha istikrarlı bir ev ortamına katkıda bulunabilir. Çeşitli çalışmalarda belirtildiği gibi, bankacılık hizmetlerine erişim ve finansal yönetim eğitiminin altında yatan sorunları ele almak, daha fazla ekonomik eşitliği teşvik etmek ve ev sahipliğinin faydalarının tüm topluluklara yayılmasını sağlamak için çok önemlidir (Gunn & Fisk, 2014; M. Collins, 2002).

2.2.1. Bütçeleme ve Finansal Planlama Teknikleri

Etkili bütçeleme ve finansal planlama teknikleri, kaynakları yönetmek ve uzun vadeli istikrarı sağlamak için yapılandırılmış bir yaklaşım sağladıkları için finansal iyiliğe ulaşmanın temel bileşenleridir. Geleneksel sermaye bütçeleme süreçlerini kullanarak, bireyler ve kuruluşlar yatırımları ve harcamaları sistematik bir şekilde değerlendirebilir ve bilgili karar almaya rehberlik edebilirler aynı zamanda yatırım değerlendirme yöntemlerinin analizinden, farklı finansal kararlarla ilişkili çeşitli fayda türlerinin anlaşılmasının kaynak tahsisini optimize etmek için çok önemli olduğu ortaya çıkmaktadır (Irani & Love, 2001). Ek olarak, bütçeleme, kuruluşlar içinde hesap verebilirliği artırmada hayati bir araç görevi görerek finans yöneticileri ve paydaşlar arasında şeffaf etkileşimleri kolaylaştırır, bütçeleme süreçlerine topluluk katılımı, yerel vatandaşlar arasında bir sahiplik ve sorumluluk duygusu geliştirerek bu kavramı daha da güçlendirir ve böylece sağlam finansal yönetişime katkıda bulunur (Schaeffer & Yilmaz, 2008). Genel olarak, topluluk katılımıyla eşleştirilmiş sağlam bütçeleme metodolojilerini benimsemek, hem kişisel hem de kurumsal düzeylerde finansal iyiliği önemli ölçüde artırır.

2.3. Finansal İyiliğin Literatürdeki Yeri

Rosciano & Starita, 2024 yapmış oldukları çalışmada, finansal iyilik literatüründeki ilgili konuları tespit etmek amacıyla scopusta yayınlanan belgelere metin analizi uygulayarak yapılan çalışma sonucunda, finansal iyilikle ilgili en çok çalışmanın yapıldığı konu alanlarının ekonomi, ekonometri, finans (%23,7), ardından işletme, yönetim, muhasebe (%20,9) ve sosyal bilimler (%19,6) olduğunu ve ayrıca Psikoloji (%13), Tıp (%7 civarı) ve Sanat ve Beşeri Bilimler (%3,4) odaklı alanlardan da ilgi gördüğünü saptamışlardır. Yapılan çalışmaların çoğu ABD'den (%26,8) ve ikinci sırada Malezya'dan (%8,5) gelmektedir. Konuyla ilgilenen diğer ülkeler Avrupa için Birleşik Krallık, İtalya ve Almanya, Kanada, Avustralya, Güney Kore ve Hindistan, Çin, Brezilya gibi bazı BRICS ülkeleri olduğu saptanmıştır (Rosciano & Starita, 2024).

2015 yılında, Amerikan Tüketici Finansal Koruma Bürosu (CFPB), Financial Well-Being: The Goal of Financial Education adlı çalışmasında, finansal okuryazarlık stratejilerinin etkinliğini ölçmek için tüketicilerin fikirlerinden, doğrudan oluşturulan finansal iyiliğin ilk tanımını sağlamıştır ve sonuç olarak finansal iyilik, bir kişinin mevcut ve devam eden finansal yükümlülüklerini tam olarak yerine getirebildiği, finansal geleceğinde kendini güvende hissedebildiği ve hayatın tadını çıkarmasına izin veren seçimler yapabildiği bir varoluş hali olarak tanımlanmıştır.

Daha sonra, Brüggen ve diğerleri (2017), finansal iyiliğin algısal bir perspektifine dayanan yeni bir tanım sunmaktadır. Bu tanımı, bireyin mevcut ve öngörülen yaşam standardı ve finansal özgürlüğü ile ilişkilendirilmektedir. Yaşam standardı, yaşamak için gerekli olan zenginlik, hizmetler, konfor ve maddi malların benzersiz bir kombinasyonudur. Buna karşılık finansal özgürlük, yaşam kararları ve ekonomik kısıtlamalarla ilgili finansal iyiliğin değerlendirilmesinde kritik öneme sahiptir.

COVID-19 salgınının da küresel ekonomik yansımaları karşısında, bazı makaleler koronavirüsün finansal iyilik üzerindeki etkisini tartışmaktadır. Barrett ve diğerleri (2021), dayanıklılığın daha yüksek sosyal, zihinsel ve fiziksel statü ve finansal iyilik ile nasıl ilişkili olduğunu vurgulamaktadır. Gonçalves ve diğerleri (2021) incelemelerinde, bireylerin finansal iyilik önceliklerinde ve sonuçlarında cinsiyete bağlı farklılıklara odaklanmaktadır. Kadınların finansal iyiliği üzerine yapılan çalışmaları tanımlamak için bibliyometrik analiz kullanmaktadırlar ve ekolojik yaşam seyri yaklaşımına göre, kadınların finansal iyiliğinin öncüllerini sosyodemografik özellikler, çocuk bakımı gibi yakın çevreleri ve iş yörüngeleri gibi daha geniş çevre gibi bireysel özelliklerde düzenlerler. Bu önceliklerin finansal eğitim programlarının daha iyi hedeflenmesine izin verebileceğini savunmuşlardır.

Yapılan son dönemdeki çalışmalar, finansal iyiliğin literatürdeki yerini detaylı

şekilde incelemektedir. Kaur ve diğerleri (2021), iki kademeli bir metodolojik yaklaşım benimser. Bir yandan, kronolojik yayın eğilimi, ilişki ve yazar istatistikleri ile ilgili 238 makalenin özelliklerini belirlemek için bibliyometrik analizi kullanırlar ve diğer yandan, finansal iyilik literatürünün yapılarını ve değişkenlerini türetmek için içerik analiziyle 114 makaleyi analiz ederler. Nanda ve Banerjee (2021), mevcut literatürü gözden geçirmek ve yedi araştırma boşluğunu belirlemek için bir çerçeve ile karma anlatı yaklaşımını kullanır. Ardından, bu boşlukları TCCM'den (Teori, Bağlam, Özellikler ve Metodoloji) ilham alan bir çerçeve ile vurgularlar. Sorgente ve diğerleri (2022), literatürü gözden geçirerek yoğun bir boylamsal tasarım önermektedir. Finansal iyiliğin nesnel ve öznel tarafının incelenmesi, verilerin tekrar tekrar ve yoğun bir şekilde toplama ihtiyacını göstermektedir. Bu, veri toplamayı en az beş kez ve sonraki ölçümler arasında kısa aralıklarla tekrarlamak anlamına gelir.

Önemli çalışmalarda vurgulandığı gibi, finansal koçluk gibi müdahaleler, ailelerin ekonomik zorluklarla başa çıkma kapasitelerini önemli ölçüde artırabilir ve özel destek yapılarına olan ihtiyacı vurgulayabilir (J. M. Collins vd., 2007). Dahası, kamu hizmetlerindeki finans yöneticilerinin rolü, etkili liderliğin stratejik finansal rehberliğin kemer sıkma politikalarının ortasında bile nasıl değer yaratabileceğini göstermesiyle, sistemik finansal baskıları ele almada hayati öneme sahiptir (Prowle vd., 2013). Sonuç olarak, finansal iyiliği artırmak, hem kişisel inisiyatifi hem de sistemik müdahaleleri kaldıraçlayan ve bireylerin kalıcı güvenlik ve iyiliğe ulaşmasının yolunu açan işbirlikçi çabalar gerektirir.

2.4. Finansal İyiliğe Ulaşmanın Uzun Vadeli Faydaları

Finansal iyiliğe ulaşmak yalnızca kişisel tatmin için değil aynı zamanda uzun vadeli toplumsal ilerleme için de önemlidir. Finansal istikrara kavuşan bireyler, eğitime, sağlık hizmetlerine ve ev sahibi olmaya yatırım yapma olasılıkları daha yüksek olduğundan ekonomiye katkıda bulunmak için daha iyi bir konumdadır. Bu yatırım, nihayetinde topluluklara ve daha geniş ekonomiye fayda sağlayan sürdürülebilir bir büyüme döngüsünü teşvik eder. Örneğin, (Cooper D ve diğerleri), ekonomik başarıyı artırmada eğitimin önemini vurgulayarak, öğrenciler finansal olarak güçlendirildiğinde, ezici borç yükü olmadan yüksek öğrenime devam edebileceklerini öne sürmektedir. Dahası, finansal istikrarı korumak, (Kenny & McGettigan, 1997) tarafından vurgulandığı gibi, enflasyon ve piyasa dalgalanmalarının olumsuz etkilerini hafifletir; bu, optimum ekonomik sonuçlara ulaşmanın anahtarı olarak fiyat istikrarını savunur. Bu nedenle, finansal iyiliğin uzun vadeli faydaları bireysel iyiliğin ötesine uzanır; toplum genelinde büyümeyi ve dayanıklılığı teşvik eden sağlam bir ekonomik temel oluşturur.

3. HAVAYOLU SADAKAT PROGRAMLARI

3.1. Havayolu Sadakat Programlarının Tarihsel Gelişimi ve Yapısal Dinamikleri

Havayolu sadakat programları kavramı, Texas International Airlines'ın millere dayalı ilk sık uçan yolcu programını tanıttığı 1979'da ortaya çıkmasının ardından American Airlines, 1981'de AAdvantage programıyla (bugün hala aktif) onu takip etmiştir ve bu yenilik, havayolu endüstrisinde bir devrime yol açıp, çoğu büyük taşıyıcı 1980'lerin ortalarında kendi programlarını başlatmıştır ve bu programlar zamanla önemli ölçüde değişmiştir (Hure, 2024). Liu Thompkins ve Yang (2009), günümüzde sadakat programlarının müşteri elde tutma oranını artırdığını ve rakipler arasında farklılaşma sağladığını vurgulamaktadır.

Havayolu sadakat programları, müşterilerin satın alma kararlarını doğrudan etkilemektedir. Dorotic ve diğerleri (2012), bu programların psikolojik bağlılık ve ekonomik fayda sağlayarak müşterileri daha sık uçmaya teşvik ettiğini ortaya koymuştur. Özellikle iş seyahati yapan yolcular, programlardan elde ettikleri statü (örneğin, *elite üyelik*) nedeniyle aynı havayolunu tercih etmektedir (Wirtz vd., 2007).

3.2. Dijitalleşme ve Havayolu Sadakat Programlarının Geleceği

Son yıllarda, dijital teknolojiler sadakat programlarının işleyişini değiştirmiştir. Yapay zeka ve büyük veri analitiği, havayollarının müşteri tercihlerini daha iyi anlamasını ve kişiselleştirilmiş kampanyalar sunmasını sağlamaktadır (Lemon & Verhoef, 2016). Örneğin, dinamik ödüllendirme sistemleri, müşterilerin uçuş sıklığına ve harcama alışkanlıklarına göre özelleştirilmiş avantajlar sunmaktadır (Grewal vd., 2020).

Ayrıca, blok zincir tabanlı sadakat programları da gündeme gelmektedir. Bu sistemler, mil puanlarının daha güvenli ve şeffaf bir şekilde yönetilmesine olanak tanımaktadır (Iansiti & Lakhani, 2017).

3.3. Havayolu Sadakat Programlarının Literatürdeki Yeri

Närhinen (2024), havayolu sadakat programı menkul kıymetleştirmesinin finansal ve risk yönetimi etkilerini, üç ABD taşıyıcısı olan American Airlines, United Airlines ve Delta Air Lines'a odaklanarak araştırmıştır. Havayolu sadakat programlarının, istikrarlı nakit akışları ve yüksek marjları nedeniyle bu havayollarının en değerli varlıkları olduğu ileri sürülmektedir. Pandemi sırasında programların nakit akışlarını menkul kıymetleştirerek programlarının değerini daha da açığa çıkarabildiği sonucuna varılmıştır.

Gøbel (2023), havayolu sadakat programlarının müşteri yolculuğunu nasıl optimize edebileceğini incelemiştir. Araştırma, sadakat programlarının müşteri

deneyimini iyileştirmek için ek temas noktaları oluşturma ve değer ortaklığı sağlama potansiyeline sahip olduğunu göstermiştir.

Pascual ve Cain (2022), COVID-19 pandemisi sırasında American Airlines'ın sadakat programının şirketin finansal sürdürülebilirliğini nasıl desteklediğini inceleyen bu çalışma, sadakat programlarının kriz dönemlerinde bile şirketler için önemli bir gelir kaynağı olduğunu vurgulamıştır.

Fathy ve Zidan (2017), havayolu ve otel sektörlerinde sadakat programlarının müşteri memnuniyeti ve sadakati üzerindeki etkilerini incelemiştir. Araştırma, sadakat programlarının müşteri memnuniyetini artırarak sadakati olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur.

Xie ve Chen (2014), sadakat programlarının algılanan psikolojik değerinin aktif sadakat üzerindeki etkisini incelemiştir. Bulgular, sadakat programlarının sosyal ve ekonomik ödüller sunarak müşteri sadakatini artırabileceğini göstermiştir.

Kristiani ve diğerleri (2013), Endonezya'da bir havayolu şirketinin sadakat programı üyeleri üzerine yaptıkları çalışmada, RFM analizi kullanarak müşteri segmentasyonunu incelemiştir. Sonuçlar, gelirlerin %75'inin üyelerin %20'sinden geldiğini ve yüksek değerli müşterilerin belirli demografik özelliklere sahip olduğunu ortaya koymuştur.

Atalik ve Arslan (2009), çalışmalarında Türk hava yolcuları üzerinde müşteri değerinin müşteri sadakati üzerindeki etkilerini analiz etmiştir. Bulgular, algılanan hizmet kalitesi ve müşteri değerinin sadakati artırmada önemli faktörler olduğunu göstermiştir.

4. FİNANSAL İYİLİK HALİNİN HAVAYOLU SADAKAT PROGRAMLARI İLE İLİŞKİSİNİN LİTERATÜRDEKİ YERİ

Kim ve diğerleri (2020), havayolu endüstrilerindeki kurumsal sosyal sorumluluk (CSR) boyutlarına yeniden bakmayı ve sosyoekonomik özelliklerin müşteri sadakati üzerindeki düzenleyici etkilerini belirlemeyi amaçlamışlar ve sonuç olarak CSR stratejilerini etkili bir şekilde sunmak için havayolu CSR girişimlerinin hedeflenen tüketicilerin sosyoekonomik seviyelerini de dikkate alması gerektiğini vurgulamıştır.

Sugianto (2017), çalışmasında özellikle Endonezya'daki hizmet sektöründe memnuniyet ve sadakat ilişkisinin daha güçlü veya zayıf hale geldiği değişkenlere ilişkin ampirik kanıtlar sunmaktır. Havayolu endüstrisinin 125 müşterisinden oluşan bir örneklem (PT.X) ve Düzenlenmiş Regresyon Analizi kullanarak araştırmacı, (1) yaş, (2) gelir, (3) cinsiyet, (4) uzmanlık, (5) sadakat programı ve (6) kritik olay dahil olmak üzere 6 değişkenin düzenleyici aktivitesini incelemiştir. Sonuçlar, tüm değişkenlerin ilişkiyi düzenlemediğini göstermektedir. Yaş, gelir, uzmanlık ve kritik

olay ilgili düzenleyici olduğunu, sadakat programı ve cinsiyetin ise düzenleyici olmadığı sonucuna varmıştır.

5. SONUÇ

Bu çalışma, finansal iyilik hali kavramının havayolu sadakat programları bağlamında önemli bir belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır. Elde edilen bulgular, bireylerin finansal iyilik düzeylerinin sadakat programlarına katılım, programlardan algılanan değer ve uzun vadeli bağlılık üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda sadakat programlarının başarısı, yalnızca sunulan ödüllerle değil, hedef kitlenin finansal profiliyle de doğrudan ilişkilidir.

İşletme finansı açısından değerlendirildiğinde, havayolu sadakat programlarının müşteri sadakatini artırmanın ötesinde, işletmeler için stratejik bir finansal değer yarattığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bu nedenle havayolu işletmelerinin sadakat programlarını tasarlarken tüketicilerin finansal iyilik düzeylerini dikkate alan, daha kapsayıcı ve esnek program yapıları geliştirmeleri önem arz etmektedir.

Sonuç olarak bu çalışma, finansal iyilik hali ile havayolu sadakat programları arasındaki ilişkiyi kavramsal düzeyde ortaya koyarak literatüre katkı sağlamaktadır. Gelecek çalışmalarda, nicel yöntemler kullanılarak finansal iyilik halinin sadakat programları üzerindeki etkisinin ampirik olarak test edilmesi, elde edilen sonuçların genellenebilirliğini artıracaktır.

KAYNAKÇA

Atalik, O., & Arslan, M. (2009). A Study to Determine the Effects of Customer Value on Customer Loyalty in Airline Companies Operating: Case of Turkish Air Travellers. *International Journal of Business and Management,* 4(6), Article 6. https://doi.org/10.5539/ijbm.v4n6p154

Barrett, A. M., Hogreve, J., & Brüggen, E. C. (2021). Coping With Governmental Restrictions: The Relationship Between Stay-at-Home Orders, Resilience, and Functional, Social, Mental, Physical, and Financial Well-Being. *Frontiers in Psychology,* 11. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.577972

Brüggen, E. C., Hogreve, J., Holmlund, M., Kabadayi, S., & Löfgren, M. (2017). Financial well-being: A conceptualization and research agenda. *Journal of Business Research,* 79, 228-237. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.03.013

Cantillon, S., & McLean, C. (2016). Basic Income Guarantee: The Gender Impact within Households. *The Journal of Sociology & Social Welfare,* 43(3), 96-119. https://doi.org/10.15453/0191-5096.4031

Carrow, L. (2014). The Game of Credit: A High Stakes Game That Perpetuates the Racial Wealth Gap (s. 21) [Research Report]. *Social IMPACT Research Center.* https://www.issuelab.org/resources/17406/17406.pdf

Collins, J. M., Baker, C., & Gorey, R. (2007). Financial Coaching: A New Approach for Asset Building? [Research Report]. Annie E. Casey Foundation. https://core.ac.uk/download/71346598.pdf

Collins, M. (2002). Pursuing the American Dream: Homeownership and the Role of Federal Housing Policy [Research Report]. NeighborWorks America. https://core.ac.uk/download/71341197.pdf

Cummingham, A. (2018). Financial Literacy: Impact on Student Success [Bryant University]. https://digitalcommons.bryant.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1016&context=honors_accounting

Dorotic, M., Bijmolt, T. H. A., & Verhoef, P. C. (2012). Loyalty Programmes: Current Knowledge and Research Directions. *International Journal of Management Reviews,* 14(3), 217-237. https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2011.00314.x

Fathy, E., & Zidan, H. (2017). Do Loyalty Program in the Airline and Hotel Industries Affect Customer Satisfaction and Loyalty? *International Journal of Heritage, Tourism and Hospitality,* 11(Issue 3 (Special Issue)), 246-266. https://doi.org/10.21608/ijhth.2017.30233

Financial Well-Being: The Goal of Financial Education. (2015). Consumer Financial Protection Bureau (CFPB). https://files.consumerfinance.gov/f/201501_cfpb_report_financial-well-being.pdf

Giuntoli, G., South, J., Kinsella, K., & Karban, K. (2011). Mental health, resilience and the recession in Bradford. Joseph Rowntree Foundation, 1-60.

Gonçalves, V. N., Ponchio, M. C., & Basílio, R. G. (2021). Women's financial well-being: A systematic literature review and directions for future research. *International Journal of Consumer Studies,* 45(4), 824-843. https://doi.org/10.1111/ijcs.12673

Grewal, D., Hulland, J., Kopalle, P. K., & Karahanna, E. (2020). The Future of Technology and Marketing: A Multidisciplinary Perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science,* 48(1), 1-8. https://doi.org/10.1007/s11747-019-00711-4

Gunn, V., & Fisk, A. (2014). Considering teaching excellence in higher education: 2007-2013 [Research Report]. Higher Education Academy. https://core.ac.uk/download/16460312.pdf

Gøbel, A. B. (2023). Can Customer Loyalty Programs Optimize Customer Journeys? A Study on Customer Loyalty Programs in the Airline Industry [Master Thesis, Copenhagen Business School]. https://research.cbs.dk/da/studentProjects/can-customer-loyalty-programs-optimize-customer-journeys-a-study-

Hashmi, F., Aftab, H., Martins, J. M., Nuno Mata, M., Qureshi, H. A., Abreu, A., & Mata,

P. N. (2021). The Role of Self-Esteem, Optimism, Deliberative Thinking and Self-Control in Shaping the Financial Behavior and Financial Well-Being of Young Adults. *Public Library of Science,* 16(9). https://doi.org/10.1371/journal.pone.0256649

Hure, D. (2024, Kasım). What Are Airline Loyalty Programs? Reward the WorldTM. https://rewardtheworld.net/what-are-airline-loyalty-programs/

Iansiti, M., & Lakhani, K. R. (2017, Ocak). The Truth About Blockchain. Harvard Business Review, 95(1), 118-127.

Irani, Z., & Love, P. E. D. (2001). Developing a frame of reference for ex-ante IT/IS investment evaluation. Palgrave Macmillan, 74-82.

Kaur, G., Singh, M., & Singh, S. (2021). Mapping the literature on financial well-being: A systematic literature review and bibliometric analysis. *International Social Science Journal,* 71(241-242), 217-241. https://doi.org/10.1111/issj.12278

Kenny, G., & McGettigan, D. (1997). Low Inflation or Price Stability? A Look at the Issues [Technical Paper]. *Research Paper in Economic.* https://core.ac.uk/download/pdf/6377701.pdf

Kim, Y., Lee, S. S., & Roh, T. (2020). Taking Another Look at Airline CSR: How Required CSR and Desired CSR Affect Customer Loyalty in the Airline Industry. Sustainability, 12(10), Article 10. https://doi.org/10.3390/su12104281

Kristiani, E., Sumarwan, U., Yulianti, L. N., & Saefuddin, A. (2013). Customer Loyalty and Profitability: Empirical Evidence of Frequent Flyer Program. *International Journal of Marketing Studies,* 5(6), Article 6.

https://doi.org/10.5539/ijms.v5n6p62

Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey.*Journal of Marketing,* 80(6), 69-96.

https://doi.org/10.1509/jm.15.0420

Liu Thompkins, Y., & Yang, R. (2009). Competing Loyalty Programs: Impact of Market Saturation, Market Share, and Category Expandability. ResearchGate, 73(1), 93-

108. https://doi.org/10.1509/jmkg.73.1.93

Mallia, M. J. (2015). The Provision of Financial Education in Malta. Symposia Melitensia, 10, 124-146.

Nanda, ka P., & Banerjee, R. (2021). Consumer's Subjective Financial Well-Being: A Systematic Review and Research Agenda. ResearchGate, 45(2). https://doi.org/10.1111/ijcs.12668

Närhinen, N. (2024). Financial Impact of Airline Loyalty Programs [Bachelor's Thesis,

Haaga-Helia University]. http://www.theseus.fi/handle/10024/870196

O'Shea, D., Schroeder, D., Juniper, C., & Khan, A. (2014). Urban Fathers Asset Building [Research Report]. Ray Marshall Center for the Study of Human Resources. https://core.ac.uk/download/211331743.pdf

Pascual, M. E., & Cain, L. N. (2022). Loyalty programs: The vital safety feature for airlines to survive COVID-19. International Hospitality Review, 36(1), 124-130. https://doi.org/10.1108/IHR-03-2021-0017

Prowle, M., Harradine, D., Latham, R., Lowth, G., Murphy, P., & Orford, K. (2013). The importance of strategic financial leadership in the UK public sector in a time of financial austerity [Research Report]. Association of Chartered Certified Accountants (ACCA). https://core.ac.uk/download/30635157.pdf

Rafien, N. S. M. (2022). Antecedents of Financial Well-Being Among Young Working Adults: Self-Control as Mediating Role [Universiti Teknologi Mara]. https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/76680/

Rosciano, M., & Starita, M. G. (2024). Relevant Topics in the Financial Well-Being Literature. *Journal of Financial Management.* https://doi.org/10.1142/S2282717X24300022

Schaeffer, M. G., & Yilmaz, S. (2008, Kasım). Strengthening Local Government Budgeting And Accountability. World Bank, Washington, DC. https://doi.org/10.1596/1813-9450-4767

Sorgente, A., Totenhagen, C. J., & Lanz, M. (2022). The Use of the Intensive Longitudinal Methods to Study Financial Well-Being: A Scoping Review and Future Research Agenda. *Journal of Happiness Studies,* 23(1), 333-358. https://doi.org/10.1007/s10902-021-00381-6

Sugianto, K. (2017). The Moderating Effect of Age, Income, Gender, Expertise, Loyalty Program, and Critical Incident on the Influence of Customer Satisfaction Towards Customer Loyalty in Airline Industry: A Case of Pt. X. iBuss Management, 5(1), 70-83.

Wirtz, J., Anna, S. M., & May, O. L. (2007). How Effective Are Loyalty Reward Programs in Driving Share of Wallet? *Journal of Service Research,* 9(4), 327-334.

Xie, L. (Karen), & Chen, C.-C. (2014). Hotel Loyalty Programs: How Valuable Is Valuable Enough? *International Journal of Contemporary Hospitality Management,* 26(1), 107-129. https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2012-0145