ISSN: 1304-4796
Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Manisa Celal Bayar University Journal of Social Sciences
2026; 24 (1); 412-434

E-Ticarette Gizlilik Endişesinin Rolü: Bibliyometrik Bir Analiz[1]

Gencay Tepe[2, 3], Burak Kartal[4]

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, e-ticaret ile ilgili gizlilik endişelerine dair literatürün küresel araştırma eğilimlerini, bu araştırmalarda öne çıkan temaları ve alana ilişkin bilgi boşluklarını incelemektir. Çalışmada 1998'den 2024'e kadar Scopus veri tabanında yayınlanan 464 akademik çalışma bibliyometrik analiz yöntemiyle araştırılmıştır. Bu akademik çalışmaların yıllara ve disiplinlere göre dağılımı, en üretken yazarlar, alanda en çok araştırma yapılan ülkeler, atıf ağları, anahtar kelime trendleri ve tematik evrim haritaları R tabanlı Bibliometrix ve VOSviewer programları aracılığıyla incelenmiştir. Bu alanda yapılan çalışmaların multidisipliner nitelikte olduğunu ve son otuz yılda istikrarlı bir büyüme kaydettiğini gösteren bulgular, çalışmaların özellikle bilgisayar bilimleri, işletme ve sosyal bilimler alanlarında yoğunlaştığını işaret etmektedir. Yapay zekâ, blok zinciri ve öneri sistemleri gibi veri güvenliği ve gizliliği ile ilgili konular, tematik eğilimlerin odak noktasıdır. Bu araştırma, tüketici hakları, regülasyon ve gizlilik-korumalı kişiselleştirme alanlarında gelecekteki potansiyel araştırmalar için somut yönelimler sunmakta ve alanın çeyrek asırlık yapısal haritasını gözler önüne sermektedir.

Anahtar Kelimeler: *E-ticaret, Gizlilik Endişesi, Bibliyometrik Analiz, Veri Gizliliği, Scopus.*

The Role of Privacy Concern in E-Commerce: A Bibliometric Analysis

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate global research trends, emerging themes, and knowledge gaps in the literature on privacy concerns in e-commerce. A total of 464 academic papers published between 1998 and 2024 in the Scopus database were analyzed using bibliometric methods. The distribution of these papers by year and discipline, the most productive authors, the leading countries in the field, citation networks, keyword trends, and thematic evolution maps were examined with the help of R-based Bibliometrix and VOSviewer software. The findings reveal that research in this domain is multidisciplinary in nature and has exhibited steady growth over the past three decades, with a particular concentration in computer science, business, and the social sciences. Data security and privacy-related topics such as AI, blockchain, and recommender systems emerge as central themes of thematic development. This study offers concrete directions for future research in areas such as consumer rights, regulation, and privacy-protected personalization, while presenting a structural map of the field spanning a quarter of a century.

Keywords: *E-commerce, Privacy Concern, Bibliometric Analysis, Data Privacy, Scopus.*

---

[1] Bu çalışma, Gencay TEPE tarafından Prof. Dr. Burak KARTAL danışmanlığında MCBÜ LEE bünyesinde hazırlanan "Çevrimiçi Alışverişte Gizlilik Endişesi, Memnuniyet, Güven, Bağlılık ve Sadakat Arasındaki Yapısal İlişkilerin Analizi" başlıklı doktora tezi ile ilişkilidir.

[2] İletişim Yazarı: gencay.tepe@cbu.edu.tr
[3] Arş. Gör. Dr., MCBÜ İşletme Fakültesi İşletme (İng.) Bölümü, ORCID: 0000-0001-7752-7167
[4] Prof. Dr., MCBÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, ORCID: 0000-0001-8556-091X

(Makale Gönderim Tarihi: 13.08.2025 / Yayın Tarihi: 27.03.2026)
Doi Numarası: 10.18026/cbayarsos.1763958
Makale Türü: Araştırma Makalesi

1. GİRİŞ

Dijital ekonominin gittikçe ivmelenen gelişimi ve çevrimiçi ticaretin dünya çapında yaygın hale gelmesi, kişisel verilerin korunması ve gizlilik endişelerinin e-ticaret ekosisteminde kritik bir araştırma alanı haline gelmesini sağlamıştır. Günümüzde e-ticaret platformları, tüketici deneyimini daha iyi hale getirmek ve satış hacmini büyütmek amacıyla büyük veri, yapay zekâ ve öneri sistemleri gibi gelişmiş teknolojileri sıklıkla kullanmaktadır. Ancak bu teknolojilerin yaygınlaşmasına veri güvenliği, tüketici haklarının korunması ve gizlilik ihlalleri gibi konularda akademik ve toplumsal hassasiyetler eşlik etmektedir (Smith vd., 2011). E-ticarette gizlilik endişesine ilişkin konu yalnızca teknik güvenlik önlemleri ile sınırlı olmayıp, aynı zamanda tüketici güveni, regülasyon uyumu, etik standartlar ve pazarlama stratejileri gibi çok boyutlu bir bakış açısı ile incelenmektedir. Literatürde, veri gizliliği ve güven konularının teknolojik altyapı ile tüketici davranışlarını şekillendirmesine ilişkin kapsamlı bulgulara sıklıkla rastlanmaktadır (Alzaidi ve Agag, 2022; Alkis ve Köse, 2022). Ancak alanın tematik gelişimini, disiplinler arası yapısını ve araştırma gündemindeki değişim dinamiklerini sistematik biçimde inceleyen araştırmaların sınırlı olduğu görülmüştür. Literatürde, belirli bir araştırma alanında ortaya çıkan bulguların bütüncül bir perspektifle değerlendirilmesi amacıyla sistematik literatür incelemeleri önemli bir rol oynamaktadır (Nardalı, 2017). Bu kapsamda, değişkenler arasındaki ilişkilerin ortaya konulmasında meta-analiz gibi sentezleyici yaklaşımlar da yaygın olarak kullanılmaktadır (Sofyalıoğlu ve Öztürk, 2012). Bu bağlamda, mevcut çalışmada bibliyometrik analiz yöntemi tercih edilerek e-ticaret ve gizlilik endişesi literatürünün yapısal özelliklerinin ve tematik gelişiminin sistematik bir bakış açısıyla incelenmesi amaçlanmıştır.

Bu çalışma, e-ticarette gizlilik endişesine dair literatürün yaklaşık çeyrek asırlık gelişimini bibliyometrik analiz yöntemi ile incelemeyi, alanın yapısal özelliklerini ve tematik eğilimlerini ortaya koymayı, öne çıkan araştırma konularını ve temel kaynakları belirlemeyi ve gelecekteki çalışma alanlarına yönelik çıkarımlar sunmayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda belirlenen araştırma sorularına aşağıda yer verilmektedir.

AS1: E-ticaret ve gizlilik endişesi literatüründe yayın sayısı yıllara göre nasıl bir gelişim göstermektedir?

AS2: Bu alanda en çok yayın yapan disiplinler hangileridir?

AS3: En çok atıf alan dergiler hangileridir?

AS4: Literatürde en fazla atıf alan öncü çalışmalar hangileridir, bunların dışında başka temel çalışmalar var mıdır?

AS5: En üretken yazarlar ve ülkeler hangileridir?

AS6: Literatürde hangi anahtar kavramlar, temalar ve konular öne çıkmaktadır, bu kavramlar zamanla nasıl değişim göstermiştir?

Araştırma sorularının analizi neticesinde elde edilen bulgular, e-ticarette gizlilik endişesi literatürüne hem kuramsal hem de uygulamaya dönük katkılar sunmaktadır. Literatür açısından, çalışma alanın tarihsel gelişimini, temel temalarını ve öncü çalışmalarını sistematik biçimde ortaya koyarak literatürün mevcut yapısını ve eğilimlerini açıklığa kavuşturmaktadır. Uygulama boyutunda ise, gizlilik-güven dengesini esas alan veri yönetimi, kullanıcı şeffaflığı ve etik tasarım ilkelerine ilişkin çıkarımlar geliştirerek gelecekteki araştırmalar için yönlendirici bir referans alanı oluşturmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu çalışma, araştırma konusunun iki temel ekseni olan e-ticaret ve gizlilik endişesi kavramları çerçevesinde şekillenmiştir. E-ticaretin tanımı, kapsamı, tarihsel gelişimi ve günümüzdeki işleyiş dinamiklerinin ele alınmasının ardından, dijital ortamda kişisel veri güvenliği ile doğrudan ilişkili olan gizlilik endişesi kavramı açıklanacak ve bu iki alanın etkileşimi ortaya konacaktır.

2.1. E-Ticaret (Elektronik Ticaret)

İnternetin yaygınlaşması ile birlikte sanal bir ekonomik alan ve toplumsal alan oluşmuştur. Bu durum üretim maliyetlerini düşürmüş, ticaret ve bilgi akışına hız vermiş ve geleneksel alış-satış uygulamalarında değişime yol açmıştır (Qin, 2009). Elektronik ticaret tüketici ile satıcı arasındaki ürün/hizmet değişiminin elektronik yollarla yani kısmen ya da tamamen internet üzerinden gerçekleştiği işlemler olarak tanımlanmaktadır (Altınışık ve Bilge, 2001). Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (Organisation for Economic Co-operation and Development – OECD)'na göre e-ticaret, sipariş verme veya alma amacıyla özel olarak tasarlanmış yöntemler kullanılarak bilgisayar ağları üzerinden mal veya hizmetlerin satış ya da satın alınması işlemlerini ifade etmektedir (OECD, 2025).

E-ticaretin geçmişi, 1960'lı yıllardaki işletmeler arası standartlaştırılmış belge paylaşımını sağlayan Elektronik Veri Değişimi (EDI)'ne dayanmaktadır (Tian ve Stewart, 2006). Başlangıçta oldukça yavaş ve maliyetli olsa da internetin 1990'larda bu sisteme entegre olması ile e-ticaret güçlü bir ticari araca dönüşmüştür. Örneğin Dell gibi bu duruma erken uyum gösterebilen işletmeler belirgin bir avantaj elde etmiştir (Hindle, 2008). Güncel bağlamıyla e-ticaret, çevrimiçi mal ve hizmet satışının ötesine geçerek elektronik fon transferi, tedarik zinciri yönetimi, çevrimiçi pazarlama, envanter yönetimi ve veri toplama gibi çok sayıda süreci kapsayan bir noktaya ulaşmıştır (Mohapatra, 2013; Metin ve Sarıhan, 2022, s. 70). İnternet ve bilgi teknolojilerinin yaygın ve ulaşılabilir hale gelmesi ile, kamusal işlemlerden elektronik bankacılık ve e-ticaret platformlarına kadar geniş bir alanda büyüme sağlamıştır (Keleş, 2018). Nüfus artışı, internete erişimin kolaylaşması, güvenli ödeme sistemleri ve dağıtım ağlarının gelişimi de bu büyümeye destek veren faktörlerdir (Demirdöğmez vd., 2018).

Bununla birlikte e-ticaretin ölçeklenmesini mümkün kılan üç etken bulunmaktadır. Bu etkenlerin ilki güvenli elektronik ödeme altyapılarının olgunlaşması, diğeri veri analitiğindeki ilerlemeler sayesinde müşteri davranışlarının daha iyi anlaşılması ve gerçek

zamanlı karar destek mekanizmalarının güçlenmesi, sonuncusu ise markaların etkileşim, geri bildirim ve hedefleme amaçlı sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasıdır. Yakın gelecekte ise yapay zeka destekli otonom sistemlerin kesintisiz ve verimli alışveriş deneyimine katkıda bulunarak e-ticaret ekosistemini yapısal olarak yeniden şekillendireceği öngörüsünde bulunulmaktadır (Jain vd., 2021).

E-ticaretin gelişimi yalnızca teknolojik ilerlemelerle bağlantılı değildir; tüketici alışkanlıklarındaki dönüşüm de bu gelişimle yakından ilişkilidir. Özellikle COVID-19 pandemisi, e-ticaretin büyümesini hızlandıran en önemli dönüm noktalarından biri olmuştur. Salgın sürecinde uygulanan kısıtlamalar, tüketicileri çevrimiçi alışverişe yöneltmiş ve dijitalleşme düzeyi görece düşük ülkelerde e-ticaret hacminde belirgin artışlar yaratmıştır. Paraschiv vd. (2022), Avrupa Birliği ülkelerinde 2019–2020 döneminde çevrimiçi sipariş oranlarının ortalama %6'nın üzerinde yükseldiğini ve pandeminin e-ticaret ekosistemini yapısal olarak dönüştürdüğünü ortaya koymuştur. Ayrıca mobil cihazların yaygınlaşması, kişiselleştirilmiş reklamcılığın etkisi ve kullanıcı dostu platformların artışı ile çevrimiçi alışveriş günlük yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Bunun yanında, platformlar arası rekabet, lojistik altyapıdaki iyileşmeler ve tüketicilere sunulan esnek iade veya garanti politikaları da e-ticaretin yaygınlaşmasını destekleyen önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Tüm bu değişkenlerin etkisiyle e-ticaret, yalnızca bir satış kanalı olmanın ötesine geçerek dijital ekonominin merkezinde yer alan bütünleşik bir değer ağına dönüşmüştür.

2.2. Gizlilik Endişesi

Gizlilik endişesi, bireylerin kişisel bilgilerinin üçüncü taraflarca izin alınmaksızın kullanılması ve paylaşılmasına dair duydukları rahatsızlık ve kaygıyı ifade etmektedir. Gizlilik endişesi kavramının ilk ortaya çıkışı hukuk literatüründe "yalnız bırakılma hakkı" vurgusuyla Warren ve Brandeis'e (1890) uzanmaktadır. Modern dönemde ise gizlilik, bireyin kişisel bilgilerinin ne zaman, nasıl ve hangi kapsamda paylaşılacağına karar verme hakkı olarak tanımlanmaktadır (Westin, 1967, s. 7). İnternet kullanımındaki artış ile birlikte kişisel verilerin korunması ve gizlilik endişe düzeylerinin ölçülmesi hem akademik anlamda önem kazanmış hem de uygulamada yer bulmuştur.

Araştırmalar, gizlilik endişesinin tüketici davranışları üzerinde belirgin bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Tüketicilerin paylaştıkları bilginin içeriği ve hassasiyet düzeyi endişe seviyesinde farklılık yaratmaktadır (Sheehan ve Hoy, 2000). Kişisel bilgiler üzerindeki algılanan kontrol ile gizlilik endişesi arasında negatif korelasyon olduğu öne sürülmektedir (Taylor vd., 2009). Benzer biçimde bir internet platformuna duyulan güvenin yükselmesi kişisel bilgi paylaşma eğilimini artırmaktadır ve endişeyi düşürmektedir (Castañeda ve Montoro, 2007). Bunlara ek olarak kişilik özellikleri de gizlilik endişesi üzerinde etki sahibidir. Örneğin dışadönüklük daha düşük gizlilik endişesi ile ilişkilendirilirken, nevrotiklik daha yüksek gizlilik endişesi ile ilişkili bulunmuştur (Škrinjarić vd., 2018).

Gizlilik endişesi kavramının işletmeler için en önemli çıktılarından biri veri toplama yollarını, topladığı verileri nasıl kullandığı ve paylaştığına dair açıkça beyanda bulunmasını içeren şeffaflık politikalarıdır. Aynı zamanda kullanıcılara etkin kontrol mekanizmaları imkânı sağlanması ve bilgi güvenliğine dair olan güvencelerin açık ve anlaşılır biçimde ifade edilmesi kritik bir öneme sahiptir (Bansal vd., 2015). Gizliliğin diğer değişkenlerle ilişkisini iktisadi olarak doğrudan ölçmek zor olduğundan, literatürde çoğu zaman inanç, tutum ve algı göstergelerinden yararlanılmaktadır (Smith vd., 2011). Tüketicilerin kişisel bilgilerini paylaşmaya dair çekincelerini belirleyen faktörlerin anlaşılması işletmeler açısından stratejik, tüketiciler açısından ise koruyucu bir işleve sahiptir (Li, H vd., 2011; Sun vd., 2019).

Gizlilik endişesi kavramı, çevrimiçi ortamlarda tüketici davranışlarına etki eden anahtar bir ögedir. Özellikle e-ticaret platformlarında bilgi güvenliği ihlallerinin artması, kişisel verilerin üçüncü taraflarla paylaşılması ve algoritmik hedefleme uygulamaları, kullanıcıların güven algısına doğrudan etki etmektedir. Bu nedenle işletmeler gizlilik politikalarını sadece yasal bir zorunluluk olarak değil, rekabet avantajına veya dezavantajına sebep olabilecek stratejik bir unsur olarak da konumlandırmak durumundadır.

2.3. İlişkisel Çerçeve ve Çalışmanın Konumlandırılması

E-ticaret ve gizlilik endişesi kavramları birlikte değerlendirildiğinde e-ticaretin ödeme altyapıları, veri analitiği, hedefleme ve kişiselleştirme gibi konulardaki veri odaklı işleyişi ile tüketicilerin gizlilik endişesi ve güven algıları arasındaki etkileşimin çevrimiçi davranışlar ve platform tercihleri üzerinde etkili olduğu görülmektedir (Sheehan ve Hoy, 2000; Castañeda ve Montoro, 2007; Taylor vd., 2009; Bansal vd., 2015). Bu makale, söz konusu ilişkisel zemini dikkate alarak literatürün kapsamını, eğilimlerini ve etki profillerini bibliyometrik bir bakış açısı ile değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada e-ticaret ve gizlilik endişesi konularında halihazırdaki literatürün kapsamını, eğilimlerini ve etkisini ortaya koymak için bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmıştır. Bibliyometrik analiz, belirli bir araştırma alanındaki literatürü nicel verilerle değerlendirmek, yayın ve atıf örüntülerini incelemek ve alanın gelişim dinamiklerini ortaya çıkarmak için kullanılan etkili bir yöntemdir (Van Eck vd., 2010; Demiral ve Yüksek, 2022). Bu yöntem sayesinde, incelenen alandaki önemli temalar, ilişkiler ve araştırma boşlukları hem sayısal göstergeler hem de görsel ağ haritaları aracılığıyla görünürlük kazanmaktadır (Tepe ve Ovalı, 2023, s. 114).

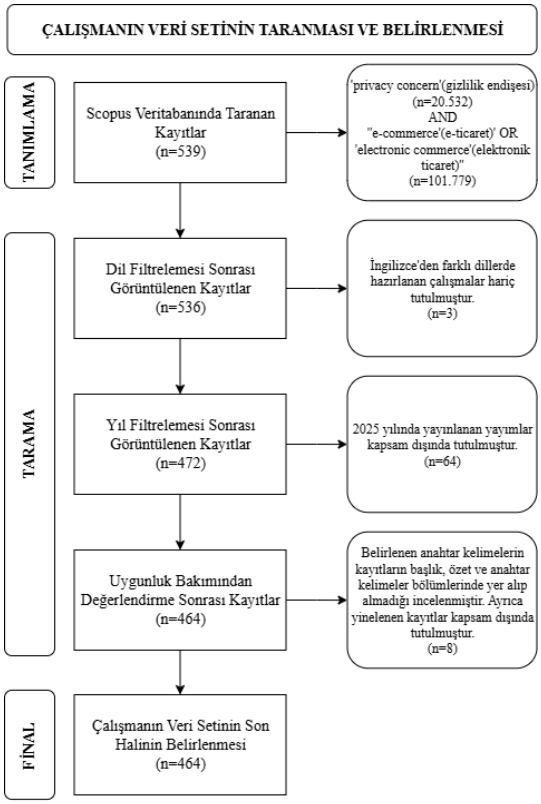
Çalışmanın evrenini, Scopus veri tabanında dizinlenen ve e-ticaret ile gizlilik endişesi kavramlarını birlikte ele alan tüm yayınlar oluşturmaktadır. 2004 yılında Elsevier tarafından bilim dünyasına sunulan Scopus veri tabanı kapsamı ve disiplinler arası içeriğiyle öne çıkan özet ve atıf veri tabanlarından biridir (Norris ve Oppenheim, 2007). Scopus'un Web of Science ile kıyaslandığında daha geniş bir dergi ağını kapsaması, hızlı

sonuç getirme kapasitesi ve atıf analizlerinde sağladığı ek kapsam avantajı (yaklaşık %20 daha fazla içerik) daha çok tercih edilme nedenlerini oluşturmaktadır (Falagas vd., 2008; Martín-Martín vd., 2018).

Veri toplama sürecinde, Scopus'un gelişmiş arama özelliği kullanılarak 01.07.2025 tarihinde '(TITLE-ABS-KEY(e-commerce OR electronic-commerce) AND TITLE-ABS-KEY(privacy-concern))' sorgusu çalıştırılmıştır. Bu sorguda "electronic-commerce" (elektronik-ticaret) ve "privacy-concern" (gizlilik-endişesi) ifadelerinin tire (-) işareti ile kullanılması bilinçli bir tercihtir. Bu tercih ile, gizlilik ve endişe kelimelerinin özet içerisinde farklı cümlelerde ve bağımsız bir biçimde yer alması sonucu oluşabilecek yanlış pozitif eşleşmelerin önüne geçilmiş, yalnızca 'elektronik ticaret' ve 'gizlilik endişesi' şeklinde kullanılan bileşik kavramları doğrudan içeren kayıtlar çalışmaya dahil olmuştur.

Arama sonucunda çalışmaların başlık, özet ve anahtar kelimelerinde gizlilik endişesi ve e-ticaret kavramlarını birlikte içeren 539 yayına ulaşılmıştır. Bu yayınlardan İngilizce dilinde yazılmamış olanlar elenerek sayı 536'ya düşürülmüştür. 2025 yılı verileri, henüz yılın ortalarında bulunulması nedeniyle kapsam dışı bırakılmıştır. Bu filtreleme sonucunda 472 kayıt kalmıştır. Uygunluk kontrolü yapılmış, tekrar eden kayıtlar çıkartılmış, ayrıca başlık, özet ve anahtar kelimelerde arama terimlerinin doğrudan yer alıp almadığı manuel olarak incelenmiştir. Bu prosedürler sonucunda geriye kalan 464 yayın nihai veri setini oluşturmuştur. Veri toplama ve filtreleme sürecinin basamakları, Şekil 1'de iş akış şeması olarak yer almaktadır.

Şekil 1. Veri Setinin Belirlenme Sürecini Gösteren Akış Şeması



Kaynak: (Bedaduri, Kasisomayajula, Mouneswari ve Mamilla, 2025, s. 412) kaynağından uyarlanmıştır.

Elde edilen veriler, R programlama dilinde geliştirilen Bibliometrix programı (Aria ve Cuccurullo, 2017) aracılığı ile analiz edilmiştir. Bibliometrix, bilimsel haritalama sürecini izleyerek atıf analizi, yazar ve ülke üretkenliği, anahtar kelime eğilimleri gibi bibliyometrik ölçümleri kapsamlı biçimde gözler önüne sermektedir. Ayrıca, bibliyometrik ağların görselleştirilmesi için VOSviewer yazılımından da faydalanılmıştır (van Eck ve Waltman, 2010). VOSviewer programı atıf, ortak atıf, ortak yazarlık, bibliyografik eşleşme ve ortak anahtar kelime analizleri gibi farklı ilişki türlerini haritalandırmakta ve görselleştirmektedir. Bu çalışmada, her iki yazılımın sağladığı çıktılar bir arada değerlendirilmiş ve literatürün yapısal görünümü, öne çıkan araştırma alanları ve tematik yoğunluklar ortaya konulmuştur. Bu yöntemsel yaklaşım ile araştırma sorularına bütüncül bir yanıt vermenin yanı sıra alanın mevcut durumunu ortaya koymak ve gelecek araştırmalar için potansiyel yönelimleri belirlemek amaçlanmaktadır.

4. BULGULAR

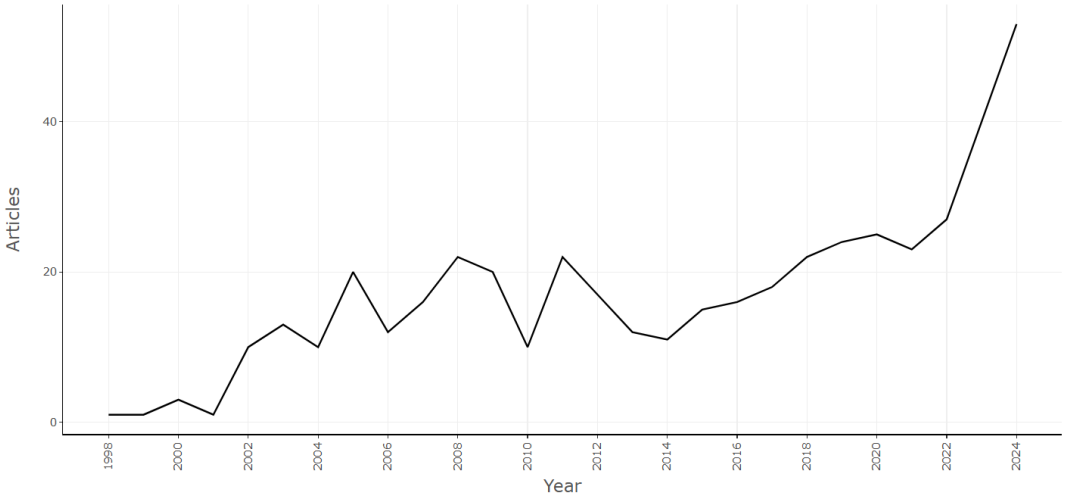
Çalışmanın bu bölümünde bibliyometrik analiz teknikleri kullanılarak elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Bulgular araştırma alanının zaman içindeki gelişimi, yayınların disipliner dağılımı, en üretken yazarlar ve ülkeler, en fazla atıf alan çalışmalar, bibliyografik eşleşme sonuçları, en etkili dergiler ile anahtar kelime dağılımı, tematik evrim ve trend konu analizleri başlıkları altında incelenecektir.

4.1. Yayınların Zaman İçindeki Eğilimleri ve Disipliner Dağılımı

Analiz edilen veri seti, toplam 464 yayından oluşmaktadır. Bu yayınlar 2.105 farklı yazar tarafından yazılmış ve 186 ayrı dergi/kitapta yayımlanmıştır. Yayınların türleri incelendiğinde, 216'sının araştırma makalesi, 11'inin derleme makalesi, 27'sinin kitap bölümü ve 210'unun konferans bildirisi olduğu görülmektedir. Yayın başına düşen ortalama atıf sayısı 56,11 olarak hesaplanmıştır.

Scopus veri tabanında E-ticaret ve gizlilik endişesini birlikte ele alan ilk çalışma 1998 yılında yayınlanmıştır. 1998-2024 döneminde bu iki konuyu birlikte inceleyen yayınların yıllara göre dağılımı Şekil 2'de gösterilmektedir. Verilere göre konuya dair ilk yayının yer aldığı 1998 yılında yalnızca 1 yayın yapılmışken, 2003 yılında 13, 2008 yılında 22, 2013 yılında 12, 2018 yılında 22, 2023 yılında 40 ve 2024 yılında 53 yayın üretilmiştir.

Şekil 2. E-Ticarette Gizlilik Endişesi Çalışmalarının Yıllara Göre Dağılımı

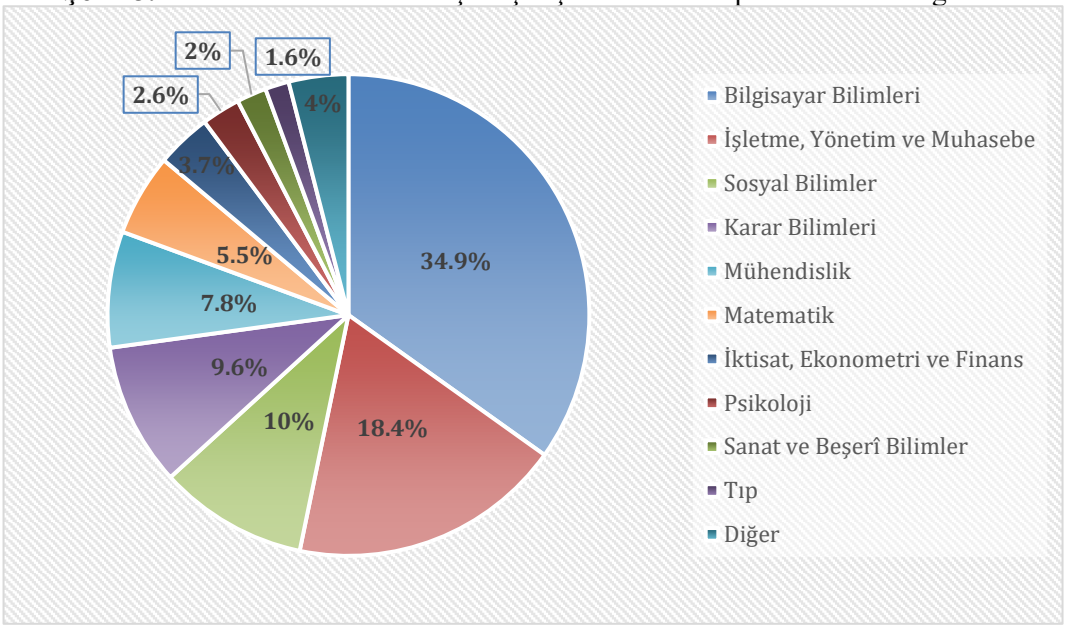


Çalışmanın veri toplama tarihi olan 01.07.2025 tarihindeki veriler yalnızca yılın ilk yarısını kapsadığı için 2025 yılı analiz dışında tutulmuştur. Ancak 2025 yılının ilk altı ayında üretilen 64 yayının, 2024 yılındaki toplam yayın sayısından fazla olması büyümeye işaret etmesi açısından dikkat çekmektedir. Scopus verilerine dayalı olarak hesaplanan e-ticaret ve gizlilik endişesini birlikte konu alan yayınların yıllık büyüme oranı ise %16,5'tir.

Bu bulgular son otuz yıllık dönemde e-ticaret ve gizlilik endişesi konularını birlikte ele alan akademik çalışmaların sayısında istikrarlı bir artış olduğunu gözler önüne sermektedir. Özellikle 2021 yılından itibaren yayın sayılarında gözlemlenen artış eğilimi, alanın akademik ilgi açısından ivme kazandığını ve araştırma gündeminde daha görünür hale geldiğini ortaya koymaktadır.

Veri setinde yer alan 464 yayının bilimsel disiplinlere göre dağılımı Şekil 3'te yer almaktadır. Bulgular, e-ticaret ve gizlilik endişesi konularının en yoğun Bilgisayar Bilimleri alanında ele alındığını göstermektedir. Bu alanda 324 yayın bulunmaktadır. Bu sayı mutlak değerler açısından en yüksek orana sahiptir. İşletme, Yönetim ve Muhasebe alanı 171 yayın ile ikinci sırada yer alırken, Sosyal Bilimler 93 yayın ile üçüncü sıradadır. Ayrıca Karar Bilimleri alanında 89, Mühendislik alanında 72, Matematik alanında 51, İktisat, Ekonometri ve Finans alanında 34 ve Psikoloji alanında 24 yayın bulunduğu tespit edilmiştir.

Şekil 3. E-Ticarette Gizlilik Endişesi Çalışmalarının Disiplinlere Göre Dağılımı



Şekil 3'te yer alan yüzdelik oranlar incelendiğinde alanyazında Bilgisayar Bilimleri %34,9, İşletme, Yönetim ve Muhasebe %18,4, Sosyal Bilimler %10,0, Karar Bilimleri %9,6 oranında yer almaktadır. Yüzdelik değerlerin toplam yayın sayılarına kıyasla daha düşük görünüyor olmasının temel sebebi çalışmalarda sıklıkla çok disiplinli (multidisipliner) bir yaklaşımın bulunmasıdır. Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse, tek bir yayın birden fazla bilimsel disiplinin kapsamına girebilmekte olup, örneğin bir çalışma hem bilgisayar bilimleri hem de işletme alanı içerisinde eş zamanlı olarak sınıflandırılabilmektedir. Bu durum, e-ticaret ve gizlilik endişesi konularının doğası gereği teknik, yönetimsel ve sosyal

boyutları bir arada bulunduran disiplinler arası bir araştırma alanı olduğunu açıkça göstermektedir. Bilgisayar bilimleri alanındaki yoğunluk konunun bilgi teknolojileri, veri güvenliği ve çevrimiçi sistem altyapıları ile doğrudan ilişkisini yansıtmaktadır. İşletme ve sosyal bilimler alanındaki güçlü temsil ise konunun tüketici davranışları, ticari stratejiler ve toplumsal etkilerle de yakından bağlantılı olabileceğine işaret etmektedir.

4.2. En Üretken Yazarlar ve Ülkeler

Çalışma kapsamında elde edilen verilerin işaret ettiği en üretken yazarlar Tablo 1'de gösterilmiştir. Sıralama öncelikli olarak toplam yayın sayısını (TP) esas alarak yapılmış, TP değerleri eşit olan yazarlar toplam atıf sayısına (TC) göre, her iki değerin de eşit olması durumunda ise alfabetik olarak sıralanmıştır. Birden fazla yazarın aynı yayınlarda ortak olarak yer aldığı durumlarda ise (örneğin 1. ve 3. sıradaki eşleştirmeler), bu yazarlara aynı sırada yer verilmiştir.

En üretken yazarlar arasında ilk sırayı, 10 ortak yayına sahip Dinev, T. ve Hart, P. paylaşmaktadır. Bu yayınlar toplam 3.953 atıf almış ve yazarların yayın başına ortalama atıf sayısı (CPP) 395,3 olarak hesaplanmıştır. İkinci sırada, 7 yayına ve toplam 333 atıfa sahip Polat, H. bulunmaktadır. Üçüncü sırada ise birlikte 5 yayın üreten Bellotto, M., Colautti, C., Russo, V. ve Serra, I. yer almakta olup, bu yayınlar toplam 452 atıf almış ve CPP değeri 90,4 olmuştur.

Dördüncü sırada 4 yayın ile Kim, D.J. (TC=3.029, CPP=757,3), onu yine 4 yayın ile Xu, H. (TC=1.422, CPP=335,5), Li, H. (TC=466, CPP=116,5) ve Sarathy, R. (TC=388, CPP=97,0) takip etmektedir. Sonraki sıralarda, 3 yayın ile Luo, X. (TC=433, CPP=144,3), Chen, K. (TC=305, CPP=101,7) ve Du, W. (TC=238, CPP=79,3) yer almaktadır.

Bu veriler, alandaki en üretken isimlerin aynı zamanda yüksek atıf alan çalışmalara sahip olduğunu, özellikle Kim, D.J.'nin yayın başına ortalama atıf sayısında (CPP) diğer yazarlara kıyasla belirgin bir üstünlüğü olduğunu göstermektedir.

Tablo 1. En Üretken Yazarlar

S	Yazarlar	TP	TC	CPP	h-index
1	Dinev, T. & Hart, P.	10	3953	395,3	8
2	Polat, H.	7	333	47,6	7
3	Bellotto, M. & Colautti, C. & Russo, V. & Serra, I.	5	452	90,4	4
4	Kim, D.J.	4	3029	757,3	4
5	Xu, H.	4	1422	335,5	4
6	Li, H.	4	466	116,5	4

7	Sarathy, R.	4	388	97	4
8	Luo, X.	3	433	144,3	3
9	Chen, K.	3	305	101,7	2
10	Du, W.	3	238	79,3	3

E-ticaret ve gizlilik endişesi konularında en çok yayın yapan ülkeler Tablo 2'de sunulmuştur. Toplam yayın sayısına (TP) göre yapılan sıralamaya göre Amerika Birleşik Devletleri'nin, 154 yayın ve 18.841 toplam atıf (CPP=122,3) ile açık ara farkla hem en üretken hem de en etkili ülke olduğu görülmüştür. Atıf performansı açısından değerlendirildiğinde ise ABD'nin yüksek h-indeks değeri (h=50) de bu alandaki akademik etkinliğini destekleyen bir bulgu olarak görülmektedir. ABD'yi sırasıyla Çin (TP=68, CPP=18,3, h=20) ve Hindistan (TP=51, CPP=16,9, h=13) takip etmektedir. Ancak bu iki ülke üretkenlik açısından üst sıralarda yer alıyor olsa da yayın başına düşen atıf sayıları dikkate alındığında diğer üst sıralardaki ülkelere kıyasla görece düşük performans göstermektedir.

Avrupa ülkeleri arasında Birleşik Krallık (TP=32, CPP=34, h=16) ve Almanya (TP=24, CPP=48, h=14) dikkat çekmekte olup, Kanada (TP=20, CPP=186, h=10) yayın başına atıf oranı bakımından öne çıkmaktadır. İlk 10 içerisinde yer alan diğer ülkeler ise Güney Kore (TP=20, CPP=24), Avustralya (TP=18, CPP=21,1), Tayvan (TP=14, CPP=37,1) ve Malezya (TP=13, CPP=31,9) olmuştur.

Tablo 2'de ayrıca ülkelerin "kendinden alıntı" (self-citation) oranlarına da yer verilmiştir. Bu oran, ülkedeki yazarların kendi çalışmalarına atıf verme düzeyini ifade etmektedir. Analiz sonuçlarına göre, kendinden alıntı oranı en yüksek ülke %19,52 ile Malezya'dır. Birleşik Krallık (%9,19) ve Avustralya (%8,71) da bu değerin nispeten yüksek olduğu diğer ülkelerdir. Buna karşın Tayvan (%1,54) ve Kanada (%1,96) en düşük kendinden alıntı oranına sahip ülkeler olarak listenin sonunda yer almaktadır.

Türkiye, e-ticaret ve gizlilik endişesi konularında toplam 9 yayın, 138 atıf (CPP=15,3) ve 5 h-indeks değeri ile sıralamada ilk 20 ülke arasında yer bulmuştur. Türkiye'nin kendinden alıntı oranı %17,39 olarak tespit edilmiştir. Bu oran ülkeler genel ortalamasının üzerinde kalan bir değerdir. Çalışmanın yalnızca Scopus veri tabanında indekslenen İngilizce dilindeki yayınları kapsadığı göz önünde bulundurulduğunda, Türkiye'nin ulusal literatürdeki yayın sayısının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir. Ancak, bu alandaki uluslararası görünürlüğün artırılması, akademik iş birliklerini güçlendirmesinin yanı sıra e-ticaret ve gizlilik endişesi alanında Türkiye'deki akademik çalışmaların bilimsel katkısını küresel ölçekte daha görünür kılacaktır.

Tablo 2. En Üretken Ülkeler

S	Ülkeler	TP	TC	CPP	h-index	Kendinden Alıntı(%)
1	Amerika Birleşik Devletleri	154	18841	122,3	50	2,18
2	Çin	68	1245	18,3	20	2,81
3	Hindistan	51	863	16,9	13	3,01
4	Birleşik Krallık	32	1088	34	16	9,19
5	Almanya	24	1153	48	14	5,98
6	Kanada	20	3720	186	10	1,96
7	Güney Kore	20	480	24	11	3,54
8	Avustralya	18	379	21,1	9	8,71
9	Tayvan	14	519	37,1	7	1,54
10	Malezya	13	415	31,9	5	19,52

4.3. En Etkili Yayınlar, Bibliyografik Eşleşme ve En Etkili Dergiler

En fazla atıf alan çalışmalar Tablo 3'te sunulmuştur. Liste, toplam atıf sayısına göre sıralanmıştır. Yıldız (*) işareti 2025 yılının yalnızca ilk yarısına ait verileri göstermektedir. İlk sırada Kim vd. (2008) çalışmasının yer aldığı görülmektedir. Bu yayın toplam 2.585 atıf almıştır. Son beş yılda da düzenli olarak yüksek düzeyde atıf almaya devam etmiştir. İkinci sırada, Malhotra vd. (2004) çalışması 2.512 atıf ile yer almaktadır. Pavlou vd. (2007) çalışması 2.183 atıf ile üçüncü sırada bulunmaktadır.

Dinev ve Hart (2006) yayını 1.990 atıf ile dördüncü sırada listelenmiştir. Belanger vd. (2002) çalışması 890 atıf ile beşinci sırada yer almaktadır. Xu vd. (2011) çalışması 648 atıf ile altıncı, Bonsón Ponte vd. (2015) yayını ise 544 atıf ile yedinci sırada bulunmaktadır. Sekizinci sırada Goldfarb ve Tucker (2011) çalışması 535 atıf ile, dokuzuncu sırada Spiekermann vd. (2001) çalışması 377 atıf ile listelenmiştir. İlk on yayın arasına giren son çalışma ise 348 atıf alan Luo (2002) yayınıdır.

Yıllara göre atıf eğilimleri incelendiğinde, listedeki tüm yayınların 2020 sonrası dönemde de yüksek düzeyde atıf almaya devam ettiği görülmüştür. Dolayısıyla bu yayınların alanın temel referans kaynakları olma niteliğini koruduğu görülmektedir. Özellikle ilk dört sırada

yer alan çalışmalar hem teorik hem de metodolojik katkılarıyla literatürde kalıcı bir etki yaratmıştır.

Tablo 3. En Fazla Atıf Alan 10 Yayının Yıllara Göre Atıf Eğilimi

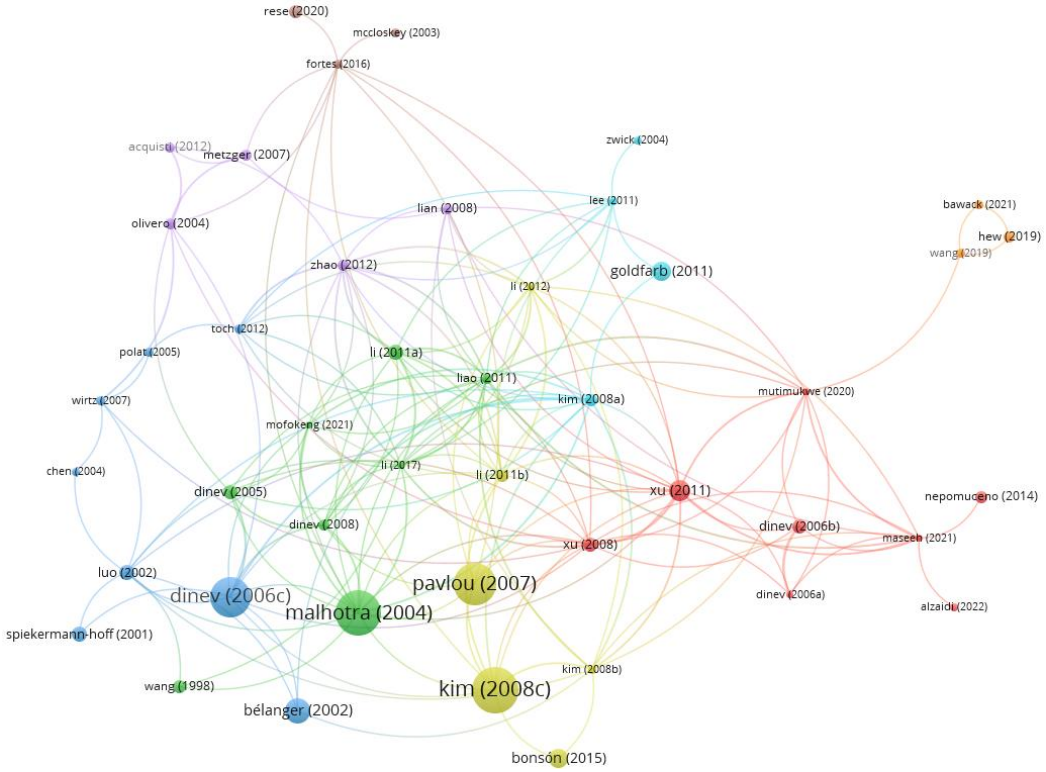
S	En Etkili Yayınlar	<2020	2020	2021	2022	2023	2024	2025*	Toplam
1	Kim, Ferrin ve Rao, 2008	1274	231	190	247	241	254	148*	**2585**
2	Malhotra, Kim ve Agarwal, 2004	1223	210	237	249	201	239	153*	**2512**
3	Pavlou, Liang ve Xue, 2007	1091	173	180	199	199	202	139*	**2183**
4	Dinev ve Hart, 2006	886	185	160	196	208	206	149*	**1990**
5	Belanger, Hiller ve Smith, 2002	649	45	40	45	41	45	25*	**890**
6	Xu, Dinev, Smith ve Hart, 2011	240	65	60	66	57	87	73*	**648**
7	Bonsón Ponte, Carvajal-Trujillo ve Escobar-Rodríguez, 2015	145	72	65	86	70	66	40*	**544**
8	Goldfarb ve Tucker, 2011	240	42	50	62	49	49	43*	**535**
9	Spiekermann, Grossklags ve Berendt, 2001	296	12	10	15	18	20	6*	**377**
10	Luo, 2002	246	17	19	19	21	19	7*	**348**

Bibliyografik eşleşme yöntemi çalışmalar arasındaki benzerliği ortaya koymak için kaynakça listelerinin karşılaştırılmasına dayanmaktadır. İki çalışmanın kaynakçaları arasındaki örtüşme oranının yüksekliği, bu çalışmalar arasındaki bağlantının da aynı ölçüde güçlü olduğuna işaret etmektedir (Zupic ve Čater, 2015). Bibliyografik eşleşme yaklaşımında ortak atıf analizinde olduğu gibi iki kaynak arasındaki doğrudan atıf ilişkisi yerine, farklı çalışmaların aynı kaynaklara atıfta bulunması temel alınmaktadır. Bu yöntem sayesinde doğrudan atıf ilişkisi bulunmayan çalışmalar arasındaki örtük benzerlikler açığa çıkmaktadır. Bu yöntem sayesinde literatürün bütüncül yapısı, retrospektif bir bakış açısıyla daha belirgin biçimde ortaya konulmaktadır (Yalçın ve Yayla, 2016, s.56-57). Bu sebeple araştırmada ortak atıf analizi yerine bibliyografik eşleşme yönteminin tercih edilmesi uygun görülmüştür.

Bibliyografik eşleşme analizi ile incelenen 464 yayın içerisinde 100 ve üzeri atıf alan toplam 46 çalışma mevcuttur. Bu 46 yayından 45'inin kaynakçalarının bibliyografik eşleşmeye göre birbirleriyle doğrudan ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Analiz bulguları incelendiğinde sekiz farklı küme, 173 bağlantı ve 221 toplam bağlantı gücü belirlenmiştir.

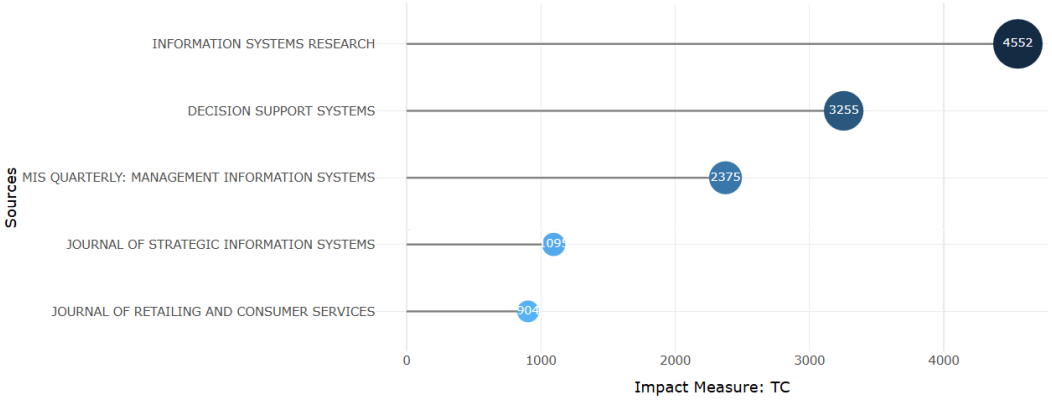
Bu çerçevede, en yüksek toplam bağlantı gücüne sahip çalışma 25 toplam bağlantı gücü ve 18 bağlantı ile Liao vd. (2011) tarafından yapılan araştırmadır. Söz konusu yayınlara ilişkin kümelenme yapıları, bağlantılar ve görsel haritalama Şekil 4'te ayrıntılı biçimde sunulmaktadır.

Şekil 4. E-ticarette Gizlilik Endişesi Yayınlarının Bibliyografik Eşleşmesi



E-ticaret ve gizlilik endişesi literatüründe en çok atıf alan beş derginin, başka bir deyişle en etkili dergilerin analizi Şekil 5'te gösterilmiştir. Birinci sırada Information Systems Research (TC=4.552) yer almaktadır. İkinci sırada Decision Support Systems (TC=3.255), üçüncü sırada ise MIS Quarterly: Management Information Systems (TC=2.375) bulunmaktadır. Dördüncü sırada Journal of Strategic Information Systems (TC=1.095) ve beşinci sırada Journal of Retailing and Consumer Services (TC=904) listelenmiştir. Söz konusu dergiler yüksek atıf hacmine ek olarak disiplinler arası katkılarıyla da bu alandaki araştırma gündemini şekillendirmektedir. Dolayısıyla e-ticaret ve gizlilik endişesi konusunda araştırma yürütmek isteyen araştırmacıların öncelikli olarak bu dergilerde yayımlanan makaleleri incelemeleri önerilmektedir.

Şekil 5. En Etkili Dergiler



4.4. Anahtar Kelime Dağılımı, Eğilimleri ve Trend Konu Analizi

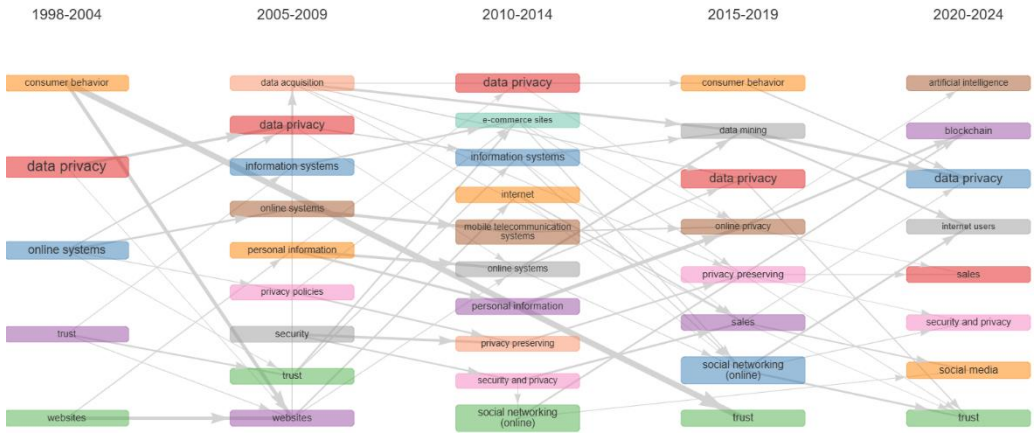
Bu bölümde e-ticarette gizlilik endişesi literatürünün temel temalarını, kavramlar arasındaki ilişkileri ve zaman içindeki değişim trendlerini ortaya koymak amacıyla tematik evrim, anahtar kelime dağılımı ve trend konu analizine ilişkin bulgular ele alınmıştır.

Şekil 6'da sunulan tematik evrim analizi incelendiğinde e-ticarette gizlilik endişesi literatürünün yaklaşık çeyrek asırlık gelişiminde belirgin bir kavramsal süreklilik ve odak kayması olduğu görülmektedir. 1998–2004 döneminde "data privacy" (veri gizliliği) ve "trust" (güven) ekseninde konumlanan çekirdek yapı, sonraki yıllarda "information systems" (bilgi sistemleri), "security" (güvenlik) ve "privacy policies" (gizlilik politikaları) gibi kurumsal ve teknik unsurlarla bütünleşerek daha olgun ve çok boyutlu bir konuma erişmiştir. 2010–2014 döneminde "e-commerce sites" (e-ticaret siteleri), "internet" ve "social networking (online)" (çevrimiçi sosyal ağlar) gibi platform odaklı temalarla birlikte "privacy preserving" (gizliliğin korunması) ve "security and privacy" (güvenlik ve gizlilik) gibi teknik koruma çözümleri daha çok yer almıştır. 2015–2019 yılları, "data mining" (veri madenciliği) ve "online privacy" (çevrimiçi gizlilik) gibi analitik yaklaşımların güçlenmesiyle birlikte "sales" (satışlar) temasının literatüre girişi sayesinde ticarî çıktı odaklı bir perspektifin benimsendiği görülmektedir. Son olarak, 2020–2024 döneminde "artificial intelligence" (yapay zeka) ve "blockchain" (blok zinciri) temalarının "data privacy" (veri gizliliği) ve "security and privacy" (güvenlik ve gizlilik) ile birlikte görünür hale gelmesi, gizlilik-güven ekseninin ileri teknolojiler aracılığıyla yeniden çerçevelendiğine dair bir bulgu niteliğindedir. Dönemler arası bağlantı çizgileri, "trust"

(güven) temasının tüm süreç boyunca korunarak gizlilik endişesi ile e-ticaret performans göstergeleri arasındaki yapısal ilişkiyi desteklediğini ifade etmektedir.

Ayrıca, dönemler arası geçiş frekansları incelendiğinde "data privacy" (veri gizliliği) temasının her dönemde varlığını sürdürmesine ek olarak, sonraki dönemlerde farklı teknolojik ve ticarî temalarla yüksek bağlantı yoğunluğuna ulaştığı görülmektedir. Bu durum, e-ticarette gizlilik endişesi literatürünün teknolojik gelişmelerle doğrudan ilişkili olduğunu ifade etmektedir. Aynı zamanda bu gelişmeler doğrultusunda tematik yapısında da değişikliklere uğradığını göstermektedir. Nitekim "artificial intelligence" (yapay zeka) ve "blockchain" (blok zinciri) gibi yeni teknolojilerin son dönemde literatüre girmiş olması alanın teknolojik yeniliklere yüksek uyum gösterme kapasitesine sahip olduğunu, araştırma odaklarının ise bu doğrultuda hızlı bir şekilde evrildiğini ortaya koymaktadır.

Şekil 6. Tematik Evrim Analizi



Şekil 7'de yer alan kelime bulutu haritası, e-ticaret ve gizlilik endişesi alanında öne çıkan temel kavramları görselleştirmektedir. Görselde kullanılan yazı tipi boyutları, ilgili kavramların literatürdeki kullanım sıklığını ve araştırmalardaki ağırlığını sembolize etmektedir. Analiz sonuçlarına göre "data privacy" (veri gizliliği), "personal information" (kişisel bilgi), "information privacy" (bilgi gizliliği), "internet", "trust" (güven) ve "sales" (satış) gibi kavramlar, alan yazında yüksek frekansa sahiptir ve çalışmalarda merkezi bir rolde yer almaktadır. Bu durum, e-ticaret bağlamında kişisel verilerin korunması, güven ilişkilerinin sağlanması ve ticari süreçlerin yürütülmesi arasındaki güçlü bağlantıyı vurgulamaktadır.

Orta sıklıkta yer bulan "social networking (online)" (çevrimiçi sosyal ağlar), "information systems" (bilgi sistemleri), "websites" (web siteleri), "online privacy" (çevrimiçi gizlilik) ve "consumer behavior" (tüketici davranışı) gibi kavramlar ise kullanıcı deneyimi, dijital etkileşim biçimleri ve güven algısıyla doğrudan ilişkili olan kavramlardır.

Buna ek olarak, "privacy preserving" (gizliliğin korunması), "information disclosure" (bilgi ifşası), "security of data" (veri güvenliği) ve "behavioral research" (davranış araştırmaları) gibi literatürde görece daha az çalışılmış olan kavramlar, gelişen veri güvenliği teknolojileriyle birlikte gelecekte önem kazanabilecek araştırma alanlarını işaret etmektedir. Ayrıca, "customer satisfaction" (müşteri memnuniyeti) ve "consumer protection" (tüketicinin korunması) gibi kavramlar da, konunun gelecekte tüketici ve müşteri odaklı bakış açısı ile daha yoğun biçimde mercek altına alınacağına ve e-ticaret ekosisteminde kullanıcı hakları ile deneyimlerinin ön plana çıkabileceğine işaret etmektedir.

Şekil 7. Kelime Bulutu Haritası

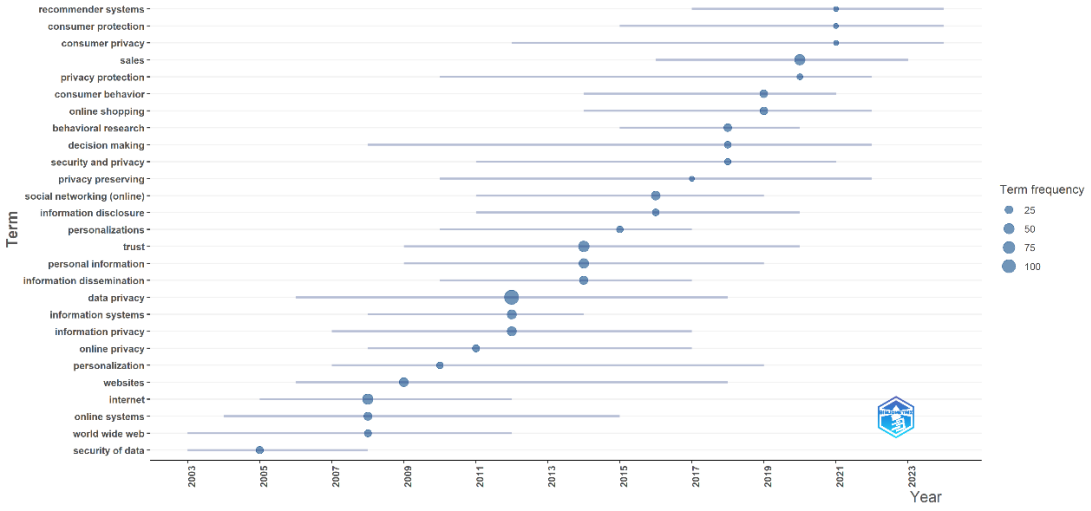


Şekil 8'de yer alan trend konu analizi e-ticarette gizlilik endişesi literatürünün gelişimindeki üç evreli yapıyı göstermektedir. Erken evrede (≈2003–2011), teknik ve altyapı odaklı temalar ön plandadır. Bu dönemde "security of data" (veri güvenliği), "world wide web" (www), "online systems" (çevrimiçi sistemler), "internet" ve "websites" (web siteleri) gibi konular, "personalization" (kişiselleştirme) ile birlikte yer almaktadır. Bu evrenin sonunda "data privacy" (veri gizliliği) belirgin bir şekilde görünür hale gelmektedir ve "information privacy" (bilgi gizliliği) ile "information systems" (bilgi sistemleri) temalarıyla beraber literatürün omurgasını oluşturmaktadır. Geçiş evresinde (≈2011–2018), yönetim ve davranış odaklı temalar güçlenmekte olup bu dönemde "online privacy" (çevrimiçi gizlilik), "personal information" (kişisel bilgi), "trust" (güven), "information dissemination" (bilgi yayılımı), "information disclosure" (bilgi ifşası) gibi konular öne çıkmakta, teknik koruma alanında "privacy preserving" (gizliliğin korunması) ve "security and privacy" (güvenlik ve gizlilik) kavramları önem kazanmaktadır. Ayrıca, "behavioral research" (davranış araştırmaları) ve "decision making" (karar verme) gibi kavramların bu dönemde artan bir şekilde araştırmalarda yer bulduğu görülmektedir. Güncel evrede (≈2019–2024) ise tüketici davranışları ve ticari çıktılarla ilişkilendirilen temalar ön

plandadır. “Consumer behavior” (tüketici davranışı), “online shopping” (çevrimiçi alışveriş), “privacy protection” (gizlilik koruması), “consumer privacy” (tüketici gizliliği), “consumer protection” (tüketici korunması) ve “sales” (satışlar) konuları bu dönemde yoğunlaşmakta, “recommender systems” (öneri sistemleri)nin ise son yıllarda öne çıkması, algoritmik kişiselleştirmenin gizlilik ve güven tartışmalarıyla birlikte ele alındığını göstermektedir.

Ayrıca, “world wide web” (www) ve “websites” (web siteleri) gibi altyapı odaklı temaların zamanla geri planda kaldığı, “online privacy” (çevrimiçi gizlilik) ve “information dissemination” (bilgi yayılımı) gibi kavramların bazı dönemlerde yoğunlaşıp sonrasında zayıfladığı görülmektedir. Bu durum, araştırma gündeminin altyapı-merkezli bir yaklaşımdan tüketici, regülasyon ve algoritmik uygulamalar eksenine doğru evrildiğine dair bir göstergedir. Elde edilen bulgular, literatürün teknolojik gelişmelerle doğrudan ilişkili olarak şekillendiğini vurgulamaktadır. Aynı zamanda son dönemde “consumer protection” (tüketici korunması) ile “customer satisfaction” (müşteri memnuniyeti) gibi kullanıcı hakları ve deneyim kalitesine odaklanan temaların önem kazandığını ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, gelecekte yapılacak araştırmalar için özellikle öneri sistemlerinde gizlilik-korumalı tasarımlar (privacy-preserving), tüketici gizliliği ve regülasyon uyumu ile gizlilik-güven-satış ilişkisini birlikte modelleyen çalışmaların yüksek potansiyel taşıdığı göz önünde bulundurulmalıdır.

Şekil 8. Trend Konu Analizi



5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışma, e-ticaret ve gizlilik endişesi literatürünü Scopus veri tabanında indekslenen İngilizce yayınlar üzerinden bibliyometrik analiz yöntemiyle incelemektedir. Yapılan analiz ile alanın kapsamı, yapısal özellikleri, tematik evrimi ve gelecek araştırma

potansiyeli ortaya koyulmuştur. Bulgular, 1998 yılından itibaren e-ticaret ve gizlilik endişesi literatüründeki yayınlarda istikrarlı bir artış yaşandığını göstermektedir. Özellikle 2021 sonrası dönemde bu alana yönelik akademik ilginin belirgin bir ivme kazandığı görülmüştür. Yapılan analizler ile, literatürün disiplinler arası niteliği ortaya konmuş ve bilgisayar bilimlerinin en yoğun üretimi gerçekleştirdiği, işletme-yönetim ve sosyal bilimlerin de güçlü bir temsil sunduğu tespit edilmiştir. Bu durum konunun teknik ve yönetimsel boyutlarının birlikte ele alındığını vurgulamaktadır.

Alan düzeyindeki etki analizleri, en çok atıf alan dergilerin aynı zamanda araştırma gündemine etki eden başlıca yayın organları olduğunu göstermiştir. Bu bağlamda, birinci sırada Information Systems Research, ikinci sırada Decision Support Systems, üçüncü sırada MIS Quarterly, ardından Journal of Strategic Information Systems ve Journal of Retailing and Consumer Services etki gücü en yüksek olan beş dergi olarak tespit edilmiştir. Yüksek atıf hacimleri ve disiplinler arası katkılarıyla bu dergiler, bu alanda araştırma yapılması durumunda başvurulacak öncelikli referans kaynakları olarak değerlendirilmektedir.

Bibliyografik eşleşme analizi, literatürdeki çalışmalar arasındaki örtüşmeleri ortaya koymaktadır. Yapılan analiz Liao vd. (2011)'in bu alanda en kapsamlı kaynakça ilişkilerini barındıran ve temel referans niteliği taşıyan çalışma olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte, Kim vd. (2008), Malhotra vd. (2004), Pavlou vd. (2007) ile Dinev ve Hart'ın (2006) araştırmaları, yüksek atıf hacimleri ve devam eden etkileriyle literatürdeki en güçlü teorik ve metodolojik çalışmalar olarak önemli bir konumda bulunmaktadır.

En üretken yazarlar arasında Dinev ve Hart ortak çalışmalarıyla öne çıkmaktadır. Polat'ın üretkenliği ve Bellotto, Colautti, Russo ve Serra'nın birlikte ürettikleri yayınlar da dikkat çeken yayınlar olarak literatürde önemli bir yere sahiptir. Ayrıca, Kim, D.J.'nin yayın başına ortalama atıf oranında sağladığı üstünlük, yalnızca üretkenliğinin değil, aynı zamanda sahip olduğu yüksek etki düzeyine dair de önemli bir bulgu olarak dikkat çekmektedir. Ülke düzeyindeki dağılımda ise, Amerika Birleşik Devletleri açık ara en üretken ve etkili aktör konumundadır. Aynı zamanda yayın sayısı ve toplam atıf hacmi kriterlerinde de liderliği elinde tutmaktadır. Çin ve Hindistan yüksek yayın sayılarına rağmen görece düşük atıf performanslarıyla dikkat çekmektedir. Birleşik Krallık, Almanya ve Kanada ise hem üretkenlik hem de atıf kalitesi bakımından güçlü konumda olan diğer ülkeler arasında yer almaktadır.

Anahtar kelime dağılımı, tematik evrim ve trend konu analizleri, e-ticarette gizlilik endişesi literatürünün teknik altyapı ve veri güvenliği odaklı erken dönemden sonra yönetişim, tüketici güveni ve davranışsal yaklaşımların güçlendiği geçiş dönemini gözler önüne sermiştir. Bu geçiş dönemini ise tüketici deneyimi, kullanıcı hakları ve ticari çıktılara odaklanan, yapay zeka, blok zinciri ve öneri sistemleri gibi yeni teknolojilerin yön verdiği güncel dönem izlemiştir. Dönemlerin bu şekilde evrilmesi, alanın teknolojik gelişmelere yüksek adaptasyon kapasitesine sahip olduğunu ve araştırma gündeminin giderek tüketici merkezli bir perspektife kaydığını göstermektedir.

Bu çalışmanın metodolojik ve kapsam sınırlılıkları bulunmaktadır. Bu sınırlılıkların ilki analizin yalnızca Scopus veri tabanında indekslenen İngilizce yayınları kapsamasıdır. Dolayısıyla diğer veri tabanlarında indekslenen ya da farklı dillerde yayımlanan çalışmalar bu çalışmanın analizine dahil edilmemiştir. Bir başka sınırlılık ise veri seti 01.07.2025 tarihi itibarıyla oluşturulduğu için bu tarihten sonraki gelişmelerin bulgulara yansıtılamamasıdır. Bu durum, özellikle hızlı gelişen yapay zeka, blok zinciri ve algoritmik kişiselleştirme gibi alanlarda en güncel eğilimlere tam olarak yer verilememiş olmasına neden olabilecektir. Ek olarak bibliyometrik analizin yayınlar arası sayısal ilişkileri ve tematik bağlantıları güçlü biçimde ortaya koymasına rağmen; metodolojik derinlik, bağlamsal farklılıklar ve teorik katkı düzeyi hakkında doğrudan bilgi sağlamadığı göz önünde bulundurulmalıdır.

Gelecek araştırmalar açısından, gizlilik korumalı öneri sistemleri, algoritmik kişiselleştirme ve tüketici güveni etkileşimini bütüncül bir şekilde inceleyen araştırmalara yönelim önerilmektedir. Ek olarak farklı ülkelerdeki regülasyonların veri koruma, tüketici güveni ve e-ticaret performansı üzerindeki etkilerinin karşılaştırmalı olarak analiz edilmesi, literatüre anlamlı katkılar sağlayacaktır. Veri güvenliği, yapay zeka, pazarlama stratejileri ve tüketici psikolojisini entegre eden çok disiplinli araştırma modelleri sayesinde hem teorik hem de pratik düzeyde güçlü çıktıların üretilmesi oldukça olasıdır. Kültürel farklılıkların gizlilik algısına etkisinin derinlemesine incelenmesi ve tematik değişimlerin ekonomik krizler, veri ihlalleri veya büyük teknolojik atılımlar gibi dışsal faktörlerle ilişkisini ortaya koyan zaman serisi analizleri, alanın gelişiminde kırılma yaratabilecek alternatif alanlardır. Bütün bunlar bir arada göz önünde bulundurulduğunda gelecekteki araştırmalarda hem kullanıcı haklarını hem de ticari verimliliği dengeleyen yaklaşımların geliştirilmesi, e-ticaret ekosisteminde sürdürülebilir güven ilişkilerinin inşasına önemli katkılarda bulunabilecektir.

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı

Makalenin tüm süreçlerinde Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi'nin araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hareket edilmiştir.

Yazarların Makaleye Katkı Oranları

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar Beyanı

Yazarın herhangi bir kişi ya da kuruluş ile çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

Alkis, A. ve Kose, T. (2022). Privacy concerns in consumer E-commerce activities and response to social media advertising: Empirical evidence from Europe. *Computers in Human Behavior, 137*, 107412. https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107412

Altınışık, İ. ve Bilge, F. A. (2001). Yeni Bin Yıla Girerken Ticaretin Değişen Yüzü: E-Ticaret. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, *4*(1), 77-88.

Alzaidi, M. S. ve Agag, G. (2022). The role of trust and privacy concerns in using social media for e-retail services: The moderating role of COVID-19. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *68*, 103042. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103042

Aria, M. ve Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, *11*(4), 959-975. https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007

Bansal, G., Zahedi, F. M. ve Gefen, D. (2015). The role of privacy assurance mechanisms in building trust and the moderating role of privacy concern. *European Journal of Information Systems*, *24*(6), 624–644. https://doi.org/10.1057/ejis.2014.41

Bedaduri, R., Kasisomayajula, S. R., Mouneswari, V. ve Mamilla, R. (2025). E-commerce risk perception and management: A bibliometric review (1995–2023) highlighting theoretical insights and future directions. *International Research Journal of Multidisciplinary Scope*, *6*(2). https://doi.org/10.47857/irjms.2025.v06i02.03090

Belanger, F., Hiller, J. S. ve Smith, W. J. (2002). Trustworthiness in electronic commerce: The role of privacy, security, and site attributes. *The Journal of Strategic Information Systems*, *11*(3–4), 245–270. https://doi.org/10.1016/S0963-8687(02)00018-5

Bonsón Ponte, E., Carvajal-Trujillo, E. ve Escobar-Rodríguez, T. (2015). Influence of trust and perceived value on the intention to purchase travel online: Integrating the effects of assurance on trust antecedents. *Tourism Management*, *47*, 286–302. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.009

Castañeda, J. A. ve Montoro, F. J. (2007). The effect of Internet general privacy concern on customer behavior. *Electronic Commerce Research*, 7(2), 117-141. https://doi.org/10.1007/s10660-007-9000-y

Demiral, G. N. ve Yüksek, G. (2022). Turizm ulaştırması alanyazınına Scopus veri tabanı üzerinden panoramik bir bakış. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(4), 1847-1862. https://doi.org/10.33083/joghat.2022.240

Demirdöğmez, M., Gültekin, N. ve Taş, H. Y. (2018). Türkiye'de e-ticaret sektörünün yıllara göre gelişimi. *OPUS International Journal of Society Researches*, *8*(15), 2216-2236. https://doi.org/10.26466/opus.453147

Dinev, T. ve Hart, P. (2006). An extended privacy calculus model for e-commerce transactions. *Information Systems Research*, *17*(1), 61–80. https://doi.org/10.1287/isre.1060.0080

Falagas, M. E., Pitsouni, E. I., Malietzis, G. A. ve Pappas, G. (2008). Comparison of PubMed, Scopus, Web of Science, and Google Scholar: Strengths and weaknesses. *The FASEB Journal*, *22*(2), 338-342. https://doi.org/10.1096/fj.07-9492LSF

Goldfarb, A. ve Tucker, C. (2011). Online display advertising: Targeting and obtrusiveness. *Marketing Science*, *30*(3), 389–404. https://doi.org/10.1287/mksc.1100.0583

Hindle, T. (2008). *Guide to management ideas and gurus* (Vol. 42). John Wiley & Sons.

Jain, V., Malviya, B. ve Arya, S. (2021). An overview of electronic commerce (e-Commerce). *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, *27*(3), 665-670.

Keleş, A. (2018). Türkiye'nin E-Ticaret İşlem Hacmi ve İletişim Teknolojilerindeki Gelişmeler. *Electronic Turkish Studies*, *13*(6), 81-95. https://doi.org/10.7827/turkishstudies.13329

Kim, D. J., Ferrin, D. L. ve Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, *44*(2), 544–564. https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001

Li, H., Sarathy, R. ve Xu, H. (2011). The role of affect and cognition on online consumers' decision to disclose personal information to unfamiliar online vendors. *Decision Support Systems*, *51*(3), 434–445. https://doi.org/10.1016/j.dss.2011.01.017

Liao, C., Liu, C.-C. ve Chen, K. (2011). Examining the impact of privacy, trust and risk perceptions beyond monetary transactions: An integrated model. *Electronic Commerce Research and Applications*, *10*(6), 702–715. https://doi.org/10.1016/j.elerap.2011.07.003

Luo, X. (2002). Trust production and privacy concerns on the Internet: A framework based on relationship marketing and social exchange theory. *Industrial Marketing Management*, *31*(2), 111-118. https://doi.org/10.1016/S0019-8501(01)00182-1

Malhotra, N. K., Kim, S. S. ve Agarwal, J. (2004). Internet users' information privacy concerns (IUIPC): The construct, the scale, and a causal model. *Information Systems Research, 15*(4), 336–355. https://doi.org/10.1287/isre.1040.0032

Martín-Martín, A., Orduna-Malea, E., Thelwall, M. ve López-Cózar, E. D. (2018). Google Scholar, Web of Science, and Scopus: A systematic comparison of citations in 252 subject categories. *Journal of Informetrics, 12*(4), 1160-1177. https://doi.org/10.1016/j.joi.2018.09.002

Metin, İ. ve Sarıhan, A. Y. (2022). Industry 4.0 and B2B websites as global marketplaces: A content analysis. E. Yakut (Ed.), *Industry 4.0 and global businesses: A multidisciplinary investigation* içinde (ss. 69–80). Emerald Publishing Limited. https://doi.org/10.1108/978-1-80117-326-120211005

Mohapatra, S. (2013). E-commerce strategy. *E-commerce strategy* içinde (s. 185-201). Springer Texts in Business and Economics. Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4614-4142-7_7

Nardalı, S. (2017). Systematic literature review on born global firms. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 24(2), 563–578. https://doi.org/10.18657/yonveek.335267

Norris, M. ve Oppenheim, C. (2007). Comparing alternatives to the Web of Science for coverage of the social sciences' literature. *Journal of Informetrics, 1*(2), 161-169. https://doi.org/10.1016/j.joi.2006.12.001

OECD. (2025). The 2025 OECD definition of e-commerce and guidelines for interpretation. Paris: OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/2254f1de-en

Paraschiv, D. M., Țițan, E., Manea, D. I., Ionescu, C. D., Mihai, M., & Șerban, O. (2022). The change in e-commerce in the context of the Coronavirus pandemic. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society, 17*(2), 220–233. https://doi.org/10.2478/mmcks-2022-0012

Pavlou, P. A., Liang, H. ve Xue, Y. (2007). Understanding and mitigating uncertainty in online exchange relationships: A principal-agent perspective. *MIS Quarterly, 31*(1), 105–136. https://doi.org/10.2307/25148783

Qin, Z. (2009). Security technologies in e-commerce. *Introduction to e-commerce* içinde (s. 69-91). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-540-49645-8_4

Sheehan, K. B. ve Hoy, M. G. (2000). Dimensions of privacy concern among online consumers. *Journal of Public Policy & Marketing*, 19(1), 62-73. https://doi.org/10.1509/jppm.19.1.62.16949

Škrinjarić, B., Budak, J. ve Žokalj, M. (2018). The effect of personality traits on online privacy concern. *Ekonomski pregled, 69*(2), 106–130.

Smith, H. J., Dinev, T. ve Xu, H. (2011). Information privacy research: An interdisciplinary review. *MIS Quarterly, 35*(4), 989–1016. https://doi.org/10.2307/41409970

Sofyalıoğlu, Ç. ve Öztürk, Ş. (2012). Meta analysis of the relationship between supply chain integration dimensions and firm performance. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, (52), 99–119.

Spiekermann, S., Grossklags, J. ve Berendt, B. (2001, Ekim). E-privacy in 2nd generation E-commerce: Privacy preferences versus actual behavior. *Proceedings of the 3rd ACM Conference on Electronic Commerce* içinde (s. 38–47). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/501158.501163

Sun, Y., Fang, S. ve Hwang, Y. (2019). Investigating privacy and information disclosure behavior in social electronic commerce. *Sustainability, 11*(12), 3311. https://doi.org/10.3390/su11123311

Taylor, D. G., Davis, D. F. ve Jillapalli, R. (2009). Privacy concern and online personalization: The moderating effects of information control and compensation. *Electronic Commerce Research, 9*(3), 203–223. https://doi.org/10.1007/s10660-009-9036-2

Tepe, G. ve Ovalı, M. (2023). İşletme ve finans alanyazınında doğal afetler üzerine bir araştırma. S. Duramaz, İ. Metin ve E. Yakut (Ed.), *Doğal afetlerin ekonomik ve sosyal yansımaları* içinde (s. 111–123). Detay Yayıncılık.

Tian, Y. ve Stewart, C. M. (2006). History of e-commerce. *Encyclopedia of E-Commerce, E-Government, and Mobile Commerce*, 559-564. https://doi.org/10.4018/978-1-59140-799-7.ch090

van Eck, N. J. ve Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics, 84*(2), 523-538. https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3

Van Eck, N. J., Waltman, L., Dekker, R. ve Van Den Berg, J. (2010). A comparison of two techniques for bibliometric mapping: Multidimensional scaling and VOS. *Journal of the American Society for Information Science and Technology, 61*(12), 2405-2416. https://doi.org/10.1002/asi.21421

Warren, S. D. ve Brandeis, L. D. (1890). The right to privacy. *Harvard Law Review*, 4(5), 193-220. https://doi.org/10.2307/1321160

Westin, A. (1967). *Privacy and freedom*. Ig Publishing.

Xu, H., Dinev, T., Smith, J. ve Hart, P. (2011). Information privacy concerns: Linking individual perceptions with institutional privacy assurances. *Journal of the Association for Information Systems, 12*(12), 798–824. https://doi.org/10.17705/1jais.00281

Yalçın, H. ve Yayla, K. (2016). *Folklor disiplininin temel dinamikleri: Bilimetrik bir analiz*. Milli Folklor, 112, 42–60.

Zupic, I. ve Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods, 18*(3), 429–472. https://doi.org/10.1177/1094428114562629