

Gülbin Şahinbeyoğlu¹
Ekonomiyi İzleme Merkezi Direktörü

Merve Dünder²
Proje Yöneticisi

2 NİSAN 2025 ALIŞVERİŞ BOYKOTU: TOPLUMSAL PROTESTONUN DİJİTAL EKONOMİ BOYUTU

DEĞERLENDİRME NOTU

1. Giriş

19 Mart 2025 tarihinde İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun gözüaltına alınması sonrasında Türkiye genelinde geniş çaplı protesto eylemleri başlamıştır. Söz konusu olay yalnızca siyasi bir gelişme olmanın ötesine geçerek toplumsal muhalefetin yeni ifade biçimlerinin ortaya çıkmasına da zemin hazırlamıştır. Bu eylemler arasında öne çıkan ve kitlesel katılım açısından dikkat çeken örneklerden biri de 2 Nisan 2025 tarihinde gerçekleştirilen alışveriş boykotudur.

Sosyal medya üzerinden örgütlenen bu boykot çağrısı, bireyleri bir gün boyunca hiçbir ticari harcamada bulunmamaya davet etmiştir. Bu çağrının amacı, hükümete karşı sembolik bir ekonomik tepki ortaya koymak ve toplumun tepkisini görünür kılmaktır. Dolayısıyla, alışveriş boykotu yalnızca bir tüketimden vazgeçiş değil, aynı zamanda dijital ekonomideki bireysel davranışların kolektif bir politik tavra dönüşmesi açısından önem taşımaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, 2 Nisan 2025 tarihinde gerçekleşen alışveriş boykotunun ekonomik etkilerini dijital ödeme sistemleri üzerinden incelemektir. Bu kapsamda Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) tarafından yayınlanan iki veri kaynağı olan kredi kartı harcamaları ve Fonların Anlık ve Sürekli Transferi (FAST) verileri analiz edilerek boykotun nicel düzeydeki yansımaları araştırılacaktır. Bu tür bir analiz, hem dijitalleşen ekonomi ile siyasal protesto arasındaki ilişkiyi anlamaya katkı sağlayacak hem de gelecekteki benzer eylemlerin ölçülmesine dair bir metodolojik çerçeve sunacaktır.

¹<https://www.tepav.org.tr/tr/ekibimiz/s/1423>

² <https://www.tepav.org.tr/tr/ekibimiz/s/1376>

Bu çalışmada ifade edilen bulgular, yorumlar, sonuçlar, öneriler ve görüşler tamamen yazar(lar)ına aittir. TEPAV'ın resmi görüşü değildir. © TEPAV, aksi belirtilmedikçe her hakkı saklıdır.

2. 2025 Yılında Dünya Genelindeki Boykotlar

Alışveriş ya da genel ifadesiyle tüketim boykotları, bireylerin siyasi, toplumsal ya da etik gerekçelerle belirli bir ekonomik faaliyetten bilinçli biçimde uzak durmaları şeklinde tanımlanmaktadır. Bu tür eylemler, genellikle bireysel davranışların kitlesel düzeye ulaşması yoluyla ekonomik bir baskı mekanizması oluşturmaya hedeflemektedir (Friedman, 1999).

2025 yılı itibarıyla, Türkiye dışında diğer ülkelerde de çeşitli tüketim boykotları sürmekte olup bu boykotların bir kısmı İsrail'in Gazze'ye yönelik saldırılarına destek verdiği düşünülen küresel şirketlere karşı yoğunlaşmıştır. Söz konusu küresel boykotlar neticesinde, örneğin, Starbucks'ın 2024 mali yılı genelinde mağaza satışlarının yüzde 2 düştüğü, Çin'de bu oranın yüzde 8'e ulaştığı belirtilmektedir. McDonalds'ın satışları 2024 yılı üçüncü çeyreğinde yüzde 1,5, net kârı ise yüzde 3 gerilemiştir. Diğer taraftan KFC, Malezya'da 108 şubasını geçici olarak kapatmak zorunda kalmıştır (Anadolu Ajansı, 12 Ocak 2025).

2025 yılında, ayrıca, Amerika'nın uyguladığı ticaret politikalarına tepki olarak Amerikan mallarına yönelik boykotlar da başlatılmıştır. Bu hareket kapsamında Kanada'da müşterilerin marketlerdeki Amerikan ürünlerini barkod tarama yoluyla tanımlarına yardımcı olmak ve yerel alternatifler önermek amacıyla çeşitli mobil uygulamalar geliştirilmiştir (Euronews, 24 Şubat 2025). İsveç'te de Tesla, McDonald's, Coca Cola, Nike ve Levi's gibi Amerikan markalarına karşı geniş çaplı boykot kampanyaları sürdürülmektedir. Danimarka'daki boykot ise ABD Başkanı Donald Trump'ın Grönland'ı ABD topraklarına katma yönündeki açıklamalarına tepki olarak ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda, Danimarka'nın önde gelen perakende gruplarından Salling Group, ülke genelindeki Føtex, Bilka ve Netto mağazalarında Avrupalı markaların fiyat etiketlerine bir yıldız işareti eklemeye başlamıştır. Bu uygulama, Danimarka'nın yanı sıra Almanya ve Polonya'daki toplam 1700 mağazada da geçerli olup tüketicilerin Avrupa menşeli ürünleri daha kolay tanımasını sağlamayı amaçlamaktadır. Boykot hareketi, sosyal medya platformlarında da etkisini göstermiştir; "#BoycottUSA" etiketi kısa sürede yayılmış, Facebook'ta bölgesel üretim grupları kurularak tüketicilere alternatif ürün önerileri sunulmaya başlanmıştır (Haber 7, 11 Nisan 2024).

Boykotun etkileri turizm sektöründe de hissedilmiştir. Özellikle Kanadalı tüketicilerin Amerikan ürünlerine ve seyahatlerine yönelik başlattığı boykot, ABD'nin turizm sektöründe ciddi ekonomik kayıplara yol açmıştır. ABD Seyahat Birliği (U.S. Travel Association), Kanada'nın ABD seyahatlerine yönelik boykotunun, ABD turizm endüstrisinde yaklaşık 2,1 milyar dolarlık gelir kaybına ve 14.000 iş kaybına neden olduğunu açıklamıştır. Diğer taraftan, Kanadalı turizm acenteleri, ABD'ye yönelik rezervasyonlarda yüzde 40'lık bir düşüş yaşandığını bildirmiştir. Bu, hem turizm gelirlerinde düşüşe hem de tur operatörleri için finansal kayıplara yol açmıştır (Economic Times, 24 Şubat 2025).

3. Veri Kaynakları ve Karşılaştırmalar

Literatürde tüketim boykotlarının etkilerini değerlendirmeye yönelik çeşitli yöntemler geliştirilmiştir. Geleneksel olarak medya taramaları, anketler veya satış verileri kullanılsa da, dijitalleşme ile birlikte kredi kartı harcamaları, mobil ödeme sistemleri ve anlık para transferi uygulamaları gibi mikroekonomik veriler, bireylerin tüketim davranışlarını daha doğru biçimde izlemeye olanak sağlamaktadır. Özellikle Türkiye'de son yıllarda artan dijital ödeme sistemleri kullanımı (örn. FAST, QR ile ödeme, mobil cüzdanlar) bu tür analizleri mümkün kılmaktadır (TBB, 2024). Bu çalışma, dijitalleşmenin sunduğu bu yeni veri kaynaklarından yararlanarak alışveriş boykotunun etkisini nicel olarak ölçmeyi hedeflemektedir. Böylelikle, protesto

davranışlarının ekonomiyle kurduğu ilişki, harcama zamanı ve harcama sınıfı boyutlarını ele alarak analiz edilebilecektir.

Analizde kullanılan başlıca veri setleri şunlardır:

- **Kredi Kartı ve Banka Kartı Verileri:** Türkiye ekonomisi hakkında gösterge niteliği taşıyabilecek olan kredi kartları ve banka kartları harcamalarına ilişkin bilgiler TCMB tarafından yayınlanan “Banka Kartı ve Kredi Kartları İşlem Adedi ve Harcama Tutarı” başlıklı istatistiklerle kamuoyunun bilgisine sunulmaktadır. İstatistikler, yurt içinde faaliyet gösteren bankaların pos cihazlarından yerli ve yabancı kredi kartı ve banka kartlarıyla yapılan harcamaların sektörel dağılımını gösteren haftalık akım verilerini içermektedir. Verilerin haftalık bazda olması, 2 Nisan 2025 alışveriş boykotu gibi sadece belirli günde gerçekleşen olayın detaylı analizine imkân vermemekte, ancak ilgili haftanın verisi karşılaştırmalarda kullanılabilir. Dolayısıyla, sonuçlar yorumlanırken ilgili haftadaki diğer gelişmelerin de göz önünde bulundurulması önem taşımaktadır.
- **Fonların Anlık ve Sürekli Transferi - FAST Verileri:** TCMB tarafından geliştirilen FAST Sistemi, 7/24 anlık ve güvenli para transferi imkânı sunan bir ödeme altyapısıdır. Bu sistem, bankalar ve ödeme kuruluşları aracılığıyla saniyeler içinde gerçekleştirilen işlemlerle, geleneksel EFT ve havale sistemlerine alternatif olarak tasarlanmıştır. FAST Sistemi, 8 Ocak 2021 tarihinde bireysel kullanıcıların kullanımına açılmış olup, o tarihten itibaren işlem hacmi ve transfer tutarları sürekli artmaktadır. TCMB, FAST işlem hacmi ve tutarlarına ilişkin verileri sektörel dağılımı da içerecek şekilde yayımlamaktadır. Verilerin günlük bazda olması, 2 Nisan 2025 tarihli işlemlere odaklı bir karşılaştırma olanağı sunmakta olup kartlı harcama verileri ile yapılan analizi tamamlayıcı niteliktedir.

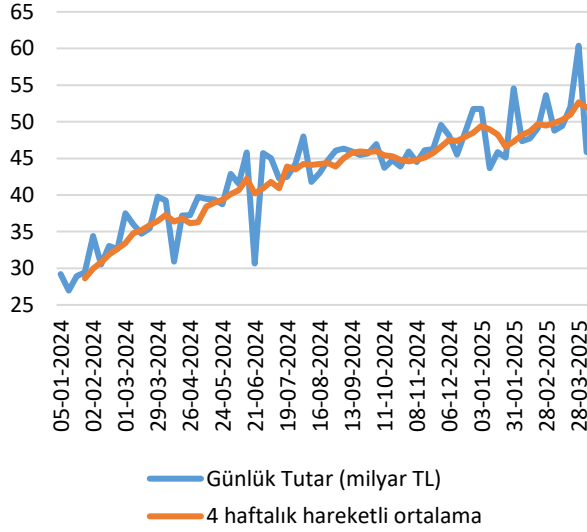
3.1. Kredi Kartı ve Banka Kartı Harcamaları

TCMB tarafından yayınlanan “Banka Kartı ve Kredi Kartları İşlem Adedi ve Harcama Tutarı” başlık istatistiklerin haftalık bazda olması nedeniyle, kartlı harcamaların karşılaştırmaları ancak 2 Nisan alışveriş boykotunun içeren ve 4 Nisan 2025 tarihi itibarıyla biten yedi günlük döneme ait günlük ortalama işlem adedi ve harcama tutarı üzerinden yapılabilmektedir. Söz konusu veri kısıtı altında yapılan kıyaslamalar, aşağıdaki hususları öne çıkarmaktadır:

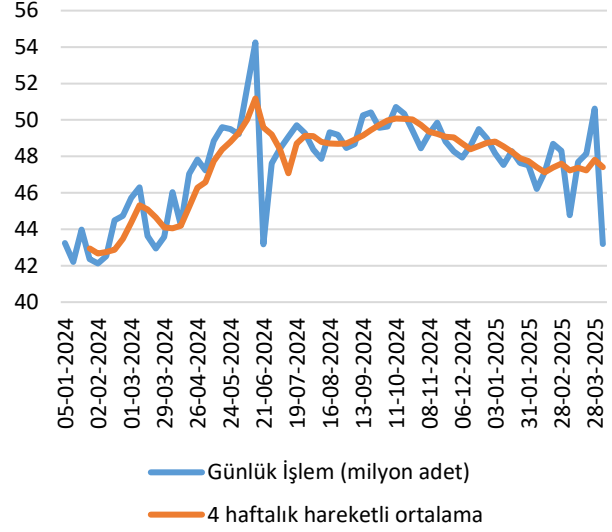
- 1 Ocak 2024 ve 4 Nisan 2025 dönemi arasındaki kartlı harcamalar verisine genel olarak bakıldığında, dönem boyunca hâkim yüksek enflasyonun harcama tutarlarında yukarı yönlü bir eğilime neden olduğu görülmektedir. 2024 yılı Ocak ayında 28,6 milyar TL olan günlük harcama tutarı, aradan geçen 15 ay sonra yüzde 84,3 artarak Mart 2025'te 52,7 milyar TL'ye ulaşmıştır (Grafik 1.a.). Günlük işlem adetleri ise 2024 yılı ortasına kadar hızlı bir şekilde artmış (yüzde 28,4), sonrasında ivme kaybetmiş, 2024 yılı sonundan itibaren ise genel eğilimi aşağı yönlü olmuştur (Grafik 1.b.). 2024 yılı Ocak ayında 42,9 milyon olan günlük işlem sayısı, Mart 2025'te yüzde 11,4 artarak 47,8 milyona yükselmiştir (Grafik 1).

Grafik 1. Kredi Kartı ve Banka Kartı Harcamaları

1.a. Günlük Tutar (milyar TL)



1.b. İşlem Adedi (milyon adet)



Kaynak: Kaynak: TCMB, BKM ve TEPAV hesaplamaları

- 4 Nisan 2025 haftasında günlük ortalama işlem adedi 43,2 milyon adet, harcama tutarı ise 45,9 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Bir önceki hafta, söz konusu ortalamalar sırasıyla 50,6 milyon adet ve 60,4 milyar TL'dir; işlem adedinde yüzde 14,7, harcama tutarında da yüzde 24,1 oranında gerilemeye işaret etmektedir (Tablo 1, Grafik 1).
- Ancak, 2025 yılında Ramazan Bayramı tatili resmi kurumlar ve kamu çalışanları için 29 Mart-6 Nisan arasına uzatılarak dokuz güne çıkarılmıştır. İlgili haftada bu nedenle de kredi kartı ve banka kartı harcamalarının gerilediği, dolayısıyla alışveriş boykotunun etkisinin analizinde bir önceki hafta ile karşılaştırmaların sağlıklı bilgi veremeyeceği değerlendirilmektedir. Bu çerçevede, 2024 yılı ile 2025 yılının ilk üç ayının ortalamaları ve bir önceki yılın idari izin uygulanmış Ramazan Bayramı tatili dönemi ile de karşılaştırmalar yapılmıştır:
 - 4 Nisan 2025 haftasının günlük ortalama harcama tutarı, Ocak (48,2 milyar TL), Şubat (47,6 milyar TL) ve Mart (47,8 milyar TL) aylarının gerisindedir. Enflasyon etkisini içermeyen işlem adetleri üzerinden yapılan karşılaştırmalarda da 4 Nisan 2025 tarihli kredi kartı kullanımlarının işlem adedi, 2024 yılı geneli (47,2 milyon) ve 2025 yılı ilk üç ayının ortalamalarından (47,7 milyon) yaklaşık yüzde 10 daha düşük gerçekleşmiştir (Tablo 1, Grafik 1).
 - 2024 yılı Ramazan Bayramı dönemi esas alınarak yapılan karşılaştırmalarda da, 4 Nisan 2025 haftasında harcama tutarı olarak değil ancak adet olarak daha düşük sayıda işlem gerçekleştiği görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1. Kredi Kartı ve Banka Kartı Harcamaları

	Ortalama Günlük İşlem (milyon adet)	Ortalama Günlük Ödeme Tutarı (milyar TL)	4 Nisan 2025 Haftasının Farkı* (işlem, yüzde)	4 Nisan 2025 Haftasının Farkı* (tutar, yüzde)
2024	47.4	40.7	-8.9	12.6
2025				
Ocak	47.8	48.2	-9.7	-4.9
Şubat	47.6	49.5	-9.2	-7.3
Mart	47.8	52.7	-9.7	-12.9
Seçilmiş Tarihler				
2024 Ramazan Bayramı (6-14 Nisan 2024, 9 günlük uygulama)				
5 Nisan 2024	46.0	39.3	-6.2	16.8
12 Nisan 2024	44.2	30.9	-2.3	48.3
19 Nisan 2024	47.0	37.2	-8.2	23.2
2025 Ramazan Bayramı (29 Mart-6 Nisan 2024, 9 günlük uygulama)				
28 Mart 2025	50.6	60.4	-14.7	-24.1
4 Nisan 2025	43.2	45.9	0.0	0.0
11 Nisan 2025	49.0	54.2	13.5	18.3

Kaynak: TCMB, BKM ve TEPAV hesaplamaları

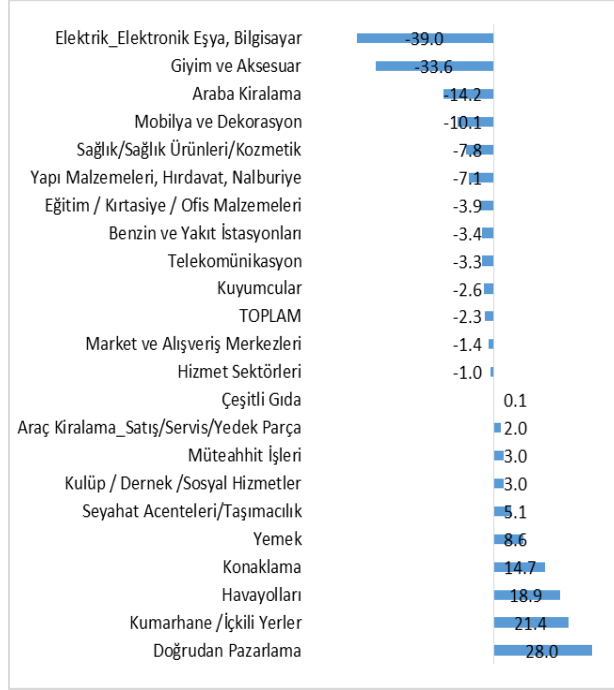
*4 Nisan 2025 haftası ortalamasının ilgili tarihteki değerden yüzdelik sapmasını göstermektedir.

- Harcama dağılımı olarak yapılacak karşılaştırmalarda baz alınacak en uygun dönemin 2024 yılı Ramazan Bayramına ait olan 12 Nisan 2024 haftası ve 2025 yılının ilk üç ay ortalaması olduğu düşünülmektedir. Karşılaştırmalar;
 - 4 Nisan 2025 tarihli haftada gerçekleşen en yüksek pozitif farkın kamu ve vergi ödemeleri kaleminden kaynaklandığını göstermektedir. Şöyle ki, 4 Nisan 2025 haftasında geçen yıl Ramazan Bayramı döneminden yüzde 48,2 daha fazla kamu ve vergi ödemesi işlemi yapılmıştır. 2 Nisan 2025 tarihinin yıllık gelir vergisi birinci taksit ödeme gününün olması, sosyal güvenlik primlerinin tahsilatları gibi zorunlu ödemelerin gerçekleşmesi, bu gelişmede belirleyici olmuştur.
 - Artış yönünde olan diğer harcamalar da, geçen yıl Ramazan Bayramına göre bakıldığında, havayolları, konaklama, seyahat acenteleri ve yemek gibi tatil ve seyahat ile ilgili kalemlerde gözlenmektedir. 2025 yılı ilk üç ay ortalamasına göre değişimler ise araba kiralama, konaklama, benzin ve yakıt istasyonları ile giyim-aksesuar kalemlerinde artış yönündedir ve yine bayram tatili ile ilişkilendirilebilir.

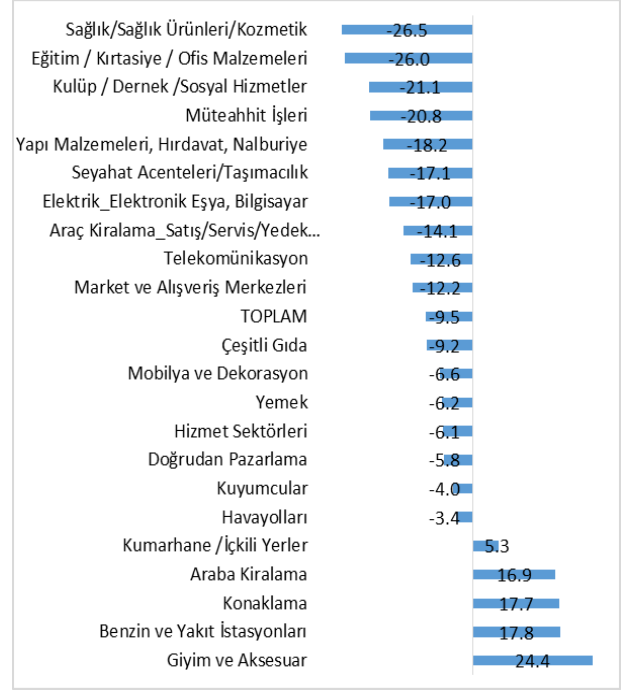
- Her iki dönemde de düşüş yönü olan harcama kalemlerinin elektrik-elektronik eşya, mobilya ve dekorasyon, market ve alışveriş merkezleri ve hizmet sektörlerinde olduğu görülmektedir. Örneğin, market ve alışveriş merkezlerinde yılın ilk üç ayında ortalama günlük 17 milyon adet kartlı alışveriş yapılırken 4 Nisan haftasında 15 milyona gerilemiştir. Bu etki elektronik eşya ve bilgisayar ya da sağlık-kozmetik ürünleri alışverişlerinde daha belirgindir (Grafik 2).

Grafik 2. 4 Nisan 2025 Haftasının Farkı (günlük işlem, yüzde)

2.a. 12 Nisan 2024 Haftasına Göre



2.b. Ocak-Mart 2025 Ortalamasına Göre



Kaynak: TCMB, BKM ve TEPAV hesaplamaları

*4 Nisan 2025 haftası ortalamasının ilgili tarihteki değerden yüzdelik sapmasını göstermektedir.

3.2. FAST Transferleri

- Haftalık bazda kartlı harcamalar verisi ile yapılan analizi desteklemek amacıyla TCMB tarafından günlük bazda yayınlanan FAST işlem hacmi ve tutarlarına ait veriler, 2 Nisan boykot günü esas alınarak alternatif tarihlerle karşılaştırılmıştır. Buna göre;
 - 2 Nisan 2025 tarihli alışveriş boykot gününde FAST işlem hacminin 179,2 milyar TL, işlem adedinin de 15,2 milyon olduğu görülmektedir ve bir gün öncesine göre işlem hacminde yüzde 200,7, işlem adedinde de yüzde 47,2'lik artış olmuştur. Ancak, bu gelişmede ilgili tarihin bayram tatilinden sonraki ve nisan ayının ilk iş günü olması etkili olmuştur. Nitekim 2025 yılının ocak, şubat ve mart aylarının ortalamalarına göre bakıldığında başta işlem adetleri olmak üzere farklar önemli ölçüde azalmaktadır (Tablo 2).
 - 2 Nisan 2025 tarihinin bu özel koşulları dikkate alındığında, en anlamlı karşılaştırmaların 2024 yılı Ramazan Bayramı sonrasındaki ilk iş gününe denk gelen 15 Nisan 2024 tarihli işlemler olduğu düşünülmektedir. Nitekim her iki tarih de bayram sonrasındaki ilk iş günü olmanın yanı sıra, ay içinde en yoğun para transferlerinin gerçekleştiği iş günlerini de oluşturmaktadır. Bu kıyaslamaya göre, 2 Nisan alışveriş boykot günü FAST işlem hacminde yüzde 26, işlem adedinde de yüzde 37,7'lik bir daralma kaydedilmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. FAST Transferleri

	Ortalama Günlük İşlem (milyon adet)	Ortalama Günlük Ödeme Tutarı (milyar TL)	2 Nisan 2025 Farkı* (işlem, yüzde)	2 Nisan 2025 Farkı* (tutar, yüzde)
2024	12.6	85.6	20.2	109.5
2025				
2 Ocak 2025	15.2	145.2	0.3	23.5
3 Şubat 2025	17.0	166.7	-10.4	7.5
3 Mart 2025	17.2	183.7	-11.5	-2.5
Seçilmiş Tarihler				
2024 Ramazan Bayramı (6-14 Nisan 2024, 9 günlük uygulama)				
15 Nisan 2024	24.4	242.0	-37.7	-26.0
2025 Ramazan Bayramı (29 Mart-6 Nisan 2024, 9 günlük uygulama)				
1 Nisan 2025	10.3	59.6	47.2	200.7
2 Nisan 2025	15.2	179.2	0.0	0.0
3 Nisan 2025	14.1	109.7	8.0	63.4

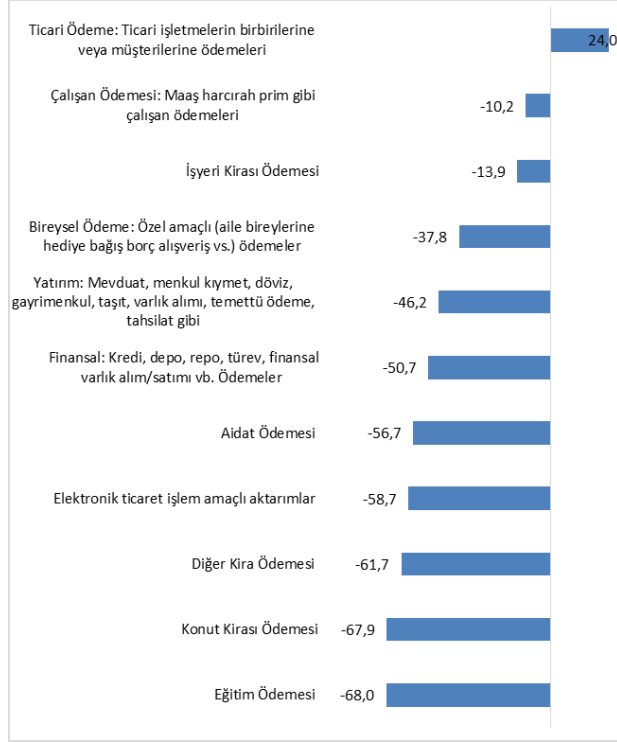
Kaynak: TCMB ve TEPAV hesaplamaları

*2 Nisan 2025 verisinin ilgili tarihteki değerden yüzdelik sapmasını göstermektedir.

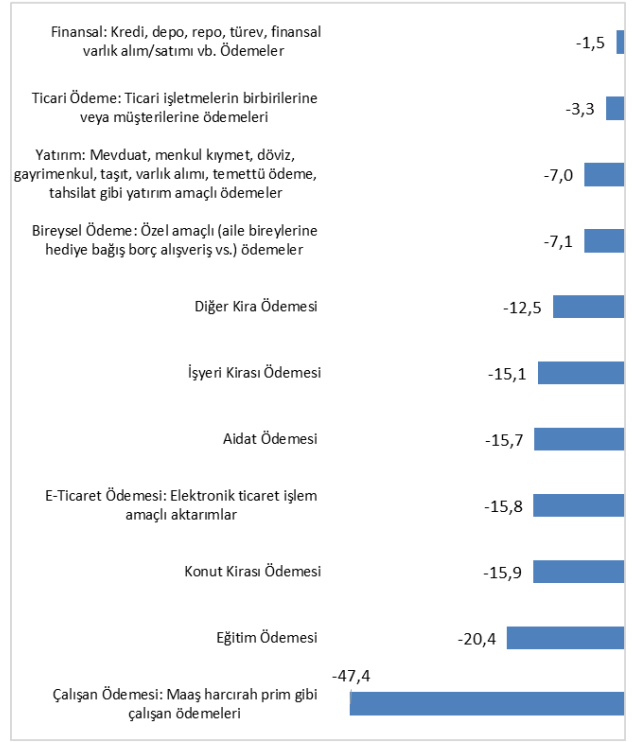
- FAST transferlerinin ödeme gruplarına göre bakıldığında, 2 Nisan boykot gününde;
 - 2024 yılı Ramazan Bayramı sonrasındaki ilk iş gününe kıyasla hemen her ödeme grubunda daha az işlem yapıldığı görülmektedir. Sadece ticari işletmelerin birbirlerine veya müşterilerine yaptığı ödemelerde yüzde 24 oranında daha yüksek sayıda işlem gerçekleşmiş, onun dışındaki ödemeler önemli ölçüde düşük sayıda yapılmıştır. Örneğin, elektronik ticaret amaçlı yapılan transferler yüzde 58,7 oranında, bireysel ödemeler de yüzde 37,8 oranında daha düşük gerçekleşmiştir (Grafik 3).
 - Ocak-Mart 2025 aylarının ilk iş günlerine göre tüm ödemelerde daha az işlem yapıldığı görülmektedir. Elektronik ticaret ödemelerinde yüzde 15,8, bireysel ödemelerde de yüzde 7,1 daha az işlem yapılmıştır (Grafik 3).

Grafik 3. 2 Nisan 2025 Farkı (günlük işlem, yüzde)

3.a. 15 Nisan 2024'e Göre



3.b. Ocak-Mart 2025 İlk İş Günleri Ortalamasına



Kaynak: TCMB ve TEPAV hesaplamaları

*2 Nisan 2025 verisinin ilgili tarihteki değerden yüzdelik sapmasını göstermektedir.

4. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma, 2 Nisan 2025 tarihinde gerçekleşen alışveriş boykotunun dijital ödeme sistemleri üzerinden izini sürerek protestonun etkilerini analiz etmeyi amaçlamıştır. Bu kapsamda, TCMB tarafından yayınlanan kredi kartı ve banka kartı harcamaları ile FAST transferleri verileri incelenmiştir. Kartlı harcamalar istatistiklerinin haftalık bazda olması, 2 Nisan boykot gününe odaklı detaylı analizi kısıtlamaktadır. Diğer taraftan, boykot gününün uzatılmış bayram tatili haftasına denk gelmesi ve yıllık gelir vergisi gibi zorunlu ödemelerin olduğu ayın ilk iş günü olması da sağlıklı karşılaştırma yapmayı engellemektedir. Bu nedenle, alternatif dönemler ve tarihler ile karşılaştırmalar çeşitlendirilmiş ve harcama/transfer grupları bazında değişimler özetlenmiştir.

2 Nisan boykot gününü içeren haftada kartlı harcamaların işlem adedi, ilk üç ayın ortalamasının yaklaşık yüzde 10 altındadır. Market ve alışveriş merkezleri işlemlerinde bu oran yüzde 12,2'ye çıkmaktadır. Diğer taraftan, geçen yılın Ramazan Bayramı haftasına göre karşılaştırıldığında, kartlı harcamaların işlem adetlerinin seyahat ile ilgili kalemlerde yüksek olduğu, diğer harcamalarda daha düşük gerçekleştiği görülmektedir. Diğer taraftan, boykot gününe özel karşılaştırmalara imkân tanıyan FAST transferlerinde geçen yıl Ramazan Bayramı sonrasındaki ilk iş gününe kıyasla yüzde 37,7 oranında daha az işlem yapılmıştır. Elektronik ticaret amacıyla yapılan transferlerde bu oran yüzde 58,7'ye ulaşmaktadır. Şubat ve mart aylarının ilk iş günlerine kıyasla da yüzde 10'un üzerinde daha az işlem gerçekleşmiştir. Benzer şekilde, bu günlerde de elektronik ticaret amacıyla yapılan transferlerde düşüşler daha belirgindir.

Sonuç olarak, kredi kartı ve banka kartı harcamaları ile FAST transferlerinde gözlemlenen düşüşler, alışveriş boykot eyleminin yalnızca bir sosyal medya kampanyası olmadığını, ölçülebilir ekonomik etkiler yaratabileceğini göstermektedir. Söz konusu boykot uygulamalarının tekrarlanması durumunda bu analiz güncellenerek ekonomik etkilerin zaman içindeki değişimi de gözlenebilecektir.

Kaynakça

Anadolu Ajansı (2025). “Tüketicilerin boykotları İsrail’in saldırılarına destek veren küresel şirketleri sarsıyor”, 12 Ocak 2025.

Starbucks'ın 2024 mali yılı genelindeki küresel karşıla

Economic Times. (2025). “Canada Strikes Back,”, 24 Şubat 2025.

Friedman, M. (1999). Consumer Boycotts: Effecting Change Through the Marketplace and the Media. Routledge.

Haber 7. “ABD Ürünlerine Boykot Dalgası”, 11 Nisan 2025.

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB). FAST Sistemi Günlük İşlem Verileri. <https://www.tcmb.gov.tr>

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB). Banka Kartı ve Kredi Kartı Harcama Tutarı. https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?evds/DataGroupLink/5/bie_kkhartut/tr

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB). Banka Kartı ve Kredi Kartı İşlem Adedi. https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?evds/DataGroupLink/5/bie_kkislade/tr

Türkiye Bankalar Birliği (TBB). Dijital, İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri. <https://www.tbb.org.tr>