

beykozakademi

DERGİSİ

CİLT 09 - SAYI 02
YIL 2021



E-ISSN 2651-5393



Cilt: 9 – Sayı: 2 – Yıl: 2021

E-ISSN: 2651-5393

Derginin Sahibi : Prof. Dr. Mehmet DURMAN

Sorumlu Müdür : Öğr. Gör. M. Murat ŞENTÜRK

Yönetim Yeri : Beykoz Üniversitesi, Beykoz, İSTANBUL

Yayının Türü : Akademik Hakemli Dergi – Altı ayda bir, Haziran ve Aralık aylarında yayınlanır.

Yayının Dili : Beykoz Akademi Dergisi'nde Türkçe ve İngilizce makalelere yer verilir.

Yayın Komisyonu:

Prof. Dr. Baki AKSU (Beykoz Üniversitesi, Türkiye)

Prof. Dr. Bengisu BAYRAK SHAHMIRI (Beykoz Üniversitesi, Türkiye)

Prof. Dr. Gülten KAPTAN (Beykoz Üniversitesi)

Prof. Dr. Lawrence A. HOWARD (Suny Maritime College, ABD)

Prof. Dr. Mehmet TANYAŞ (Maltepe Üniversitesi)

Prof. Dr. Okan TUNA (Dokuz Eylül Üniversitesi, Türkiye)

Prof. Dr. Yılmaz UYGUN (Jacobs University, Almanya)

Prof. Dr. Selahattin KURU (Beykoz Üniversitesi, Türkiye)

Doç. Dr. Dicle YURDAKUL (Altınbaş Üniversitesi, Türkiye)

Doç. Dr. Ezgi UZEL AYDINOCAK (Beykoz Üniversitesi, Türkiye)

Doç. Dr. İbrahim Taylan DÖRTYOL (Akdeniz Üniversitesi, Türkiye)

Doç. Dr. Olgun KİTAPCI (Akdeniz Üniversitesi, Türkiye)

Doç. Dr. Üyesi Nevzat Evrim ÖNAL (Beykoz Üniversitesi, Türkiye)

Doç. Dr. Üyesi Tutku EKER İŞÇİOĞLU (Piri Reis Üniversitesi, Türkiye)

Doç. Dr. Erkan YILDIZ (Başkent Üniversitesi, Türkiye)

Dr. Öğr. Üyesi Nejla KARABULUT (Hanze University, Hollanda)

Dr. Öğr. Üyesi Aslıhan BEKAROĞLU (Beykoz Üniversitesi, Türkiye)

Editör : Ezgi UZEL AYDINOCAK

Teknik Editör : Serhan KARADENİZ

Redaksiyon : Gülnaz TAYFUR

Dizgi ve Mizanpaj: Ahmet EĞİLMEZ

Yazışma Adresi : Beykoz Üniversitesi

Vatan Cad. No: 69 Kavacık, Beykoz, İstanbul

İletişim : beykozakademi@beykoz.edu.tr - 0216 912 22 52

Dergide yayınlanan makalelerin bilim, içerik ve dil bakımından sorumluluğu yazarlarına aittir.

Dergide yayınlanan makaleler kaynak gösterilmeden yayınlanamaz.

Beykoz Akademi Dergisi'nde yayınlanan çalışmalarda ICMJE (International Committee of Medical Journal Editors) tavsiyeleri ile COPE (Committee on Publication Ethics)'un öngördüğü Uluslararası Standartlar dikkate alınmaktadır.



Ulakbim TR Dizin'de indekslenmektedir.
© Tüm hakları saklıdır.



ASOS
indeks

HAKEM KURULU

Prof. Dr. A. Ercan GEGEZ
Prof. Dr. Akın MAŞRAP
Prof. Dr. Ali DEVECİ
Prof. Dr. Ali Karun NEMLİOĞLU
Prof. Dr. A. Zafer ACAR
Prof. Dr. Baki AKSU
Prof. Dr. Banu DURUKAN
Prof. Dr. Bilge Leyli DEMİREL
Prof. Dr. Birdoğan BAKI
Prof. Dr. Birsen Talay KELEŞOĞLU
Prof. Dr. Burak GÜRBÜZ
Prof. Dr. Cavide UYARGİL
Prof. Dr. Çiğdem AYTEKİN
Prof. Dr. Çiğdem DÜRÜŞKEN
Prof. Dr. Dilek TEKER
Prof. Dr. Ebru İÇİGEN
Prof. Dr. Emine KOYUNCU
Prof. Dr. Emine Zeynep SUDA
Prof. Dr. Ercan EYÜBOĞLU
Prof. Dr. Ercan SARIDOĞAN
Prof. Dr. Evren AYRANCI
Prof. Dr. Göksel ATAMAN
Prof. Dr. Hasan Fehmi BAKLACI
Prof. Dr. Himmet KARADAL
Prof. Dr. İbrahim PINAR
Prof. Dr. Kadir DABBAOĞLU
Prof. Dr. Kutluk Kağan SÜMER
Prof. Dr. M. Burak GÜRBÜZ
Prof. Dr. Mehmet TANYAŞ
Prof. Dr. Meltem ÖZTURAN
Prof. Dr. Mustafa Burak GÜRBÜZ
Prof. Dr. Müge ARSLAN
Prof. Dr. Necmi Emel DİLMEN
Prof. Dr. Nuri ÖMÜRBEK
Prof. Dr. Nüket GÜZ
Prof. Dr. Okan TUNA
Prof. Dr. Ömer İSKENDER OĞLU
Prof. Dr. Ömür Yaşar SAATÇIOĞLU
Prof. Dr. Pınar Seden MERAL
Prof. Dr. Pınar SÜRAL ÖZER
Prof. Dr. Selçuk Nas
Prof. Dr. Selda BAŞARAN ALAGÖZ
Prof. Dr. Selim ZAİM
Prof. Dr. Serap İNCAZ
Prof. Dr. Serdar PİRTİNİ
Prof. Dr. Soner ESMER
Prof. Dr. Uğur YOZGAT
Prof. Dr. Umut Rifat TUZKAYA

Prof. Dr. Y. Birol SAYGI
Prof. Dr. Vural ÇAĞLIYAN

Doç. Dr. A. Özgür KARAGÜLLE
Doç. Dr. Üyesi Adnan Veysel ERTEMEL
Doç. Dr. Ahmet DOLUNAY
Doç. Dr. Ali SOMEL
Doç. Dr. Ali GÖRENER
Doç. Dr. Arzum BÜYÜKKEKLİK
Doç. Dr. Atıf EVREN
Doç. Dr. Betül ÖNAY DOĞAN
Doç. Dr. Burcu ŞENTÜRK
Doç. Dr. Bülent HOCA
Doç. Dr. Ceren ALTUNTAŞ VURAL
Doç. Dr. Dicle YURDAKUL
Doç. Dr. Ebru Beyza BAYARÇELİK
Doç. Dr. Engin Deniz ERİŞ
Doç. Dr. Eda YAŞA ÖZELTÜRKAY
Doç. Dr. Efe DUYAN
Doç. Dr. Engin Deniz ERİŞ
Doç. Dr. Erkan YILDIZ
Doç. Dr. Eser TELCİ GEGEZ
Doç. Dr. Feyyza ZEREN
Doç. Dr. Üyesi Fulya TAŞEL
Doç. Dr. F. Nur YORGANCILAR ATATOPRAK
Doç. Dr. F. Nur YORGANCILAR ATATOPRAK
Doç. Dr. Gül COŞKUN DEĞİRMEN
Doç. Dr. Gül DENKTAŞ ŞAKAR
Doç. Dr. Hatice Yaprak CİVELEK
Doç. Dr. Hatice YAZGAN
Doç. Dr. Kasım KIRACI
Doç. Dr. Levent DALYANCI
Doç. Dr. Levent YILMAZOK
Doç. Dr. Mehmet BAŞ
Doç. Dr. Metehan TOLON
Doç. Dr. Mihalis KUYUCU
Doç. Dr. Murat AKKAYA
Doç. Dr. Üyesi M. Emre CİVELEK
Doç. Dr. Nevin KARABIYIK YERDEN
Doç. Dr. Nevzat Evrim ÖNAL
Doç. Dr. Nilnur TANDAÇGÜNEŞ KAHRAMAN
Doç. Dr. Nurhan YEL
Doç. Dr. Üyesi N. Ozan BAKIR
Doç. Dr. Osman Nuri ÖZALP
Doç. Dr. Oylum KORKUT ALTUNA
Doç. Dr. Ömür Dünya ÇAKMAKLI AKÇA
Doç. Dr. Özgür ÖZPEYNİRCİ
Doç. Dr. Özlem GÜZEL
Doç. Dr. Pelin VARDARLIER
Doç. Dr. Pınar ACAR
Doç. Dr. Serdar TAŞAN
Doç. Dr. Simge ÖZER PINARBAŞI
Doç. Dr. Tutku EKER İŞÇİOĞLU
Doç. Dr. Yağmur ÖZYER AKSOY

Dr. Öğr. Üyesi Ahu SAMAV UĞURSOY
Dr. Öğr. Üyesi Aksoy YAVAŞ
Dr. Öğr. Üyesi Alev ÖZER TORGALÖZ
Dr. Öğr. Üyesi Aslıhan BEKAROĞLU
Dr. Öğr. Üyesi Atiye TÜMENBATUR
Dr. Öğr. Üyesi Aynur ACER
Dr. Öğr. Üyesi Aysun AKPOLAT
Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül Nuriye BAYRAKTAR
Dr. Öğr. Üyesi Baskın YENİCİOĞLU
Dr. Öğr. Üyesi Başak DEĞERLİ
Dr. Öğr. Üyesi Başak ERDEM
Dr. Öğr. Üyesi Behiye BEĞENDİK
Dr. Öğr. Üyesi Beste Gökçe PARSEHYAN
Dr. Öğr. Üyesi Biray KOÇAK
Dr. Öğr. Üyesi Burak ÇAKALOZ
Dr. Öğr. Üyesi Burcu GÜVEN
Dr. Öğr. Üyesi Burçak GÜRİSOY YENİLMEZ
Dr. Öğr. Üyesi Bülent İLHAN
Dr. Öğr. Üyesi Celil DURDAĞ
Dr. Öğr. Üyesi Cihan TINAZTEPE
Dr. Öğr. Üyesi Emre ÇAKMAK
Dr. Öğr. Üyesi Emre ERGÜVEN
Dr. Öğr. Üyesi Erdal AYDIN
Dr. Öğr. Üyesi Ezgi Merdin Uygur
Dr. Öğr. Üyesi Filiz DAŞKIRAN
Dr. Öğr. Üyesi Funda KILIÇ
Dr. Öğr. Üyesi Füsün Deniz ÖZDEN
Dr. Öğr. Üyesi Göksel BASMACI
Dr. Öğr. Üyesi Gözde SEZEN GÜLTEKİN
Dr. Öğr. Üyesi Gülşah TAŞÇI
Dr. Öğr. Üyesi Güray TEZER
Dr. Öğr. Üyesi Hande Begüm BUMİN DOYDUK
Dr. Öğr. Üyesi Hakkı BAŞGÜNEY
Dr. Öğr. Üyesi İlknur BİLGİN
Dr. Öğr. Üyesi İrfan AKYÜZ
Dr. Öğr. Üyesi İsmail Erim GÜLAÇTI
Dr. Öğr. Üyesi Kenan İLARSLAN
Dr. Öğr. Üyesi Lokman KANTAR
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet NUHOĞLU
Dr. Öğr. Üyesi Melis KAYTAZ YIĞIT
Dr. Öğr. Üyesi Murat Düzgün
Dr. Öğr. Üyesi Müge İRFANOĞLU
Dr. Öğr. Üyesi Nagehan AKOĞLU
Dr. Öğr. Üyesi Narman KUZUCU
Dr. Öğr. Üyesi Necla DALBAY
Dr. Öğr. Üyesi Nejla KARABULUT

Dr. Öğr. Üyesi Neslişah BAŞARAN
Dr. Öğr. Üyesi Nesli ÇANKIRI
Dr. Öğr. Üyesi Nigar Çağla MUTLUCAN
Dr. Öğr. Üyesi Oktay ÇETİN
Dr. Öğr. Üyesi Onur OĞUZ
Dr. Öğr. Üyesi Osman SAVAŞKAN
Dr. Öğr. Üyesi Özge SİĞİRCİ
Dr. Öğr. Üyesi Özlem SANRI
Dr. Öğr. Üyesi Petek AKMAN ÖZDEMİR
Dr. Öğr. Üyesi Pervin ERSOY
Dr. Öğr. Üyesi Pınar SAYAN
Dr. Öğr. Üyesi Rabia AKTAŞ ŞENKARDEŞLER
Dr. Öğr. Üyesi Saadet ÇETİNKAYA
Dr. Öğr. Üyesi Serim PAKER
Dr. Öğr. Üyesi Serpil GERDAN
Dr. Öğr. Üyesi Serpil KUZUCU
Dr. Öğr. Üyesi Sibel BİLKAY
Dr. Öğr. Üyesi Simin GERÇEK
Dr. Öğr. Üyesi Sündüz DAĞ
Dr. Öğr. Üyesi Şafak Ümit DENİZ
Dr. Öğr. Üyesi Yasin AKSOY
Dr. Öğr. Üyesi Yunus KAYMAZ
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep KOÇER

Dr. Burak LEBLEBİCİOĞLU
Dr. Emre SAYGIN
Dr. Seda GÖKDEMİR EKİCİ

içindekiler

01

A Study On Consumer Attitudes Toward Imported Luxury Goods In Turkey

Türkiye’de İthal Edilen Lüks Mallara Yönelik Tüketici Tutumları Üzerine Bir Çalışma

Gülçimen YURTSEVER

(Makale)

16

Geçmişten Günümüze Değer Zinciri Analizi Tartışmalarının Politik Ekonomisi

The Political Economy Of The Value Chain Analysis Discussions From The Past To The Present

Burhan ÖZALP, Nevzat Evrim ÖNAL

(Makale)

30

Küreselleşme Sürecinde Teknolojik Dönüşümün Lojistik Sektörüne Etkileri

The Effects Of Technological Transformation On The Logistics Sector In The Globalization Process

Şerif DİLEK, Serap İNCAZ

(Makale)

50

Yeşil Limanlar Üzerine İçerik Analizi, 2009-2020

A Content Analysis Of Green Port, 2009-2020

Özlem SANRI

(Makale)

73

Tutundurma Çalışmalarının Yeni Yüzü: Şarkılarda Marka Yerleştirme Uygulamaları

The New Face of Promotion: Brand Placement Applications In Songs

Duygu YAMAN

(Makale)

85

Çalışanların Sendikalara Yönelik Algılarının İncelenmesi: Bir Çoklu Grup Analizi

Investigation Of Employees’ Perceptions Towards The Unions: A Multi-Group Analysis

Alptekin DEVELİ, Harun YILDIZ

(Makale)

beykozakademi

98

Etnosentrizm ile İlgili Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

Bibliometric Analysis of Ethnocentrism Studies

Aysel KURNAZ

(Makale)

119

Bitkisel Yağ Sektörü Tedarik Zincirinde Yeni Teknolojilerin Kullanımının ve Palm Yağı Tedariği Üzerinden RSPO Sertifikasyonunun Önemi Üzerine Bir İnceleme

A Review On The Importance Of Using New Technologies In The Vegetable Oil Supply Chain and RSPO Certification Through Palm Oil Supply

Ebru KARACAN, Ahmet YAYLACI, Fahri YEMİŞÇİOĞLU

(Makale)

136

Freight Forwarder Firması İçin Denizyolu Parsiyel Taşımacılık Stratejisinin Belirlenmesi: SWOT/Bulanık AHP Uygulaması

Determination LCL (Less Container Load) Transportation Strategy For Freight Forwarder: SWOT/Fuzzy AHP Application

Ayfer ERGİN

(Makale)

148

Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi ve Lojistikte Eğilimler: Türkiye’de Mevcut Uygulamalar

Green Supply Chain Management and Trends In Logistics: Current Practices In Turkey

Gül ESİN DELİPİNAR, Celil DURDAĞ

(Makale)

157

COVID 19 Sürecinde Dergipark Sisteminde Yayımlanan İşletme Odağındaki Çalışmaların Niteliksel Değerlendirmesi

Qualitative Evaluation Of Business Focus Studies Published In Dergipark System During COVID19

Elif ÜSTÜNDAĞLI ERTEN

(Makale)

173

Toplumsal Hareketler Bağlamında Sosyal Medya Arşivlerinin Toplumsal Belleğin İnşasındaki Rolü

The Role of Social Media Archives in The Construction of Collective Memory Within The Context of Social Movements

Aysun EYREK , Belgin ÇETİN

(Makale)

beykozakademi

192

The Mediating Role Of Employee Performance In The Relationship Between Mobbing Perception and Flight Safety Culture

Mobbing Algısı İle Uçuş Emniyet Kültürü Arasındaki İlişkide Çalışan Performansının Aracılık Rolü

Bekir DEMİRÖREN, Halil ŞİMŞEK

(Makale)

210

Uluslararası Denizyolu Taşımacılığında Yaşanan Tehditler ve Çözüm Önerileri

Threats In International Sea Transport and Suggestions For Solutions

Gonca Reyhan AKKARTAL

(Makale)

223

Kuş İmgesinin Söylenbilimde ve Sanatta Temsili Anaerkillik-Ataerkillik İkiliği Bağlamında Kuş İzleği

Representation of The Bird Image In Mythology and Art Bird Theme In The Context Of Matriarchy-Patriarchy Duality

Füsun Deniz ÖZDEN

(Makale)

249

Küresel Havayolu İttifaklarının Havayolu İşletmeleri Üzerinde Yarattığı Değişim Üzerine Bir Alan Araştırması

A Field Study On The Change In Airline Companies and Operations Created By Global Airline Alliances

Murat ESİN, Murat DÜZGÜN

(Makale)

274

Analysis of The Dimensions of Service Quality In Liner Marine Transportation By Structural Equation Modeling

Düzenli Hat Deniz Taşımacılığında Hizmet Kalitesini Oluşturan Boyutların Yapısal Eşitlik Modellemesiyle Analizi

Ayşe TAŞ, Murat YORULMAZ

(Makale)

292

The Role of Economic Freedom, Trade And Technology On Total Factor Productivity Growth

Toplam Faktör Verimliliği Büyümesinde Ekonomik Özgürlük, Ticaret ve Teknolojinin Rolü

Cumhur TAŞ, Veysel ULUSOY

(Makale)

316

COVID-19 Sürecinde Medyanın Bilgilendirme Rolündeki Değişim: Eğitim Haberleri Üzerine Bir İnceleme

Change In Media's Information Role During COVID-19: A Review On Educational News

Görkem İLDAŞ

(Makale)

A STUDY ON CONSUMER ATTITUDES TOWARD IMPORTED LUXURY GOODS IN TURKEY

Gülçimen YURTSEVER¹

Abstract

The purpose of this research is to provide detailed information on imported luxury goods in Turkey. This study used both interviews and questionnaires. The interview types were unstructured and structured regarding what, where, when, how, and why Turkish consumers buy imported luxury goods. Based on the exploratory study, a scale was developed that measured social and personal buying attitudes toward luxury imported goods. This study presents evidence of reliability and validity for 14 items constructed to measure this scale in two separate studies. The data were obtained by self-administered questionnaires (n=303). We provide an interpretation of the results to show the dominant buying behavior of luxury imported goods in the social and personal contexts of Turkish consumers. Based on the results of this study we recommended the direction for marketing practitioners who either are already doing business in luxury goods or are considering entering the Turkish luxury sector. Finally, we provide recommendations for researchers who want to research in the Turkish luxury imported sector.

Keywords: Consumer behavior, Luxuries, Turkey, Social and Personal.

JEL Classification: A12, O13, M31.

TÜRKİYE'DE İTHAL EDİLEN LÜKS MALLARA YÖNELİK TÜKETİCİ TUTUMLARI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Öz

Bu çalışmada Türkiye'de ithal edilen lüks mallar hakkında ayrıntılı bilgi sunulması amaçlanmıştır. Bu bağlamda söz konusu amaca ulaşmaya yönelik olarak hem mülakatlar gerçekleştirilmiş hem de anketler kullanılmış olup; mülakatlar Türk tüketicilerin hangi ithal lüks mallarını nerede, ne zaman, nasıl ve neden satın aldıkları konusunda yapılandırılmış ve yapılandırılmamış olmak üzere iki şekilde gerçekleştirilmiştir. Araştırma yöntemine dayanarak, lüks ithal mallara yönelik sosyal ve kişisel satın alma tutumlarını ölçen bir ölçek geliştirilmiştir. Bu bağlamda bu çalışma, iki ayrı şekilde geliştirilen ölçeği değerlendirmek amacıyla oluşturulan 14 madde için güvenilirlik ve geçerlilik kanıtı sunmaktadır. Veriler öz-yönetim anketleri ile elde edilmiş (n=303) ve Türk ithal edilen lüks mallarına ilişkin tüketicilerinin sosyal ve kişisel açıdan baskın satın alma davranışlarını göstermeye yönelik elde edilen sonuçlar yorumlanmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara dayanarak, halihazırda lüks mallar sektöründe faaliyet gösteren ya da söz konusu sektöre girmeyi düşünen uygulamacılara yön vermeye çalışılmıştır. Son olarak, Türkiye'de ithal edilen lüks mallar sektöründe inceleme yapmak isteyen araştırmacılara yönelik birtakım tavsiyelerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Tüketici davranışı, Lüks mallar, Türkiye, Sosyal ve Kişiyel Özel.

JEL Sınıflandırması: A12, O13, M31.

¹ Prof. Dr., Uşak Üniversitesi, İşletme Bölümü, gulcimenyurtsever@gmail.com, ORCID: 0000-0003-0484-0261

1. Introduction

Luxuries are products of unique high quality, emotionally attractive, and attract the attention of others (Mortelmans, 2005), provide the owners with additional pleasure (Kapferer, 1997) and respond to wants rather than needs. Unlike necessities, individuals purchase luxuries not only for their intrinsic quality but also to confirm their social status (Veblen, 1899). If the confident sensation results in emotional value, it tends to influence purchase intentions of individuals (Wang et al. 2019). The perception of emotional benefits through the experience of shopping is more subjective and personal than functional aspect of shopping (Yu and Sapp).

In recent years, luxury consumption has decreased globally (McKinsey and Company, 2017) as luxury consumers have reached a critical mass. Despite the decline in world luxury consumption, luxury brands are looking for a new address such as Turkey, where luxury consumption products are increasing. Ergun (2021) indicated that Turkish costumers with high income tend to purchase luxury items to demonstrate their prosperity. Furthermore, luxury consumption will continue its growth trend of the market (Indigo, 2016) as a result, new brands entering the country (Euromonitor International, 2018).

This study is focused on understanding the determinants and consequences of attitudes toward imported luxury goods in Turkey. Therefore, the primary purpose of this study is to identify Turkish consumers' attitudes toward imported luxury goods. The study identifies various aspects of imported luxury goods in Turkey. Thus, it provides direction for managers who want to export luxury products in Turkey. Furthermore, we develop a scale to measure the social and personal aspects of consumer attitude toward imported luxury goods. Few studies have concentrated on adequately measuring social and personal aspects of consumer attitude toward imported luxury.

2. The Imported Luxury Goods Concept in Turkey

The increasing economic interdependence of national economies and advanced technology across the world experiences a rapid cross-border movement of goods, services, and capital (Guicciardi, 2011). This globalization promotes the development of the luxury goods industry. The market for luxuries is not only tied to the economic interdependence of cultures and individual differences are also important for the market for luxuries (Wiedmann, Hennigs and Siebels,2007).

The phenomenon of globalization is having effects on Turkish social life with the process of integrating the market for luxuries and the consumer's individual preference in buying luxury goods. Therefore, relationships among the globalization and economic situation of the country and Luxury Consumer Goods in Turkey are discussed. Then, the relationships among social factors, personal factors, and luxury consumption behavior in Turkey were identified.

2.1. The Globalization and Economics of Luxury Consumer Goods in Turkey

Rapid social change in present-day Turkey, which has yet to enter the consumer society in the Western sense, along with global dynamics has brought about a change in the traditional values of Turkey. Widespread use of mass media spread the process across a wide area and the impact is much more intense and faster (Altan, 2002).

The rapidly increasing luxury shopping centers transformed individuals 'leisure time into consumption action. People who spend their time in luxury shopping centers feel the Western feeling (Orcan, 2004). Naturally, it has become a habit to buy luxury brands with credit cards from fancy stores.

Turkey has more freedom of individual rights than other Muslim countries. With the conservative party in power for the past 15years, the lifestyle has changed in the country. This change also brings a new consumption pattern prevailing, fashion, and tourism (Kilicbay and Birnak, 2002). As the economic situation of certain Islamic families improves, their lifestyle adapts itself to more modern ways. The wealthy class in Islamic states differentiate themselves from lower social status, altering their purchasing behavior. This purchasing behavior can be seen in Islamic countries as well as secularist ones on both luxury goods in niche markets (Yetiser and Genc, 2015). Tourists from Arab countries have high purchasing power and positively affect the growth of the luxury market. In addition to the Middle East and North Africa, Russian tourists visiting the southern coasts also show interest in luxury brands (Deloitte, 2018). In particular, organized fashion festivals/weeks have become a shopping destination for foreigners in Turkey. In line with celebrities becoming more and more visible especially with social media, the young generation is getting more imported luxury goods. There are two types of the luxury market segment. The first segment is based on very rich people. The second is based on an affluent middle class (Lu, 2008; Zhan and He, 2012). Like other countries, Turkey also has two segments for luxury goods.

In recent years, very rich people have bought real estate abroad. Among the ones who make real estate investments abroad, Turkish citizens have risen to fourth place in the world. Rich Turks buy homes abroad for political and security reasons (Takan, 2017). Starting in the 1980s, liberalization has changed the habits of the middle class (Laciner, 2013). The middle class in Turkey makes the country attractive for international firms. This class likes possessing sophisticated knowledge of fashion and brands and living in modern apartments (Uner and Gungordu,2016). The understanding of luxury consumption in Turkey can also be analyzed in terms of social and personal factors.

2.2. Social Factors, Personal Factors, and Luxury Consumption

Personal and social have the most effect on the consumer decision-making process (Kardes, Cline and Cronley, 2011). Social needs come from a desire for social recognition (Solomon, 2004). Personal needs begin by identifying what I need. Personal social factors directly influence behavioral intentions, which are the strongest predictors of actual behavior. All other factors influence behavioral intentions indirectly (Tsai, Chen, and Chien, 2012).

References such as groups, family, role, and status are the important social factors influencing individuals' buying decisions (Perreau, 2014). For example, the key determinant for wine *purchasing in Turkey* has become the *reference group* (Kacan, 2016). Luxury goods are desired if a person seeks social approval. The "Showtime" phase living in Turkey is seen as luxury items economic status symbol (Deloitte 2018). Lately, having a house in a rich country for the rich people in Turkey is a matter of prestige. For example, luxury accessories, bags, and footwear are considered the most important accessories for women, as they are a symbol of status and economic power (Luxury society, 2014).

Exchanging luxury gifts also have a social and personal dimension of value perception regardless of their countries of origin (Hennigs, Wiedmann, and Klarmann, 2012) There are many special occasions in Turkey to give gifts because of Islam, Western, and their traditions. Gift habits from the West to Turkish culture are as follows: Christmas, birthday, wedding anniversary, Valentine's Day, Mother's Day, Father's Day. Gift-giving in Islam is encouraged. Islam was also institutionalized food giving in all three of the major Muslim holidays. Lately, people are now adding new non-food traditions of gift-giving (Tamara, 2018).

Gifts are given according to "Turkish own traditions: deaths, marriages, new home purchases, away from the road and newborn. Weddings are the most abundant gift. Recently, luxury branded gifts at weddings have become very popular. Wedding gifts are meant to honor the gift giver. In fact, in some regions, the type of gifts and who has been given preannounced during the wedding (Tezcan, 1989). People give gifts to others within the same class; they expect a return of equal or greater value (Eroz, 1982). The functions of the gift can be listed as follows: reinforcing friendships, declaring status, maintaining the status, and helping (Guvenc, 1984).

Individual motivation may lead to spending a large amount of their income on luxury goods for enhancing confidence, charisma, self-esteem, happiness. Consumers buy luxury products to raise self-worth (Hudders, 2015). Traditionally, Turkish men spend on luxury watches, accessories, and writing instruments. Recently, they have spent on skincare products and other products for their looks (Euromonitor International, 2018).

Higher levels of education and increasing female employment have increased the demand for luxury goods. This changing attitude has increased brand awareness. Increased demand for luxuries has invited major international luxury brands such as Prada, Hermès, Louis Vuitton, Gucci, Burberry, Christian Louboutin, Tod's, Ralph Lauren, Armani, and Chanel (Luxury society, 2014). Children can take advantage of parents' brand awareness and the improving economic situation, which has luxury goods and services.

3. Methodology

Three studies have been carried out to achieve this research purpose. This study embraced both qualitative and quantitative dimensions that were completed in three studies. The methodology is organized as follows. Study 1 started with an exploratory inquiry, with the purpose to generate insight into luxury consumers in Turkey. The purpose of study 2 is to generate insight into luxury in Turkey and estimate the dimensionality of the consumer attitude toward imported luxury goods scale. Goal 3 of this study was to identify the validity of the scale. To reach the purpose of the research this basic questioning technique was used (Zahaf, 2009; DeLoach et al., 2012; Iqbal et al., 2012, Walley and Li, 2015):

1. To identify what luxury imported goods Turkish consumers buy.
2. To identify when Turkish consumers buy luxury imported goods.
3. To identify where Turkish consumers, buy luxury imported goods.
4. To identify how Turkish consumers buy luxury imported goods.
5. To identify, why Turkish consumers buy luxury imported goods.
6. To develop a scale of why consumers, buy luxury imported goods.

3.1. Study 1

The primary goal of study 1 was to obtain detailed data from Turkish consumers on where, why, when, and how the purchased item generation for a scale to assess social and personal buying attitude of luxury imported goods of imported luxury items.

To obtain detailed data from Turkish consumers on where, why, when, and how they purchase imported luxury goods, an in-depth inquiry was conducted in the form of an interpretive analysis of consumer experiences with luxury. The interviews were conducted at luxury stores in three main shopping centers in Izmir in December, 2019. Sixty Turkish consumers were interviewed (See Table 1). Study 1 took the form of semi-structured in-depth interviews. On average, an interview lasted around 60 to 90 minutes. The interviews were carried out in Turkish by three specialists in marketing. We wished to tape-record interviews. The participants did not want the interview tape-recorded. We took notes of all interviews. The goal of the interview provided the various relations of consumers with imported luxury goods; to achieve this, the researchers used a progressive approach. They were asked the name of recent purchases of imported luxury goods (not more than three) “Where do you buy it?” When, why, and what do you buy imported luxury goods. We asked also their opinion about imported luxury goods and so forth. This interview was conducted in a metropolitan city, but care was taken to differentiate the participants from the age, education, and income group (Table 1).

Table 1. Sample Profile

<u>Gender: n</u>
Male: 20
Female: 40
<u>Age (years): n</u>
16–24: 6
25–33: 11
34–42: 12
43–51: 10
52–60: 11
61–69: 7
>69: 3
<u>Education: n</u>
Primary school: 3
Middle school: 3
High school: 12
Bachelor: 33
Master: 8
Doctorate: 1
<u>Income (Turkish Liras): n</u>
≤2000: 1
2001–4000: 10
4001–6000: 25
6001–8000: 6
8001–10000: 6
10001–12000: 5
120001–14000: 4
>14000: 3
<u>Occupation: n</u>
Government agency: 15
Foreign-owned: 7
Enterprise
Private enterprise: 30
Student: 8

3.1.1. Results and Discussion

The first goal of the study was to obtain detailed data from Turkish consumers for item generation for a scale. We took 200 pages of notes. Based on the exploratory study, we developed a Turkish questionnaire with Likert items that use a five-point scale (*strongly disagree* to *strongly agree*). Twenty-five items of the questionnaire were submitted to a panel of seven expert judges to assess content validity and completeness. The judges included two professors of psychology, a professor of marketing, two marketing managers of a company, two salespersons. These judges were given written materials describing the concept of imported luxury goods. The items were checked by the judges to clarify and reduce redundancy as well as to make sure they reflected the definition of emotional climate in an organization. The judges were asked to indicate their opinions using a 5-point rating scale with anchors 1: Strongly disagree and 5: Strongly agree Absolutely for each item. To measure the agreement among raters, an intraclass correlation coefficient was calculated. The overall average interrater reliability coefficient was .94. They agree that 15 of the 25 items were suitable for research. The survey questions were designed in Turkish and then translated into English and back to Turkish by different translators to ensure accuracy in the meanings of terms.

3.2. Study 2

Study 2 had two goals: (a) Provide insight into consumer attitudes for marketing practitioners of the imported luxury market in Turkey, (b) assess reliability and validity of consumer attitudes toward imported luxury goods scale.

There were three parts to this survey. The first part contained items related to demographic information. In the second section, there were items related to buying attitudes. The third section was designed to test “consumer attitude toward imported luxury goods scale. The survey was designed for the popup for a website. This website has 3000 members from different regions of Turkey. A self-administered online questionnaire was employed to capture information on the imported luxury market in February 2020. The cutoff date for data collection was 4 weeks. 303 members of the website participated in this study. *Of these 65% were women and 35% were men. Their ages ranged from 20 to 66 years (M age = 45.0 years, SD = 2.9 years).*

3.2.1. Results and Discussion

In this section, why, what, where, and when do Turkish customers purchase imported luxury goods. These questions were answered in this section.

3.2.1.1. What Imported Luxury Goods Do Turkish Consumers Buy?

The first goal of this study was to provide insight into consumer attitudes for marketing practitioners who imported into the luxury market in Turkey. The respondents were asked for three imported luxury products they commonly purchased. As shown in Table 2, most respondents reported that they bought dresses, cosmetics, bags, perfumes, care products, jewelry, wine, glasses, watches, electronic goods.

Table 2. Imported Luxury Goods

1	Bags	51%
2	Dresses	49%
3	Cosmetics	42%
4	Perfumes	41%
5	Care Products	35%
6	Jewelry	28%
7	Wine	25%
8	Glasses	20%
9	Watches	19%
10	Electronic Goods	10%

The bags and the clothes were in the top place. The reason could be that politicians and their families have been in public with imported luxury bags and dresses. Electronic goods were in the last place. Walley and Li (2015) researched the perception of luxury brands in China. They found that automobiles, handbags, and watches were cited as the most commonly purchased luxury goods.

3.2.1.2. What Luxury Brands Do Turkish Consumers Buy?

Respondents were also asked three luxury brand names they purchased. Table 3 shows that Turkish consumers prefer imported luxury goods. Besides the quality of imported luxuries, good advertising of foreign companies may be more effective than domestic companies. This causes low domestic brand awareness. Turkish customers love foreign brand names (Bayuk and Guzeller, 2011). According to Dogerlioglu-Demir and Tansuhaj (2011), global brands in Turkey were more attractive and reliable than domestic brands. The high number of respondents indicated that Gucci products were the most highly desired among luxury consumers in Turkey with Chanel being the next most desirable brand.

Table 3. Luxury Brands

1	Gucci	28.40%
2	Chanel	25.20%
3	Lancôme	16.60%
4	Louis Vuitton	11.30%
5	Hermès	9.00%
6	Apple	5.00%
7	Armani	1.30%
8	Dior	1.20%
9	Rolex	1.10%
10	Lamborghini	1.00%

3.2.1.3. When Do Turkish Consumers Purchase Imported Luxury Goods?

Respondents were also asked when they usually purchase luxury imported goods. Indeed, more than 80% of respondents indicated they purchased imported luxury goods during a promotion or no special time (See Table 4). This means that Turkish consumers are influenced by marketing factors rather than tradition when they purchased luxury imported goods.

Table4. Time luxury goods purchased

1	No special time	41.00%
2	Promotion	40.00%
3	During routine shopping trips	16.20%
4	For birthdays	8.60%
5	For new year	5.60%
6	During festivals	4.30%
7	Religious holidays	1.70%

3.2.1.4. Where Do Turkish Consumers Purchase Imported Luxury Goods?

Respondents were also asked where they usually purchase luxury imported goods. More than half of the respondents with 52.8% stated that they purchased luxury imported goods from department stores and online (Table 5). The reason may be that brand stores selling imported luxury goods are usually in Istanbul. Or they preferred to buy imported luxury goods from department stores, online and other countries.

Table 5. The Preferred Location of Luxury Good Purchase

1	Department store	52.80%
2	Online	46.20%
3	Brand store	28.70%
4	In a foreign country (by someone on your behalf)	10.90%
5	In a foreign country	9.60%

3.2.1.5. Who or What Influences Turkish Consumers to Purchase Imported Luxury Goods?

Respondents were asked to indicate who or what influenced the purchase of imported luxury goods. 35% of imported luxury consumers in Turkey stated that their purchasing decisions were affected by their friends (Table 6). Turkish cultures on Hofstede's individualism versus collectivism dimension of culture, Turkey represents collectivism, where the interests of the group prevail over the interests of the individual (Hofstede, 1984). 27% of respondents indicated that their purchasing decisions were influenced by family. This may be due to customers buying the luxury brand for social reasons. Family members can influence individual consumers' buying behavior. A family influences an individual to acquire values, develop, and shape personality. A family creates first perceptions about brands or products and consumer habits (Kotler and Armstrong, 2010). These results indicate that luxury consumers in Turkey were also influenced by Internet advertising (33 percent of respondents) and TV advertising (24% of respondents). The reason may be that Turkish customers are market-driven.

Table 6. Who or What Influences the Purchase of Imported Luxury Goods?

1	Friends	- 35%
2	Internet advertising	- 33%
3	Parents	- 27%
4	TV advertising	- 24%
5	Colleagues	- 5.3%
6	Famous people	-4%
7	Shop assistant	-3%

3.2.1.6. Why Do Turkish Consumers Buy Luxury Goods?

In study 1, we developed 15 items on why Turkish consumers buy luxury goods based on our interviews. The reasons why respondents purchase imported luxury goods are presented in Table7. Respondents indicated different reasons.

The most common reasons were quality, excellent design, and financial status. 35 % of respondents indicated they purchased imported luxury goods because they have high quality.

Significant proportions cited (24.1 percent) that they purchased luxury goods because they are better than local luxury goods and have consistent excellent design. 16.5% of respondents indicated that they purchased them because others think that they are rich.

Table 7. Why Do Turkish Consumers Buy Imported Luxury Goods? *

Item no	ITEMS	Strongly disagree	Disagree	Neither agrees	Agree		Mean
1	I purchase imported luxury goods because they have a more high-status appeal.	(34.7)	(35)	(15.2)	(11.9)	(3.3)	2.1
2	I purchase imported luxury gifts for my friends whom I want to impress.	(43.9)	(35)	(11.6)	(6.9)	(2.6)	1.9
3	I purchase imported luxury gifts for my friends because they gave me imported luxury gifts.	(22.4)	(29.7)	(24.8)	(15.2)	(7.9)	1.8
4	I purchase imported luxury goods to give me social approval by the upper class.	(41.6)	(35.6)	(11.2)	(9.2)	(2.3)	2
5	I purchase imported luxury goods because others think that I am rich.	(37)	(26.4)	(15.8)	(16.5)	(4.3)	2.3
6	I purchase imported luxury goods because others envy me.	(38)	(33.3)	(15.5)	(8.6)	(4.6)	2.1
7	I purchase imported luxury good because my friends buy them.	(41.9)	(37)	(11.6)	(6.6)	(3)	1.9
8	I purchase imported luxury imported goods because they give a feeling of happiness as soon as I have them.	(31.4)	(31)	(17.2)	(14.2)	(6.3)	2.3
9	I purchase imported luxury brands because they have consistently high quality.	(21.1)	(16.8)	(11.9)	(35)	(15.2)	3.1
10	I purchase imported luxury imported because owning them symbolizes a successful life for me.	(38.9)	(37.6)	(10.9)	(9.6)	(3)	2
11	I purchase imported luxury goods because they are innovative and give some new feeling.	(27.1)	(28.1)	(17.5)	(21.1)	(6.3)	2.5
12	I purchase imported luxury goods because they are better than local luxury goods.	(21.5)	(20.8)	(21.5)	(24.1)	(12.2)	2.9
13	I purchase imported luxury goods because I think these products are not harmful to my health.	(22.4)	(29.7)	(24.8)	(15.2)	(7.9)	2.7
14	I purchase imported luxury brands because they have consistent excellent designs.	(21.8)	(20.8)	(24.4)	(24.1)	(8.9)	2.9

*Numbers in parentheses indicate the percentage

Participants tend to purchase imported luxury goods for personal reasons rather than social reasons.

3.2.1.7. Consumer Attitudes Toward Imported Luxury Goods Scale

The purpose of developing this scale is to measure why customers are buying imported luxury goods. This scale may help the marketer to discover the factors that support or decrease the imported luxury demand. We conducted an in-depth inquiry on consumer experiences with imported luxury goods in study 1. Based on the exploratory study, we developed a questionnaire with Likert items that use a five-point scale (strongly disagree to strongly agree) (Table 7). In this part, the validity and reliability of the 14 items were proven in the following.

We started the exploratory factor analysis with the reliability of the scale, the purpose of which is item generation for a scale to assess consumer attitudes toward imported luxury goods. First, we looked at the value of the Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) test to measure sampling was enough for factor analysis. The results show that (KMO) was .80, exceeding the .60 required value for factor analysis (Tabachnick and Fidell, 2001). Bartlett’s test indicated that the correlations, when taken collectively, were significant at the $p < .001$ levels (Approx. Chi-Square: 2088.213). The scree test showed that there may be a two-factor solution. The items loading on the first unrotated factor are presented in Table 8. As can be seen in Table 8, the smallest loading is .59. As it appears in Table 8, all the loadings were higher than .50, which is the recommended value (Hair *et al.* 2009).

Table 8. Factor Loadings for 14 Items in Consumer Attitudes toward Imported Luxury Goods Scale
($N = 303$)

Item no	Unrotated Factor	Rotated Factor Varimax Rotation	
	Total Scale	Social reason	Personal reason
s3	0.64	0.8	
s7	0.63	0.79	
s4	0.59	0.75	
s2	0.57	0.75	
s6	0.58	0.73	
s1	0.57	0.72	
s5	0.52	0.7	
S10	0.54	0.6	
p12	0.69		0.83
p9	0.64		0.79
p14	0.59		0.76
p11	0.61		0.73
p13	0.54		0.72
p8	0.5		0.59

The two-factor solution for the sample explained 58.7% of the total variance in scores. Factor 1, with 32.4% of the variance, was labeled social reason and comprised eight items. Factor 2, with 26.3% of the variance, was called personal, comprising six items.

Table 9 presents the correlations among factors. Cronbach’s alpha was computed as an estimate of internal consistency reliability of the 14-item questionnaire ($\alpha = .89$). Regarding its subscales’ reliabilities, coefficient alphas were factor 1.88 and factor 2.85.

The results indicated the internal consistency of consumer attitudes toward imported luxury goods and its subscales were adequate.

Confirmatory factor analysis (CFA) was conducted with the maximum-likelihood approach to check whether the data fitted the model. The results of the CFA demonstrated that the data fit with the two-factor model ($\chi^2 = 243.45$; $df = 64$; $p = .01$).

Table 9. Means, Standard Deviations, Scale Reliability, and Correlations
(N=303)

Factors	MD	SD	Pearson r^*		
			1	2	3
1. Total scale (14 items)	2.3	0.7	(.89,0)		
2. Social (8 items)	2.0	0.8	.86,7 (.88,9)		
3. Personal (6 items)	3.0	1.1	.87, 3 .51,9 (.85,7)		

*All correlations subscales, $p < .001$. Numbers in parentheses indicate scale reliability.

3.3. Study 3

The goal of this study was to identify the validity of a criterion by comparing an imported luxury customer with other customers. In selecting respondents for study 3, we asked the participants in study 1 to send the questionnaire to their acquaintances who often buy imported luxury customers. They send (with cc us) 400 emails to their acquaintances who often buy imported luxury customers. 198 of them participated in this survey. Of these, 120 were women and 68 were men. Their ages ranged from 22 to 68 years (M age = 46.0 years, SD = 2.8 years).

3.3.1. Method

Exploratory factor analysis was performed again. Principal-component factor analysis with Varimax rotation was applied. The two-factor solution for this sample explained 64.2% of the variance in consumer attitudes toward imported luxury goods. Score Factor 1 (8 items) with 34.7% of the variance. Factor 2 (4 items) (Table 10) accounted for 29.5% of the variance. Cronbach's alpha for the scale was .913. Table 11 presents the correlations among factors. Cronbach's alpha was computed as an estimate of internal consistency reliability of the 14-item questionnaire. Regarding its subscales' reliabilities, coefficient alphas were factor 1: .911 and factor 2: .867. The results indicated the internal consistency of consumer attitudes toward imported luxury goods and its subscales were adequate. The results also show that (KMO) was .90, Bartlett's test indicated that the correlations, when taken collectively, were significant at the $p < .001$ level (Approx. Chi-Square: 1680.277). CFA was conducted with CF to check whether the data agreed with the model. The results of the CFA demonstrated that the data fit with the two-factor model ($\chi^2 = 177.25$; $df = 64$; $p = .01$).

Table 10. Consumer Attitudes toward Imported Luxury Goods Scale
(N = 303)

Item no	Unrotated Factor	Rotated Factor Varimax Rotation	
	Total Scale	Social reason	Personal reason
S3	740	0.851	
S2	686	0.810	
S7	675	0.808	
S4	657	0.786	
S1	660	0.78	
S6	666	0.779	
S5	662	0.776	

Item no	Unrotated Factor	Rotated Factor Varimax Rotation	
	Total Scale	Social reason	Personal reason
S10	584	0.693	
P14	655		0.809
P12	653		0.805
P9	672		0.805
P11	608		0.729
P13	533		0.681
P8	536		0.652

Table11. Means, Standard Deviations, Scale Reliability, and Correlations (N=198)

Factors	MD	SD	Pearson r*		
			1	2	3
1.Total scale	2.8	0.88	(91.3)		
2. Social	3.6	1.1	.86,4 (.91,1)		
3. Personal	2.2	0.92	.85, 2*, .47,3* (.86,7)		

For all correlation subscales, $p < .001$. Numbers in parentheses indicate scale reliability.

Using Student's *t*-tests, the results indicated that Luxury store customers scored significantly higher on the imported luxury consumption scale and its subscales than other customers. Cohen suggested that $d=0.2$ be considered a “small” effect size, 0.5 represents a “medium” effect size and 0.8 a “large” effect size. As seen in the table, Cohen's *d* for imported luxury consumption scale and Personal subscale are 0.7 and 0.8, respectively, which represent a medium *effect* size. Cohen's *d* for the “Social reason” subscale is 1.7, which represents a large effect size.

Table 12. Comparison between Imported Luxury Customers ($N = 198$) and Customers ($N=303$). Means, Standard Deviations, *T*-Test Comparisons, Effect Sizes ($N =303$)

Factor	Imported luxury costumers	Customer	Comparison
	MSD	MSD	<i>t</i> Cohen's <i>d</i>
1.Total scale	2.80.8	2.30.7	53.10.7
2. Social	3.61.1	2.00.8	43.11.7
3. Personal	2.2.92	3.01.1	48.30.8

* $p < .001$, two-tailed; $df = 302$

4. General Discussion

Our research focused on where, what, how, when, and why Turkish customers purchase imported luxury goods. The findings can be applied to optimize the market of international luxury goods in Turkey. Table 3 shows that Turkish customers prefer imported luxury brands rather than domestic luxury brands. Table 7 indicated why Turkish customers purchased imported luxury goods. When asked about imported luxury goods, most consumers cited design and great quality, better than local luxury goods, and innovation. Studies show that the appeal of luxury is primarily personal reasons. However, the key components of luxury goods are to recognize their value by others. Most of the respondents disagreed with purchasing luxury goods for the social aspect. The reason may be that consumers from collectivist cultures are likely to be more susceptible to value expressive social influences (Bagozzi and Lee, 2002). Another reason could be that consumer attributes of imported luxury goods are not valued by others anymore. Consumers may identify imported luxury goods by embracing a style aesthetic, quality and other factors that contradict their attitudes. The result indicated that they tend to purchase imported luxury goods for personal reasons rather than social reasons.

To measure consumer attitudes toward imported luxury goods, a reliable and valid scale was also developed. "Consumer attitudes toward imported luxury goods scale" may be used to measure what influences consumer attitudes toward imported luxury goods, with the personal and social consciousness of purchasing luxury goods. Data were obtained with two different samples. In Studies 2 and 3, the results suggested that the two-factor model fits the data, including 14 items.

Scales based on these factors showed internal consistencies that ranged from $\alpha = .85$ to $.91$. These two factors of consumer attitudes toward imported luxury goods were labeled social reasons (8 items) and personal reasons (6 items).

Several limitations should be noted in this study. First, the use of self-reporting instruments may not capture a valid reflection of actual behavior, and some underreporting may have occurred. Another limitation of the study is that it involved a small sample size, which raises a question about its representativeness. Additional demographics such as age, income levels, and occupation should also be explored. Specifically, consumers of higher income levels and family structures should be examined as their lifestyles may result in luxury consumption behaviors divergent from those of this study.

References

- Altan, M. (2002). *Batılılaşmanın Sosyo-Politik Temelleri, Düşünsel ve Toplumsal Yapısı, Düşünce; Modernleşme ve Batıcılık*, 3, (Ed. Tanil Bora), İstanbul: İletişim Publisher.
- Bagozzi, R.P. and Lee, K.-H. (2002). Multiple routes for social influence: The role of compliance, internalization and social identity, *Social Psychology Quarterly*, 65 (3), 226-247.
- Bayuk, M. N. and Guuzeller, A. K. (2011). Yabancı Dilde Marka ve Mağaza Adları ve Tüketici Satınalma Davranışına Etkilerine Yönelik Bir Araştırma, Karadeniz Technic University.
- Deloitte (2018). Türkiye'de lüks sektörü, 26 Aralık 2018 tarihinde <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/consumerbusiness/turkiyede-luks-sektoru-luksun-yukselisi.pdf> adresinden alınmıştır.
- Dogerlioglu Demir, K. Tansuhaj, P., Cote, J. and Akpinar, E. (2017). Value integration effects on evaluations of retro brands, *Journal of Business Research*, 77, 124-130.
- Ergun, K. (2021). Determinants of Demand for Luxury Goods: A Comparative Study among Three European Countries Lüks Mal Talebinin Belirleyicileri: Üç Avrupa Ülkesinde Karşılaştırmalı Bir Çalışma, *Journal of Yasar University*, 1, (16), 128-146.
- Eroz, M (1982). *İktisat Sosyolojine Başlangıç*, İstanbul, (3rd edition), Filiz Publisher, 264.
- Euromonitor International (2018). Country report luxury goods in Turkey, 19 Aralık 2019 tarihinde <https://www.euromonitor.com/luxury-goods-in-turkey/report> adresinden alındı.
- Guicciardi, C. (2011). The Impact of Global Change on Luxury Manufacturing, *Luxury Society*, 12 Aralık 2018 tarihinde <https://www.luxurysociety.com/en/articles/2011/04/the-impact-of-global-change-on-luxury-manufacturing/> adresinden alınmıştır.
- Güvenc, B. (1984). *İnsan ve Kültür*, Remzi Publisher, 229-230.
- Hennigs, N., Wiedmann, K. P., Behrens, S., Klarmann, C. (2013). Unleashing the power of luxury: Antecedents of luxury brand perception and effects on luxury brand strength, *Journal of Brand Management* 20, 705–715.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*, Sage, Beverly Hills, CA.

- Hofstede, G. (1984). The cultural relativity of the quality of life concept. *Academy of Management Review* 9(3): 389–398.
- Hudders, L. (2015). How buying luxuries makes you feel better. The impact of the purchase of luxury on self-esteem. *emacLeuven Belgium*, 1-8.
- Iqbal, M.Z., Malik, S.A. and Khan, R.A. (2012). Answering the journalistic six on the training needs assessment of pharmaceutical sales representatives. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing* 6(1): 71–96.
- Kacan, U. (2016). *The factors that influence the wine purchasing frequency of young consumers*, Unpublished Master Thesis. Bilgi University.
- Kapferer, J. (1997). Managing Luxury Brands. *Journal of Brand Management*, 4, (4), 251-260.
- Kardes, F., Cline, T. and Cronley, M. (2011). *Consumer behavior: Science and Practice*, South-Western Cengage Learning.
- Kilicbay, B. and Binark, M. (2002). Consumer Culture, Islam and the Politics of Lifestyle: Fashion Veiling in Contemporary Turkey. *European Journal of Cultural Studies*, 17(4), 495-511.
- Laciner, S. (2013). Yükselen Orta Sınıf ve Yeni Türkiye, 1 Aralık 2018 tarihinde <https://www.star.com.tr/yazar/yukselen-orta-sinif-ve-yeni-turkiye-yazi-798259/> adresinden alınmıştır.
- Lu, P.X. (2008) *Elite China: Luxury Consumer Behavior in China*. Singapore: John Wiley & Sons. Luxury society (2014). Turkey: a robust economy ripe for luxury growth, 19 Aralık 2019 tarihinde <https://www.luxurysociety.com/en/articles/2014/07/turkey-a-robust-economy-ripe-..for-luxury-growth/> adresinden alındı.
- McKinsey and Company (2017). China Luxury Report Chinese luxury consumers, 26 Aralık 2018 tarihinde <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Business%20Functions/Marketing/26/12/2018> adresinden alınmıştır.
- Mortelmans, D. (2005). Sign Values of Distinction. The Concept of Luxury. *Semiotica*, 157, (1/4), 497-520.
- Orcan M. (2004). *Osmanlı'dan Günümüze Modern Türk Tüketim Kültürü*, Ankara: Kadim Publisher.
- Perreau, F. (2014). The Consumer Factor. The Consumer Buying Decision Process. 20 Aralık 2018 tarihinde <http://the-consumerfactor.com/en/5-stages-consumer-buying-decision-process/> adresinden alınmıştır.
- Solomon, M. (2004). *Consumer behavior*. (6th edition). Prentice Hall.
- Tamara, A. G. (2018). Knowing one another, 3 Şubat 2019 tarihinde <https://www.revivingsisterhood.org/anse-tamara-gray-builds-brave-spaces/> adresinden alındı.
- Takan, A (2017). Yurt Disinda Konut Aliminda Dunya Dordunculuge Yukseldik, Yenicag, 19 Aralık 2019 tarihinde <https://www.yenicaggazetesi.com.tr/yurt-disinda-konut-aliminda-dunya-dordunculuge-yukseldik-42767yy.htm> adresinden alındı.
- Tezcan, M. (1989). Folklorik ve antropolojik Yönleriyle Hediye geleneği ve Türk Kültüründeki, *Educational Sciences Faculty Journal*, 22, 1301-3718.
- Tsai, M.T., Chen, K. S. and Chien, J. L. (2012). The factors impact of knowledge sharing intentions: the theory of reasoned action perspective, *Quality and Quantity*, 46, 1479-1491.
- Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class; an economic study of institutions*. Aakar Books.
- Walley, K. and Li, C. (2015). The market for luxury brands in China: Insight based on a study of consumer's perceptions in Beijing, *Journal of Brand Management*, 22, 246–260.

- Wiedmann, K.P., Behrens, S. and Klarmann, C. (2013). Unleashing the power of luxury: Antecedents of luxury brand perception and effects on luxury brand strength, *Journal of Brand Management*, 705–715.
- Yetişer, B., & Genç, B. (2015). When Faithful Consumption Meets Modernism: A Review of Consumption Practices in Turkey. *Islamic Perspectives on Marketing and Consumer Behavior: Planning, Implementation, and Control*, 40-71.
- Yu, D., & Sapp, S. (2019). Motivations of luxury clothing consumption in the U.S. vs. China, *Journal of International Consumer Marketing*, 31, (2), 115-129.

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE DEĞER ZİNCİRİ ANALİZİ TARTIŞMALARININ POLİTİK EKONOMİSİ

Burhan ÖZALP¹, Nevzat Evrim ÖNAL²

Öz

Değer zinciri analizi (DZA) bir sektörü kapsamlı bir şekilde incelemek ve zincirdeki kapitalist ilişkileri anlamak için yaygın olarak kullanılan bir yaklaşımdır. DZA yaklaşımlarının özetle ülkelerin kalkınmasına katkı sağladığı iddia edilmektedir. Dünyada yarım asırdan fazla bir süredir DZA üzerine tartışmalar yapılmasına rağmen, özellikle Türkiye’de yapılan birçok DZA çalışmasında Micheal Porter modeli temel alınmakta ve DZA ile ilgili tartışmalara yer verilmemektedir. Fakat Micheal Porter öncesinde 1960’larda ve 1970’lerde, bununla birlikte Micheal Porter sonrasında 1990’larda ve 2000’lerde yapılan tartışmalar bugünkü DZA tartışmalarının ortaya çıkışında etkili olmuştur. Bu nedenle DZA tartışmalarında Approche Filière, Meta Zincirleri, Küresel-Değer Zinciri, Küresel Üretim Ağları yaklaşımları arasındaki ilişki tarihsel, politik ve ekonomik olarak kurulamamaktadır. Bu durum da DZA tartışmaları arasındaki sürecin bir bütün olarak değerlendirilmesini ve DZA çalışmalarının daha eleştirel bir şekilde ele alınmasını engellemektedir. Bu çalışmanın amacı, geçmişten günümüze DZA tartışmalarını tarihsel bir temelde ortaya koymak ve politik ekonomi açısından değerlendirmektir. Sonuç olarak, DZA üzerine yapılan tartışmalarda aslında bir şekilde kapitalist üretim ilişkilerinin nasıl işlediği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Değer Zinciri Analizi, Approche Filière, Meta Zincirleri, Küresel-Değer Zinciri, Küresel Üretim Ağları

JEL Sınıflaması: F50, E23, R39

THE POLITICAL ECONOMY OF THE VALUE CHAIN ANALYSIS DISCUSSIONS FROM THE PAST TO THE PRESENT

Abstract

Value chain analysis (VCA) is a widely used an approach to examine a sector comprehensively and to understand capitalist relations in chain. It is claimed that VCA approaches contribute to the development of countries in summary. Although discussions on VCA have been done for more than half a century in the world, especially many value chain studies done in Turkey are based on Micheal Porter model and arguments on VCA are not included. Yet, the debates made in the 1960s and 1970s before Micheal Porter, however in the 1990s and 2000s after Micheal Porter were influential in the emergence of today's debates of the VCA. Therefore, the relationship between Approche Filière, Commodity Chains, Global-Value Chain, Global Production Networks cannot be established historically, politically and economically in discussions of the VCA. This situation prevents evaluation of the process between discussions on VCA as a whole and consideration of the VCA studies more critically. In this study, discussions from the past to the present on VCA have been presented on a historical basis and evaluated in terms of political economy. Consequently, in the discussions on VCA, it is seen how the capitalist production relations work in a way.

Keywords: Value Chain Analysis, Approche Filière, Commodity Chains, Global-Value Chain, Global Production Networks

JEL Classification: F50, E23, R39

¹ Ar. Gör. Dr., Çukurova Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, bozalp@cu.edu.tr, burhanzalp@gmail.com, ORCID: 0000-0003-4431-9358

² Doç. Dr., Beykoz Üniversitesi, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, nevzatevrimal@beykoz.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5843-7289

1. Giriş

İnsanın üretken emek-gücünün bir meta olarak satın alınabildiği kapitalist üretim biçiminde ekonomik değer ve artı-değer nasıl ortaya çıktığına yönelik temel analiz ve bu sürecin eleştirisi Marx tarafından yapılmıştır (Marx, 1976, 1978, 1981). Bu analizin temelinde kapitalist üretim biçiminde ekonomik değer temel formu olan meta vardır. Meta, çok sayıda üretim sürecinin uç uca eklenmesiyle ortaya çıkar ancak metada bir potansiyel olarak varolan ekonomik değer, bu zincirin sonunda metanın tüketiciye satılmasıyla realize olur ve zincir boyunca bu realize olan değer zincirin tüm unsurları (üretimin yanı sıra dolaşımı, finansmanı sağlayanlar da dâhil olmak üzere) arasında paylaşılır (Önal, 2021). Marx'ın özellikle *Kapital* eserinin ikinci cildinde üzerinde durduğu sermayenin dolaşım süreci de dikkate alındığında sermayenin genişletilmiş yeniden üretimi olarak soyutlanan sürecin aynı zamanda bir değer zinciri olarak ele alındığı ve sürece esasen parçalar arasındaki çelişkiler ve rekabet üzerinden yaklaşıldığı görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında, aslında, meta zincirleri ya da değer zincirleri konusu yeni bir olgu değil, aksine Wallerstein'in (2000) dikkat çektiği üzere 16. yüzyıldan beri kapitalizmin ayrılmaz bir ögesidir. Ancak değer zinciri bir kavram olarak literatüre çok sonradan girmiştir.

Değer zinciri kavramı 1980'li yıllarda Micheal Porter ile literatüre girmiştir. Fakat Porter (1985) öncesinde yapılan çalışmalar değer zinciri kavramının ortaya çıkmasına katkıda bulunmuştur. Bununla birlikte, Porter sonrasında diğer araştırmacıların yaptığı çalışmalar değer zinciri analizi (DZA) konusunun gelişmesini, farklı boyutlarla ele alınmasını sağlamıştır. Bu gelişmelerde ve tartışmaların farklı boyutlara taşınmasında dünyadaki kapitalist üretim ilişkilerinin gelişmesi, ekonomi politikalarında köklü değişimlerin yaşanması ve ekonomi politikalarında yaşanan değişimlere bağlı olarak sermayenin ulus ötesi bir hale gelmesi etkili olmuştur (Behuria, 2020; Bellù, 2013; Neilson, 2014; Özalp ve Ören, 2014; Raikes vd, 2000; Rieple ve Singh, 2010).

DZA bir sektörü kapsamlı bir şekilde incelemek için kullanılan popüler, etkili ve zincirdeki kapitalist üretim ilişkilerini anlamak açısından önemli bir yaklaşımdır. Bu inceleme esnasında, DZA birbirine entegre olmuş üretici, işleyici, toptancı ve perakendeci gibi aktörler arasındaki organizasyon, koordinasyon, eşitlik, güç ilişkileri ve yönetim durumlarını göz önünde bulundurur. Böylece, DZA ürünün ilk üretiminden son tüketimine kadarki süreci detaylı bir şekilde inceler (Bellù, 2013; Gereffi vd, 2005; Gómez ve Ricketts, 2013; Helmsing ve Vellema, 2011; Kaplinsky ve Morris, 2001; Pietrobelli ve Saliola, 2008; Porter, 1985; Rich vd, 2011; Webber ve Labaste, 2010). Bu detaylı inceleme araştırmacılar kapitalist süreçlerin zincirdeki aktörler için yarattığı fırsatları, kısıtları kavramayı ve güç ilişkilerinin zinciri nasıl domine ettiğinin anlaşılmasını sağlamaktadır (Neilson, 2014; Salvia, 2019).

Son yıllarda artan DZA çalışmaları zincirdeki problemleri belirlemeyi, fırsatlar yaratmayı, zinciri geliştirmeyi ve politika yapıcılara önemli bilgiler sağlamayı amaçladığı belirtilmektedir (Schmitz, 2005; Stamm ve Drachenfels, 2011; UNIDO, 2009). Bunun dışında, DZA çalışmalarının gıda güvencesinin, sürdürülebilir gelişmenin, adil gelir dağılımının sağlanması ve eşitsizliğin-yoksulluğun azaltılması gibi kalkınma amaçlarına katkılar sağladığı ifade edilmektedir.

Fakat bununla birlikte DZA yaklaşımlarının, başta Dünya Bankası (DB) olmak üzere, uluslararası kuruluşlar tarafından yoksulluğun azaltılması, kalkınmanın sağlanması başlıkları altında uluslararası sermayenin kır ve şehir yoksullarının ekonomilerine girişini kolaylaştırmak için sıklıkla kullanıldığı savunulmaktadır (Neilson, 2014). Ayrıca, 1990'larda Küresel Meta Zinciri (KMZ) kavramı olarak başlayan 2000'lerin başında Küresel Değer Zinciri (KDZ) kavramına dönüşen küresel zincir ilişkileri "Yeni Emperyalizm" olarak da değerlendirilmektedir (Swandi vd, 2019).

Türkiye'de tarım ve tarım dışı alanlarla ilgili olarak yapılmış değer zinciri analizi çalışmaları mevcuttur (Eraslan vd, 2008; Kuyucak ve Şengür, 2009; Alaca, 2010; Bülbül, 2011; Savcı, 2012; Azak, 2011; Aktoprak, 2019; Ashihan, 2019; Gümüş, 2019). Ancak yapılan bu çalışmalarda Porter (1985) modeli temel alınmış ve değer zinciri analizi ile ilgili tartışmalara girilmemiş, girilse bile dar kapsamda ele alınmış ve dolayısıyla sürecin politik ekonomi kısmından bir şekilde uzak durulmuştur.

Alemdar (2008) çalışmasında Porter modelinden farklı olarak Küresel Değer Zinciri (KDZ) kavramını ele almıştır. Alemdar (2008) KDZ yaklaşımının ortaya çıkışını kısaca ortaya koymuş fakat DZA tartışmaları ile ilişkilendirmemiştir.

Özalp (2019) yaptığı DZA çalışmasında DZA literatüründen faydalanılarak oluşturulmuş olan FAO'nun yaklaşımını kullanmış, fakat DZA tartışmalarını FAO'nun sunduğu çerçeveye ele sınırlı tutarak tartışmalar arasındaki bağı kurmakta yetersiz kalmıştır.

Değirmenci ve Karaçimen (2019) yaptıkları çalışmada meta zincirleri analizi ile tarımın ekonomi politığı arasında güzel bir ilişki kurmalarına rağmen, meta zincirleri analizini Marx'ın meta yaklaşımı ve dünya sistemi teorisyenlerinin meta zincirleri yaklaşımı üzerinden kısa denilebilecek bir şekilde ele almıştır. Dolayısıyla, meta ve değer zincirleri analizleri üzerine kurulmuş olan Approche Filière, Meta Zincirleri, Değer Zinciri, KDZ, Küresel Üretim Ağları (KÜA) yaklaşımları arasındaki tarihsel sürece yer verilmemiştir.

Türkiye'de değer zinciri alanında Meta Zincirleri, Değer Zinciri, KDZ, KÜA yaklaşımları üzerinden yapılan ayrı ayrı çalışmalar bulunmaktadır. Ancak bu değer zinciri çalışmalarının çoğunluğu hem Porter (1985) modeline dayanmakta, hem de değer zinciri çalışmalarının geçmişte nasıl ortaya çıktığını, bugün nasıl devam ettiğini ve bu süreçlerin arkasındaki sınıfsal dinamikleri tarihsel ve politik ekonomi zemininde bütünlüklü olarak ele almamaktadır. Bu nedenle, çalışma yurtiçi literatüre bu yönde katkı koymaktadır.

Bu çalışmanın amacı DZA üzerine geçmişten günümüze yaşanan tartışmaları tarihsel temelinde ortaya koymak ve politik ekonomi açısından değerlendirmektir. Böylelikle, özellikle DZA çalışmalarına yeni başlamış araştırmacılar için DZA konusuna bütünlüklü bir bakış açısı elde etmesi sağlanacaktır.

2. 1960-1980 Arasında DZA Tartışmaları

1960'larda Fransa'da Ulusal Tarımsal Araştırma Enstitüsü ve Uluslararası Kalkınma İçin Tarımsal Araştırma Merkezi "Approche Filière" olarak adlandırılan yaklaşımla değer zinciri literatürüne önemli bir katkıda bulunmuştur. "Approche Filière" analistleri bu yaklaşımı geliştirirken sistem analizi, endüstriyel organizasyon, kurumsal ekonomi (eski ve yeni), yönetim bilimi ve Marksist iktisat ve çeşitli muhasebe tekniklerinin kökleri, neo-klasik refah analizi gibi farklı teorilerden ve metodolojilerden yararlanmışlardır (Raikes vd, 2000).

Bu yaklaşımın temel amacı, o zamanlar için, Fransız tarım sektöründeki dikey entegrasyon ve sözleşmeli üretim sürecini analiz etmeye yönelik bir perspektif sunmak olmuştur. Fransız araştırmacıların erken ve sonraki çalışmaları girdi ve çıktılarının kantitatif analizini politika boyutlarıyla ele alınmasına olanak sağlamıştır (Bellù, 2013; Clay ve Feeneyb, 2019; Kaplinsky ve Morris, 2001). Öte yandan, bu yaklaşımın Fransız devletinin sömürge politikaları uyguladığı dönem ve sonrasındaki ihtiyaçlarından etkilendiğini belirtmek gerekir. Çünkü eski Fransız kolonilerindeki devlet kalkınma politikasının meta merkezli olması, buna uygun bir analitik çerçeveyi gerektirmiştir (Raikes vd, 2000).

Sömürge döneminden bu yana, Fransız tarım politikası kauçuk, pamuk, kahve ve kakao gibi seçilmiş ihraç mallarını geliştirmeye odaklanmıştır. Bu açıdan bakıldığında meta odaklı Filière yaklaşımı bu ihtiyaca çok uygun düşmüştür. Bununla birlikte bu yaklaşımda, ticaretle ilgili alanlar fiyatlar yoluyla devlet kurumları tarafından kontrol edildiğinden, ticaret çalışmaları büyük ölçüde gereksiz görülmüştür. Dolayısıyla, Filière çalışmaları başlangıçta yerel üretim sistemleri ve tüketim ile ilgilenmiş, uluslararası ticaret ve işleme konularını 1980'lere kadar büyük ölçüde göz ardı etmiştir. 1980 sonrasında ise Filière analistleri, Fransız Marksist düşüncesiyle bağlantılı olan ve ekonomik düzenlemenin "Fordist" üretim biçiminden "post-Fordist" üretim biçimine geçişini ve bunlara eşlik eden birikim tarzlarına ilişkin analizleriyle bilinen düzenleme teorisinin ve düzenleme teorisinin dışında işlem maliyeti teorisinin görüşlerini "Approche Filière" yaklaşımına entegre etmişlerdir. Bu durum, Fransa'nın Afrika'nın birincil mallarına müdahil olabileceği bir teorik temel olarak kullanılmıştır. Fakat Dünya Bankası'nın Afrika'nın kahve, kakao ve pamuk gibi ürünlerde serbestleştirme baskısı yapması bu ürünlerin zincirlerini yönetimi konusunda Fransa'yı zora sokmuştur. Bu nedenle "Approche Filière" araştırmacıları ticaretin ve piyasaların serbestleştirilmesinin negatif sonuçlarını ortaya koyan ve buna bağlı olarak müdahaleci politikaları gerekçelendiren çalışmalara ağırlık vermiştir (Raikes vd, 2000).

1970'lerde ise Wallerstein'in (1974) dünya sistemi teorisi ve bağımlılık teorisine dayanan meta zincirleri kavramını Hopkins ve Wallerstein (1977) yaptıkları çalışmada ortaya atmıştır (Bair, 2005; Faße vd, 2009; Raikes vd, 2000). Meta zincirleri yaklaşımı, kapitalist dünya ekonomisinde meta zinciri faaliyetlerinin dağılımının dinamiklerini açıklamaya çalışır. Burada temel belirleyici güç, bir zincir içindeki üretim ve üretim faaliyetlerinin değişen emek yoğunlukları nedeniyle farklı bölgeler arasındaki uluslararası iş bölümüdür (Faße vd, 2009). Arrighi ve Drangel (1986), dünya sistemi teorisindeki merkez-çevre ayrımının, meta zincirlerine entegre edilmiş tüm faaliyetlerin nasıl bir iş bölümü yarattığını göstermeyi amaçladığını ifade ederek bu durumu desteklemektedir (Bair, 2005).

3. 1980-1990 Arasında DZA Tartışmaları

1980'lerde stratejik yönetim³ alanından değer zinciri kavramına ilişkin fikirler ortaya çıkmaya başlamıştır. Stratejik yönetim alanında çalışma yapan araştırmacılar, değer zinciri kavramını

³ Stratejik yönetim, bir şirketin uzun vadeli performansını belirleyen yönetsel kararlar ve eylemler dizisidir. Bu kavram *çevresel taramayı* (hem harici hem de dâhili), strateji formülasyonunu (stratejik planlama), strateji uygulamasını, değerlendirme ve kontrolü içerir. Bu nedenle stratejik yönetim çalışması, bir organizasyon için yeni bir stratejik yön oluşturmak ve uygulamak için, şirketin güçlü ve zayıf yönleri ışığında dış fırsatların ve tehditlerin izlenmesini ve değerlendirilmesini vurgulamaktadır (Hunger ve Wheelen, 2010). Stratejik yönetim perspektifinden ortaya çıkan bir diğer kavram da *tedarik zinciri* olmuştur. Bu kavram ürünün kaynağından alınarak müşteriye götürülmesinde yer alan lojistik ve operasyonel süreçleri tanımlamak için kullanılır. Dolayısıyla burada odak noktası değer yaratımını analiz etmek değil, süreci optimize etmek olarak belirlenmiştir (Clay ve Feeneyb, 2019).

firma sınırları içinde keşfetmeye başlamışlardır. Bu araştırmacılar Michael Porter firmaların rekabet avantajı kazanmasına yönelik bir analize ağırlık veren değer zinciri modeliyle ön plana çıkmıştır (Clay ve Feeneyb, 2019). Ayrıca, petrol krizinin ardından kendini göstermeye başlayan neoliberal politikaların süreç içerisinde etkisini daha fazla hissettirmesi ve kapitalist ekonominin işleyişinde bir kez daha kamu kuruluşları yerine firmaların ön plana çıkmaya başlaması ile buna bağlı olarak ekonomik analizlerde ilgi odağının firmalara yönelmesi 1980'lere kadar meta-değer zinciri analizi üzerine yapılan çalışmalarda Porter modeline zemin hazırlamıştır. Böylece, 1980'lerin ortasında Porter (1985) ile birlikte değer zinciri kavramı ortaya çıkmıştır.

Firma odaklı olan Porter modelinde bir firmanın değer zinciri katma değer yaratan faaliyetlerin incelenmesi süreci olarak ele alındığından, fiyatlandırma stratejisi, maliyet yapısı dikkate alınmaktadır (Rich vd, 2011). Bu kapsamda, Porter (1985) bir organizasyonun katma değer yaratmada iki önemli faaliyetini ön plana çıkarmıştır: birincil faaliyetler (gelen lojistik, operasyonlar, giden lojistik, pazarlama ve satış) ve destek faaliyetleri (stratejik planlama, insan kaynakları yönetimi, teknoloji geliştirme ve tedarik). Bununla birlikte, Porter öncelikle bir firmanın rakiplerinden daha iyi performans göstererek rekabet avantajını nasıl elde edebileceği ve sürdürebileceği ile ilgilenmiş ve bu süreci analiz etmek için de değer zincirini kullanmıştır (Neilson, 2014). Bu nedenle, Porter'ın değer zinciri yaklaşımında, firmanın dışında kalan zincirin yukarı veya aşağı yönlü faaliyetlerin analizi ihmal edilmekte, yani zincir bir bütün olarak ele alınmamakta ve analiz firma düzeyiyle sınırlı kalmaktadır (Faße vd, 2009). Üstelik, neoliberal politikalar aracılığıyla sermayenin dünyada engelsiz bir şekilde dolaşma şansı yakalamasıyla birlikte zincire uluslararası boyutta diğer firmaların-aktörlerin dâhil olması analizin sadece ilgili firma düzeyinde tutulmasının yetersizliğini ortaya çıkarmıştır. Bunların dışında, Porter modeli firma kârına odaklanması sebebiyle işgücüne ödenen ücret bir maliyet kalemi olarak görülmektedir. Dolayısıyla firmanın kârını artırmak için maliyetleri olabildiğince düşürmek gerekmektedir. Bu nedenle emek sömürsü ya da artı değere el koyma gibi süreçler Porter modelinin odak noktası değildir.

Porter sonrasında, Garry Gereffi'nin de içinde bulunduğu KMZ ekolü değer zinciri araştırmalarına uluslararası boyutu dâhil etmiş ve bu ekolün çalışmaları 1990'lara damgasını vurmuştur. Aslında, KMZ ekolünün yaptıkları çalışmalarının etkili olması dünyada yaşanan neoliberal dönüşümle yakından ilgilidir. Neoliberalizm kendisini 1970'lerde göstermesine karşın, etkileri 1990'larla birlikte ortaya çıkmaya başlamıştır.

Neoliberalizmin dünya genelinde yaygınlaşmasında DB ve Uluslararası Para Fonu (IMF) önemli araçlar olarak işlev görmüştür. Özellikle başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere, DB ve IMF'nin birçok ülkeye ihracata yönelik ekonomik büyüme stratejisini benimsetme çabaları bu ülkelerin izledikleri ithal ikameci politikaları terk etmesinde etkili olmuştur (Alemdar, 2008; Harvey, 2005). Gerçekten de, 1980'lerde, Doğu Asya'nın ihracata yönelik bir ekonomi modeline yönelmesi, küresel ekonomiye entegrasyonun gelişmekte olan ülkelerin izleyebileceği tek seçenek olduğunun kanıtı olarak gösterilmiştir. Bu önerme, Asya'nın yeni sanayileşen ülkelerinin ihracata dayalı bir ekonomi modeli ile gösterdikleri başarıları, devlet önderliğindeki sanayileşme modellerini benimseyen ülkelerin hayal kırıklığı yaratan kalkınma performanslarıyla karşılaştırıldığında özellikle geçerli görünmüştür (Bair, 2005)

Bu süreçte, çokuluslu şirketler elinde tuttukları üretim süreçlerini parçalara ayırmış ve bu parçaların bazılarını işgücünün ucuz olduğu bu gelişmekte olan ülkelere kaydırmaya başlamıştır. Böylelikle yeni bir iş bölümü ortaya çıkmıştır.

Bu süreç öncesinde mal ve hizmet üretimiyle ilgilenen şirketler odak noktalarını değiştirmişler ve dikkatlerini küresel üretimin planlanması, yönlendirilmesi, eşgüdümü ve marka tutundurma gibi faaliyetlere vermişlerdir. Bu nedenle de, 1953 ve 1995 yılları arasında sanayileşmiş ülkelerin dünya imalat sanayi ürünleri içerisindeki payı %95'lerden %80'e düşerken, gelişmekte olan ülkelerin payı ise %5'ten %20'ye çıkmıştır (Alemdar, 2008; Dicken, 1998).

Bu bağlamda bakıldığında, üretimin küresel düzeyde parçalanması küreselleşmeye yönelik yapılan analizleri ekonomi açısından da incelemek için KMZ gibi bir yaklaşımın ortaya çıkması ve bu yaklaşımın bu konuda bir dizi yeni araştırmaya ilham vermesi ve yönlendirmesi aslında şaşırtıcı değildir (Bair, 2005).

4. 1990-2000 Arasında DZA Tartışmaları

1994 yılında Gary Gereffi ve Miguel Korzeniewicz editörlüğünde yayınlanan *Meta Zincirleri ve Küresel Kapitalizm (Commodity Chains and Global Capitalism)* başlıklı kitap meta zincirleri tartışmasını küresel boyuta çekmiştir. Bu kitap Nisan 1992'de Duke Üniversitesi'nde yapılan 16. Dünya Sisteminin Politik Ekonomisi konferansında sunulan makalelerden oluşmaktadır. Bu kitapta en çok dikkat çeken çalışma, KMZ olarak adlandırdığı kavramın incelenmesi için bir çerçeve oluşturan Gary Gereffi'ye ait olmuştur (Bair, 2005).

Gereffi (1994) değer zincirine küresel boyutu dâhil etmiş ve literatürü bu yönde genişletmiştir. Böylece, KMZ kavramı ortaya çıkmıştır. KMZ yaklaşımı, değer zincirinde yeni teknolojiler gibi kaynaklara ulaşımı kontrol etmesi ve endüstride en yüksek kazançları oluşturması bakımından öncü firmalar kavramını ön plana çıkarmıştır. Öncü firmalar değer zincirinin tüm yapısını şekillendirir, üretim teknolojisini kontrol eder, üretim alanlarının lokasyonuna karar verir, ürünleri tasarlar, ürünlerin dağıtım zamanı ve hızını belirler ve böylece firmaların performansını tanımlar. KMZ analistleri zincirdeki öncü aktörlerin-firmaların, ham madde üreticilerinin, işleyicilerinin, toptancıların ve perakendecilerin arasındaki ürün bağlantılarını ve akışını nasıl inşa, koordine ve kontrol ettiğini anlamaya çalışmışlardır. Küreselleşmenin de etkisiyle değer zincirlerindeki zincir fonksiyonları zamanla değişime uğrar. Bu değişim üzerine yönetim tarzlarının çeşitliliğinin etkisi vardır. Bu yüzden KMZ yaklaşımı zincir analizinde üretici yönlü (producer-driven) ve alıcı-tüketici yönlü (buyer-driven) ayrımını getirmiştir.

Üretici yönlü değer zinciri büyük üreticilerin sistemin işleyişi için kuralları koyduğu bir zinciri tanımlarken, aksine tüketici yönlü değer zinciri ise büyük perakendecilerin bütün sistemin kontrol edilmesinde oynadığı anahtar rol üzerinde durur (Bair, 2005; Bellù, 2013; Raikes vd, 2000).

Gereffi'nin KMZ ile ilgili olarak dört esas boyut belirlediği görülmektedir (Gereffi, 1994, 1995): 1) girdi çıktı yapısı 2) bölgesel yapı 3) yönetim yapısı 4) kurumsal çerçeve. Birinci, ikinci ve üçüncü boyut Gereffi'nin 1994'teki çalışmasında ortaya atılmasına karşılık, dördüncü boyut sonradan, 1995'teki çalışmasında eklenmiştir.

Girdi-çıkı yapısı, zincirde yer alan aktörleri tanımlamaya yöneliktir. Bölgesel yapı, üretim ve dağıtım sürecinde ekonomik birimlerin yoğunluğunu ve mekânsal dağılımını belirlemektedir. Yönetişim yapısı, belki de en dikkat çekici olanıdır. Uluslararası şirketler güç ilişkilerini belirlemede uluslararası etkiye sahip olduğu için (Neilson, 2014), Rich vd. (2011) ve Bellù'nün de (2013) belirttiği gibi Gereffi meta zincirinde yönetim ilişkilerine odaklanmıştır.

Yönetişim, otorite, kontrol, güç, koordinasyon ilişkilerinin zincirdeki aktörler arasında ne ölçüde olduğunu göstermektedir. Kurumsal çerçeve ise, küreselleşme sürecinin yerel, ulusal ve uluslararası konjonktür ve politikalarla nasıl şekillendiğini açıklamaktadır (Gereffi, 1994, 1995; Henderson vd, 2002; Mohan, 2016; Prowse ve Moyer-Lee, 2014; Raikes vd, 2000; Rich vd, 2011).

Özellikle yönetişim, birçok araştırmacının üzerinde durduğu kavram haline gelmiştir. Bunlardan biri olan Messner (2002), KMZ'ye dayanarak Küresel Ekonomik Üçgen (KEÜ) kavramını geliştirmiştir. KEÜ kavramı, üç faktör arasındaki etkileşimin bir ifadesidir: endüstriyel yerler, küresel değer zincirleri ve küresel ağlar (Messner, 2002). Daha sonra KEÜ, Gereffi'nin KMZ'si (Faße vd, 2009) ile birlikte KDZ⁴ kavramına katılmıştır.

Gereffi KMZ'yi ortaya çıkarırken Hopkins ve Wallerstein'nın (1977) meta zincirleri kavramını esas almıştır (Bair, 2005; Raikes vd, 2000). Dünya sistemi ve KMZ taraflarında yer alanlar, meta zinciri kavramını kapitalist üretimin uluslararası işbölümü boyutu konusunda araştırma yapmak için faydalı bir yapı olarak görseler de, iki ekol arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır (Bair, 2005).

Dünya sistemi teorisyenleri, meta zincirlerini sadece hammaddelerin nihai ürünlere dönüştürülmesinde yer alan aşamalar olarak değil, aynı zamanda bu üretken faaliyetleri insan işgücünün toplumsal olarak yeniden üretimine bağlayan ağlar olarak da el almaktadırlar. Ayrıca, dünya sistemi kuramcıları meta zincirlerinin tabakalara ayrılmış ve hiyerarşik bir dünya sistemini nasıl şekillendirdiği ve yeniden ürettiği ile ilgilenirler. Ancak, KMZ araştırmacıları, meta zincirlerini, küresel endüstrilerdeki üreticileri, tedarikçileri ve alt yüklenicileri birbirine ve nihayetinde uluslararası pazarlara bağlayan şirketler arası ağlar kümesi olarak ele alır ve esas olarak, meta zincirlerine katılımın endüstriyel gelişmeyi-yükseltmeyi (*upgrading*) nasıl kolaylaştırabileceği sorusuna odaklanırlar (Bair 2005). KMZ ve sonrasında KDZ araştırmacılarının küresel ölçekte bir analizi hedeflemeleri dolayısıyla alıcılar ve tedarikçiler arasındaki dikey ilişkileri inceleyerek firmalar arası ilişkilere odaklanması, dikkatlerini Doğu Asya'nın gelişimine yöneltmiştir (Behuria, 2020). Bu nedenle KMZ (KDZ) çalışmaları, KMZ-KDZ'ye katılan ülkelerin endüstriyel iyileştirme ve dolayısıyla kalkınma konusunda avantaj sağladığını iddia etmiştir.

Oysa bu "*upgrading*" iddiası, üretimin parçalanmasında etkili olan ucuz işgücü olgusunu, devletin yurt içinde bu ucuz işgücünü yaratmak için izlediği neoliberal politikaları, "*upgrading*" sürecinin işgücü üzerindeki etkilerini ve belki de her şeyden önce, Marx'ın (1976) detaylandırdığı artı değerın sermaye fakiri ülkelere sermaye zengini ülkelere transferini gizlemektedir (Suwandi vd, 2019; Newman, 2012).⁵

⁴ KMZ kavramı 2000'li yıllarda KDZ kavramına dönüşmüştür.

⁵ Öte yandan, KMZ-KDZ yaklaşımının "*upgrading*" perspektifi, rekabet gücü, yoksulluğun azaltılması, kalkınma gibi kavramlar aracılığıyla sermayenin gelişmekte olan veya gelişmemiş ülkelere girişini artırmak için UNIDO, UNCTAD, DB, DTÖ gibi uluslararası kurum-kuruluşlar tarafından da kullanılmaktadır (Behuria, 2020; Neilson, 2014; Newman, 2012; Selwyn, 2016). Bu kapsamda, rekabet gücü, yoksulluğun azaltılması, kalkınma gibi hedeflere ulaşmak için, 2007'deki bir DB belgesi şu (standart) politika reçetesini önermiştir: '*özelleştirme, doğrudan yabancı yatırımın kolaylaştırılması, vergi indirimlerinin teşvik edilmesi ve ticaretin serbestleştirilmesi*' (Neilson, 2014).

KMZ araştırmacıları, “*upgrading*” ile ilgili olarak, bir ülkenin KMZ olarak adlandırılan uluslararası üretim ağlarına katılmasının o ülkenin kalkınma beklentilerini şekillendirdiğini ve bu noktada zincir boyunca var olan organize olmuş güç dinamiklerine odaklanmanın aslında bu kalkınma beklentilerinin KMZ’de nasıl şekillendirildiğinin incelenmesine olanak verdiğini düşünmektedir (Bair, 2005). Buna karşılık Arrighi (1990) ve Wallerstein (1994) kalkınmacı yaklaşımın kapitalist bir dünyada illüzyon olduğunu düşündükleri için, bu noktada dünya sistemi yaklaşımı KMZ yaklaşımından ayrılmaktadır. Nihayetinde bu sürecin kendisi dünya sistemi kuramcılarına göre kapitalist üretim ilişkilerinin küresel düzeyde hiyerarşik olarak yeniden üretilmesidir (Arrighi ve Drangel, 1986; Wallerstein, 1974). Dünya sistemi yaklaşımı, meta zincirini, bütünüyle kapitalist dünya ekonomisinin incelenmesi için hayati bir araştırma alanı olarak kabul etmektedir. Dolayısıyla, zincir yapısı, sermaye birikiminin dinamiklerini aydınlatması açısından faydalıdır. Bununla birlikte, dünya sistemi yaklaşımının meta zincirleri üzerine araştırmalardaki ana hedeflerinden biri, bir zincirin toplam artı değerini hesaplamak ve bunu oluşturan çeşitli bağlantılar arasındaki dağılımını izlemektir (Wallerstein, 2000; Bair, 2005).

Dünya sistemi perspektifinden meta zincirlerine yönelik araştırmalar, on altıncı yüzyıl boyunca sanayilerin tarihsel olarak yeniden inşasına odaklanırken, KMZ yaklaşımı günümüzün küresel ekonomisinde uluslararası ticarete konu olan metaların nasıl üretildiğine odaklanmaktadır. Zamansal açıdan bu farklılıkları, kısmen, küreselleşmenin yeniliği ve belirginliğine ilişkin iki ekol arasındaki anlaşmazlığa da yansımaktadır (Bair, 2005). Wallerstein (2000), meta zincirlerinin dünya ölçeğinde genişlemesinin ve yaygınlaşmasının 1970'lere ve hatta 1945'lere dayanan yeni bir olgu olmadığını, 16. yüzyıldan beri kapitalist dünya ekonomisinin işleyişinin ayrılmaz ve önemli bir parçası olduğunu ifade etmiştir. KMZ yaklaşımı ise KMZ’yi üretimin küreselleşmesi ile ilgili olarak ortaya çıkan yeni bir form olarak gördüğü için dünya sistemi yaklaşımından farklılık göstermektedir. Yani, meta zincirleri konusunda dünya sistemi ile KMZ yaklaşımları arasındaki temel fark, küreselleşmenin üretim sistemlerinin giderek entegre olmasıyla ortaya çıkan çağdaş bir fenomen olarak mı, yoksa kapitalizmin ortaya çıkışıyla başlayan bir süreç olarak mı ele alındığında daha iyi anlaşılacağına ilişkin bu tartışmaya dayanmaktadır (Bair 2005). Kapitalizm ve küreselleşmeye ilişkin bu farklı bakış açısı, KMZ (KDZ)'nin politik ekonomisinde kendini göstermektedir.

Bu ekolün araştırmacıları, üretim faaliyetlerinin parçalanmasını ve mekânsal dağılımını neoliberalizm veya küresel kapitalizmle ilişkilendirse de, meta ilişkileri, sermaye birikim süreçleri, artı değer sömürüsü, neoliberalizm, küreselleşme ve küresel kapitalizm arasındaki ilişkiyi görmezden gelmektedirler (Bernstein ve Campling, 2006; Wallerstein, 2000).

Bu iki yaklaşım arasındaki diğer bir fark ise, KMZ analizinin, esas itibarıyla küresel endüstrilerin nasıl organize edildiğini anlamak istemesiyle ilgilidir. Buna dayanarak da, bir mal veya hizmetin üretimi ve dağıtımına dâhil olan tüm aktörlerin tanımlanmasını ve aralarında ortaya çıkan ilişki türlerinin haritalanmasını gerçekleştirir (Bair, 2005). Buradaki temel amaç, Appelbaum ve Gereffi'nin (1994) belirttiği gibi, meta zincirlerinde yaratılan değer nasıl ve kim tarafından yaratıldığını ve zincir boyunca nasıl dağıldığını ortaya koymaktır. Bu nedenle de KMZ yaklaşımı üretim ve dağıtım stratejilerinin belirlenmesinde etkili olarak zinciri yönlendiren, literatürde “lead firms” olarak geçen, en güçlü veya lider aktörüne (firma) analizde özel bir yer verir (Bair, 2005; Clay ve Feeneyb, 2019).

Buna bağlı olarak KMZ (KDZ) yaklaşımı firmalar arasındaki yönetim veya güç ilişkilerini “öncü” firmaların gücünün kaynağı olan artı değerın sömürsünü ve bunu kolaylaştıran devlet politikalarını yok sayarak incelemektedir.

5. 2000 Sonrasında DZA Tartışmaları

2000’li yıllarla birlikte KMZ, dünya sistemi yaklaşımı ve politik ekonomideki entelektüel köklerinden uzaklaşarak KDZ kavramına dönüşmüştür (Newman, 2012). Bu dönüşümün temeli ise Eylül 2000’de küresel ağlar üzerine araştırmanın farklı yönlerini takip eden akademisyenleri bir araya getirmeyi amaçlayan, Rockefeller Vakfı sponsorluğunda İtalya’nın Bellagio kentinde düzenlenen bir toplantıda atılmıştır. Bu toplantıda sunulan birçok çalışma IDS Bulletin dergisinin 2001 yılında çıkan özel sayısında bir araya getirilmiştir (Bair, 2005; Coe ve Yeung, 2015). Dolayısıyla, KMZ’nin bazı araştırmacıları çalışmalarında KMZ kavramı yerine KDZ kavramını kullanmaya başlamışlardır (Gereffi, 2001; Gereffi vd., 2005; Humphrey ve Schmitz, 2001; Lee, 2010). KMZ ve KDZ kavramları arasında özellikle yönetim terimi konusunda bazı benzerlikler olduğundan, yeni kavramın (KDZ) kullanılması başlangıçta kavram kargaşasına neden olmuştur (Bair, 2005; Lee, 2010). Ancak, Gereffi vd (2005) bu tartışmaları çözmeye ve beş tür yönetim oluşturarak lider firmalar ve tedarikçiler arasındaki ilişkileri vurgulamaya çalışmıştır: piyasalar, modüler değer zincirleri, ilişkisel değer zincirleri, tutsak (bağımlı) değer zincirleri, hiyerarşi (Behuria, 2020).

Bu başlık altında KMZ ve KDZ ile ilgili değinilmesi gereken bir diğer konu da KÜA yaklaşımıdır. KÜA, KMZ ve KDZ çalışmalarının bir eleştirisi olarak 2000’lerin başında ortaya çıkmış ve sonrasında da gelişmiştir. KÜA ortaya çıkarken KMZ ve KDZ yaklaşımlarının görüşlerinden faydalandığı gibi 2000’lerin başlarında sosyal bilimlerde önemli ölçüde ilgi görmeye başlayan iki teorik perspektiften etkilenmiştir. Bunlardan birincisi, bilgi sosyolojisine yönelik araştırmalardan ortaya çıkan, ağlardaki varlıkların nasıl şekillendiğini ve bu şekillenmenin varlıkların ancak diğer varlıklar ile olan ilişkilerinin analizi aracılığıyla anlaşılabilceğini vurgulayan bir yaklaşım olan aktör-ağ teorisidir. İkincisi ise çeşitli şekillerde "kapitalizm türleri", "ulusal iş sistemleri" veya "ulusal yenilik sistemleri" olarak adlandırılan şeylerin özelliklerini vurgulayan çalışmalardan elde edilen görüşlerdir.

Burada bahsedilen görüş, toplumların kültür, yönetim, eğitim sistemleri, mali düzenlemeler ve benzeri durumlarındaki farklılıklardan kaynaklı önemli sosyal ve kurumsal çeşitlilik sergilemesini ve bu nedenle farklı üretim ve refah rejimleri, işgücü piyasası uygulamaları ve benzeri durumları içermesini ifade etmektedir. Bu farklılıklar, belirli bölgelerden gelen ve/veya bu bölgelerde bulunan firmalar üzerinde belirgin bir şekilde etkide bulunmaktadır. Aslında ortaya bu şekilde bölgesel farklılıkların ortaya çıkması farklı kapitalist bölgesel oluşumlar ile küresel üretim ağları arasındaki dinamik ilişkilerin sonucu olarak da görülmektedir (Coe ve Yeung, 2015).

Coe ve Yeung (2015) KÜA’yı, birbirine bağlı ekonomik ve ekonomi dışı aktörlerden oluşan, küresel bir lider firma tarafından koordine edilen ve dünya çapındaki pazarlar için birden fazla coğrafi konumda mal veya hizmet üreten bir organizasyonel düzenleme olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla bu yaklaşım, KDZ çalışmalarının ortak odak noktası olan firma merkezli "zincir" analizlerine göre daha fazla aktör ve ilişkiyi kapsayacak şekilde daha geniş bir ağ formülasyonu uygular (Behuria, 2020).

KÜA'nın bu bakış açısı, bu tür ağların inşa edildiği, yönetildiği ve sürdürüldüğü aktöre özgü şirket koordinasyonu ve işbirliği stratejilerini vurguladığı gibi küresel üretim ağındaki diğer kurumsal ve kurumsal olmayan aktörlerin stratejik tepkilerini de dikkate alır. KÜA'nın analizinde aktörler üzerindeki bu yoğunlaşma, onu, örneğin KMZ analizinde olduğu gibi belirli bir metanın ya da KDZ'de olduğu gibi farklı değer zincirlerinin endüstriler halinde toplanması üzerine odaklanması şeklindeki yaklaşımlardan ayırır. Bu nedenle KÜA zincir kavramının analitik sınırlamalarının ötesine geçmeyi amaçlayan açık bir ağ yaklaşımıdır (Coe ve Yeung, 2015).

KÜA yaklaşımı üretimin küresel ölçekte parçalanmasından dolayı asıl üretimin gerçekleştirildiği bölgeye, coğrafyaya dikkat çeker. Dolayısıyla Doğu Asya kalkınmasına ilişkin görüşlere dayanarak, KÜA araştırmacıları başarılı bir ekonomik kalkınmanın bu bölgelerin KÜA'lara etkili bir şekilde katılmasına bağlı olduğunu savunur (Behuria, 2020). Bu nedenle KÜA yaklaşımı hem belirli bölgelerdeki içsel büyüme faktörlerine hem de küresel üretim ağlarını koordine eden yerel-dışı aktörlerin, yani lider firmaların stratejik ihtiyaçlarına analitik bir önem verir. Buna bağlı olarak da KÜA yaklaşımı bölgesel kalkınmanın, değişen bölgesel yönetim yapıları bağlamında bölgeye özgü ağlar ve küresel üretim ağları arasındaki karmaşık etkileşimin dinamik bir sonucu olarak kavramsallaştırılabileceğini düşünür (Coe ve Yeung, 2015).

Öte yandan, KDZ-KÜA ile ilgili teorik tartışmalar, özellikle de değer zincirlerini şekillendirmede devletin rolü üzerine devam etmektedir. KDZ-KÜA çalışmaları, sermayenin birikim stratejilerinden biri ve kapitalizmin yeniden yapılanması olan neoliberal politikalarla, küresel boyutta meydana gelen ekonomik değişimleri marksist politik ekonomi ile mesafeli bir uluslararası politik ekonomi çerçevesinde anlamaya çalışmakta ve süreci firmalar arası ilişkilere indirgemektedir. Buna bağlı olarak, KDZ-KÜA yaklaşımı yakın zamana kadar düzenleyici sorumluluklarının dışında devletin sermaye sınıfının yönetim aygıtı olarak rolünü göz ardı etmiştir. Ancak, devletler ekonomi politikaları ile piyasalarda kolaylaştırıcı, düzenleyici, üretici ve alıcı gibi roller üstlenerek değer zincirlerinin yönetişimini şekillendirebilirler (Behuria, 2020; Neilson, 2014); ayrıca farklı değer zincirleri arasında ve her değer zinciri boyunca rekabette ulus-devlet, sermayenin uluslararası çıkarlarını ilerletmekte kullandığı kaldıraç niteliğindedir. Bu yüzden de değer zincirindeki aktörler arası güç ve bağımlılık ilişkilerinin oluşmasında devletlerin izlediği ekonomi politikaları önemlidir.

6. Sonuç

DZA üzerine yapılan teorik tartışmalar aslında kapitalist üretim ilişkilerinin dünya çapındaki işleyişini ve farklı tarihsel dönemlerde sermayenin birikim modelinin ideolojisini yansıtmaktadır. Örneğin "Approche Filière" yaklaşımının gerisinde Fransa'nın sömürge dönemi öncesi ve sonrasındaki ihtiyaçları bulunurken, KMZ-KDZ yaklaşımının ortaya çıkmasında neoliberal dönüşümle sermayenin dünyada daha rahat hareket etmesinin ve buna bağlı olarak üretimin küresel düzeyde parçalanmasının etkileri bulunmaktadır. Bununla birlikte her ne kadar KMZ-KDZ yaklaşımını eleştirse de bu yaklaşımın görüşlerinden ve diğer yaklaşımlardan faydalanarak farklı bir bakış açısı getirmeye çalışan KÜA yaklaşımını belirleyen tarihsel, politik ve ekonomik zeminin KMZ-KDZ yaklaşımını ortaya çıkaran tarihsel, politik ve ekonomik zeminle benzer olduğu görülmektedir.

Buna bir istisna olarak Wallerstein'in yaklaşımı gösterilebilir.

Ne var ki, Wallerstein'in dünya sistemi teorisinde de, eşitsizliklere dayalı bir uluslararası ekonomik ilişkiler matrisi tasavvur edilmekle beraber; bu eşitsizliklerin tarihselliği ve dolayısıyla sistemin de sürekli, çelişkileriyle birlikte hareket halinde olduğu analizde gerekli ölçüde yer bulamaz. Bağımlılık okulunun çerçevesinde de mevcut olan bu eksiklik, sermayenin temel, ontolojik çelişkilerinden kurtulması mümkün olmayan genişletilmiş yeniden üretimi (yani birikimi) gerçekleştirdiği müddetçe, bu çelişkileri de biriktirerek yeniden üretmek zorunda olan kapitalist dünya sistemine, kâğıt üzerinde gerçekte sahip olamayacağı bir sistematiklik ve tutarlılık kazandırır. Bu çerçeve, bir birikim rejiminin, örneğin neoliberalizmin, işlerliğini koruduğu müddetçe nasıl işlediğini ve değer zincirleri yoluyla emperyalist merkezlere nasıl değer aktarıldığını kavrayabilir; ancak, sözcüğü, Çin sermayesi değer zincirlerinde vazgeçilmez ancak sarsıcı, emperyalist merkezlere değer aktarımını zorlaştırıcı ve genel olarak emperyalist hegemonyayı bozucu bir güce ulaştığında (Birdal, 2021) ortaya çıkan krizi kavrayamaz.

Öte yandan, değer zinciri üzerine geçmişten günümüze kullanılmış olan ve kullanılmakta olan farklı yaklaşımlar olması ve bu yaklaşımlarla yapılan çalışmalarda meta zincirlerinin incelenmesi çağdaş kapitalizmin bazı temel özelliklerini ve küreselleşme çağında ortaya çıkan değişim dinamiklerini anlamamıza olanak sağlamaktadır. Ayrıca, çeşitli KMZ'lerin yapısı ve yönetişimi açısından gelişmekte olan ülkelerin değişen rolünün takip edilebilmesine olanak vermektedir (Raikes vd, 2000).

Bu çalışmanın kapsamının dışında kalan en önemli başlık, değer zincirindeki devletin rolü tartışmasıdır. Bu konuya araştırmacıların yapacakları çalışmalarda yer vermeleri veya bu konuyu detaylandırmaları literatürün gelişmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Aktoprak, G. (2019). Malatya ve Mersin Kayısı Piyasalarında Karşılaştırmalı Değer Zinciri Analizi. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Alaca, H. (2010). Değer Akışı Haritalama Araçları ile Değer Zinciri Analizi: Beyaz Eşya Sektöründe Bir Uygulama. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Alemdar, T. (2008). Küresel Değer Zincirleri İçerisinde Türk Gıda Sektörünün Konumu. *VIII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresinde Sunulmuş Bildiri*, Uludağ Üniversitesi Bursa, 25-27 Haziran.
- Appelbaum, R. ve Gereffi, G. (1994). Power and Profits in the Apparel Commodity Chain. İçinde: E. Bonacich, L. Cheng, N. Chinchilla, N. Hamilton ve P. Ong (der.), *Global production: the apparel industry in the Pacific Rim (Philadelphia)*, Philadelphia: Temple University Press, 41-62.
- Arrighi, G. ve Drangel, J. (1986). The Stratification of the World-Economy. *Review*, 10(1), 9-74.
- Arrighi, G. (1990). The Developmentalist Illusion: A Reconceptualization of the Semiperiphery. İçinde: W. Martin (der), *Semiperipheral States in the World-Economy*, New York: Greenwood Press, 11-42.
- Aslıhan, K. (2019). Cotton Value Chain and Upgrading Strategies of Cotton Producers in the Value Chain: The Case of Şanlıurfa. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ortadoğu Teknik Üniversitesi.

- Azak, Ş. (2011). Zeytinyağı Sektöründe Değer Zinciri Analizi ve ISO 22000:2005 Uygulamalarında Karşılaşılan Sorunlar. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi) İzmir: Ege Üniversitesi.
- Bair, J. (2005). Global Capitalism and Commodity Chains: Looking Back, Going Forward. *Competition and Change*, 9 (2): 153–180.
- Behuria, P. (2020). The Domestic Political Economy of Upgrading in Global Value Chains: How Politics Shapes Pathways for Upgrading in Rwanda's Coffee Sector. *Review of International Political Economy*, 27 (2): 348-376.
- Bellù, L. G. (2013). *Value Chain Analysis for Policy Making Methodological Guidelines and Country Cases for A Quantitative Approach*. Rome, Italy: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Bernstein, H. ve Campling, L. (2006). Commodity Studies and Commodity Fetishism I: Trading Down. *Journal of Agrarian Change*, 6(2): 239-264.
- Birdal, A. (2021). *Hegemonya Bunalımı ve Çin: Emperyalizmin Krizi, Uluslararası Değer Zincirleri ve Çin'in Yükselişi*. İstanbul: Yazılama Yayınları.
- Bülbül, C. (2011). Finike Portakalının Sürdürülebilir Rekabetinin Araştırılması: Değer Zinciri Analizi. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi) Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Campbell, A. (2005). The Birth of Neoliberalism in the United States: A Reorganisation of Capitalism. İçinde: A. Saad-Filho ve D. Johnston (der), *Neoliberalism: A Critical Reader*, Londra: Pluto Press, 187-198.
- Clay, P. M. ve Feeneyb, R. (2019). Analyzing Agribusiness Value Chains: A Literature Review. *International Food and Agribusiness Management Review*, 22 (1): 31-46.
- Coe, N. M. ve Yeung, H. W-C. (2015). *Global Production Networks: Theorizing Economic Development in an Interconnected World*. Oxford: Oxford University Press.
- Değirmenci, E. ve Karaçimen, E. (2019). Bir Bardak Çayın Serüveni: Meta Zinciri Analizinden Hareketle Çayın Ekonomi Politikası, *Mülkiye Dergisi*, 43 (1), 139-173.
- Dicken, P. (1998). *Global Shift: Transforming the World Economy*. Londra: Paul Chapman Publishing Ltd.
- Eraslan H, Helvacıoğlu A D ve Bakan İ (2008). Değer Zinciri (Value Chain) Yöntemi ile Türk Tekstil ve Hazır giyim Sektörünün Değerlendirilmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 10(2), 4-11.
- Faße, A., Grote, U. ve Winter, E. (2009). *Value Chain Analysis Methodologies in the Context of Environment and Trade Research*. Discussion Papers no 429. Germany: School of Economics and Management of the Hanover Leibniz University.
- Gereffi, G. (1994). The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How US Retailers Shape Overseas Production Networks. İçinde: G. Gereffi ve M. Korzeniewicz (der), *Commodity Chains and Global Capitalism*, Westport, Connecticut, Londra: Praeger, 95-122.
- Gereffi, G. (1995). Global Production Systems and Third World Development. İçinde: B. Stallings (der.), *Global Change, Regional Response: The New International Context of Development*, New York: Cambridge University Press, 100-142.
- Gereffi, G. (2001). Beyond the Producer-Driven/Buyer-Driven Dichotomy: The Evolution of Global Value Chains in the Internet Era. *IDS Bulletin*, 32 (3): 30-40.
- Gereffi, G., Humphrey, J. ve Sturgeon, T. (2005) The Governance Of Global Value Chains. *Review of International Political Economy*, 12 (1): 78–104.
- Gómez, M. I. ve Ricketts, K. D. (2013). Food Value Chain Transformations in Developing Countries: Selected Hypotheses on Nutritional Implications. *Food Policy*, 42: 139-150.

- Gümüþ, M. (2019). *Generation of Food Security Sensitive Regional Development Strategies Through Agricultural Commodity Value Chains – Case of South Eastern Anatolia Region Wheat Value Chain*. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi) Ankara: Ortadoğu Teknik Üniversitesi.
- Harvey, D. (2005). *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford: University Press.
- Helmsing, A.H.J. ve Vellema, S. (2011). Governance, Inclusion and Embedding. İçinde: A.H.J. Helmsing ve S. Vellema (der), *Value Chains, Social Inclusion and Economic Development: Contrasting Theories and Realities*, Londra ve New York: Routledge, 1-19.
- Henderson, J., Dicken, P., Hess, M., Coe, N. ve Yeung, H. W-C (2002). Global Production Networks and the Analysis of Economic Development. *Review of International Political Economy*, 9 (3): 436-464.
- Hopkins, T. ve Wallerstein, I. (1986). Commodity Chains in the World Economy Prior to 1800. *Review*, 10(1): 157-170.
- Humphrey, J. ve Schmitz, H. (2001). Governance in Global Value Chains. *IDS Bulletin* 32 (3): 19-29.
- Hunger, J. D. ve Wheelen T. L. (2010). *Essentials of Strategic Management*. New Jersey: Prentice Hall
- Kaplinsky, R. ve Morris, M. (2001). *A Handbook for Value Chain Research*, Canada: Report to International Development Research Center.
- Kuyucak, F. ve Şengür, Y. (2009). Değer Zinciri Analizi: Hava Yolu İşletmeleri İçin Genel Bir Çerçeve. *KMU İİBF Dergisi*, 16: 132-147.
- Lapavistas, C. (2005). Mainstream Economics in the Neoliberal Era. İçinde: A. Saad-Filho ve D. Johnston (der), *Neoliberalism: A Critical Reader*, London: Pluto Press, 30-40.
- Lee, J. (2010). Global Commodity Chains and Global Value Chains. İçinde: R. A. Denmark ve R. Marlin-Bennett (der), *The International Studies Encyclopedia* içinde, Oxford: Wiley-Blackwell, 2987-3006.
- Marx, K. (1976). *Capital, A Critique of Political Economy Vol. 1*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Marx, K.. (1978). *Capital*, volume two, trans. D. Fernbach. Harmondsworth: Penguin
- Marx, K.. (1981). *Capital*, volume three, trans. D. Fernbach. Harmondsworth: Penguin
- Messner, D. (2002). *The Concept of the World Economic Triangle: Global Governance Patterns and Options for Regions*. Working Paper. England, Brighton, Sussex: Institute of Development Studies.
- Mohan, S. (2016). Institutional Change in Value Chains: Evidence from Tea in Nepal. *World Development* 78: 52-65.
- Neilson J (2014). Value Chains, Neoliberalism and Development Practice: The Indonesian Experience. *Review of International Political Economy*, 21 (1): 38-69.
- Newman, S. (2012). Global Commodity Chains And Global Value Chains. İçinde: Ben Fine, Alfredo Saad-Filho ve Marco Boffo (der), *The Elgar Companion to Marxist Economics* içinde, UK: Edward Elgar Publishing Limited, 155-161.
- Önal, N.E. (2021). Emperyalist Hiyerarşi, İş bölümü ve Rekabetin Güncel Durumuna Dair Kimi Notlar. *Gelenek* 157. 13-28.
- Özalp, B. ve Ören, M. N. (2014). Dünya Ticaret Örgütü Tarım Anlaşması Çerçevesinde İleri Tarım Müzakerelerindeki Gelişmeler ve Türkiye Tarımı Üzerine Etkileri. *Tarım Ekonomisi Dergisi* 20 (1): 29-39.
- Özalp, B. (2019). Türkiye’de Yerfıstığı Sektöründe Değer Zinciri Analizi. (Basılmamış Doktora Tezi) Adana: Çukurova Üniversitesi.

- Pietrobelli, C. ve Saliola, F. (2008). Power Relationships along the Value Chain: Multinational Firms, Global Buyers and Performance of Local Suppliers. *Cambridge Journal of Economics*, 32 (6): 1-16.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- Prowse, M. ve Moyer-Lee, J. (2014). A Comparative Value Chain Analysis of Smallholder Burley Tobacco Production in Malawi – 2003/4 And 2009/10. *Journal of Agrarian Change*, 14 (3): 323-346.
- Raikes, P., Jensen, M. F. ve Ponte, S. (2000). Global Commodity Chain Analysis and the French Filière Approach: Comparison and Critique. *Economy and Society*, 29(3): 390–417.
- Rich, K. M., Ross, R. B., Baker, A. D. ve Negassa, A. (2011). Quantifying Value Chain Analysis in the Context of Livestock Systems in Developing Countries. *Food Policy*, 36 (2): 214-222.
- Rieple, A. ve Singh, R. (2010). A Value Chain Analysis of the Organic Cotton Industry: The Case of UK Retailers and Indian Suppliers. *Ecological Economics*, 69 (11): 2292-2302.
- Salvia, L. (2019). The Restructuring of Italian Agriculture and its Impact upon Capital–Labour Relations: Labour Contracting and Exploitation in the Fresh Fruit and Vegetable Supply Chain of the Lazio Region, Central Italy. *Journal of Agrarian Change*, 20 (1): 98-112.
- Savcı, M. (2012). Çay İşletmelerinde Üretim Maliyetlerinin Değer Zinciri Analizi. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi) Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi.
- Selwyn, B. (2016). Global Value Chains and Human Development: A Class-Relational Framework. *Third World Quarterly*, 37(10), 1768-1786.
- Schmitz, H. (2005). *Value Chain Analysis for Policy-Makers and Practitioners*. Geneva: International Labour Organisation.
- Stamm, A. ve Drachenfels, C. V. (2011). *Value Chain Development: Approaches and Activities by Seven UN Agencies and Opportunities for Interagency Cooperation*. Geneva, Switzerland: International Labour Office.
- Swandi, I., Jonna, R. J. ve Foster, J. B. (2019). Global Commodity Chains and the New Imperialism. *Monthly Review*, 70 (10), 1-24.
- UNIDO, United Nations Industrial Development Organization (2009). *Value Chain Diagnostics for Industrial Development: Building Blocks for a Holistic and Rapid Analytical Tool. Working Paper*. Vienna: United Nations Industrial Development Organization.
- Wallerstein, I. (1974). *The Modern World-System, Vol. I: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World-Economy in the Sixteenth Century*. New York: Academic Press.
- Wallerstein, I. (1994). Development: Lodestar or Illusion? İçinde: L. Sklair (der), *Capitalism and Development*, Londra: Routledge, 3-20.
- Wallerstein, I. (2000). Introduction to Special Issue on Commodity Chains in the World Economy, 1590 to 1790. *Review*, 23(1), 1-13.
- Webber, C. M. ve Labaste, P. (2010). *Building Competitiveness in Africa's Agriculture: A Guide to Value Chain Concepts and Applications*. Washington DC: World Bank.

KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE TEKNOLOJİK DÖNÜŞÜMÜN LOJİSTİK SEKTÖRÜNE ETKİLERİ

Şerif DİLEK¹, Serap İNCAZ²

Öz

Teknolojinin çok hızlı ilerlediği günümüz dünyasında, küreselleşmenin etkisiyle üretim süreçlerinin daha fazla dijitalleştiği ve tüketici tercihlerinin de benzer şekilde çeşitlendiği ekonomik bir süreç yaşanmaktadır. Akıllı otomasyon süreçlerinin etkisiyle, hem sanayi hem de lojistik sektöründe büyük gelişmeler görülmektedir. Sanayi sektöründe sanayi 4.0, lojistik sektöründe de lojistik 4.0 olarak bu gelişmeler yaşanmaktadır. Daha önce yaşanan teknolojik dönüşümlerden daha hızlı, daha derin ve daha yoğun yaşanan bu süreç lojistik sektörü de dahil olmak üzere birçok alanı derinden etkilemektedir. Bu süreçte, inovasyon sayesinde verimlilik hızla artacak ve rekabet etme gücü odaklı sanayideki teknolojik dönüşümün küresel üretim ve tedarik zincirine etkisi çok daha fazla olacaktır. Küresel ekonomide yaşanmakta olan bu sürece lojistik sektörünün uyum sağlaması için, bütünleşmiş bir dijitalleşme sürecini gerçekleştirmesi kaçınılmaz olmaktadır. Küreselleşme sürecinde lojistik 4.0, sanayi 4.0'ın önemli bir parçasıdır. Bu çalışmada sanayi 4.0'ın etkisiyle ortaya çıkan üretim ve tedarik zincirindeki teknolojik değişimden etkilenen lojistik sektörü incelenecektir. Ayrıca, lojistik sektörünün lojistik 4.0 olarak, sanayi 4.0'a uyumlaştırma çabaları ortaya koyulacaktır. Türkiye lojistik sektörünün bu dönüşüme entegre olması ve rekabette ön plana çıkarılabilmesi için izlenmesi gereken yol tartışılacaktır. Son olarak çalışma ile ilgili sonuçlar ortaya koyulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sanayi 4.0, Lojistik Uygulamaları, Dijitalleşme, Teknolojik Dönüşüm, Küreselleşme

Jel Sınıflaması: F10, F60, N70

THE EFFECTS OF TECHNOLOGICAL TRANSFORMATION ON THE LOGISTICS SECTOR IN THE GLOBALIZATION PROCESS

Abstract

In today's world where technology is advancing very rapidly, there is an economic process in which production processes are becoming more digitized and consumer preferences are similarly diversified due to globalization. With the effect of intelligent processes, great developments are observed in both industry and logistics sector. These developments are experienced as industry 4.0 in the industry sector and as logistics 4.0 in the logistics sector. This process is faster, deeper and more intense than previous technological transformations. In this process, many fields, including the logistics sector, are deeply affected. In this process, productivity will increase rapidly with the effect of innovation and the technological transformation in the competitive power-oriented industry will have a much greater impact on the global production and supply chain. For the logistics sector to adapt to this process that is taking place in the global economy, it is inevitable that it will implement an integrated digitization process. In the globalization process, logistics 4.0 is an important part of industry 4.0. In this study, the logistics sector, which is affected by the technological change in the production and supply chain that emerged with the effect of industry 4.0, will be examined. In addition, efforts to harmonize the logistics sector with industry 4.0 as logistics 4.0 will be put forward.

The way that the Turkish logistics industry should be integrated into this transformation and in order to bring the Turkish logistics sector to the forefront of the competition will be discussed. The results of the study will be revealed finally.

¹ Dr. Öğretim Üyesi, Kırklareli Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, mdilek@klu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1413-286X

² Prof. Dr. Kırklareli Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, serapincaz@klu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0779-8700

Keywords: Industry 4.0, Logistics Applications, Digitalization, Technological Transformation, Globalization

JEL Classification: F10, F60, N70

1. Giriş

Küreselleşme sürecinde ulaşım ve iletişim teknolojisindeki büyük gelişmeler, uluslararası lojistik operasyonlarının etkinliğini ve verimliliğini önemli ölçüde artırmıştır. Aynı ya da çok küçük farklılıkları olan benzer teknolojileri kullanarak mal üreten firmalarda, kaliteyi yüksek seviyede gerçekleştirirken, maliyetleri düşürebilmek için, yeni ticari operasyonel faaliyetlerden olan lojistik faaliyetlere ağırlık vermeye başlamışlardır. Küreselleşmenin lojistik sektörüne etkisi teknolojik dönüşümle daha da artmıştır. Ulusal firmaların küreselleşme sürecinde uluslararası firma konumuna dönüşmesinde özellikle teknolojik dönüşümlerin rolünün önemli olduğu bir gerçektir. Küreselleşmenin etkisiyle serbestleşen piyasalarda gerçekleşen yoğun ticaret, yoğun rekabeti de beraberinde getirmekte, bu değişime ise lojistik sektöründe teknolojik dönüşümü kaçınılmaz bir durum haline getirmektedir.

Lojistik süreçte bilgi akışı, teknolojinin ilerlemesiyle yakından ilişkilidir. Tüketicieye mal akışını sağlayan lojistik sektörü teknolojik değişimle birlikte, müşteri beklentilerinin belirlenmesinde ve bu beklentilere zamanında ve yerinde yanıt verilmesinde de oldukça önemli rol oynamaktadır. Teknolojik dönüşüme uyum sağlayan lojistik şirketleri hem maliyetlerin düşürülmesinde hem de müşteri memnuniyeti açısından oynadığı rol ile de dikkat çekmektedir. Örneğin; malımı üretip, toptancısına ya da perakendecisine ya da doğrudan müşterisine ulaştırmaya çalışan firmaların uyguladıkları yüksek teknoloji nedeniyle fabrikadaki, depodaki stokların ne kadar olduğu görülebilmekte ve ona göre sipariş verilebilmektedir. Buna karşılık, tüketici ya da müşteriler de satın aldıkları malların akıbeti ile ilgili durumu bu sistemler aracılığıyla takip edebilme olanağını bulabilmektedirler.

Küreselleşme sürecinde yoğun ticari faaliyetler ve bu faaliyetler içindeki yoğun rekabette; lojistik sistemlerin dijitalleşmesi sonucu, nesnelerin interneti, siber fiziksel sistemler, akıllı fabrikalar, otonom robotlar, 3D yazıcılar, simülasyon, büyük veri ve analizi, yapay zekâ ve bulut teknolojisi, global uydu sistemi gibi Lojistik 4.0'a dayalı teknolojiler ön plana çıkmıştır. Böylece lojistik sektöründeki teknolojik dönüşüm, küreselleşme sürecinde lojistik süreç ve yapılarının oluşturulmasında itici bir güç olmuştur. Küreselleşme sürecinde dünyanın herhangi bir yerinde üretilip, satışa sunulan ürüne gerçekleşen talebin karşılanması, lojistik sektöründeki teknolojik dönüşümle yer ve zaman faydası yaratılarak doğrudan tüketiciye ulaştırılması hızlandırılmış ve etkin bir duruma getirilmiştir.

2. Küreselleşme ve Ekonomik Boyutu

2.1. Küreselleşmeyi Tanımlamak

Küreselleşme kavramına ilişkin birçok tanım ve açıklama yapılmıştır. Küreselleşmeye siyasal, ekonomik, kültürel ve toplumsal boyutlardan farklı açıklamalar getirildiği için net bir tanım yapmak oldukça güçtür.

Küreselleşmeye getirilen bazı tanımlamalara bakıldığında; Giddens'e göre, "küreselleşme, bir ülkede meydana gelen olayların başka yerlerdeki olaylar üzerinde etkiye sahip olması ya da ulusal sınırlar dışında meydana gelen olaylardan etkilenme bağlamında sosyal ilişkilerin dünya ölçeğinde yoğunlaşmasıdır" (Giddens, 1990). Tilly'e göre, küreselleşme uluslararası/kıtalararası sosyal etkileşimlerin coğrafi aralığındaki (yerel veya bölgesel) artışıdır (Tilly, 1995). Held vd.'ne göre; küreselleşme mal, hizmet, para, insan, bilgi ve kültürün sınır ötesi akışının artmasıyla beslenen ve sonuçlanan bir süreçtir (Held vd., 1999).

Hirst ve Thompson ulusal ölçekte sınır, kültür ve ekonominin çözülmesini küreselleşme olarak tanımlar (Hirst ve Thompson, 1999). Gilpin'e göre; küreselleşme ulusal ekonomilerin ticaret, finans ve makroekonomik politikada artan karşılıklı bağımlılığıdır (Gilpin, 1987). Küreselleşme ulusal sınırların aşıldığı ve ülkeler arası karşılıklı bağımlılığın artış kaydettiği bir süreçtir. Küreselleşmeyi karşılıklı bağımlılık ilişkilerinin yaygınlaşması, derinleşmesi ve hızlanması süreci olarak tanımlamaktadır (Keyman, 2014; Held vd., 1999). Burada yaygınlaşmadan kasıt dünyanın herhangi bir köşesinde baş gösteren bir değişim ya da gelişmenin (kriz, göç, hastalık gibi) dünyanın başka bir yerini etkilemesi; yaygınlaşmanın etkilerinin daha ciddi bir şekilde ortaya çıkması derinleşmeyi (örneğin Covid-19 pandemisi); ve yaygınlaşma ile derinleşmenin çok hızlı yaşanması da hızlanmanın (mesela sosyal medyanın isyan ve ayaklanma konusunda kitleleri sokağa çıkarması) etkisini göstermektedir.

Küreselleşme kavramı çok geniş bir literatüre sahip olmakta ve farklı açılardan da yorumlanmaktadır. Öyle ki sınıflandırılması eleştirilse bile küreselleşmenin kuşkucular (skeptics) ve küreselciler (globalists) şeklinde tanımlanabilecek ikili ayrımı da söz konusudur (Held and McGrew, 2003). Yazarlar, bu ayırmadan yola çıkarak küreselleşme karşıtı olan kuşkucular ile küreselleşme taraftarı olan küreselciler arasındaki farkları açıklamaktadır. Kuşkucular, küreselleşmenin abartıldığını ileri süren milliyetçilerin/sağcıların ulus devlet hassasiyetleri ile solcuların kapitalist piyasa ekonomisine getirdikleri eleştiriler neticesinde küreselleşmeyi daha çok ideolojik bir yaklaşım içerisinde yorumlamaktadırlar. Küreselciler ise piyasa ekonomisinin güçlenmesi sonucunda ulus devletlerin önemini yitirmeye başladığını, küresel düzeyde yönetim kurumlarının önem kazandığını ülkeler arasında iş birliği, iş bölümü, çok taraflılık ve iletişimin dünyanın hiçbir döneminde olmadığı kadar karşılıklı bağımlılık oluşturduğunu savunmaktadırlar.

2.2. Küreselleşmenin Ekonomik Boyutunu Değerlendirmek

Ekonomik bir perspektiften küreselleşmenin en somut göstergesi serbest piyasanın hüküm sürdüğü ortamda artan uluslararası ticaret hacmi ve yatırımlar ile sermaye hareketlerinin artışı sayesinde tüm dünyada derinleşen finans sistemi sonucunda ülkeler arası ilişki ve karşılıklı bağımlılığın gittikçe artış göstermesidir.

Burada özellikle ekonomik küreselleşmenin; ticari, finansal ve üretimin küreselleşmesi olarak üç boyutu ön plana çıkmaktadır. Ekonomik küreselleşmenin ortaya çıkış süreci 20.yüzyılın son çeyreğinden itibaren anlatılsa da ekonomik küreselleşmeyi iki evre olarak değerlendirmek daha doğru olacaktır. Birinci küreselleşme 19.yy. sonları ile Birinci Dünya Savaşı arasındaki (1870-1914) evredir ve bu dönem küreselleşmenin ilk dalgasını temsil etmektedir (Findlay ve O'Rourke, 2013). İkinci küreselleşme evresi ise 1960'tan günümüze olan süreçtir (Baldwin ve Martin, 1999).

Küreselleşme yerine 1960 ve 1970'lerde karşılıklı bağımlılık (interdependence) ve uluslararasılaşma (internationalization) kavramları kullanılmakla birlikte 1970'lerin sonlarında yükselen neoliberalizmin etkisi sonucu küreselleşme kavramı daha sık kullanılmaya başlanmıştır (Baldwin ve Martin, 1999; Şenses, 2004).

İlk küreselleşme dalgası olarak tarif edilen 1870-1914 arasında dünyada altın standardı hüküm sürmüş, mal ve sermaye hareketleri artış kaydetmiştir. Söz konusu yıllarda ülkeler arasında mal, sermaye, teknoloji ve fikir alışverişinde muazzam gelişmeler yaşanmıştır. Örneğin, 1870 yılında dünya GSMH'sinin %7'sini oluşturan uluslararası sermaye hareketleri, 1914 yılı itibarıyla %20'ye yükselmiş; toplam ihracatın dünya GSYH'sine oranı 1870'de %4,6 oranında iken 1913'te %7,9'a çıkmıştır. Benzer şekilde dünya ticaret hacmi de 1870-1914 arası yılda ortalama %3,4 oranında artış kaydetmiştir (Maddison, 2005). Ancak birinci küreselleşme evresinden sonra yaşanan; savaşlar (Birinci ve İkinci Dünya Savaşı), Büyük Buhran (1929 krizi), ülkelerde yükselen milliyetçi akımlar, artan tarife ve kotaların yanında yaşanan kur savaşlarının sonucunda dünya ticaret hacmi yılda %1'den daha az büyümüştür (Maddison, 2005; Hirst, Thompson and Bromley, 2009: 59). Küreselleşme akımına ciddi kesit vuran bu gelişmelerden sonra ülkeler farklı politikalara yönelmiştir. Bu dönemde Keynezyen iktisat yaklaşımı revaçta olmuş ve refah devleti uygulamaları görülmüştür. Özellikle 1950'ler sonrası ticaret hacmi ve sermaye akımı hızlanmış, ulaştırma maliyetleri düşmüş, iletişim ve bilgi teknolojilerinin yaygınlaşması ile ülkeler ve insanlar arasındaki ilişkiler tarihte hiç olmadığı kadar artış göstermiştir. 1950-1973 arası dünya ticareti yılda yaklaşık %8 ve dünya milli geliri de yaklaşık %5 oranında artmıştır (Maddison, 1962).

Küreselleşmenin ikinci dalgasının başlangıcı olarak bu dönemin en önemli siyasi gelişmesi ve ekonomi üzerinde büyük etkisi olan şüphesiz 1979'da İngiltere'de Margaret Thatcher'ın Başbakan ve 1980'de Ronald Reagan'ın ABD Başkanı olmasıdır. Bu isimler, devleti piyasadan çekerek serbest piyasa mekanizmasını güçlendirmiştir. Öyle ki Strange yaşanan durum için *"bir zamanlar devletler piyasaların efendisi iken şimdi birçok hayati konuda piyasalar devletlerin efendisi konumundadır"* şeklinde bir ifade getirmiştir (Strange, 1996).

Bu döneme giden süreçte çok ciddi gelişmeler meydana gelmiştir. OPEC'in petrol fiyatlarını inanılmaz bir şekilde arttırması bir petrol krizine yol açmıştır. Yaşanan petrol krizinin etkisiyle sanayileşmiş ülkelerde enflasyon oranları artmış ve enflasyona müdahale etmek amacıyla faiz oranları arttırılmıştır. Dünya genelinde faizlerin yüksek oranlarda artmasına sebep olan bu durum, yüksek miktarlarda dış borcu bulunan Latin Amerika ülkelerini krize sokmuştur. Bu ülkeler yüksek oranda değişken faizlere bağlı artan faiz ortamında dış borçlarını çevirmekte zorlanmaya başlamışlardır (Şenses, 2004: 15-16).

Borç krizine giren az gelişmiş ülkelere IMF ve Dünya Bankası "yapısal uyum programları" karşılığında yardım elini uzatmış ancak "koşullu" yardımları daha ciddi sorunlara yol açmıştır. Kaldı ki söz konusu kurumlar, gelişmekte olan ülkelerin içinde buldukları çıkmazdan da faydalanarak, kredi desteğinin sağlanması için ekonomide bir dizi liberal reform (bu reformlar daha sonraları "Washington Mutabakatı/Uzlaşısı" olarak anılacak) "şok terapi" şeklinde hayata geçirilmesi şartını koşmuştur (Rodrik, 2009: 19).³

³ Washington Mutabakatı/Uzlaşısı anılan neoliberal ekonomi politikalarında devletin ekonomiye doğrudan müdahale etmemesi ve serbest piyasa mekanizmasını güçlendirmesi amaçlanmıştır. Bunlar; mali disiplin, kamu harcamalarının yeninde yönlendirilmesi, vergi reformu, faiz oranlarının serbest bırakılması, dış ticaretin serbestleştirilmesi, özelleştirme, rekabetçi döviz kuru, kuralsızlaştırma (de-regulation), mülkiyet haklarını korunması, doğrudan yabancı yatırımlara açılmadır. Detaylı bilgi için bkz; (Rodrik, 2009).

Washington Mutabakatındaki reformlar, “tek reçete herkese uyar” mantığıyla IMF ve Dünya Bankası tarafından ülkelerin kurumsal, ekonomik ve sosyal yapıları arasındaki farklılıklar gözletilmeksizin az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere dayatılmıştır (Rodrik, 2009).

Birçok ülke, yaşadığı dar boğazdan ötürü bu reformları istemeyerek de olsa kabul etmek zorunda kalmıştır. Nihayetinde stand-by anlaşması çerçevesinde verilen kredi dilimlerinin serbest bırakılması ülkenin bu reformları ne derece hızlı bir şekilde hayata geçirmesine bağlı kılınmıştır.

3. Teknolojik Dönüşüm ve Lojistik 4.0

3.1. Küreselleşme Sürecinde Teknolojik Dönüşüm

Küreselleşme; teknolojinin yaygınlaşmasına ve ülkeler arasındaki karşılıklı bağımlılığın artışına katkı sağlamıştır. Kısaca değerlendirildiğinde birinci küreselleşme evresinde suyun gücünden yani buhar gücünün kullanılmasıyla ilk kez mekanik üretim tezgâhlarının kullanılmasıyla süreç başlatılmaktadır. Bu süreçte, yaygınlaşan buhar gücü üretim sürecini değiştirmekle beraber temel enerji girdisi kömür ve temel taşıma aracı da tren olarak kullanılmaktaydı (Xu, David ve Kin, 2018). 20. yüzyılın başında başlatılan ikinci sanayi devrimi elektrik enerjisinin kullanılmaya başlanması ve buna dayalı kitlesel üretimin yaygınlaşmasıdır. Kronolojik olarak üçüncü sanayi devrimi ise 1960-70’li yıllarda baş gösteren elektronik, haberleşme ve bilgi teknolojilerine dayalı otomasyon ile tanımlanmaktadır (Xu, David ve Kin, 2018). 2011’de Almanya’daki Hannover fuarında duyulan ve Üçüncü Sanayi Devriminin teknolojik ilerlemeleri üzerine kurulan Sanayi 4.0 ise dördüncü sanayi devrimi olarak tanımlanmaktadır.

1980’li yıllarda Batılı ülkelerin öncülük ettiği neo-liberal küreselleşme özellikle sermaye ve finans piyasalarında etkisini çok daha yoğun bir şekilde göstermiştir. Zamanla yaygınlaşan bu trend başlarda finansal derinleşmeye olumlu katkı sağlamış olsa da bu gelişmeler gelişmiş Batılı ülkelerdeki sanayi tesislerinin Doğu’ya kaymasına yol açmış ve söz konusu ülkelere sanayisizleşme sürecini de hızlandırmıştır (Gür, Ünay ve Dilek, 2017).

Bu gelişmeler Batılı ülkelerin sanayi başta olmak üzere birçok alanda ciddi bir üretim ve rekabet sorunu yaşamalarına yol açmıştır. Özellikle yaşanan kriz ve salgın sonrası refah ve teknolojik rekabetin merkezi olmaktan uzaklaşan Batılı ülkeler sanayi sektörünü canlandırmak, üretim ve teknolojiye rekabet avantajını geri kazanmak yolunda farklı politika önceliklerine gitmişlerdir.

Kimi ülkeler korumacı politikalarla (ABD örneği) kimileri de otomasyon/dijitalleşme gibi tekniklerle (Almanya örneği) sanayilerini tekrardan canlandırmak ve istihdam yaratmak gibi çeşitli stratejiler uygulamışlardır (Ünay ve Dilek, 2018). Özellikle düşen rekabet etme gücü ve yaşanan nüfusundan dert yanan Avrupa, acil olarak ABD, Japonya, Çin ve Hindistan gibi rakiplerine karşı üretkenlik farklarını kapatmaları gerektiğini dile getirmişlerdir (DigitalEurope, 2009). İzlenen politikalar her ne kadar liberal değerlerle uyumuyor olsa da Batılı ülkeler bu konuda herhangi bir çekince taşımamaktadırlar.

Batılı ülkelerin söz konusu ekonomik refahı arttırmak, sanayileşmek, üretim ve teknolojiye geri kalmamak olduğu zaman uyguladıkları katı merkantilist politikalar kalkınma

merdivenlerini tırmandıkları dönemlerdeki hikayelerine benzer şekilde ön plana çıkmaktadır (Chang, 2012).

Günümüzde yeni sanayi devrimi olarak tanımlanmaya çalışılan ve “Sanayi 4.0” olarak kavramlaşan sürecin çıkışı ilk kez Almanya’da ortaya çıkmıştır. Alman Ulusal Bilim ve Mühendislik Akademisi (Acatech) tarafından yayımlanan bir çalışma sonucunda dünya gündemine geçen bu kavram; imalat sanayinin daha fazla kalifiye çalışanlara, ileri teknoloji ve bilgiye dönüşümünü odağına almıştır (Gür, Ünay ve Dilek, 2017). Almanya menşeli olan ‘Industrie 4.0’ kavramı Alman sanayisinin küresel payda rekabet edilebilirliğini devam ettirme projesi olarak gündemde yerini almıştır (Smit vd., 2016; Kagerman, Wahlster ve Helbig, 2013). Bu dönüşüm küresel ekonomideki temel güç dengelerini büyük ölçüde değiştirmeye adaydır.

Sanayide dönüşüm yolu; üretimin otomasyon noktasına çekilmesi (akıllı robotlar-makineler-fabrikalar, 3D yazıcılar, yapay zekâ, nesnelerin interneti gibi kavramlar ile bir bütünlük oluşturmak), insan emeğinin görece minimize edilmesi ve üretimde de üst düzeyde esneklik sağlaması üzerine kuruludur (Hermann, Pentek ve Otto, 2015). Bu aynı zamanda ilk üç sanayi devriminde meydana gelen fiziksel sistemlerin artık siber sistemlerle entegre olduğu yeni bir dijital sanayi çağının öncüsü konumundadır. Bu arayış yeniden sanayileşme olarak tanımlanmış olup emek, sermaye ve doğal kaynak yoğunluğunu geleneksel sanayiden farklı olarak ileri teknoloji, nitelikli ve de kalifiye işgücü ile sanayi ve teknolojinin iç içe geçtiği yeni bir sanayi devrimini ifade etmektedir.



Şekil 1. Sanayi 4.0 ve Dijitalleşme

Kaynak: (Gür, Ünay ve Dilek, 2017).

Sanayide yaşanan bu gelişimler önce makineleri sonrasında robotları, günümüzde ise akıllı makineler ile yapay zekaya sahip akıllı robotları hayatımıza dahil etmiştir. Robotların kullanım alanlarının artması robotikteki hızlı ilerlemenin bir sonucu olarak görülmektedir. Makineler ve robotlar üretimdeki verimliliğe ivme kazandırırken imal edilen ürünlerin sayısı ve çeşitliliği de arttırmaktadır.

İnsanlar ve makineler arasındaki iş birliğinin olağanlaşması, teknolojik ilerlemelerin de sayesinde robotların daha uyarlanabilir ve esnek bir üretim için önemli bir role sahip

olabileceğini göstermektedir (Schwab, 2017). Günümüzde yapay zekâ alanında kat edilen yolun ilerleyen dönemlerde de daha görünür alanlara yayılacağı açıktır.

Sürücüsüz otomobillerde kendine yer bulmaya başlayan yapay zekâ, karmaşık karar süreçlerine girdi sağlayabilme kabiliyetine sahip olacak ve yine bunları da otomatikleştirebilecektir (Schwab, 2017). Örneğin, önümüzdeki süreçte taşımacılıkta otonom kamyonların şoförlerin yerini almaya başlaması sektörde yapısal dönüşümleri tetikleyebilir (Xu, David ve Kin, 2018: 92).

Öte yandan sensörlerle donatılmış siber-fiziksel sistemler fiziksel dünya ve siber alanın entegrasyonunu kolaylaştırmakta aynı zamanda da küresel olarak nesnelere etkileşimine odaklanmaktadır. Siber fiziksel sistemler ile üretim süreçlerinde koordinasyonun daha kolay olması üretim zincirleri arasında daha güçlü iş birliğinin gerçekleşmesine zemin hazırlayacaktır. Bu sayede de üretim hatalarının azalması ve de makinelere verilen görevlerin istenilen sonucu üretmesi önemli bir nitelik olup, üretim sürecinde de zaman ve maliyetten tasarruf sağlamaktadır. Dolayısıyla zamanı kısaltmak ve maliyetleri düşürmek yoluyla verimliliği ve kaliteyi arttırmak yeni sanayi devrimin ana amacını oluşturmaktadır (Albers vd., 2016). Ayrıca nesnelere ile insanlar arasındaki ilişki, çeşitli platformları ve birbiriyle bağlantılı teknolojileri mümkün kılmaktadır. Süreç kontrollerini hızlandırıp bağlantılı veri akışı sağlamak ve büyük veriden faydalanarak bu verinin siber-fiziksel sistemi harekete geçirecek bilgiye dönüştürmesi de son derece etkilidir (Siemens, 2016).

Büyük veri setlerini ve bu verilerin kullanıma hazır hale gelmesi için uygulanan yönetim süreçleri ise büyük veriyi ön plana çıkartmaktadır. Geleceğin teknolojisi olarak değerlendirilen 3D yazıcılar, zihindeki bir nesnenin dijital ortamda modellenerek kısa süre içerisinde fiziksel bir çıktıya dönüşmesidir.

Yeni sanayi devriminin 3D gibi teknolojileri sayesinde engellere takılmadan icat yapanların piyasalara erişimini mümkün kılmakta aynı zamanda girişimcilerin fikirlerini daha küçük şirketlerle daha düşük bütçelerle yapmalarına imkan vermektedir (Xu, David ve Kin, 2018: 92). Devrimin ana taşıyıcısı olan bu alandaki teknolojinin yaygınlık kazanması başta havacılık, sağlık, sanayi ve otomotiv olmak üzere birçok sektörde kullanıma sunulmasıyla geleneksel üretim süreçlerinin de farklılık göstermesini gösterecektir. Teknolojinin sunduğu fırsat neticesinde ürün ve hizmette yönelik değişen talebin beraberinde kişiye özel ve kişiselleştirilmiş üretimin oranını arttırmaktadır.

3.2. Lojistiğin Küreselleşmesinde Etkili Faktörler

Küreselleşme her ne kadar 20.yüzyılın ortalarından itibaren başlatılsa da küreselleşmenin etkileri sanayi devrimin ortaya çıkışında görülebilmektedir. Özellikle teknolojinin iletişim ve ulaşımdaki hızı diğer alanlara göre çok daha yoğun olmuştur. Daha önce yaşanan gelişmelerden daha hızlı, daha derin ve daha yoğun yaşanan son küreselleşme süreci de birçok alanı etkilemekte ve bu alanların başında da lojistik sektörü gelmektedir. Teknolojinin getirdiği fırsatlar dijitalleşme ve inovasyonun gelişmesi için ideal koşulları yaratırken, lojistik sektöründe çığır açan değişimlere kapı aralamıştır. Son 30-40 yıllık gelişmelerden görüleceği üzere küresel değer zincirinde ürün ve süreçler dijitalleştikçe daha akıllı yönetilmektedir. Hayata geçirilen teknolojik devrimler iş yapış tarzlarından tüketim alışkanlıklarına kadar büyük dönüşümler sağlamaktadır.

Bilindiği üzere Birinci Sanayi Devrimi'nde buhar makinelerinin icadı ile üretim evlerden ve küçük atölyelerden fabrikalara kaymış, insanların köyden kentlere göçünü etkileyen bu gelişme üretimden tüketime, dağıtımdan depolamaya kadar yeni süreçlerin önünü açmıştır. Tarihsel olarak ilk sanayi devriminde buhar gücü üretim sürecini değiştirmekte beraber bunun yanında temel enerji girdisi kömür ve temel taşıma aracı da tren kullanılmaktaydı (Xu, David ve Kin, 2018).

İnsan ve hayvan gücü yerine buharın kullanılmasıyla “taşımada makineleşme”ye doğru gerçekleşen geçiş lojistik sürecini önemli kılmıştır (Galindo, 2016: 25). Birinci sanayi devriminde buharlı makinelerin kullanılması sadece demir ve tekstil sektörlerin gelişmesini sağlamakla kalmadı. Daha uzun mesafelere ve daha büyük miktarda taşımaların gerçekleştirilmesine ve iletişim alanında ilerlemelere büyük katkı sundu. Bu gelişmeler dünyada ulaşımın/lojistiğin önemini de arttırmıştır.

Lojistik alanında yaşanan bu gelişmeler daha sonra demiryollarında lokomotiflerin kullanılmasını sağlamıştır. Sanayi devrimi için ulaşımın/taşımının gelişmiş olması üretilen malların iç pazara ulaştırılması ve hammaddenin maliyetini düşürmesi açısından önemli bir rol oynamıştır. Örneğin; Londra-Birmingham yol mesafesi 1740'ta iki günü bulurken, bu mesafe 1780'de 19 saate kadar düşmüştür (Baldwin ve Martin, 1999: 2). Genel olarak değerlendirildiğinde birinci küreselleşme evresi öncesinde taşıma/ulaştırma maliyetlerinin yüksek olması sonucu ticaret ve sanayi nicelik olarak sınırlı kalmaktaydı. Ancak iletişim, ulaşım ve haberleşme de yaşanan muazzam ilerleme ikinci küreselleşme evresinde taşımada/ulaşımda maliyetleri azaltmıştır.

İkinci Sanayi Devrimi'nde elektriğin yaygınlaşması ve montaj hattının kurulması sonucu üretim seri banda geçmiştir. Elektriğin potansiyeli ve seri üretim hattının maliyetleri azaltması üretimin kapasitesini ve miktarını muazzam arttırmış ve dolayısıyla lojistik daha fazla ön plana çıkmıştır. Buharlı gemiler, demiryolları, elektrik ve seri üretimin hizmete girmesi daha önce değinilen birinci küreselleşme evresine tekabül etmektedir. İkinci sanayi devriminde ise özellikle ulaşımındaki iyileştirmeler sayesinde demiryolları daha hızlı, güvenli ve konforlu bir hale gelirken çelikten inşa edilen gemiler daha büyük, güçlü ve hızlı bir hal almıştır (Mokry and Strotz, 1998: 7). Sanayide yaşanan devrimsel etkilerin sonucunda taşımacılıkta buharlı gemiler ve demiryolları kullanılmış; soğuk hava depoları ile ürünlerin kıtalararası bozulmadan taşınması ile elektronik telgrafın kullanımı ile transatlantik arasında iletişim kurulmuştur (Tablo 1). Özellikle 19.yüzyılda denizyolundaki gelişmeler sayesinde taşıma maliyetleri yüksek ölçüde düşüş göstermiştir (Mokry and Strotz, 1998: 7).

Tablo 1. Sanayi Devriminin Etkileri

Yenilik	Etkileri
Buharlı gemilerin kullanılması	Buharlı gemiler 1830'ların sonunda düzenli olarak Atlantik'i geçmeye ve 1850'lerde Güney ve Batı Afrika arasında seferler yapmaya başlamıştır. Hızlı, büyük ve az yakan buharlı gemiler taşıma maliyetlerini azaltmış ve okyanuslarda büyük ölçekte dökme malların ticaretinin yapılmasını sağlamıştır.
Süveyş Kanalı'nın açılması (1869)	Asya ile Avrupa arasındaki ticaret için Afrika kıtasını dolaşmak yerine, kısa yoldan buharlı gemiler vasıtasıyla kömür gibi ağır yüklerin daha az maliyetli taşınmasına imkân vermiştir.
Demiryolları	Dünyanın ilk demiryolu Stockton-Darlington arasında 1825 yılında açılmış ve tüm Avrupa'ya kısa sürede yayılmıştır. ABD'de doğu ve batı sahillerini birleştiren hat 1869 yılında, Kanada-Pasifik demiryolu hattı 1885 yılında ve Sibirya demiryolu hattı 1903 yılında tamamlanmıştır. 1826 yılında neredeyse hiç olmayan demiryolu hattı, 1913 yılına gelindiğinde bir milyon km'ye ulaşmıştır.
Soğuk hava deposu	1830'larda keşfedilen soğuk hava depolarının gemilerde kullanılması ABD'den Avrupa'ya dondurulmuş et ticaretini geliştirmiştir. 1880'lerde Güney Amerika eti, Avustralya eti ve Yeni Zelanda tereyağı büyük miktarlarda Avrupa'ya ihraç edilmeye başlamıştır.
Elektronik telgraf	İlk transatlantik telgraf mesajı Ağustos 1858 yılında gönderilmiş ve böylece Avrupa-Kuzey Amerika arasındaki iletişim için gereken süre on günden birkaç dakikaya düşmüştür. 19. yüzyılın sonunda ABD, İngiltere, Fransa ve Almanya Avrupa ve Kuzey Amerika kıtaları ile telgraf sistemine bağlanmıştır.

Kaynak: (Mokyr, 1985 aktaran Gençosmanoğlu, 2014: 57).

Bu dönemde mal, hizmet, sermaye ve insan hareketliliğinde büyük artış yaşanmıştır. Üçüncü sanayi devriminde ise elektrik teknolojisi ile dönüşüm daha hızlı olmuş, elektronik ile bilgi ve iletişim teknolojisinin kullanımı sayesinde üretim süreçlerinde otomasyon önem kazanmıştır. Transistörler, CNC ve bilgisayarlı makineler bu süreçte üretim sürecinin dijitalleşmesine katkı sağlamıştır. Bu dönüşümde şirketlerin uzak coğrafyalarda ticaret, yatırım ve üretim alanlarında daha yoğun girişi söz konusu olmuştur. Bilgi ve iletişim teknolojisi ülkeler/şirketler arasındaki lojistik ve tedarik zincirinin daha kompleks hale gelmesini sağlamış ve karşılıklı bağımlılık artışa geçmiştir.

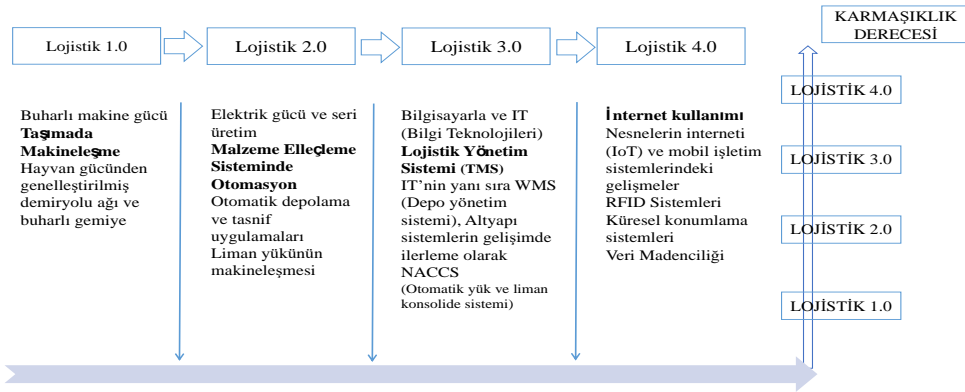
Bu arada teknolojinin istihdam piyasası üzerindeki etkilerini genellikle tahmin etmek güçtür ve teknolojik yenilikler ilk ortaya çıktığından toplumda pek hoş karşılanmamaktadır. Ancak teknolojinin meydana getirdiği yaratıcı yıkım yeni ve daha verimli işlerin doğmasına yol açabilmektedir. Örneğin 1980'de kişisel bilgisayarların çıkması ABD işgücü piyasasında web tasarımcılarından veri tabanı yöneticilerine kadar 1500'ü aşkın yeni iş kolunun doğmasını sağladı (OECD, 2017a: 12). Bu çerçevede sanayideki yeni dönüşümün oluşturacağı fırsatlar yakından takip edilmelidir.

3.3. Teknolojik Dönüşümde Lojistik 4.0

Bugün küresel ekonomide tartışılan ve sanayi devrimi olarak tanımlanan yeni devrimde blockchain, dijital platformlar, nesnelerin interneti, siber fiziksel sistemler, üç boyutlu yazıcılar, büyük veri, otonom robotlar ve büyük veri ile yapay zekalar gibi dijital teknolojilerin sanayiye entegre olduğu dinamik bir süreç devam etmektedir. Yeni nesil teknolojiler hem ticaret akışını hem de küresel değer zincirinin yeniden şekillendirecek potansiyele sahiptirler (Lund ve Bughin, 2019). Yeni teknolojilerin kullanımı işlem ve lojistik maliyetlerini düşürmekle birlikte ticareti de arttırmaktadır (WTO, 2018).

Bu süreçte tedarik zincirinin bir unsuru olarak tanımlanan lojistik; ürünün/hizmetin üretimden tüketim noktasına kadar daha etkin ve verimli bir şekilde izlenmesi, taşınması, dağıtılması ve depolanması gibi uzun ve karmaşık bir süreç yeni teknolojiler ile daha yönetilebilir ve akıllı hale gelmektedir. Nitekim Otomasyon ve entegrasyon endüstrisinde gittikçe daha hızlı yaygınlaşması şirketler için de değer zinciri ağlarını gerçek zamanlı olarak yönetmek ve optimize etmek için daha akıllı izleme ve kontrol teknolojilerinin kullanımını sunmaktadır (Endüstri 4.0, 2018).

Şekil 2’de lojistiğin gelişimi ve yıllar içinde dönüşümü görülmektedir. 1700’lerin sonunda taşımada makineleşme ile lojistik 1.0 süreci başlamıştır. 1800’lerde başlayarak 1960’lara etkileri süren lojistik 2.0’de seri üretimle beraber malzeme elleçleme sisteminde otomasyon yaygınlaşmıştır. 20. yüzyılın son çeyreğinde lojistik 3.0’ın bilgi teknolojileri ile yoğun kullanımı sonucu lojistik yönetim sistemleri uygulanmıştır. Günümüzde lojistik 4.0; nesnelerin interneti, büyük veri, yapay zekâ, robotlar gibi alanlardaki dijitalleşme süreçlerinden etkilenmekte ve gelişmektedir.



Şekil 2. Lojistiğin Gelişim ve Dönüşümü

Kaynak: (Galindo, 2016: 25).

Otomasyonda büyük bir dijital dönüşüm getiren yeni sanayi devriminin, ürünlerin iş akış sürecini ve mevcut teknolojileri büyük bir değişime uğratma potansiyeli bulunmaktadır. Bu dönüşüm ve değişimin izleri lojistik sektöründe derinden hissedilmektedir.

Bir taraftan yoğun otomasyon kullanımı sonucu maliyetlerin düşmesi ve operasyonel süreçlerin daha hızlı gerçekleşmesi diğer taraftan aşırı otomasyonun iş kayıplarını artırma endişesi söz konusudur. Dolayısıyla sanayi 4.0 terimi günümüzde birbirine bağlı dijital teknolojilerin endüstriyel üretimde kullanılması olarak da tanımlanmaktadır (OECD, 2017b: 27). Böyle bir ortamda üretimden tüketime lojistik önem kazanmakta ve lojistik sektöründeki dijital dönüşüm dikkat çekmektedir. Baretto, Amaral ve Pereiara (2017), Lojistik 4.0 için siber fiziksel sistemlere eklenen uygulama ve yenilikler ile lojistiğin birleşimi olarak tarif etmiş ve lojistik 4.0'ı akıllı hizmetler ve akıllı ürünler ile ilgili şartlara benzeterek akıllı lojistik olarak tanımlamıştır (Barreta, Amaral ve Pereiara, 2017).

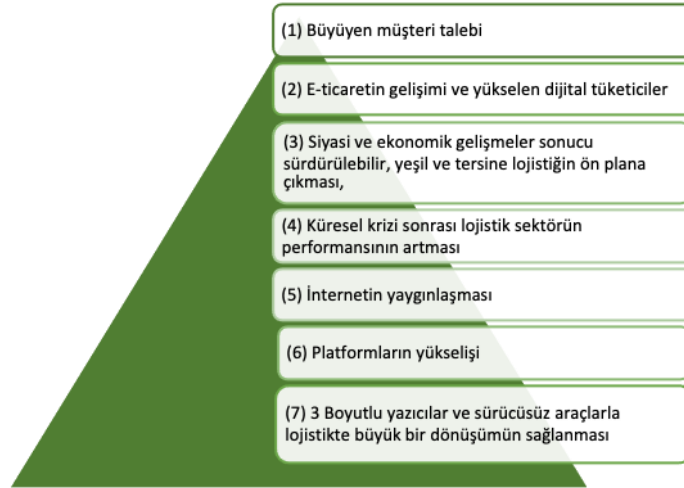
Bu tanım beraberinde esneklik ve müşteri ihtiyaçlarına uyarlamayı gerektirmektedir. Etkili ve güçlü bir Lojistik 4.0 için yazarların ortaya koyduğu dayanaklar şekil 3'te görülmektedir.



Şekil 3. Etkili ve Güçlü Bir Lojistik 4.0 İçin Dayanaklar

Kaynak: (Barreta, Amaral ve Pereiara, 2017)

Dönüşen tüketici talepleri ve değişen pazar eğilimleri lojistik sektörünün genişlemesini sağlamakla birlikte Sanayi 4.0'ın getirdiği teknolojik yenilikler sektörün kendini yeniden uyarlaması için fırsatlar sunmaktadır. Dünya Ekonomi Forumu, demografik faktörlerin ve dijital trendlerin hızla değişim gösteren lojistik talebinde yedi trend açıklamaktadır (Şekil 4). Sanayi 4.0'ın ana bileşenini oluşturan sektörler küresel nüfusun önemli bir kısmına büyük bir ekonomik ve toplumsal fayda sağlamaktadır. Özellikle otonom araçlar, insansız hava araçları, yapay zekâ ve hassas tıp gibi alanlar hızla büyüyen pazarlardır.



Şekil 4: Lojistik Talep Trendleri

Kaynak: (WEF, 2016).

Yeni teknolojilerin lojistik sektörüne getireceği dijital dönüşüm büyük olacaktır. Özellikle yapay zekâ uygulamalarının rota planlamaları optimize etmesi ve otonom sürüşleri aktif hale getirmesi ile stok, kargo ve sevkiyat takibini kolaylaştırması lojistikte hem maliyet düşüşünü hem de daha hızlı ve doğru karar alma sürecini sağlayacaktır. Ayrıca depolama ve envanterin iyileştirmesi için akıllı robotların kullanımı ile üç boyutlu yazıcıların entegrasyonu lojistik maliyetlerinde iyileştirme sağlayacaktır (WTO, 2018).

Büyük veri ve nesnelerin interneti arasındaki etkileşim veri ve taşımacılık ilişkisini sağlamak konusunda büyük bir etki yaratabilir. Bugün bir şehrin trafik yoğunluğu, hava durumu ve anlık mesafe bilgisini edinmek artık günlük rutinemizi oluşturmaktadır. Ayrıca gemiler, uçaklar ve araçlar ile dünyanın bir noktasından başka bir noktasına taşınan yüklerin durumunu anlık takip etmek oldukça normaldir.

Yakında insansız taşıma araçları, robotlar, uzaktan dijital işlemler ve dronelerin hayatımıza günlük girişi ve taşıma işlerini gerçekleştirmesi de sıradan bir hale gelecektir (Wittemeier, 2017; Savelsberg, Sekula and Wittemeier, 2020). Örneğin; Amazon'un Prime Air'in drone ile kargo taşımacılığı testleri yapması ile birlikte Google, DHL, UPS, IBM, Apple gibi şirketlerin bu alandaki yatırımları artış göstermektedir (Post & Parcel, 2020). Drone piyasasının 2025'e kadar 52 milyar dolar büyümesi tahmin edilmekle birlikte dünyanın birçok yerinde drone ile teslimat testleri devam etmekte, otonom depo ve otonom dağıtım ağlarının artışı da söz konusu olmaktadır (Research and Market, 2018).

Yeni teknolojik dönüşüm sayesinde ürünlerin/hizmetlerin ulaştırmasında lojistiğin daha optimize edilmesi için kapasite, araç ve trafik ile hava durumu konusunda edinilecek anlık ve kapsamlı bilgiler sayesinde lojistik akışında zaman ve maliyetten tasarruf sağlanabilir ve daha verimli bir şekilde yönetilebilir (Endüstri 4.0, 2018). Nesnelerin interneti ve veri teknolojisi yoluyla özellikle bozulma riski olan ürünleri taşıyan konteynerlerin giriş ve çıkış yaptıkları limanlar arasında seyir süresi boyunca izlenebilirliği ve kontrol edilmesi sağlanabilir.

Bu konuda dünya konteyner taşımacılığının en büyük armatörlerinden Maersk, soğuk yük konteynerlerin izlenmesi ve takibi için uzaktan konteyner yönetimi uygulamasını başlatmıştır (Li, 2018). Ayrıca deniz taşımacılığına da şeffaflık, güvenlik ve maliyet düşüklüğü için nesnelerin interneti teknolojilerine önemli yatırımlar yapmaktadır.

Dolayısıyla yeni dijital çağda akıllı bir dijital tedarik zinciri kaçınılmaz olmaktadır. Artık önemli olanın basit bir konteynere sahip olmaktan öte o konteynerin ne taşıdığı, nereden nereye gittiği ve anlık takibi ile taşıdığı yükün durumu gibi bilgiler daha değerli ve faydalı olacaktır (i-scoop, 2018).

Benzer şekilde limanlarda verimliliği arttırmak ve operasyonları güvenli bir şekilde gerçekleştirmek için yeni teknolojilerin limanlarda etkin kullanımı önem taşımaktadır. Dünya limanları arasında hem elleçleme kapasitesi hem de modern teknolojisi ile ön plana çıkan Rotterdam limanında, rıhtım duvarlarına, yunuslara, su yollarına ve trafik yollarına yerleştirilen akıllı sensörler sayesinde su seviyesi ve hava durumu (hydo-meteo) için anlık ölçümler yapılabilmektedir. Limanda yerleşik 44 sensör gelgit durumu, görünürlük, rüzgâr hızı ve yönü gibi birçok veriyi elde etmekte ve buradan yola çıkılarak limanda gemilerin bekleme sürelerinin kısaltılmasına aynı zamanda yanaşma, yükleme ve boşaltma ile kalkış sürelerinin optimizasyonuna ciddi katkı sağlanmaktadır. Diğer otonom sistemlerle iletişim halinde olan bu sistem sayesinde gerçek zamanlı veriler elde edilmekte ve verilerin yönetilmesi sonucu daha sağlıklı kararlar alınabilmektedir (Port of Rotterdam, 2019).

Yaşanan bu gelişmeler lojistik sektörünün dijitalleşme ilişkisinin ne kadar güçlü olduğunu göstermektedir. Ancak dijital dönüşümün taşımacılığa getirdiği fırsatların yanında risk ve tehditler de söz konusudur. Özellikle taşımacılıkta fiziksel süreçlerin dijital ortama aktarılması, izlenmesi, işlenmesi ve yönetimi arttıkça çok çeşitli veri akışı beraberinde güvenlik açığı oluşturmaktadır (Marsh, 2015). Son yıllarda yaşanan siber saldırıların ve kötü amaçlı yazılımların meydana getirdiği tehditler şirketleri güvenlik konusunda endişelendirmektedir.

Örneğin; 2011'de Antwerp limanına yönelik gerçekleşen siber saldırı ile uyuşturucu yüklü konteynerlerin yerinin tespiti ve yükün çalınma girişimi bu konudaki endişeleri arttırdı (Bateman, 2013). Başka bir örnekte dünyanın en büyük deniz taşıma şirketi Maersk, 2017'de uğradığı siber saldırı sonucu 300 milyon dolarlık zarara uğradı (Novet, 2017).

2018'de Hong Kong merkezli hava yolu şirketi Cathay Pacific Airways Ltd., yaklaşık 9,4 milyon müşterinin kredi kartı, pasaport ve iletişim bilgilerinin ele geçirilmesi üzerine dünyanın en büyük havayolu veri ihlaline uğradı ve şirket hisseleri bundan olumsuz etkilendi (Park ve Hong, 2018). Benzer şekilde Amerikan hava yolu şirketinin uğradığı siber saldırı sonrası yolcuların bilgileri çalındı (Khandelwal, 2015). Son yıllarda daha fazla karşılaşılan bu tür sorunlar siber güvenlik kavramının işletmeler için önemini göstermektedir. Dijitalleşmenin getirdiği fırsatların yanında risk ve tehditleri karşısında da hazırlıklı olmaları büyük önem taşımaktadır.

4. Lojistik Sektöründeki Teknolojik Dönüşümde Türkiye

Küreselleşen ekonomiyle birlikte uluslararası lojistik hizmetlerin varlığı ve çeşitliliği gittikçe önem kazanmaktadır. Bu konuda yapılan çalışmalar ülkeler için lojistiğin önemini ortaya koymaktadır. Ulaştırma altyapısı zayıf ve dolayısıyla lojistik maliyetleri yüksek olan ülkelerin ekonomik büyüme oranları daha yavaş olabilmektedir. Ancak ulaştırma altyapısı gelişmiş ve düşük maliyetlerle gerçekleştirilen lojistik hizmetleri ki bunlar tedarik zincirinin bir halkası olarak ülkelerin rekabet güçlerine önemli katkı sağlamaktadır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018). Tüm dünyada lojistik faaliyetlerin etkinliği yük taşımacılığını etkilemekte ve dolayısıyla da sektörün geleceğine yön vermektedir.

Lojistik sektörü için taşınmadan depolamaya, teslimden iadeye kadar tüm aşamalarında bütüncül bir bakış açısının oluşturulması her zamankinden daha fazladır. Ekonominin temel saç ayaklarından birisini lojistik sektörü oluşturmakta ve dolayısıyla şirketlerin performansı güvenilir, emniyetli, ekonomik ve zamanında yapılan lojistik operasyonlarındaki başarısıyla doğrudan orantılı bir hale gelmektedir (Tanyaş vd., 2011).

Türkiye sahip olduğu coğrafik konumu sayesinde lojistik sektörü açısından güçlü avantajlara sahiptir. Buna göre; Türkiye'nin Asya ve Avrupa kıtaları arasında köprü oluşu, Ortadoğu ve Afrika'ya yakın olması, üç tarafının denizlerle çevrili olması, yaygın ve genişleyen karayolu ağı, ulaşım altyapısına yapılan büyük yatırımlar, limanların transit taşımacılığa uygun oluşu gibi sayılabilecek birçok faktör doğal olarak lojistik üs konumunu güçlü kılmaktadır. Ayrıca ulaşım koridorları üzerinde bulunan jeo-politik konumuyla farklı taşıma modlarının (multimodal-intermodal-combined) birlikte kullanılmasını çok mümkün kılmaktadır. Ancak bahsedilen bu avantajların tam anlamıyla kullanıldığını söylemek güçtür.

Bu çerçevede lojistik sektörünün mevcut durumunu göstermesi açısından sektörün milli gelir içerisindeki payına bakmakta fayda var. GSYH'de %8,6 payı bulunan ulaştırma ve depolama olarak tanımlanan sektörün büyüme oranları yıllara göre GSYH ile paralellik göstermektedir. Hem yük hem de yolcu taşımacılığını kapsayan ulaştırma ve depolama sektörü, 2012'ten itibaren GSYH artışının üzerinde büyüme kaydetmiştir (TÜİK, 2021).

Yapılan çalışmalarda Türkiye'de lojistik sektörünün GSYH içerisindeki payının %12 civarında olduğunu göstermektedir (UTİKAD, 2021: 4). Söz konusu oranın yarısını lojistik şirketleri diğer yarısını üretim ve ticaret yapan firmaların kendi bünyelerinde verdiği lojistik faaliyetleri oluşturmaktadır.

Ulaşım altyapısı ve buna bağlı olarak lojistik sektörünün; bir ülkenin dış ticaretine ve ekonomik büyümesine, şirketlerin yatırım tercihlerine, istihdama ve rekabet gücüne doğrudan ve dolaylı etkileri oldukça fazladır. Özellikle dünyada ekonomisi gelişmiş buna karşılık lojistik sektörü geri kalmış bir ülke görmek mümkün değildir.

Buradan yola çıkarak lojistik sektörünün gelişmiş olması ve rekabet gücünün yüksek olması ülkelerin ekonomik büyümelerine ve dış ticaretine olumlu katkı yaptığı belirtilebilir. Türkiye'nin lojistik performansını ölçmek, rekabet gücünü ve iş yapma kolaylığını değerlendirmek ile küresel ekonomide diğer ülkelerle rekabetçiliğini karşılaştırmak için mevcut durumunu görmekte fayda var. Küresel Rekabetçilik Raporu ile ülkelerin rekabetçilik durumunu ortaya koyan Dünya Ekonomi Forumu her sene düzenli olarak rapor yayınlamaktadır. En son 2020 yılı için yayınlanan rapor Covid-19 salgını dolayısıyla ülke sıralamasını askıya aldığından dolayı "Küresel Rekabetçilik Raporu 2019" (Global Competitiveness Index) raporu üzerinden değerlendirilecektir. Küresel rekabetçilik endeksi ülkelerin rekabet edebilme durumunu 12 kriterde incelemekte ve bu kriterlere göre Türkiye 141 ülke arasında 61. sırada yer almaktadır (WEF, 2019). Rakiplerine göre Türkiye'nin rekabetçiliğinin güçlü olduğu alanlar; bilgi ve iletişim teknolojileri, altyapı ve işgücü piyasası gelmektedir.

Türkiye son yıllarda iş ortamının iyileştirilmesi yönünde attığı adımlar sonucu önemli başarı göstererek Dünya Bankası'nın "İş Yapma Kolaylığı Endeksi 2020" (Ease of Doing Business Index 2020) endeksinde 190 ülke arasında 33. sırada yer almıştır (World Bank, 2020). Endeksin ilk sıralarında Yeni Zelanda, Singapur ve Hong Kong bulunurken bir önceki seneye göre 10 basamak birden yükselen Türkiye İsviçre, Portekiz, Hollanda, Belçika ve İtalya gibi ülkelerin önünde yer almıştır. 10 ayrı başlıkta değerlendirilen endeks ülkelerin yatırım ortamını etkileyen düzenlemeleri analiz etmektedir. Türkiye'nin vergi ödeme, elektriğe erişim, gayrimenkul kayıt/izni, krediye erişim, sınır ötesi ticaret gibi alanlarda önemli reformlar gerçekleştirmiştir.

Dünya Bankası tarafından ülkelerin lojistik performansını, kapasitesini ve kalitesini ölçmek için bir endeks geliştirilmiştir. Uluslararası ticarete ülkelerin lojistik alanındaki durumunu ölçen Lojistik Performans Endeksi (Logistics Performance Index-LPI) ülkeleri altı farklı kritere göre puanlandırmakta ve bunların ortalamasını almaktadır (World Bank, 2018). Bu kriterler; 1) gümrük, 2) altyapı, 3) uluslararası sevkiyat, 4) lojistik kalitesi ve yetkinlik, 5) takip ve izleme ile 6) zamanlamadır. En son açıklanan LPI verilerine göre Türkiye 160 ülke arasında 47.sırada yer almaktadır. 2007'de ilk kez açıklanan endekse 30.sırada giren Türkiye son açıklanan endekslerde sıralamada geriye düşmüştür. Türkiye'nin gümrük, uluslararası sevkiyat ve lojistik hizmetlerin kalitesi alanlarını iyileştirmesi gerekmektedir. Bilhassa Türkiye'nin kamu-özel sektör iş birliği ile söz konusu kriterlerdeki performansını iyileştirmesine ihtiyaç vardır.

Türkiye'de son yıllarda mega projeler ve lojistik sektörü ile doğrudan ilintili altyapı iyileştirmeleri hayata geçirilmiştir. Bu kapsamda Marmaray, Kuzey Marmara Otoyolu, İstanbul Yeni Havaalanı, Yavuz Sultan Selim ve Osman Gazi ile yapımı devam eden Çanakkale 1915 köprüleri örnek verilebilir.

Türkiye'nin en büyük konteyner limanı olarak planlanan İzmir Çandarlı limanı, Mersin Ana Konteyner limanı, Filyos Limanı projesi ve Çukurova Bölgesel Havalimanı projesi ile denizyolu taşımacılığının yaygınlaşması ve bütünleşmiş ulaşım ağlarının kurulması devam etmektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2018). Ayrıca Bakü-Tiflis-Kars Demiryolu hattı, lojistik üsler, limanlar, gümrükler, serbest bölgeler ve organize sanayi bölgeleri de modernize edilerek ya da geliştirilerek hayata geçirilmektedir.

Ayrıca birçok stratejik yerde lojistik merkezlerinin kurulması planlanmakta ve bazıları da tamamlanarak faaliyetlerine başlamış; lojistik merkezleri sayesinde yaşanan dijital dönüşüme uyum sağlama noktasında lojistik altyapılar ve paydaşlar bu dönüşüme entegre olarak operasyonel süreçlerini iyileştirebileceklerdir (Karlı ve Tanyaş, 2020).

Bu girişimlerle Türkiye'nin son yıllarda lojistik altyapısına (ulaştırma ve haberleşme) yönelik gerçekleşen kamu yatırımlarında aldığı pay diğer sektörler göre daha yüksektir. Öyle ki 2020'de Türkiye'nin gerçekleştirdiği toplam yatırımların üçte biri ulaştırma ve haberleşme sektöründeki projelere ayrılmıştır (UTİKAD, 2021: 33).

Türkiye'nin lojistik ile bağlantılı olarak taşımacılık altyapısına yönelik yatırımları farklı alanlarda görülebilmektedir. Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü'nün (World Intellectual Property Organization-WIPO) her yıl yayınladığı ve en son çıkan "Dünya Fikri Mülkiyet Göstergeleri 2020" raporunda hem dünya hem de Türkiye ile ilgili dikkat çekici veriler mevcuttur. Dünya ekonomisinde Asya ülkelerinin patent başvuru sayıları, Ar-Ge harcamaları, 5G teknolojisi, yapay zekâ yatırımları gibi yeni nesil teknolojilerdeki yükselişi çok çarpıcıdır. Asya'nın yeni nesil teknolojilerdeki yükselişi bize Batı dünyasında hızlanan ve Sanayi 4.0 ile bütünleşen teknolojik dönüşümünün neden zorunlu bir ihtiyaçtan kaynaklandığını göstermektedir. Dünya genelindeki patent başvurularında ilk 20 ülke içerisinde dokuz Asya ülkesi yer alırken, Asya'nın aldığı pay 2009'da %50,9'dan 2019'da %65'e yükselmiştir (WIPO, 2020: 13). Ayrıca patent başvuruların 200-2019 arası on yıllık dönemde ortalama büyümeye katkısı dünya genelinde %5,7 iken Asya'da %8,7'i bulmaktadır. Patent başvurularında Türkiye de bir önceki yıla göre en fazla artış kaydeden ülke olarak ilk 15 ülke içerisine girmiştir. 2019 verileri kapsamında dünya fikri mülkiyet göstergelerine göre Türkiye tasarımda 7., markada 11. ve patent başvurularında 22. sırada yer almaktadır. Sadece yerleşik olanların başvurularında ise Türkiye tasarımda 6., markada 8. ve patentte 14.sırada bulunmaktadır (WIPO, 2020: 8). Söz konusu üç alanda da Çin ilk sırada yer almakta ve onu ABD izlemektedir.

Teknoloji alanına göre dünya çapında yayınlanmış patent başvuruları sayıları 2008 ile 2018 arası dikkat çekici oranda artmıştır. Dünya genelinde son yılda %80'dan fazla büyüyen patent başvurularında en fazla pay %7,3 ile bilgisayar teknolojileri olurken, en fazla büyüyen teknoloji alanları kimya ve mekanik mühendisliğidir. Türkiye, en çok patent başvurusunu taşımacılık (%8,4) sektöründe yapmıştır (WIPO, 2020: 18). Türkiye'nin taşımacılık alanında patent başarısının nitelik ve katma değer yönüyle yükseltmesi ve bu alandaki yatırımlarını sürdürmesi önem taşımaktadır.

Son yıllarda önemli yatırımlar gerçekleştirilen lojistik altyapısına rağmen Türkiye'nin halen lojistikteki yapısal sorunları çözülebilmemiş değildir. Bunların başında mevzuattan kaynaklı bürokratik sıkıntılar, lojistik şirketlerinin kurumsallaşmada zayıf kalmaları, nitelikli ve eğitilmiş işgücünün eksikliği, kombine taşımacılığın yetersizliği ve taşıma modlarının dengesiz ağırlığı gibi meseleler gelmektedir.

Örneğin taşıma modlarına göre karayolunun ülke içinde yük taşımacılığındaki oranı %87,4 iken yolcu taşımacılığında bu oran %90'ını aşmaktadır (Kalkınma Bakanlığı, 2018: 23). Deniz ve demiryolunun yük taşımacılığındaki payı ise %5-7'ler civarındadır. Dünyada karayolu taşımacılığının ortalaması %70'ler civarında yer alırken bu oran ABD için %70, AB'de %75, Polonya %85 ve Hollanda'da %40'lar seviyelerindedir (Tirport Insights, 2021: 5-6).

Karayolunun tüm sektörlerle doğrudan ve dolaylı ilişkisi, çevresel etkileri ve riskleri düşünüldüğünde taşımacılıkta diğer modların oranının artışının sağlanması önem arz etmektedir.

Türkiye’de karayolu taşımacılığında faaliyet gösteren kurumsal şirketlerin az olduğu ve ağırlığın bireysel taşımacılık tarafından yürütüldüğü bir gerçeklik söz konusu olmakla beraber lojistik sektöründe ölçek ekonomisi yakalanamadığı gibi maalesef eğitim düzeyi düşük kalmakta, araç filosu yaşlı ve atıl kapasite oldukça yüksektir (Dünya, 2019). Sektörde yaşanan nitelikli personel sorunu için genç nüfusun iyi eğitilmesi ve lojistik sektörüne yönlendirilmesi önem taşımakla beraber sektörde çalışanların motivasyon ve uzun vadeli kalıcılığı için çalışma koşullarının de iyileştirilmesi gerekmektedir (Tanyaş vd., 2011).

Öte taraftan hızla yaşanan dijitalleşme lojistik sektöründeki geleceğin işlerini ve bu işi yapacak olanların becerilerini de değiştirmektedir. Dünya Ekonomi Forumu’nun 2020’de yayınladığı “Future of Jobs” raporuna göre 2025’e kadar benimsenmesi muhtemel teknolojilerde ilk sırada bulut bilişim, büyük veri ve e-ticaret gelmektedir. Lojistik ile ilgili olan “ulaştırma ve depolama” sektöründe benimsenmesi muhtemel teknolojiler içerisinde büyük veri analitiği, bulut bilişim, yapay zekâ ve e-ticaret ile dijital ticaret ilk sırada yer almaktadır (WEF, 2020: 28,148). Ulaştırma ve depolama sektöründe en fazla talebin gerektireceği becerilerde; aktif öğrenme ve öğrenme stratejileri, karmaşık problem çözme, analitik düşünme ve inovasyon ile teknolojiyi kullanım, izleme ve kontrol gelmektedir. Sektörde en fazla talebin olduğu meslekler sırasıyla; yapay zekâ ve makine öğrenme uzmanlığı, dijital pazarlama ve strateji uzmanlığı ile veri analistliği, mimarlık, yazılım ve tedarik zinciri ile lojistik uzmanlığı gelmektedir. Sektörde ihtiyacın azalacağı meslekler içerisinde idari ve idari sekreterler, veri giriş görevlileri ve muhasebe memurları ilk sıralarda yer almaktadır (WEF, 2020: 148). Ayrıca raporda Covid-19 salgınının ulaştırma ve depolama sektöründeki şirketlerin stratejileri üzerinde önemli etkiler oluşturduğu belirtilmektedir. Buna göre salgının sektör özelinde en fazla iş süreçlerinin dijitalleşmesini hızlandırdığı ve uzaktan çalışmak için daha fazla fırsat sağlanması gerektiğini ortaya koymaktadır (WEF, 2020: 148).

5. Sonuç

Küreselleşme sürecinde; ürün tasarımlarının farklı ülkelerde gerçekleştirilmesi, üretimde kullanılan girdilerin farklı ülkelere tedarik edilmesi, girdileri sağlanan ürünlerin üretimlerinin farklı ülkelere yapılması, pazarlama ve satışlarının dünyanın farklı yerlerinde gerçekleştirilerek tüketilmesi lojistik sektörü ile mümkün olmuştur. Lojistik 4.0 da gerek şirket içi ve gerekse şirketin müşterileri ile olan karşılıklı tüm süreci kontrol etmeyi mümkün kılmakta, en düşük maliyet ve en hızlı şekilde ürünün tüketiciye ulaştırılmasına olanak sağlamaktadır.

Günümüzde ülkelerin ekonomik büyümelerini sürdürülebilir kılmaları için sanayi 4.0 kadar lojistik 4.0’ın da önemli bir yeri bulunmaktadır. Öyle ki lojistik sektöründe büyük bir dijital dönüşüm süreci başlamış durumdadır. Mevcut durumun daha iyileştirilmesini sağlayan bu gelişmeler lojistik sektöründe yeni çözümler ve olanaklar oluşturmasını gerekli kılmaktadır. Dolayısıyla akıllı üretim teknolojileri ile akıllı lojistik sistemlerine yönelik, bütünlük sağlayan entegre bir sistem oluşturulması çalışmalarını ön plana çıkarılmalıdır.

Lojistik 4.0 ile ortaya çıkan ve uygulanmaya başlayan dijital teknoloji, şirketlerin kendi içinde ve şirketler arasında yeni ağlar oluşturmasını, tedarik zincirlerini otomatikleştirmelerini ve lojistiğin önemli bir süreci olan ulaştırma sisteminin daha hızlı ve entegre bir duruma gelmesini sağlamaktadır. Ortaya çıkan bu hızlı ve entegre ağların da temel bileşenleri dijitalleşme sayesinde; akıllı paletler, konteynerler, depo yönetim sistemleri ve sürücüsüz taşıma sistemleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sistemler entegre bir şekilde uygulandığında para, bilgi ve malzeme akışlarıyla ilgili tüm süreci akıcı ve çevreyi ve dolayısıyla sürdürülebilirliği de ortaya koyarak daha verimli çalışma sürecine olanak sağlamaktadır. Sanayi 4.0 ile ortaya çıkan ve lojistik sektöründe yaygın kullanım alanı bulan, Nesnelerin interneti, siber fiziksel sistemler, akıllı fabrikalar, otonom robotlar, 3D yazıcılar, simülasyon, büyük veri ve analizi, yapay zekası, bulut teknolojisi ile büyük bir dijital dönüşüm lojistik sektöründe gerçekleşmiştir.

GSYH içerisindeki payı Türkiye’de %12 olan lojistik sektörü; küreselleşme ve teknolojik dönüşümle birlikte üretimde girdilerin sağlanması ve ürünlerin tüketicilere ulaştırılmasındaki etkisi giderek artmaktadır. Tedarik zincirinin bölgeselleşmesinde Türkiye’nin jeo-stratejik, lojistik ve üretim/imalat kapasitesiyle önemli avantajları bulunmaktadır. Küresel ekonominin başta Çin olmak üzere bağımlı olduğu Asya yoğunluklu tedarik zinciri yerine alternatif arayışında olduğu bu ortamda; Türkiye’de bu fırsatları lojistik sektöründeki teknolojik gelişmeleri yakından takip edip, sisteme dahil etme şeklinde değerlendirmelidir.

Şirketlerin operasyonel işleyişlerinden yönetim süreçlerine kadar dijitalleşmenin öncülük ettiği sanayi 4.0 ve bu bağlamda lojistik 4.0’ın faydaları muazzam etkili olmakla birlikte yeni tehdit ve riskleri de yaşantımıza getirmektedir. Dijitalleşme birçok alanda siber saldırılar gibi tehditleri gündeme getirmekte, bu anlamda teknolojinin çok yoğun olduğu dünyamızda, buna yönelik küresel yönetişimin belli bir çerçevesinin oluşturulması büyük önem taşımaktadır.

İçinde bulunduğumuz ve ne zaman sona ereceğini bilmediğimiz COVID-19 pandemisi ticari yaşamı olumsuz bir şekilde etkisi altına alırken, lojistik sektörü de bu etkilenmeden nasibini almış ve lojistik sektöründeki firmalar pandemi nedeniyle eşi görülmemiş baskıyla karşı karşıya kalmıştır. Karantina süreci ile, birçok firma alışlagelmiş perakende satış operasyonları önemli ölçüde sekteye uğrayınca e-ticarete yönelmektedir.

Küresel ekonomide e-ticaretin payının giderek yükseldiği ve lojistik operasyonların her zamankinden daha hayati olduğu bir süreçten geçiyoruz. Bu dijital dönüşüm karşısında lojistik sektörünün yeni nesil teknolojik gelişmelerle bu sürece uyum sağlaması ve çözümler geliştirmesi önem taşımaktadır. Ayrıca, aktif öğrenme ve öğrenme stratejileri, karmaşık problem çözme, analitik düşünme ve inovasyon ile teknolojiyi kullanım, izleme ve kontrol gibi işlemlerin yoğun olduğu meslek gruplarının istihdam seçeneklerinin planlamaya alınması, özellikle lojistik sektöründeki mesleklerin ön plana çıkmasını da sağlayacaktır.

Ek olarak Türkiye’nin lojistik şirketlerinin kurumsallaşmalarının gerçekleştirilmesinde hız kazandırılmaları ve eğitilmiş kalifiye işgücünün sektörde artırılması çalışmalarının yapılması ve taşıma modları içindeki karayolları lehine olan durumun taşıma maliyetlerinin düşük olduğu denizyolu ve demiryolu taşımacılığı lehine dönüştürülerek, kombine taşımacılıktaki yetersizliğin ortadan kaldırılması ve bu süreçte de teknolojik gelişmenin ve dijitalleşmenin lojistik sisteme adaptasyonunun sağlanması gerekmektedir. Son iki yılda yaşanan Covid19 pandemisinin ortaya koyduğu bir başka gerçekte, yaşamı sürdürebilmekte en önemli sektör lojistik sektörüdür.

Kaynakça

- Albers, A., Gladysz, B., Pinner, T., Butenko, V., & Stürmlinger, T. (2016). Procedure for defining the system of objectives in the initial phase of an industry 4.0 project focusing on intelligent quality control systems. *Procedia Cirp*, 52, 262-267.
- Baldwin, R. E., and Martin, P. (1999). Two waves of globalisation: superficial similarities, fundamental differences. *NBER working paper*, No. 6904.
- Barreto, L., Amaral, A., & Pereira, T. (2017). Industry 4.0 implications in logistics: an overview. *Procedia Manufacturing*, 13, 1245-1252.
- Bateman, T. (2013). Police warning after drug traffickers' cyber-attack. *BBC*. 6 Ekim.
- Chang, H. J. (2012). *Sanayileşmenin gizli tarihi*. Epos Yayınları.
- DigitalEurope. (2009). A transformational agenda for the digital age. *DigitalEurope's Vision 2020*. 10 Mayıs 2021 tarihinde <http://kigeit.org.pl/ftp/www/file/dae/DE%20V2020%20Summary%20EN.pdf> adresinden alınmıştır.
- Domingo Galindo, L. (2016). *The challenges of logistics 4.0 for the supply chain management and the information technology* (Master's thesis, NTNU).
- Dünya. (2019). ÖTV indirimi demiryolu taşımacılığına da sağlanmalı. 6 Mayıs.
- Endüstri40. (2018). *Endüstri 4.0 ile Lojistiğin Değişen Yüzü*, 15 Mayıs 2021 tarihinde <https://www.endustri40.com/endustri-4-0-ile-lojistik-degis-en-yuzu/> adresinden alınmıştır.
- Findlay, R., & O'Rourke, K. (2013). *Güç ve refah ikinci binyılda ticaret, savaş ve dünya ekonomisi*. Küre Yayınları.
- Gençosmanoğlu, Ö. T. (2014). Uluslararası ticarete tarife dışı engeller ve kullanım kısıtları: Türkiye örneği. *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı*, Doktora tezi.
- Giddens A. (1990). *The consequences of modernity*. Cambridge: Polity.
- Gilpin, R. (1987). *The political economy of international relations*. Princeton University Press.
- Gladysz, B., Pinner, T., Butenko, V., & Stürmlinger, T. (2016). Procedure for defining the system of objectives in the initial phase of an industry 4.0 project focusing on intelligent quality control systems. *Procedia Cirp*, 52, 262-267.
- Held D., & McGrew, A. (2003). *The global transformations reader: An introduction to the globalization debate*. Cambridge, Polity Press.
- Held, D., McGrew, A., & Goldblatt, D. D. & Perraton, J. (1999). *Global transformations: Politics, economics and culture*. Stanford University Press.
- Hermann, M., Pentek, T., & Otto, B. (2015). Design principles for industrie 4.0 scenarios. A Literature Review. *Technical University of Dortmund and Audi*. Working paper No. 01/2015.
- Hirst, P. Q. H., & Thompson, G. (1999). *Globalization in question*. Polity Press.
- i-Scoop. (2018). Logistics 4.0 and smart supply chain management in Industry 4.0, 20 Mayıs 2021 tarihinde <https://www.i-scoop.eu/industry-4-0/supply-chain-management-scm-logistics/> adresinden alınmıştır.
- Kagerman, H., Wahlster, W., & Helbig, J. (2013). Securing the future of German manufacturing industry: Recommendations for Implementing the Strategic Initiative Industrie 4.0, *ACATECH*. Final Report of the Industry 4.0 Working Group.
- Karlı, H., ve Tanyaş, M. (2020). Bilgi ve iletişim teknolojileri destekli yenilikçi uygulamaların lojistik merkezlere entegrasyonu. *Mersin Üniversitesi Denizcilik ve Lojistik Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 1-25.

- Keyman, F. (2017). “Küreselleşme”, içinde Ş. Kardaş & A. Balcı. (Ed). *Uluslararası ilişkilere giriş*. Küre Yayınları.
- Khandelwal, S. (2015). United airlines hacked by sophisticated hacking group. *The Hacker News*. 29 Temmuz.
- Li, C. (2018). Maersk-reinventing the shipping industry using IoT and blockchain. *Digital Initiative's*.
- Lund, S., & Bughin, J. (2019). Next-generation technologies and the future of trade. *VOX CEPR Policy Portal*.
- Maddison, A. (1962). Growth and fluctuation in the world economy, 1870-1960. *Banca Nazionale del Lavoro Quarterly Review*, 61.
- Maddison, A. (2005). *Growth and interaction in the world economy. The roots of modernity*, Washington DC. Washington, AEI Press.
- Marsh Insights. (2015). Cyber risk in the transportation industry, 20 Mayıs 2021 tarihinde <https://www.marsh.com/nz/insights/research/cyber-risk-in-the-transportation-industry.html> adresinden alınmıştır.
- Mokyr, J., and Strotz, R. H. (1998). The second industrial revolution, 1870-1914. *Storia dell'economia Mondiale*, 21945, 1.
- Novet, J. (2017). Shipping company Maersk says June cyberattack could cost it up to \$300 million. *CNBC*.
- Nurullah, G., Ünay, S., ve Dilek, Ş. (2017). *Sanayiye yeniden düşünmek: Küresel teknolojik dönüşümün dünya ve Türkiye ekonomisine yansımaları*. SETA Yayınları.
- OECD. (2017a). The next production revolution: A report for the G20, 10 Mayıs 2021 tarihinde <https://www.oecd.org/g20/summits/hamburg/the-next-production-revolution-G20-report.pdf> adresinden alınmıştır.
- OECD. (2017b). The next production revolution: Implications for governments and business, 15 Mayıs 2021 tarihinde <https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/generated/document/en/9217031e.pdf> adresinden alınmıştır.
- Park, K., and Hong, J. (2018). Millions of passengers hit in worst ever airline data hack. *Bloomberg*.
- Port of Rotterdam. (2019). Port of Rotterdam puts internet of things platform into operation, 20 Mayıs 2021 tarihinde <https://www.portofrotterdam.com/en/news-and-press-releases/port-rotterdam-puts-internet-things-platform-operation> adresinden alınmıştır.
- Research and market. (2018). Unmanned aerial vehicle (UAV) market to 2025-global analysis and forecasts by component by type and application., 23 Mayıs 2021 tarihinde https://www.researchandmarkets.com/research/vx2jd5/global_unmanned?w=5#adaptive adresinden alınmıştır.
- Rodrik, D. (2009). *Tek ekonomi tek reçete*, Efil Yayınevi.
- Savelsberg, E., Sekula, M., and Wittemeier, M. (2020). Automated vehicles: reshaping the logistics industry in 2020. *Post & Parcel*.
- Schwab, K. (2017). *The fourth industrial revolution*. Currency.
- Siemens. (2016). Endüstri 4.0 Yolunda, 26 Nisan 2021 tarihinde <https://siemens-dergi.com/pubs/Endustri40/Endustri40/Default.html#p=1> adresinden alınmıştır
- Smit, J., Kreutzer S., Moeller, C., and Carlberg, M. (2016). Policy department a: Economic and scientific policy: Industry 4.0. *European Parliament*, 28 Nisan 2021 tarihinde [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/570007/IPOL_STU\(2016\)570007_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/570007/IPOL_STU(2016)570007_EN.pdf) adresinden alındı.
- Strange, S. (1996). *The retreat of the state: The diffusion of power in the world economy*. Cambridge university press.

- Şenses, F. (2004). "Neoliberal küreselleşme kalkınma için bir fırsat mı, engel mi? İçinde Ed. S.Dedeoğlu ve T.Subaşat. (Ed). *Kalkınma ve küreselleşme*, Bağlam Yayıncılık.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2018). On birinci kalkınma planı (2019-2023): Lojistik hizmetlerin geliştirilmesi, *Özel İhtisas Komisyon Raporu*.
- Tirport Insights. (2021). TIRPORT'la 2020'ye Bakış, 2 Haziran 2021 tarihinde https://static.insights.tirport.com/pdf/001_tirport_2020.pdf adresinden alındı.
- Tanyaş, M., Erdal, M., Zorlu, F., Gürlesel, F., & Filik, F. (2011). *Türkiye lojistik master planı için strateji belgesi*. TİM Lojistik Konseyi Yayınları
- Tilly, C. (1995). Globalization threatens labor's rights. *International labor and working-class history*, 47, 1-23.
- UTİKAD. (2021). Lojistik Sektörü Raporu 2020, 25 Nisan 2021 tarihinde <https://www.utikad.org.tr/images/HizmetRapor/utikadlojistiksektoruraporu2020-53923.pdf> adresinden alınmıştır.
- Ünay, S., & Dilek, Ş. (2018). Yeni korumacılık ve ticaret savaşları. *SETA Analiz Yayınları*, No: 228.
- Weinelt, B. (2016). World Economic Forum white paper digital Transformation of industries: In collaboration with Accenture. In *World Economic Forum*.
- WIPO. (2020). *World Intellectual Property Indicators 2020*, 26 Haziran 2021 tarihinde https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_941_2020.pdf adresinden alınmıştır.
- Wittemeier, M. (2017). Drones, robots, and self driving vehicles: reshaping the logistics industry. *Inform Software*.
- World Bank. (2018). Logistics Performance Index, 20 Nisan 2021 tarihinde <https://lpi.worldbank.org/> adresinden alınmıştır.
- World Bank. (2020). Doing business 2020: Comparing business regulation in 190 economies, 20 Nisan 2021 tarihinde <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/32436> adresinden alınmıştır.
- World Economic Forum. (2020). The future of jobs report 2020, 7 Haziran 2021 tarihinde http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf adresinden alındı.
- WTO. (2018). World trade report 2018: The future of world trade: How digital technologies are transforming global commerce, 7 Mayıs 2021 tarihinde https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/world_trade_report18_e_under_em_bargo.pdf adresinden alınmıştır.
- Xu, M., David, J. M., and Kim, S. H. (2018). The fourth industrial revolution: Opportunities and challenges. *International journal of financial research*, 9(2), 90-95.

YEŞİL LİMANLAR ÜZERİNE İÇERİK ANALİZİ, 2009-2020

Özlem SANRI¹

Öz

İklim değişikliği, kuraklık, enerji kaynaklarının tüketimi gibi küresel sorunlar liman faaliyetlerinin sorgulanmasına sebep olmuştur. Liman operasyonlarının çevre, insan ve ekosistem üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla limanlar çeşitli stratejiler oluşturmaya başlamıştır. Uluslararası organizasyonların katkıları ve oluşturdukları yasal düzenlemeler ile, liman operasyonları çevreci bir bakış açısıyla yönetilmeye çalışılmaktadır. Alanyazında yeşil liman konusunda yapılan yayınlar da artmaya başlamıştır. Yeşil liman araştırmalarındaki artış göz önüne alındığında, çalışmaların içerik analizinin, alanın gelişimi için faydalı olacağı düşünülmüştür. Bu çalışma, 2009-2020 yılları arasında bilimsel dergilerde yayınlanan makalelerin bir derlemesini sunarak bu amaca katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Bulgular, yeşil liman araştırmalarında ilk odak noktasının yeşil liman politikaları, gelişimi, operasyonları ve enerji alanında olduğunu göstermektedir. Son yıllarda araştırmaların artmasıyla birlikte odak noktası daha çok yeşil liman ve enerji, gelişim stratejileri, yeşil liman pazarlaması alanına kaymıştır. Bu çalışma, yeşil liman konusundaki mevcut çalışma alanlarının belirlemeye ve araştırmaların ne yöne doğru evrildiğini göstermeye çalışmıştır. Ayrıca, çalışmanın yeşil liman ile ilgili daha fazla araştırmayı teşvik edeceği ve bu nedenle alanın ilerlemesine katkıda bulunacağı öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Limanlar, Yeşil Liman, İçerik Analizi

Jel Sınıflaması: L91, F64, Q01

A CONTENT ANALYSIS OF GREEN PORT, 2009-2020

Abstract

Global problems such as climate change, drought, consumption of energy resources have caused port activities to be questioned. In order to reduce the negative effects of port operations on the environment, people and ecosystem, ports have started to create various strategies. With the contributions of international organizations and the legal regulations they create, port operations are tried to be managed with an environmentalist perspective. In the literature, the publications on the green port have started to increase. Considering the increase in green port research, it was thought that the content analysis of the studies would be beneficial for the development of the field. This study aims to contribute to this goal by presenting a compilation of articles published in scientific journals between 2009-2020. The findings show that the primary focus in green port research is on green port policies, development, operations and energy. With the increase in research in recent years, the focus has shifted to green port and energy, development strategies, and green port marketing. This study tried to identify the current study areas on green port and to show in which direction the researches are evolving. It is also envisaged that the study will encourage further research on the green port and therefore contribute to the progress of the field.

Keywords: Ports, Green Port, Content Analysis

Jel Classification: L91, F64, Q01

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Yeditepe Üniversitesi, Ticari Bilimler Fakültesi, Lojistik Yönetimi Anabilim Dalı, ozlem.sanri@yeditepe.edu.tr , ORCID: 0000-0002-9788-6594

1. Giriş

Limanlar uğrak yapan gemilere yükleme boşaltma hizmetlerinin verildiği, yüklerin istiflenip depolandığı, entegre lojistik hizmetlerinin sunulduğu noktalardır (Stopford, 2009; Esmer, 2019). Uluslararası ticarete konu olan malların yüzde 90'ının denizyolu taşımacılığıyla (OECD, 2011) ulaştırıldığı düşünüldüğünde limanlar için uluslararası ticaretin geçit noktaları olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Limanlar aynı zamanda ülke ekonomisine döviz girişi sağlayan ve istihdam yaratan yerlerdir. Küresel tedarik zincirinin önemli halkalarından biri olan limanlar son yıllarda müşteri ve paydaşlardan gelen talepler doğrultusunda dönüşmeye başlamıştır. Katma değerli hizmetlerin verilmeye başlandığı birer lojistik üs olan limanlar diğer taraftan ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik çalışmalarına da yer vermektedir. Özellikle gemi ve liman kaynaklı olumsuz çevresel riskleri bertaraf edebilmek ve gelecek nesillere daha yaşanabilir bir Dünya bırakılabilmesi için yeşil liman kavramı doğmuştur.

Yeşil liman kavramı için farklı tanımlamalar mevcuttur. Genel olarak liman faaliyetlerinde çevreye, iklime ve ekosisteme duyarlı, sürdürülebilir stratejiler kullanan liman yeşil liman olarak ifade edilebilir. Yeşil liman kavramını açıklayan üç boyut; gemi kaynaklı emisyonlar, liman aktiviteleri ve hinterland ulaştırması olarak belirlenmiştir (OECD, 2011). Uluslararası organizasyonlar yayınladıkları yasal düzenlemelerle kavramın gelişmesine katkı sağlamaktadır. Örneğin Uluslararası Denizcilik Örgütü (IMO), “Denizlerin Gemiler Tarafından Kirletilmesinin Önlenmesine Dair Uluslararası Sözleşme” (MARPOL) ile 1973 yılından itibaren gemi kaynaklı deniz kirliliğinin önüne geçmektedir. Diğer taraftan 2020 yılından itibaren gemilerin akaryakıtlarının sülfür içeriği üst sınırı yüzde 3,5'dan yüzde 0,5'e düşürülmüştür. Bu sayede gemilerden kaynaklanan kükürt oksit miktarı önemli ölçüde azalmıştır.

Alanyazında yeşil liman ve sürdürülebilirlik konusunda yapılan az sayıda literatür taraması çalışması mevcuttur. Örneğin Bucak ve Kuleyin (2016), 2007-2016 yıllarını kapsayan bir inceleme yaparak yeşil limanın kavramsallaştırılması, model oluşturması ve yöntem geliştirme alanlarında eksiklikler tespit etmiştir. Özispa ve Arabelen (2018), 1987-2017 yılları arasında liman sürdürülebilirliği konusunda alanyazınını incelemiştir. Liman sürdürülebilirliği ile ilgili alanyazında sınırlı sayıda çalışma olduğu ortaya konulmuştur. Davarzani vd. (2015), alanyazın araştırmasında odaklanılan konuların emisyonların azaltılması, eko verimlilik, çevre düzenleme politikaları üzerine olduğunu belirlemiştir.

Bu çalışma ile 2009-2020 yılları arasında yeşil liman konusuna odaklanan akademik makaleler içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. İçerik analizi bir çok disiplinde tercih edilen yöntemlerden birisidir. Alanyazındaki nitel içeriği analiz etmek için özetleyici içerik analizi yaklaşımı kullanılmıştır. Akademik makaleler “Web of Science” veritabanı kullanılarak belirlenmiştir. Verilerin tutarlı bir şekilde kodlanmasını sağlamak için araştırma yöntemi kısmında belirtilen kriterler kullanılmıştır.

Çalışmaya yalnızca bilimsel dergilerde yayımlanan makaleler dahil edilirken sözlü bildiri, kitap bölümü ve tez gibi diğer kaynaklar araştırmaya dahil edilmemiştir. Sonuç olarak 23 makale incelemeye konu olmuş, incelenen makaleler alt konu unsurlarına göre ayrıştırılarak, frekans analizi gerçekleştirilmiştir. Ayrıca kullanılan araştırma yöntemleri sıralanmıştır.

Bulgular sonucunda ağırlıklı olarak denizcilik ve ulaştırma dergilerinde çalışmaların yayınlandığı gözlemlenmiştir. 2009-2014 yılını kapsayan beş yıllık zaman dilimi içerisinde yeşil liman gelişimi ve operasyonları ve enerji yönetimi konuları eşit ağırlıkta dağılırken ikinci beş yıllık dönemde ise bu konuların yanı sıra yeşil liman ve pazarlama konusununda araştırmalara dahil edildiği görülmektedir.

Bu makalenin geri kalanı şu şekilde organize edilmiştir. Kavramsal çerçeve kapsamında limanlar ve fonksiyonları hakkında bilgi verildikten sonra yeşil limanın yasal çerçevesi hakkında bilgiler paylaşılmıştır. İkinci bölümde alanyazın taraması yapılmıştır. Takip eden bölümde araştırma yöntemi anlatıldıktan sonra bulgular ve tartışma başlığında araştırmanın sonuçları paylaşılmıştır. Son bölümde araştırmanın sınırlılıkları ve gelecekteki araştırmalar için öneriler sunulmuştur.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Limanlar ve Limanların Fonksiyonları

Denizyolu taşımacılığı uluslararası yüklerin bir noktadan başka bir noktaya hareket ettirilmesinde ağırlıklı olarak kullanılan taşıma modudur. Uluslararası ticarete konu olan yüklerin yaklaşık yüzde 90'ı gemilerle taşınmaktadır. Ayrıca birçok ülkede yurtiçi yük ve yolcu taşımacılığı denizler aracılığıyla yapılmaktadır. Yük ve yolcu taşımacılığını içeren denizyolu taşımacılığı beş kategoriye ayrılmaktadır (OECD, 2011):

- Uzak mesafe denizyolu taşımacılığı; çoğunlukla kıtalar arası,
- Kısa mesafe denizyolu taşımacılığı; yakın denizler veya kıyılar arası,
- İç su yolu taşımacılığı; mavnalar ve gemilerle nehir, göl ve kanallarda,
- Feribotlar,
- Kruvaziyer taşımacılık.

Denizyolu taşımacılığının tarihi antik çağlara dayanmaktadır. Tarih boyunca ticarete hizmet eden denizyolu taşımacılığı, limanlar sayesinde yüklerin sahiplerine ulaşmasını sağlayan önemli noktalar olmuşlardır. Eski çağlarda limanlar gemileri rüzgar, akıntı, dalga gibi olumsuz etkenlerden koruyan bir koruyucu görevi görürken (Esmer, 2019), günümüzde katma değerli hizmetlerin verildiği lojistik merkezlerine dönüşmüştür. Günümüzde küreselleşme, artan dış ticaret, dış kaynak kullanımı, düşük maliyetli üretim, hammadde ve depolama avantajlarından faydalanmak isteyen işletmeler rotalarını yabancı pazarlara çevirmiştir. Bu sebeple taşımacılık maliyetlerinin düşürülmesi önem kazanmış, limancılık faaliyetlerinin etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmesi ön plana çıkmıştır.

Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlüğe göre liman: “*gemilerin barınmalarına, yük alıp boşaltmalarına, yolcu indirip bindirmelerine yarayan doğal veya yapay sığınak*”.

Esmer'e göre (2019) ise liman: “*gemilerin yanaştığı, yüklerin taşıma modunun değiştirildiği ve yüklere lojistik hizmetlerin verildiği kıyı tesisidir*”. Stopford'a göre (2009) ise liman, kargoyu yüklemek ve boşaltmak için gemilerin yanaştığı genellikle bir koy veya nehir ağzı gibi korunaklı derin su alanına sahip coğrafi bir bölgedir.

Bu çalışmanın amacı yük limanlarında yeşil liman kavramını incelemek olduğundan yolcu limanları değerlendirmeye alınmamıştır. Bu tanımlardan anlaşılacağı üzere limanlar yük ve yolculara yönelik hizmetler veren, uğrak yapan gemilerin barınma ve yük elleçleme faaliyetlerini gerçekleştiren ve taşıma modları arasında akışın sağlandığı alanlardır. Limanlar dış ticaret paydaşlarına, armatörlere, gemi operatörlerine kısacası tüm müşterilerine hizmet verirken aynı zamanda müşteri beklentilerini karşılayabilmek için katma değerli lojistik hizmetleri de üretmektedirler.

Limanlar çok çeşitli fonksiyonları yerine getirmektedir. Limanların en temel fonksiyonları gemilere korunaklı bir sığınak sağlamak ve dalga, akıntı, fırtına gibi olumsuz koşullardan koruması (1); uğrak yapan gemilere yükleme ve boşaltma hizmetleri verilmesi (2); yükleri istifleme ve depolama ve aktarma gibi liman operasyonlarıyla entegre lojistik hizmetleri sunulması (3) olarak sıralanmaktadır (Stopford, 2009; Esmer, 2019). Özellikle yüklerin müşterilerin istediği yere ulaştırılması hususunda limanların demiryolu, karayolu, havayolu gibi farklı taşımacılık modlarıyla bağlantısı liman rekabetçiliğinde önem kazanmıştır.

Dinamik bir sektör olan denizyolu taşımacılığında artan dış ticaret hacmiyle birlikte gemi tonajları büyümüştür. Bu sebeple büyük tonajlı gemilere hizmet verebilmek için daha derin ve yüksek hacimdeki yüklerin elleçleme operasyonlarını gerçekleştirebilecek terminaller inşa edilmiştir. Liman geliştirme olarak ifade edilen dönüşümle, limanlar yaşanan değişimlere adapte olmaktadır. Çünkü yeni nesil gemilere hizmet verilebilmesi için liman baseninin taraması, yük elleçleme ekipmanlarının yenilenmesi gibi bir dizi yatırım gerekmektedir. Dolayısıyla limanlarda inşaat ve yenilenme çalışmaları sürekli devam etmektedir (Esmer, 2019).

Stopford (2009) liman tiplerini dört şekilde sınıflandırmıştır. Buna göre;

- Küçük yerel limanlar: Çoğunlukla gelişmekte olan ülkelerde ya da gelişmiş ülkelerin kırsal kesimlerinde olan liman tipidir. Kısa mesafe taşımacılık yapan gemilere hizmet vermektedir. Ticaret hacmi küçük olduğundan, liman az sayıda, temel ekipmanlara sahiptir.
- Büyük yerel limanlar: Yük hacminin artmasıyla daha fazla yatırım yapıldığı limanlardır. Derinliğin daha fazla olduğu terminallere sahiptir. Daha büyük tonajdaki gemilere hizmet vermektedir (örneğin 35.000 detveyte (dwt) kadar).
- Büyük bölgesel liman: Uzak mesafe taşımacılık yapan gemilerin yüksek hacimdeki yüklerine hizmet vermektedir. İhtisaslaşmış terminalleri bulunmaktadır. Palet, konteyner gibi birleştirilmiş yüklerin elleçleme ve depolamasını üstlenmektedir. 60.000 dwt ve üzeri gemilere hizmet vermektedir.
- Bölgesel dağıtım merkezi: Çok büyük tonajlı gemilerin yüklerine dağıtım merkezi olarak hizmet vermektedir. Rotterdam, Hong Kong, Singapur limanları örnek olarak gösterilebilir.
- Her terminal belirli bir yükte ihtisaslaşmıştır (örneğin konteyner terminali, dökme yük terminali gibi). Aktarma merkezi olarak çalışarak gelen yüklerin mavnalar, demiryolu veya karayoluyla son varış noktasına ulaştırılması sağlanmaktadır.

Limanların ülke ekonomisine katkısını analiz edilmesine yönelik akademik yazında çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Berköz ve Tekba (1999), limanların bulunduğu illerin Gayri Safi Milli Geliri ile liman uzunluğu, toplam yük, ihracat ve ithalat, gemi uğrak sayısı, çalışan sayısı ve stok kapasitesi arasındaki ilişkileri analiz etmek için çoklu regresyon analizi yapmıştır. Çalışma sonucunda toplam yük ihracatının ve ithalatının ve gemi uğraklarının şehirlerin gayri safi milli gelirleri ile yüksek oranda ilişkili olduğu belirlenmiştir. Ferrari vd. (2010) limanlar ile istihdam arasında ilişkiyi ekonometrik analiz yöntemiyle ölçümleyerek bölgesel kalkınma ile arasında pozitif yönlü ilişki tespit etmiştir. Cong vd. (2020) 2000-2016 yılları arasında Çin'deki 16 liman şehri ile şehir ekonomisi arasındaki ilişkiyi panel data analiz yöntemiyle incelemiştir. Çalışma sonucunda, liman iş hacminin Gayri Safi Yurtiçi Hasıla üzerinde önemli bir etki yarattığı belirlenmiştir.

Akademik yazında çalışmalar incelendiğinde limanların etkileri dört başlık altında toplandığı görülmektedir (Ferrari vd., 2010):

- Doğrudan etki; limanın doğrudan inşası ve işletilmesi sonucu ortaya çıkan gelir ve istihdamdır.
- Dolaylı etki; mal ve hizmet tedarikçileri zincirinin ürettiği istihdam ve gelirdir.
- Uyarılmış etki; doğrudan ve dolaylı etkiler tarafından yaratılan çalışanların gelirlerinin harcanmasından elde edilen istihdam ve gelirdir.
- Katalitik etki; limanın verimlilik artışının itici gücü ve ardından yeni firmaların çekicisi olarak oynadığı rolün yarattığı istihdam ve gelirdir.

Görüldüğü üzere limanların hem bölgesel hem de ulusal anlamda ülkelerin ekonomik kalkınmasına, istihdamına, döviz girdisine önemli katkıları bulunmaktadır. Bu katkıların artırılması amacıyla limanlar müşteri istek ve taleplerine uygun olarak dönüşmekte ve birer lojistik üs olarak hizmet vermektedir. Tedarik zincirinin önemli bir halkası olan limanlar ülkemizde de son yıllarda yapılan özelleştirme programları sonucunda yüksek performans ve artan hizmet kalitesiyle operasyonlarını sürdürmeye devam etmektedir.

2.2 Yeşil Limanın Yasal Çerçevesi

Uluslararası arenada yeşil liman konseptini desteklemek amacıyla çeşitli örgütlerin düzenlemeleri bulunmaktadır. Uluslararası Denizcilik Örgütü (IMO) Birleşmiş Milletler ajansı olarak işbirliği ile denizlerde güvenli, emniyetli, temiz ve sürdürülebilir ulaştırmayı desteklemektedir.

1973 yılında imzalanan “Denizlerin Gemiler Tarafından Kirletilmesinin Önlenmesine Dair Uluslararası Sözleşme” (MARPOL) çerçevesinde deniz çevresinin korunmasına katkı sağlamaktadır. Türkiye'nin 1990 yılında taraf olduğu bu sözleşme ile gemilerden kaynaklanan, atık, pis su, hava kirliliği, tehlikeli madde taşınmasına ilişkin kurallar ortaya konmuştur.

2018'de IMO'nun Deniz Çevre Koruma Komitesinin (MEPC) 72. oturumunda, IMO gönüllü olarak gemilerden kaynaklanan sera gazı emisyonlarının azaltılmasına ilişkin bir başlangıç stratejisi benimsemiştir ve gemilerden kaynaklanan sera gazı emisyonlarını azaltma planını belirlemiştir. Başlangıç stratejisinin temel hedefleri şunlardır (Bradley ve Hoyland, 2020):

- Gemilerin karbon yoğunluğunu azaltmak;
- 2008 seviyelerine kıyasla uluslararası taşımacılığın karbon yoğunluğunu 2030 yılına kadar % 40 azaltmak;
- Bu azalmayı 2050'ye kadar % 70'e çıkarmak;
- Yine 2008 seviyelerine kıyasla uluslararası taşımacılıktan kaynaklanan sera gazı emisyonlarını 2050 yılına kadar en az % 50 azaltmak;
- Sera gazı emisyonlarının mümkün olan en kısa sürede aşamalı olarak kaldırılması (2100'e kadar).

Yukarıda sayılan stratejilere uyumlu olarak, gemilerin yüzde 3 daha düşük kükürtlü akaryakıt kullanması zorunluluğu getirilmiştir. Deniz taşımacılığında kaynaklanan çevre ve insan sağlığına verilen zararı azaltmak amacıyla 2020 yılından itibaren %0.50 m/m küresel kükürt üst sınır olarak belirlenmiştir.

Avrupa Birliği Beyaz Kitap (2011) sürdürülebilir bir taşımacılık sistemi hedefiyle kaynakların etkin ve verimli kullanılmasının altını çizmiştir. Bu hedefle taşımacılıkta daha az ve temiz yakıt kaynaklarının kullanılması ve enerji kaynaklarının çevreye olan negatif etkilerinin azaltılması gerektiği belirtilmiştir. Denizyolu taşımacılığı özelinde ise yüksek güvenlik ve emniyet standartları, çevrenin korunması, çalışma şartlarının iyileştirilmesi ve korsanlık faaliyetlerinin ortadan kaldırılması için uluslararası organizasyonlar ve Uluslararası Denizcilik Örgütü (IMO) ile ortak yapılması gerekenler sıralanmıştır. Bu bağlamda 2050 yılına kadar deniz yolu taşımacılığı kaynaklı sera gazı emisyonlarının 2005 yılına göre yüzde 40 oranında azaltılması hedeflenmiştir (Avrupa Komisyonu, 2011). Avrupa Birliği 2014/94 direktifine göre, kıyı tarafındaki elektrik tesisleri, özellikle hava kalitesinin veya gürültü seviyelerinin zayıf olduğu limanlarda temiz güç kaynağı olarak deniz ve iç su yolu taşımacılığına hizmet edebileceği belirtilmiştir. Bu amaçla 2025 yılına kadar üye ülke limanlarına elektrik tedarik noktaları kurulması hedeflenmektedir. Gemi kaynaklı sulfur içeriğini azaltmak amacıyla, yakıt olarak LNG kullanımının teşvik edilmesi direktif de belirtilen bir diğer strateji olarak yer almıştır.

1993 yılında kurulan Avrupa Deniz Limanları Örgütü (ESPO), Avrupa limanları, Avrupa kurumları ve kural koyucular arasında ana arayüz olarak çalışmaktadır. Avrupa liman sektörünün temel çevresel girişimi olan EcoPorts ise 2011 yılından itibaren ESPO ile tam entegre olarak görev yapmaktadır.

EcoPorts'un temel amacı limanlar arasında çevre koruması bilincinin işbirliği ve bilgi paylaşımı ile yaygınlaştırılması ve çevresel yönetimin geliştirilmesidir. Avrupa Deniz Liman Örgütü (ESPO) tarafından 1996 yılından itibaren yapılan anket çalışmalarına göre limanların çevresel önceliklerini gösteren değişkenler tarih içerisinde değişmektedir.

Şekil 1'e göre, 2020 yılı önceliklerinde; hava kalitesi birinci sırada yer alırken, sırasıyla iklim değişikliği, enerji verimliliği, gürültü, yerel toplumla ilişki, gemi atığı, su kalitesi, liman atığı, tarama faaliyetleri, liman geliştirme sıralanmıştır.

	1996	2004	2009	2013	2016	2017	2018	2019	2020
1	Liman geliştirme (deniz)	Liman atığı	Gürültü	Hava kalitesi	Hava kalitesi	Hava kalitesi	Hava kalitesi	Hava kalitesi	Hava kalitesi
2	Su kalitesi	Tarama faaliyetleri	Hava kalitesi	Liman atığı	Enerji tüketimi	Enerji tüketimi	Enerji tüketimi	Enerji tüketimi	İklim değişimi
3	Tarama bertarafı	Tarama bertarafı	Liman atığı	Enerji tüketimi	Gürültü	Gürültü	Gürültü	İklim değişimi	Enerji verimliliği*
4	Tarama faaliyetleri	Toz	Tarama faaliyetleri	Gürültü	Yerel toplumla ilişki	Su kalitesi	Yerel toplumla ilişki	Gürültü	Gürültü
5	Toz	Gürültü	Tarama bertarafı	Gemi atığı	İ iman atığı	Tarama faaliyetleri	Gemi atığı	Yerel toplumla ilişki	Yerel toplumla ilişki
6	Liman geliştirme (arazi)	Hava kalitesi	Yerel toplumla ilişki	Yerel toplumla ilişki	Gemi atığı	Liman atığı	Liman geliştirme (arazi)	Gemi atığı	Gemi atığı
7	Kirlenmiş arazi	Tehlikeli yük	Enerji tüketimi	Tarama faaliyetleri	Liman geliştirme (arazi)	Liman geliştirme (arazi)	İklim değişimi	Liman atığı	Su kalitesi
8	Doğal ortam kaybı/bozulma	Yakıt ikmali	Toz	Toz	Su kalitesi	Yerel toplumla ilişki	Su kalitesi	Liman geliştirme (arazi)	Liman atığı
9	Trafik hacmi	Liman geliştirme (arazi)	Liman geliştirme (deniz)	Liman geliştirme (arazi)	Toz	Gemi atığı	Tarama faaliyetleri	Tarama faaliyetleri	Tarama faaliyetleri
10	Endüstriyel atık	Gemi tabliyesi	Liman geliştirme (arazi)	Su kalitesi	Tarama faaliyetleri	İklim değişimi	Liman atığı	Su kalitesi	Liman geliştirme (arazi)

Şekil 1: Liman Sektöründe Çevresel Öncelikler (1996-2020)

Kaynak: ESPO Environmental Report 2020, 2020.

Uluslararası Limanlar Birliği (International Association of Ports and Harbors-IAPH) 1955 yılında kurulmuştur. Günümüzde 90 ülkeden 180 liman ve yaklaşık 140 limanla ilgili işletmeleri temsil eden birliğin üye limanları dünya deniz yolu taşımacılığının yüzde 60'ını, dünya konteyner trafiğinin ise yaklaşık yüzde 80'ini elleçlemektedir. Merkezi Japonya'da olan birlik aynı zamanda dünya liman endüstrisinin sesini temsil eden tek uluslararası kuruluş olarak tanınmaktadır. IAPH, beş Birleşmiş Milletler (BM) uzman kuruluşlarından ve bir hükümetler arası kuruluş olan Sivil Toplum Örgütü (STK) olarak Danışmanlık Statüsü almıştır. 2017 yılında IAPH, Dünya Limanları Sürdürülebilirlik Programı'nı oluşturmaya karar vermiştir.

Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Programı'nın 17 hedefi rehberliğinde program, dünya çapındaki limanların gelecekteki sürdürülebilirlik çabalarını geliştirmek ve koordine etmek ve tedarik zincirindeki ortaklarla uluslararası işbirliğini teşvik etmek istemektedir (WSP, 2018).

Amerikan Liman Otoriteleri Birliği (AAPA), Avrupa Deniz Limanları Örgütü (ESPO), Uluslararası Şehirler ve Limanlar Birliği (AIVP) ve Dünya Suyolu Taşımacılık Altyapısı Birliği (PIANC), Dünya Limanları Sürdürülebilirliği Programı'nın stratejik ortakları olarak yer almaktadır.

Amerikan Liman Otoriteleri Birliği (AAPA) Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Karayipler ve Latin Amerika'daki 130 liman idaresini temsil etmektedir.

Üye limanlar arasında güvenlik, ticaret, altyapı ve çevre yönetimi alanlarında ortak ilgi alanlarını teşvik etmeye çalışmaktadır. Bu amaçla AAPA üyesi limanlar çevreyi korumak, dizel emisyonları azaltmak, sürdürülebilir tortu uygulamaları ve yağmur suyu akışından kaynaklanan kirleticileri azaltmak için biyofiltrasyon sistemleri uygulaması gibi ortak projeler geliştirmektedir (AAPA, 2019).

Türkiye'nin Onbirinci Kalkınma Planı (2019-2023) 510. Maddesine göre, ülkemizdeki kamu ve özel sektör liman yatırımlarının bütüncül bir bakış açısıyla koordine edileceği ve çevreye duyarlı, sürdürülebilir liman uygulamaları yaygınlaştırılacağı belirtilmiştir. Diğer taraftan liman kaynaklı çevre kirliliğinin azaltılması ya da giderilmesi ve iş güvenliğinin artırılması için çevreye duyarlı limanların kazandırılması amacıyla Denizcilik Genel Müdürlüğü tarafından "Yeşil Liman" projesi hayata geçirilmiştir. Başvuruda bulunacak limanın TS EN ISO 9001 "Kalite Yönetim Sistemi", TS EN ISO 14001 "Çevre Yönetim Sistemi", TS 18001 "İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi" belgelendirme şartları ve ayrıca aşağıda belirtilen kriterleri karşılaması beklenmektedir:

- Genel hususlar,
- Çevre yönetimi ile ilgili sağlanması gereken hususlar,
- İş sağlığı ve güvenliği ile ilgili sağlanması gereken hususlar,
- Tehlikeli yüklerin elleçlenmesi, ambalajlanması, depolanması ile ilgili sağlanması gereken hususlar.

Yeşil liman politikası altı temel program bileşeni içermektedir. Bu bileşenler şu şekilde açıklanmaktadır (TÜRKLİM, 2018):

- Doğal yaşam; ekosistemi ve deniz tabiatını korumak ve iyileştirmek,
- Hava; Liman aktivitelerinin neden olduğu zararlı emisyonları azaltmak,
- Su; Liman ve kıyı suların temizliğini sağlamak,
- Toprak ve sedimentler; liman bölgesindeki kirli toprakların temizlenmesini sağlamak,
- Paydaşların eğitimi; Liman çevresi paydaşlarının liman operasyonlarının ve çevresel programlara yönelik işbirliği ve eğitimini gerçekleştirmek,
- Sürdürülebilirlik; Liman içi yapı tasarım, operasyon ve yönetim uygulamalarını gerçekleştirmektir.

Proje kapsamında bu zamana kadar "Yeşil Liman" sertifikası almaya hak kazanan limanlar arasında Aksa Limanı, Altıntel Limanı, Bodrum Kruvaziyer Limanı, Borusan Limanı, Egeport, Evyapport, Hopaport, Kumport, Limakport, Limaş, Mardaş, Marport, Petkim Limanı, Solventaş, Asyaport ve Port Akdeniz, Yılport ve Samsun Limanı yer almaktadır.

3. Alanyazın Taraması

Limanların ülke ekonomisi ve bulunduğu bölgeye olan ekonomik ve sosyal katkıları liman çalışmalarına olan ilgiyi arttırmıştır.

Diğer taraftan sürdürülebilir kalkınma kavramının ön plana çıkmasıyla birlikte tedarik zincirinde çevresel, ekonomik ve sosyal faktörlerin incelenmeye başladığı araştırmalar da yoğunlaşmıştır. Sürdürülebilirlik, Brundtland Komisyonuna göre (1987); “*gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama yeteneklerinden ödün vermeden günümüzün ihtiyaçlarını karşılayan kalkınma*” olarak tanımlanmıştır.

Değişen işletmecilik çevresi ve artan dış ticaret hacmi ile birlikte tedarik zincirleriyle operasyonlarını entegre eden limanlarda sürdürülebilirlik çalışmaları dikkat çekmeye başlamıştır. Genişleyen ve sundukları hizmetleri çeşitlendiren limanlar aynı zamanda çevre kirliliğine sebep olmaktadır (Lim vd., 2019). Sürdürülebilir limanlar emniyetli, enerji kaynaklarının verimli kullanıldığı, çevre dostu, topluma karşı sorumlulukları olan, iç ve dış paydaşlarıyla açık bir iletişim kuran yaklaşımlara odaklanırken aynı zamanda karlılıklarını maksimuma çıkarmaya çalışan limanlar olarak açıklanmaktadır (AAPA, 2019; Lim vd., 2019). Denктаş-Şakar ve Karataş-Çetin (2012) ise sürdürülebilir limanları; “*insan ve doğal kaynakları korurken, limanın ve paydaşlarının mevcut ve gelecekteki ihtiyaçlarını karşılayan iş stratejileri ve faaliyetleri*” olarak tanımlamıştır. Akademik yazına göre, denizyolu taşımacılığının uluslararası ticaretteki payının artması ve tedarik zincirindeki operasyonların entegre olmasıyla beraber liman operasyonları çeşitlenmiştir. Sürdürülebilirlik kavramıyla, limanlarda kaynakların etkin ve verimli kullanılması, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını göz önünde bulundurulması, çevreye olan etkilerin minimuma indirilmesi ve paydaşlarla olan ilişkilerin şeffaf ve adil olması ihtiyacını doğurmuştur.

Limanlar planlamalarında ve operasyonlarında meydana getirdikleri olumsuz etkileri bertaraf edebilmek için sürdürülebilir çözümler geliştirmektedir. Araştırmalarda liman sürdürülebilirliğinin üç temel boyutu olduğu belirtilmiştir (Denктаş-Şakar ve Karataş-Çetin, 2012; Sislian vd., 2016; Lam ve Li, 2019):

- Ekonomik boyut: yatırım getirisi, liman alanının etkin ve verimli kullanımı, işletmelerin performanslarını en üst düzeye çıkarması için uygun tesislerin sağlanması gibi operasyonel verimliliği sağlamak için toplanan geliri yeniden yatırım yapmak için kullanmak.
- Sosyal boyut: limanların istihdama doğrudan katkısı ve limana bağlı gerçekleşen aktiviteler (dolaylı istihdam, liman ve şehir arasındaki etkileşim, bilgi gelişimine ve eğitime katkı, limanı çevreleyen alanın yaşanabilirliği) gibi liman faaliyetlerinin toplum üzerindeki negatif etkilerini azaltmak.
- Çevresel boyut: gürültü kirliliği, hava kalitesi, tarama faaliyetleri ve tarama bertarafı gibi geçerli tüm düzenlemelere ve çevre standartlarına uygun hareket etmek.

“Yeşil Liman” kavramı ise, denizcilik endüstrisiyle ilgili tüm aktivitelerde sürdürülebilirlik araştırmaları üzerine yoğunlaşılması sonucunda gelişmiştir (Badurina vd., 2017). Satır ve Doğan-Sağlamtimur’a göre (2018), liman aktivitelerinde, operasyonlarında ve yönetiminde çevre dostu yöntemler kullanan limanlar yeşil liman olarak tanımlanmıştır. Köseoğlu ve Solmaz (2020), yeşil limanı, limanların sürdürülebilir ve iklime duyarlı aktiviteler ve stratejiler benimsemesi olarak tanımlamıştır. Badurina vd. (2017), sürdürülebilir ve çevre dostu limanları yeşil liman olarak ifade etmiştir.

T.C Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı yeşil liman çalışmaları ile vatandaşların sağlıklı bir çevrede hayatlarını sürdürmesi açısından önemli katkılar sağlayacağını belirtmiştir. Yeşil liman kaynakları etkin ve verimli kullanan, bulunduğu çevreye olumsuz etkileri azaltan, çevre yönetimi uygulamaları geliştirmeye çalışırken aynı zamanda liman alanının doğal çevresini geliştirmeyi de amaçlamaktadır (Satır ve Doğan-Sağlamtimur, 2018).

OECD (2011) Raporu'na göre, yeşil liman kavramını açıklayan üç boyut bulunmaktadır. Bu boyutlar şu şekilde sıralanmaktadır: (1) gemi kaynaklı emisyonlar; (2) liman aktiviteleri; (3) hinterland ulaştırması. Amerikan Liman Otoriteleri Birliği'nin yayınladığı rapora dayanarak Bailey ve Solomon (2004) limanların çevreye verdiği zararlı etkileri şu şekilde özetlemiştir:

- Duman ve partikül kirliliği de dahil olmak üzere liman operasyonlarından kaynaklanan hava kirliliği.
- Sulak alanların kaybı veya bozulması.
- Balıkçılık ve nesli tükenmekte olan türlerin yok olması.
- Atık su ve yağmur suyu tahliyesi.
- Kültürel kaynak kaybı.
- Ciddi trafik sıkışıklığı.
- Gürültü ve ışık kirliliği.
- Sızdıran depolama tankları.
- Kimyasal depolama veya fümigasyon faaliyetlerinden kaynaklanan hava salınımı.
- Katı ve tehlikeli atık oluşumu.
- Toprak akışı ve erozyon.

Gemi kaynaklı emisyonlar iklim değişikliği ve yerel hava kirliliğine sebep olan sera gazlarıdır. Kükürt oksitler (SO_x), azot oksitler (NO_x) ve partikül maddeler atmosferin ısınmasına sebep olan sera gazları arasında yer almaktadır. Denizcilik emisyonlarının küresel antropojenik emisyonlardaki payı 2012'de% 2,76'dan 2018'de% 2,8'e yükselmiştir (Healy, 2020). Dünya Denizcilik Örgütü (IMO) 2050 yılı için denizcilikten kaynaklanan sera gazı emisyonlarının en az yüzde 50 oranında azaltılmasını hedeflemektedir. Bu hedefi gerçekleştirmek için gemi başına yaklaşık yüzde 85 karbondioksit düşüşü gerekmektedir (IMO, 2018).

Sera gazı emisyonu kaynağı olarak gemi tipleri kıyaslandığında en fazla konteyner gemilerinden, dökme yük gemilerinden ve petrol tankerlerinden geldiği anlaşılmaktadır (Mallouppas ve Yfantis, 2021).Bu emisyonların çoğu denizde meydana gelse de, ulaştırma emisyonlarının doğrudan fark edilen kısmı liman bölgelerinde ve liman kentlerinde gerçekleşmektedir. Bu sebeple, ulaştırma emisyonlarının doğrudan insan sağlığı üzerine olumsuz etkilerinin olduğu yer de limanlardır. Limanlardaki azot oksit ve karbondiyoksit emisyonları bronşiotik semptomlarla ilişkilendirilirken, kükürt oksit emisyonlarına maruz kalanlarda solunum sorunları ve erken doğumlar rapor edilmiştir.

Los Angeles İl Sağlık Araştırması'ndan elde edilen veriler, Los Angeles Limanı'na yakın olan Long Beach sakinlerinin Los Angeles'taki diğer sakinlere kıyasla daha yüksek astım, koroner kalp hastalığı ve depresyon riski yaşadığını ortaya koymaktadır.

Küresel ölçekte ise, ulaştırma ile ilgili partikül madde emisyonlarına bağlı yılda yaklaşık 60.000 kardiyopulmoner ölüm ve akciğer kanserine bağlı ölümler olduğu ve bu ölümlerin çoğunun Avrupa, Doğu Asya ve Güney Asya'da kıyı şeridinde meydana geldiği belirlenmiştir (Merk, 2014). Liu vd. (2016), yaptıkları araştırma sonucunda, Doğu Asya'nın özellikle kıyı bölgelerinde gemi emisyonlarına bağlı yılda 24.000'den fazla prematüre ölüm gerçekleştiğini tespit etmiştir. Wan vd. (2021), ekonomik faydalar göz önüne alındığında, gemi kaynaklı emisyonları azaltmada düşük kükürtlü yakıt kullanımının karbondioksit ve kükürtdioksit oranını azaltmasından ötürü en iyi performans gösteren strateji olarak önermektedir.

OECD raporuna göre ikinci faktör olan liman aktiviteleri arasında yüklerin yüklenmesi ve boşaltılması, tarama faaliyetleri, balast suyu tahliyesi gibi işlemler yer almaktadır. Bu faaliyetler sonucunda kıyı suları ve hakim ekolojik çevre etkilenmektedir. Özellikle tarama ve yükleme boşaltma aktiviteleri sonucunda herhangi bir besin kaynağı (örneğin gübre) veya kirlenici maddeler (örneğin, kömür veya petrokimyasallardan gelen ağır metaller, tarama faaliyeti sırasında askıda katı maddelerde artış gibi) ile suyun bir veya daha fazla özelliği değişmektedir. Bunun sonucunda ise plankton büyümesini engelleme veya büyümesine yardımcı olma durumu ortaya çıkmaktadır. Balast suyu tahliyesi ile de yerli olmayan plankton türlerinin o bölge sularına karışmasına sebep olmaktadır (Shaikh vd., 2021).

Liman aktiviteleri sonucu ortaya çıkan bir başka çevre problemi gürültü kirliliğidir. Limanda oluşan gürültü çoğunlukla yükleme ve boşaltma aktiviteleri (yükün, koyteynerin ve dökme yüklerin elleçlenmesi, liman ekipmanlarının hareketi gibi), gemi sirenleri, araç trafiği (kamyon ve demiryolu trafiği gibi) ve liman inşaat faaliyetlerinden oluşmaktadır (Bermúdez vd., 2020). Meydana gelen gürültü sonucunda hem çevre halkı hem de liman çalışanları ve yolcular etkilenmektedir. Gürültü kirliliğinin insanlar üzerinde birçok olumsuz etkisi bulunmaktadır. Uyku bozukluğu, öğrenme güçlüğü, konsantrasyon sorunu bunlar arasında gösterilebilir. Uzun süreli gürültüye maruz kalan kişilerde ise yüksek tansiyon, kardiyovasküler, solunum sistemi ve metabolizmayı olumsuz etkileyen ciddi sağlık sorunları görülmektedir (Münzel ve Sørensen, 2017; WHO, 1999; WHO, 2018'den aktaran Čurović vd., 2021).

Bermúdez vd. (2020), İspanya limanlarında altı yılı kapsayan çalışmada; kamyon trafiği, liman ekipmanı ve yanan gemiler kaynaklı gürültüyü limanlardaki en temel gürültü kaynağı olarak belirlemiştir. Rødseth vd. (2020), 2010-2015 yılları arasında Norveç konteyner limanlarında yaptığı araştırma sonucuna göre, artan gemi boyutlarının, limanda harcanan saat başına daha fazla kirliliğe yol açtığını, ancak aynı zamanda daha yüksek konteyner elleçleme verimliliğine ve dolayısıyla muhtemelen yükleme ve boşaltma başına konteyner gemilerinin limanda daha az zaman harcadıklarını göstermiştir.

Uygulamada neler yapıldığına bakıldığında, Belçika'da bulunan Antwerp Limanı, yeşil liman faaliyetlerine önem veren, Avrupa'nın önde gelen limanlarından biri olarak yenilenebilir enerji kaynaklarına yatırım yapmasıyla ön plana çıkmaktadır.

Bu amaçla liman bölgesinde 80 adet rüzgar tirbünü bulunmaktadır. Bu sayının önümüzdeki yıllarda artacağı belirtilmektedir. Diğer taraftan liman, “power-to-methanol” isimli proje ile tutulan karbondiyoksiti sürdürülebilir şekilde üretilmiş hidrojen ile birlikte yeniden kullanarak yılda 8.000-ton sürdürülebilir metanol üretmeyi hedeflemektedir.

Bu şekilde karbondiyoksit emisyonlarını en az 8.000-ton azaltacakları açıklanmıştır. Hollanda’da yer alan Rotterdam Limanı, yenilenebilir enerji kaynağı olan güneş enerjisi, rüzgar enerjisi, jeotermal enerji ve biyokütle enerjisi kullanmaktadır. Güneş enerjisi kaynağı olarak liman bünyesinde yer alan binaları solar panellerle donatılmıştır. Böylelikle hem çevre hem de maliyet avantajı yakalamaktadır. Ayrıca, karbondiyoksit salınımını azaltmak için limanda yer alan işletmelerin karbon ayak izlerini bildirmesini teşvik etmektedir.

Limaneler tedarik zincirinde ulaştırma modlarının kesişim noktası olarak hizmet vermektedir. Liman sahalarında farklı ulaştırma modları arasında aktarmalar yapılmakta (Esmer, 2019) ve yükler nihai tüketim noktasına ulaştırılmaktadır. Denizyolu taşımacılığında konteynerin yoğun olarak kullanımı ve intermodal taşımacılığın gelişmesi, kapıdan kapıya ulaştırma operasyonlarıyla beraber hinterland ulaşım bağlantısı liman rekabetçiliğine yön vermeye başlamıştır. Limanların rekabetçiliğini etkileyen ve OECD raporunda üçüncü yeşil liman faktörü olarak yer alan hinterland ulaştırmasının çevreye olumsuz bazı etkileri (gürültü, çevre kirliliği, emisyonlar, arazi kullanımı vb.) bulunmaktadır.

Limaneler çevresinde oturan sakinlerin yaşam kalitesini olumsuz yönde etkilemekte, limanların sürdürülebilirlik ve rekabetçiliklerine tesir etmektedir. Özellikle limanla ilgili lojistik zincir içerisinde, toplam karbondiyoksit emisyonlarının büyük bir kısmına katkıda bulunmaktadır. Bu sebeple, limanlar daha çevre dostu ulaştırma modları olan demiryolları ve içsuyolu taşımacılığı gibi modları destekleyici stratejiler geliştirmeye başlamıştır. Liman-ıç bölge ulaştırması konusunda son yıllarda çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Kotowska vd. (2018), hinterland ulaştırmasında Avrupa limanlarının içsuyolu taşımacılığını teşvik etmek için uygulanan politikaları belirleyerek analiz etmiş ve sınıflandırmıştır. Analiz edilen limanların içsuyolunu teşvik etmek amacıyla uyguladıkları içsel ve dışsal stratejilerin birbirine benzediği belirlenmiştir. Dışsal stratejiler, iç su yolu altyapısının iyileştirilmesi, iç bölge bağlantılarının kalitesi ve bu alandaki idari destekle ilgili faaliyetleri içermektedir. İçsel stratejiler ise temel olarak mavena altyapısını iyileştirmeyi amaçlayan önlemleri ve ayrıca uygun bir bilgi politikasını içermektedir. Liman otoriteleri tarafından uygulanan tüm programlar merkezi, bölgesel ve yerel idarenin desteği ile planlanmıştır. Hinterland ulaştırmasında iç suyu tercih edilmesinin sebebi olarak çevre dostu bir ulaştırma modu olması ön plana çıkmıştır.

Aregall vd. (2018), hinterland ulaştırmasının çevre performansını iyileştirmek için limanların hangi önlemleri aldığını araştırmıştır. İncelenen 365 limandan yalnızca 76 tanesinin önlem aldığı belirlenmiştir. Uygulanan en yaygın önlemler; teknoloji iyileştirmeleri, altyapı geliştirme ve izleme programları olarak sıralanmaktadır. Çalışma sonucunda hinterland ulaştırmasında çevre performansı en gelişmiş limanlar Rotterdam, Los Angeles/Long Beach ve Hamburg limanları olmuştur. Liu vd. (2021), çalışmasında liman-hinterland ulaştırmasından kaynaklanan uzun vadeli karbondiyoksit emisyonlarının Shandong limanının ekonomik yapısal değişimlerinden ötürü önemli ölçüde artacağını savunmaktadır.

Ekonomik yapısal değişimler kapsamında liman-hinterland ulaştırması emisyonlarını azaltmak için konteynerler için demiryolu taşımacılığını kolaylaştırmak gerektiğinin altı çizilmiştir.

4. Araştırma Metodolojisi

Bir araştırmadaki önemli yöntemlerden birisi, akademik dergilerde yayınlanan önceki çalışmalar ve araştırmalardaki belirli bir konuya ilişkin önceki bulguların metodolojik bir analizini yapmaktır (Tsai and Wen, 2005). Böylelikle, konu hakkında mevcut durum ve gelecekteki araştırma eğilimleri hakkında fikir sahibi olunabilmektedir. Bu bağlamda, birçok araştırmacı, belirli bir konu hakkında çalışma yapan ve akademik yazına katkıda bulunan çalışmaları belirleyen literatür incelemeleri yapmaktadır. Bu araştırma, yeşil liman konusuna odaklanan mevcut akademik makaleleri incelemek için içerik analizi tekniğini kullanmıştır. İçerik analizi, yayınlanmış bilgileri önceden seçilmiş kriterlerle çeşitli gruplara göre kodlamanın sistematik bir yöntemidir (Guthrie vd., 2004). Suri ve Clarke'a göre (2009) içerik analizi; araştırma bilgisinin yayılmasında ve gelecekteki araştırmaların, politikaların, uygulamaların ve halkın algısını şekillendirmesinde önemli bir rol oynayan araştırma sentezleridir. İçerik analizi bir çok disiplinde tercih edilen bir yöntemdir. Bu çalışmada, alan yazındaki nitel içeriği analiz etmek için özetleyici içerik analizi yaklaşımı kullanılmıştır. Böyle bir analiz genellikle, kelimelerin veya içeriğin bağlamsal kullanımını anlamak için bir metindeki belirli kelimelerin veya içeriğin tanımlanması ve niceliklendirilmesiyle başlamaktadır.

Özetleyici içerik analizi aynı zamanda esnek bir yaklaşımdır ve diğer içerik analizi tekniklerinden farklı olarak (açık, kavramsal ve ilişkisel gibi) içeriklerden ortaya çıkan modelin altında yatan perspektifin anlaşılmasına odaklanmaktadır (Hsieh ve Shannon, 2005). Bu çalışmada akademik makaleleri belirlemek için "Web of Science" veritabanı kullanılmıştır. Veritabanına erişim Yeditepe Üniversitesi Bilgi Merkezi aracılığıyla sağlanmıştır. Daha önce yapılan sürdürülebilirlik ve liman konulu birçok alan yazın analizi çalışmalarında "Web of Science" veritabanının kullanıldığı görülmektedir (Peng vd., 2021; Moros-Daza vd., 2020; Lim, 2019; Lam ve Gu, 2013). "Yeşil liman" ve "yeşil limanlar" anahtar kelimeler olarak kullanılmıştır. Tarih aralığı 2009-2020 olarak filtreleme yapılarak arama gerçekleştirilmiştir. Aşağıdaki kriterleri karşılayan 23 makale çalışmaya dahil edilmiştir:

- Yeşil liman çalışmanın temel odak noktasını oluşturmalıdır. Yeşil liman kavramına yalnızca değinen çalışmalar dahil edilmemiştir.
- Yalnızca hakemli dergilerde yayınlanan makaleler,
- Yalnızca çevrimiçi erişilebilen makaleler,
- İngilizce yazılan makaleler dahil edilmiştir.

Yukarıdaki seçim kriterlerinin kullanılması, verilerin tutarlı bir şekilde kodlanmasını sağlamaktadır. Diğer taraftan içerik geçerliliğini korumaya yardımcı olmuştur. Yeşil liman araştırmalarının ilerleyişi ve gelişimi, farklı yıllardaki yayın konularının analiziyle elde edileceği düşünülmektedir. Hart'a göre (2016), araştırılan kavramın boyutları, parametreler ve açıkta kalan konular alanyazın taraması ile belirlenebilmektedir. Bu çalışmada, incelenen akademik makalelerin konuları yeşil liman unsurlarına göre belirlenmiştir.

Örneğin yeşil liman politikalarını inceleyen çalışmalar “Yeşil liman politikaları” olarak sınıflandırılmıştır. Aynı şekilde, yeşil limanlarda pazarlama ya da rekabet gücüne odaklanan çalışmalar ise “Yeşil liman pazarlaması” başlığı altında ele alınmıştır. Veri girişi ve analizi amacıyla MS Excel 365 yazılımı kullanılmıştır. Yıllara, konulara ve araştırma yöntemine göre yayınların frekansları hesaplanmış; bulgular tablolar ve grafikler halinde sunulmuştur.

5. Bulgular ve Tartışma

Araştırma metodolojisi bölümünde daha önce bahsedildiği üzere, 2009 yılından Aralık 2020'ye kadar yayınlanan ve bu çalışmaya dahil edilme kriterlerini karşılayan akademik makaleler belirlenmiş ve buna göre 23 makale seçilmiştir. Tablo 1, bu araştırmaya dahil edilen makalelerin ayrıntılarını sunmaktadır. Tablo 2’de alt konu başlıkları sınıflandırılmıştır. Yeşil liman araştırmalarının 2009-2020 yılları arasında gelişimi Şekil 1’de sunulmuştur. Bunu takiben, Tablo 3, yıllar içinde gelişen yeşil liman araştırma konularının frekans dağılımını sunmaktadır.

5.1. Yeşil Liman Araştırmalarının Gelişimi

Yeşil liman çalışmalarının yayımlandığı dergiler incelendiğinde, çalışmaların farklı dergilere yayıldığı görülmektedir (Tablo 1). Maritime Policy & Management, Transportation Research Part D ve Transport Policy ve Sustainability yayınların yoğunlaştığı bilimsel dergiler olarak alana katkıda bulunmaktadır.

Tablo 1: Yeşil Liman Başlıklı Makaleler

Yıl	Yazar(lar)	Makalenin adı	Dergi Adı
2012	Chang, C., C. ve Wang, C., M.	Evaluating the effects of green port policy: Case study of Kaohsiung harbor in Taiwan	Transportation Research Part D
2014	Chiu, R., H., Lin, L., H. ve Ting, S., C.	Evaluation of green port factors and performance: a fuzzy AHP analysis	Mathematical Problems in Engineering
2014	Maritz, A., Shieh, C., J. ve Yeh, S., P.	Innovation and success factors in the construction of green ports	Journal of Environmental Protection and Ecology
2014	Pavlic, B., Cepak, F., Sucic, B., Peckaj, M., ve Kandus, B.	Sustainable port infrastructure, practical implementation of the green port concept	Thermal Science
2015	Yang, Y., C.	Determinants of container terminal operation from a green port perspective	International Journal of Shipping and Transport Logistics
2017	Badurina, P., Cukrov, M., ve Dundovic, C.	Contribution to the implementation of “Green Port” concept in Croatian seaports	Multidisciplinary Scientific Journal of Maritime Research
2017	Barnes-Dabban, H., van Tatenhove, J., P., M., van Koppen, K., C., S., A., ve Termeer, K., J., A., M.	Institutionalizing environmental reform with sense-making: West and Central Africa ports and the ‘green port’ phenomenon	Marine Policy
2018	Chengpeng, W., Di, Z., Xinping, Y., ve Zaili, Y.	A novel model for the quantitative evaluation of green port development – A case study of major ports in China	Transportation Research Part D

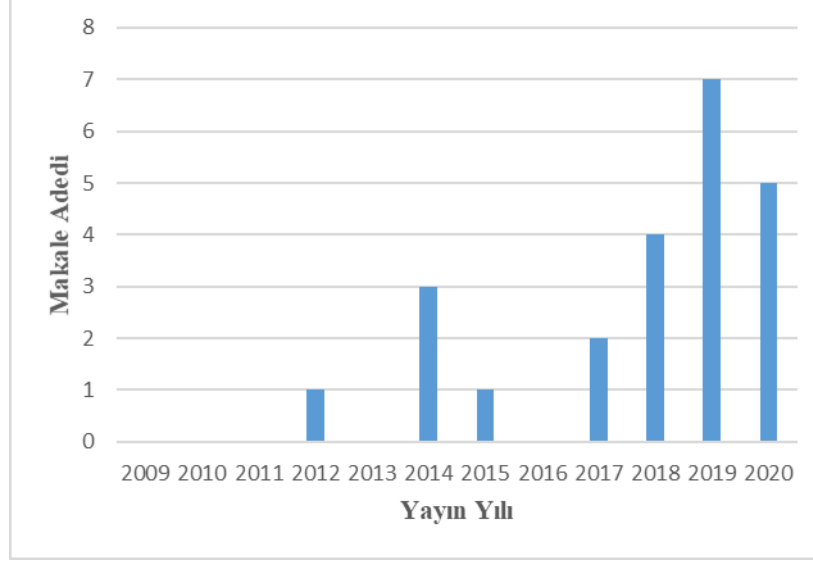
Yıl	Yazar(lar)	Makalenin adı	Dergi Adı
2018	Di Vaio, A., ve Varriale, L.	Management innovation for environmental sustainability in seaports: managerial accounting instruments and training for competitive green ports beyond the regulations	Sustainability
2018	de Moura, D., A., ve de Andrade, D., G.	Concepts of green port operations – one kind of self diagnosis method to the port of santos – brazil	Independent Journal of Management & Production
2018	Zhu, L., L., J., Ye, G., ve Feng, X.	Development of green ports with the consideration of coastal wave energy	Sustainability
2019	Chen, J., Zheng, T., Garg, A., Xu, L., ve Fei, Y.	Alternative maritime power application as a green port strategy: barriers in China	Journal of Cleaner Production
2019	Lam, J.,S.,L., ve Li, K., X.	Green port marketing for sustainable growth and development	Transport Policy
2019	Lawer, E. T., Herbeck, J. ve Flitner, M.	Selective adoption: how port authorities in europe and west africa engage with the globalizing 'green port' idea	Sustainability
2019	Radwan, M., E., Chen, J., Wan, Z., Zheng, T., Hua, C., Huang, X.	Critical barriers to the introduction of shore power supply for green port development: case of Djibouti container terminals	Clean Technologies and Environmental Policy
2019	Teerawattana, R., ve Yang, Y., C.	Environmental performance indicators for green port policy evaluation: case study of Laem Chabang Port	The Asian Journal of Shipping and Logistics
2019	Tseng, P., H., ve Pilcher, N.	Evaluating the key factors of green port policies in taiwan through quantitative and qualitative approaches	Transport Policy
2019	Wang, W., Huang, L., Gu, J., ve Jiang, L.	Green port project scheduling with comprehensive efficiency consideration	Maritime Policy & Management
2020	Aksoy, S., ve Durmusoglu, Y.	Improving competitiveness level of turkish intermodal ports in the frame of green port concept: a case study	Maritime Policy & Management
2020	Dai, Q., ve Yang, J.	A distributionally robust chance-constrained approach for modeling demand uncertainty in green port-hinterland transportation network optimization	Symmetry
2020	Munim, Z., H., Somn-Friese, H., ve Dushenko, M.	Identifying the appropriate governance model for green port management: applying analytic network process and best-worst methods to ports in the Indian ocean rim	Journal of Cleaner Production
2020	Peng, Y., Liu, H., Li, X., Huang, J., Wang, W.	Machine learning method for energy consumption prediction of ships in port considering green ports	Journal of Cleaner Production
2020	Sadek, I., ve Elgohary, M.	Assessment of renewable energy supply for green ports with a case study	Environmental Science and Pollution Research

Tablo 2 ise yeşil liman kavramında araştırılan konu başlıklarına göre makalelerin sınıflandırmasını ve kullanılan yöntemleri göstermektedir. Buna göre, “yeşil liman politikası”, “yeşil liman operasyonları”, “yeşil liman gelişimi”, “yeşil liman ve enerji”, “yeşil liman pazarlaması” ve “yeşil liman-hinterland ulaştırma ağı” başlıkları belirlenmiştir. Araştırma yöntemleri olarak hem kalitatif hem de kantitatif yöntemler tercih edilmiştir.

Tablo 2: Yeşil Liman Çalışmalarının Sınıflandırması

Yeşil Liman Araştırması Konuları	Konuların İçeriği	Yöntemler
Yeşil liman politikası	Çevre kirliliğini azaltmak için geliştirilen stratejiler, yeşil liman politikalarını etkileyen faktörler	Örnek olay, Balanced Scorecard, bulanık analitik hiyerarşi süreci.
Yeşil liman operasyonları	Yeşil liman/ sürdürülebilir liman operasyonları ve performansı, inovasyonları, çevresel performans göstergeleri	Analitik hiyerarşi süreci, yöntemsel yaklaşım, örnek olay, bibliyografik inceleme, yarı yapılandırılmış mülakat, entropi yaklaşımı.
Yeşil liman gelişimi	Yeşil liman gelişimi için öne çıkan faktörler/boyutlar	Analitik hiyerarşi süreci, mülakat, gözlem.
Yeşil liman ve enerji	Yeşil liman ve yenilenebilir enerji kaynakları (dalga enerjisi, alternatif denizcilik gücü vb.), kıyı enerji kaynaklarının konuşlandırılmasının önündeki engeller.	Matematik modelleme, bulanık DEMATEL modeli, anket, bulanık bilişsel harita yaklaşımı, genel cebirsel modelleme sistemi.
Yeşil liman pazarlaması	Yeşil liman pazarlaması ile müşteri ilişkileri yönetimi, liman rekabet gücü	Çapraz vaka analizi, Boston Consulting Group portföy analizi, simülasyon modeli.
Yeşil liman-hinterland ulaştırma ağı	Liman-hinterland ağı için yeşil ulaştırma çözümleri	Örnek olay.
Yeşil liman yönetimi	Yeşil liman yönetimi için uygun yönetim modeli	Analik ağ süreci, Best-Worst Yöntemi

Yeşil liman konusunda 2009, 2010, 2011 ve 2013 yıllarında çalışmaya rastlanmazken, 2017 yılından sonra konu hakkında yapılan araştırmaların arttığı özellikle 2019 yılında araştırmaların yoğunlaştığı görülmektedir (Şekil 2).



Şekil 2: Yıllara Göre Yeşil Liman Araştırmaları

Bu çalışma ile yeşil liman konusunda yapılan çalışmaların yalnızca sayısal olarak adedi verilmesinin ötesinde, alt konuların belirlenmesi ve frekans dağılımının belirlenmesi amaçlanmıştır. Böylece gelecekte yeşil liman konusunda çalışma yapmak isteyen araştırmacılara faydalı bir bilgi sağlanması hedeflenmiştir. Yoğunlukla çalışmalar tek bir araştırma konusuna odaklanırken, yalnızca iki çalışma birden fazla alt konuyu araştırmıştır. Tablo 3, yeşil liman frekans dağılımını 2009-2014 ve 2015-2020 olmak üzere iki dönemde incelemiştir.

Buna göre, 2009-2014 yılları arasında çalışma sayısının az olduğu (4 adet) ve ağırlıklı olarak politika, operasyonlar, gelişim ve enerji konularına eşit olarak yoğunlaştığı görülmektedir. Çalışmaların arttığı 2015-2020 döneminde ise toplam 19 çalışmaya rastlanmıştır. Bu çalışmaların %31,6'sı yeşil liman ve enerji konusuna odaklanırken, %21,1'i yeşil liman gelişimi, %15,7'si ise yeşil liman operasyonları konusunda araştırma gerçekleştirmiştir.

Buradan anlaşılacağı üzere ilk dönemin araştırma konuları güncelliğini korurken, 2015-2020 döneminde enerji çalışmalarının ağırlık kazandığı belirlenmiştir. Diğer taraftan birinci dönemde yer almayan yeşil liman pazarlaması, yeşil liman-hinterland ulaştırma ağı ve yeşil liman yönetimiyle ilgili çalışmalar yapılmaya başlanmıştır.

Tablo 3. Yeşil Liman Konuları Frekans Dağılımı

Yeşil Liman Araştırması Konuları	2009-2014		2015-2020		Toplam	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Yeşil liman politikası	1	25	2	10,5	3	13
Yeşil liman operasyonları	1	25	3	15,7	4	17,4
Yeşil liman gelişimi	1	25	4	21,1	5	21,8
Yeşil liman ve enerji	1	25	6	31,6	7	30,5
Yeşil liman pazarlaması			2	10,5	2	8,7
Yeşil liman-hinterland ulaştırma ağı			1	5,3	1	4,3
Yeşil liman yönetimi			1	5,3	1	4,3
Toplam	4	100	19	100	23	100

6. Sonuç

Limanların ülke ekonomisi ve bulunduğu bölgeye olan ekonomik ve sosyal katkıları sonucu liman çalışmalarına olan ilgi artmıştır. Diğer taraftan sürdürülebilir kalkınma kavramının ön plana çıkmasıyla birlikte tedarik zincirinde çevresel, ekonomik ve sosyal faktörlerin incelenmeye başladığı araştırmalar da yoğunlaşmıştır. Bucak ve Kuleyin (2016), 2007-2016 yılları arasında yeşil liman konusunda alanyazın taraması gerçekleştirerek kavramsallaştırma, model oluşturma ve yöntem geliştirme alanlarında eksiklikler tespit etmiştir. Davarzani vd. (2016), yeşil liman ve deniz lojistiği ile ilgili yaptıkları alanyazın taramasında sistematik bir haritalama yaparak, temel araştırmacıları, işbirliği modellerini, araştırma kümelerini ve karşılıklı ilişkileri incelemiştir. Lim vd. (2019) ise, liman sürdürülebilirliği ve performansı ile ilgili alanyazın taraması gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucunda, çevresel araştırmaların kirliliğe odaklandığı, sosyal araştırmaların ağırlıklı olarak insan kaynakları yönetimine yöneldiği, ekonomik araştırmaların ise ağırlıklı olarak liman yönetimi ve sınırda yatırım üzerine olduğu belirlenmiştir.

İçerik analizi yöntemiyle yapılan bu çalışmada ise yeşil liman konusunda yapılan araştırmalar incelenmiştir. Araştırma sonucunda yeşil liman konusunda gelişmekte olan alanlar belirlenmiştir. 2009-2020 yılları arasında akademik dergilerde yayınlanan toplam 23 yaygın incelemeye konu olmuştur. Denizcilik endüstrisinde sürdürülebilirliğin önemi göz önünde bulundurulduğunda limanlarda bu konuya olan ilginin özellikle 2015 yılından sonra arttığı gözlemlenmiştir. 2015-2020 yılları arasında yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak Denizcilik, Ulaştırma ve Sürdürülebilirlik dergilerinde yayımlandığı görülmektedir. Özellikle limancılıkta sürdürülebilirlik ve çevre yönetimine ilişkin yapılan araştırmaların geniş bir paydaş grubuna aktarılması açısından denizcilik ve ulaştırma dergilerinin seçilmesinin faydalı bir strateji olduğu düşünülmektedir.

Nispeten sınırlı sayıda akademik yayın belirlenmesine rağmen, bu araştırma ile liman endüstrisindeki sürdürülebilirlik araştırmalarının eğilim ve gelişiminin incelendiği ve gelecekteki araştırmalar için yön vereceği düşünülmektedir. Çalışmaların içeriğinde yeşil liman ve enerji alt başlığı ağırlıklı olarak yer alsa da yeşil liman gelişimi ve yeşil liman operasyonları konularında da araştırmaların yoğunlaştığı görülmektedir. Ayrıca 2009-2014 yıllarında yapılan çalışmalarda gözlemlenmeyen yeşil liman ve pazarlama konusu son beş yılda ilgi duyulan alt konu olarak göze çarpmaktadır. Alanda yapılan çalışmalarda hem nitel hem de nicel çalışmaların bulunduğu görülmektedir. Bu çalışmalar arasında Çok Kriterli Karar Verme Yöntemlerinden olan Analitik Hiyerarşi Süreci, Analitik Ağ Süreci ve Entropi Yöntemi çoğunlukla tercih edilmiştir.

Bu çalışma araştırma metodolojisi kısmında belirtilen kriterleri karşılayan ve online olarak ulaşılabilen araştırmaları analiz etmiştir. Kitap bölümü, sözlü bildirimler ve tezler bu çalışmanın kapsamında yer almamıştır. Gelecekteki çalışmalar için yeşil liman konusundaki gelişimi ve eğilimin belirlenmesi açısından diğer yayın kaynaklarını da içeren daha kapsamlı bir içerik analizi önerilmektedir.

Kaynakça

- Aksoy, S., ve Durmusoglu, Y. (2020). Improving Competitiveness Level of Turkish Intermodal Ports in The Frame of Green Port Concept: A Case Study. *Maritime Policy & Management*, 47(2), 203-220.
- Amerikan Liman Otoriteleri Birliği (AAPA). (2019). *Environment and Energy*, 18 Nisan 2021 tarihinde <https://aapa.files.cms-plus.com/PDFs/Environment%20and%20Energy%209-19.pdf> adresinden alındı.
- Amerikan Liman Otoriteleri Birliği (AAPA). (2019). *Embracing the Concept of Sustainability as a Standard Business Practice for Ports and the Association*, 18 Nisan 2021 tarihinde https://aapa.files.cms-plus.com/PDFs/sustainability_resolutions.pdf adresinden alındı.
- Aregall, M., G., Bergqvist, R., ve Monios, J. (2018). A Global Review of The Hinterland Dimension of Green Port Strategies. *Transportation Research Part D*, 59, 23-34.
- Avrupa Komisyonu. (2011). *White Paper on Transport*, 15 Nisan 2021 tarihinde https://ec.europa.eu/transport/sites/transport/files/themes/strategies/doc/2011_white_paper/white-paper-illustrated-brochure_en.pdf adresinden alındı.
- Badurina, P., Cukrov, M., ve Dundovic, C. (2017). Contribution To The Implementation Of “Green Port” Concept In Croatian Seaports. *Multidisciplinary Scientific Journal of Maritime Research*, 31, 10-17.
- Bailey, D. ve Solomon, G. (2004). Pollution Prevention at Ports: Clearing the Air. *Environmental Impact Assessment Review*, 24, 749-774.
- Barnes-Dabban, H., van Tatenhove, J., P., M., van Koppen, K., C., S., A., ve Termeer, K., J., A., M. (2017). Institutionalizing Environmental Reform With Sense-Making: West And Central Africa Ports And The ‘Green Port’ Phenomenon. *Marine Policy*, 86, 111-120.
- Berköz, L. ve Tekba, D. (1999). The Role of Ports in The Economic Development of Turkey, 39th European Congress of the Regional Science Association, August 23-27, Dublin, Ireland.
- Bermúdez, F., M., Laxe, F., G. ve Aguayo-Lorenzo, E. (2020). Port Sustainability in Spain: The Case of Noise. *Environment, Development and Sustainability*, 22, 8061–8078.

- Bradley, B. ve Hoyland, R. (2020). *Decarbonisation and Shipping: International Maritime Organization Ambitions and Measures*, 22 Nisan 2021 tarihinde <https://www.hilldickinson.com/insights/articles/decarbonisation-and-shipping-internationalmaritime-organization-ambitions-and> adresinden alındı.
- Bucak, U., ve Kuleyin, B. (2016). A Literature Review on Green Port-Related Studies. he Second Global Conference on Innovation in Marine Technology and the Future of Maritime Transportation 24-25 Ekim 2016, Bodrum, Muğla, Turkey.
- Chang, C., C. ve Wang, C., M. (2012). Evaluating the Effects of Green Port Policy: Case Study of Kaohsiung Harbor In Taiwan. *Transportation Research Part D*, 17, 185-189.
- Chen, J., Zheng, T., Garg, A., Xu, L., ve Fei, Y. (2019). Alternative Maritime Power application as a green port strategy: Barriers in China. *Journal of Cleaner Production*, 213, 823-837.
- Chengpeng, W., Di, Z., Xinping, Y., ve Zaili, Y. (2019). A Novel Model For The Quantitative Evaluation Of Green Port Development – A Case Study Of Major Ports In China. *Transportation Research Part D*, 61, 431-443.
- Chiu, R., H., Lin, L., H. ve Ting, S., C. (2014). Evaluation of Green Port Factors and Performance: A Fuzzy AHP Analysis. *Mathematical Problems in Engineering*, 5, 1-12.
- Cong, L., Zhang, D., Wang, M., Xu, H. ve Li, L. (2020). The Role Of Ports In The Economic Development Of Port Cities: Panel Evidence From China. *Transport Policy*, 90, 13-21.
- Čurović, L., Jeram, S., Murovec, J., Novaković, T., Rupnik, K. ve Prezelj, J. (2021). Impact of COVID 19 On Environmental Noise Emitted from The Port. *Science of the Total Environment*, 756, 1-15.
- Dai, Q., ve Yang, J. (2020). A Distributionally Robust Chance-Constrained Approach for Modeling Demand Uncertainty in Green Port-Hinterland Transportation Network Optimization. *Symmetry*, 12, 1492.
- Davarzani, H., Fahimnia, B., Bell, M., ve Sarkis, J. (2015). A Review of the Literature of Green Ports and Maritime Logistics. Fahimnia, B., Bell, M., Hensher, D., Sarkis, J. (Eds.) *Green Logistics and Transportation: A Sustainable Supply Chain Perspective*. (s. 149-158). Springer.
- Davarzani, H., Fahimnia, B., Bell, M., ve Sarkis, J. (2016). Greening Ports And Maritime Logistics: A Review. *Transportation Research Part D*, 48, 473-487.
- De Moura, D., A., ve de Andrade, D., G. (2018). Concepts Of Green Port Operations – One Kind Of Self Diagnosis Method To The Port Of Santos – Brazil. *Independent Journal of Management & Production*, 9(3), 785-809.
- Denktaş-Şakar, G. ve Karataş-Çetin, Ç. (2012). Port Sustainability and Stakeholder Management in Supply Chains: A Framework on Resource Dependence Theory. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 28(3), 301-320.
- Di Vaio, A., ve Varriale, L. (2018). Management Innovation for Environmental Sustainability in Seaports: Managerial Accounting Instruments and Training for Competitive Green Ports beyond the Regulations. *Sustainability*, 10, 783- 817.
- Esmer, S. (2019). *Liman ve Terminal Yönetimi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- ESPO, (2020). *Environmental Report 2020*, 10 Nisan 2021 tarihinde <https://www.espo.be/media/Environmental%20Report-WEB-FINAL.pdf> adresinden alındı.
- Ferrari, C., Percoco, M. ve Tedeschi, A. (2010). Ports and Local Development: Evidence from Italy. *International Journal of Transport Economics*, 37(1), 9-30.

- Guthrie, J., Petty, R., ve Yongvanich, K. (2004). Using Content Analysis As A Research Method To Inquire Into Intellectual Capital Reporting. *Journal Of Intellectual Capital*, 5(2), 282–293.
- Hart, C. (2018). *Doing a Literature Review*. Londra: Sage Publications Ltd.
- Hsieh H., Shannon, S., E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277–1288.
- Healy, S. (2020). *Greenhouse Gas Emissions from Shipping: Waiting for Concrete Progress At IMO Level. Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies Directorate-General for Internal Policies*, 19 Nisan 2021 tarihinde [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652754/IPOL_BRI\(2020\)652754_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652754/IPOL_BRI(2020)652754_EN.pdf) adresinden alındı.
- International Maritime Organization. (2018). *IMO Action to Reduce Greenhouse Gas Emissions From International Shipping*, 19 Nisan 2021 tarihinde <https://wwwcdn.imo.org/localresources/en/MediaCentre/HotTopics/Documents/IMO%20ACTION%20TO%20REDUCE%20GHG%20EMISSIONS%20FROM%20INTERNATIONAL%20SHIPPING.pdf> adresinden alındı.
- Kotowska, I., Mankowska, M., ve Plucinski, M. (2018). Inland Shipping to Serve the Hinterland: The Challenge for Seaport Authorities. *Sustainability*, 10, 1-17.
- Köseoğlu, M. C., ve Solmaz, M. S. (2020). Türkiye ve Dünya Yeşil Liman Ölçütlerinin Karşılaştırmalı Bir Değerlendirmesi. Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi, ULK 2019, UDTs 2020 Özel Sayı: 33-57.
- Lam, J., S., L. ve Gu, Y. (2013). Port Hinterland Intermodal Container Flow Optimisation With Green Concerns: A Literature Review and Research Agenda. *International Journal of Shipping and Transport Logistics*, 5(3), 257-281.
- Lam, J., S., L. ve Li, K., X. (2019). Green Port Marketing For Sustainable Growth And Development. *Transport Policy*, 84, 73-81.
- Lawer, E. T., Herbeck, J. ve Flitner, M. (2019). Selective Adoption: How Port Authorities in Europe and West Africa Engage with the Globalizing ‘Green Port’ Idea. *Sustainability*, 11, 5119.
- Lim, S., Pettit, S., Abouarghoub, W., ve Beresford, A. (2019). Port sustainability and performance: A systematic literature review. *Transportation Research Part D*, 72, 47-64.
- Liu, H., Fu, M., Jin, X., Shang, Y., Shindell, D., Faluvegi, G. Shindell, C. Ve He, K. (2016). Health and Climate Impacts of Ocean-Going Vessels in East Asia. *Nature Climate Change*, 6, 1037-1042.
- Liu, P., Wang, C., Xie, J., Mu, D., ve Lim, M., K. (2021). Towards Green Port-Hinterland Transportation: Coordinating Railway and Road Infrastructure in Shandong Province, China. *Transportation Research Part D*, 94, 1-18.
- Mallouppas, G., ve Yfantis, E., A. (2021). Decarbonization in Shipping Industry: A Review of Research, Technology Development, and Innovation Proposals. *Journal of Marine Science and Engineering*, 9(4), 1-40.
- Maritz, A., Shieh, C., J. ve Yeh, S., P. (2014). Innovation and Success Factors in the Construction of Green Ports. *Journal of Environmental Protection and Ecology*, 15(3), 1255-1263.
- Merk, O. (2014). *Shipping Emissions in Ports. International Transport Forum Discussion Papers*, 19 Nisan 2021 tarihinde <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/5jrw1kte83r1-en.pdf?expires=1618861935&id=id&accname=guest&checksum=B1A624017F0ACD9F9C72DFF082907FA3> adresinden alındı.

- Moros-Daza, A., Amaya-Mier, R., ve Paternina-Arboleda, C. (2020). Port Community Systems: A structured literature review. *Transportation Research Part A*, 133, 27-46.
- Munim, Z., H., Somn-Friese, H., ve Dushenko, M. (2020). Identifying The Appropriate Governance Model For Green Port Management: Applying Analytic Network Process And Best-Worst Methods To Ports In The Indian Ocean Rim. *Journal of Cleaner Production*, 268, 122156.
- OECD (2011), *Environmental Impacts of International Shipping: The Role of Ports*, OECD Publishing.
- Özispä, N., ve Arabelen, G. (2018). Sustainability issues in ports: content analysis and review of the literature (1987- 2017). *SHS Web of Conferences*, 58, 01022.
- Pavlic, B., Cepak, F., Sucic, B., Peckaj, M., ve Kandus, B. (2014). Sustainable Port Infrastructure, Practical Implementation Of The Green Port Concept. *Thermal Science*, 18(3), 935-948.
- Peng, Y., Liu, H., Li, X., Huang, J., Wang, W. (2020). Machine Learning Method For Energy Consumption Prediction Of Ships In Port Considering Green Ports. *Journal of Cleaner Production*, 264, 121564.
- Peng, Y., Zhao, X., Zuo, T., Wang, W., ve Song, X. (2021). A systematic literature review on port LNG bunkering station. *Transportation Research Part D*, 91, 1-23.
- Port of Antwerp, *Climate Action*, 23 Nisan 2021 tarihinde <https://www.portofantwerp.com/en/climate-action> adresinden alındı.
- Port of Rotterdam. *Carbon Neutral in 3 Steps*, 23 Nisan 2021 tarihinde <https://www.portofrotterdam.com/en/doing-business/port-of-the-future/energy-transition/carbon-neutral> adresinden alındı.
- Radwan, M., E., Chen, J., Wan, Z., Zheng, T., Hua, C., Huang, X. (2019). Critical Barriers To The Introduction Of Shore Power Supply For Green Port Development: Case Of Djibouti Container Terminals. *Clean Technologies and Environmental Policy*, 21, 1293-1306.
- Rødseth, K., L., Schøyen, H., ve Wangsness, P., B. (2020). Decomposing Growth in Norwegian Seaport Container Throughput and Associated Air Pollution. *Transportation Research Part D*, 85, 1-21.
- Sadek, I., ve Elgohary, M. (2020). Assessment Of Renewable Energy Supply For Green Ports With A Case Study. *Environmental Science and Pollution Research*, 27, 5547-5558.
- Satır, T., ve Doğan-Sağlamtimur, N. (2018). The Protection of Marine Aquatic Life: Green Port (EcoPort) Model inspired by Green Port Concept in Selected Ports from Turkey, Europe and the USA. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences*, 6(1), 120-129.
- Shaikh, S., M., S., Tagde, J., P., Singh, P., R., Dutta, S., Sangolkar, L., N. ve Kumar, M., S. (2021). Impact of Port and Harbour Activities on Plankton Distribution and Dynamics: A Multivariate Approach. *Marine Pollution Bulletin*, 165, 1-14.
- Sislian, L., Jaegler, A., ve Cariou, P. (2016). A Literature Review On Port Sustainability and Ocean's Carrier Network Problem. *Research in Transportation Business & Management*, 19, 19-26.
- Stopford, M. (2009). *Maritime Economics*. New York: Routledge.
- Suri, H., ve Clarke, D. (2009). Advancements in Research Synthesis Methods: From A Methodologically Inclusive Perspective. *Review of Educational Research*, 79(1), 395-430.
- Teerawattana, R., ve Yang, Y., C. (2019). Environmental Performance Indicators for Green Port Policy Evaluation: Case Study of Laem Chabang Port. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 35(1), 63-69.

- Tsai C., Wen, M., L. (2005). Research and Trends in Science Education From 1998 To 2002: A Content Analysis of Publication in Selected Journals. *International Journal of Science Education*, 27(1), 3–14.
- Tseng, P., H., ve Pilcher, N. (2019). Evaluating the Key Factors of Green Port Policies in Taiwan Through Quantitative and Qualitative Approaches. *Transport Policy*, 82, 127-137.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji Ve Bütçe Başkanlığı. (2019). *Onbirinci Kalkınma Planı (2019-2023)*, 15 Nisan 2021 tarihinde <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/07/OnbirinciKalkinmaPlani.pdf> adresinden alındı.
- Türkiye Cumhuriyeti Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, *Yeşil Liman*, 19 Nisan 2021 tarihinde <https://denizcilik.uab.gov.tr/yesil-liman> adresinden alındı.
- TÜRKLİM (2018). *Çevre Dostu Yeşil Liman Sertifikaları Sahiplerini Buldu*, 15 Nisan 2021 tarihinde <http://www.turklim.org/cevre-dostu-yesil-liman-sertifikalari-sahiplerini-buldu/> adresinden alındı.
- Yang, Y., C. (2015). Determinants Of Container Terminal Operation From A Green Port Perspective. *International Journal of Shipping and Transport Logistics*, 7(3), 319-346.
- Wan, Z., Zhang, T., Sha, M., Guo, W., Jin, Y., Guo, J., ve Liu, Y. (2021). Evaluation of Emission Reduction Strategies for Berthing Containerships: A Case Study of The Shekou Container Terminal. *Journal of Cleaner Production*, 299, 1-12.
- Wang, W., Huang, L., Gu, J., ve Jiang, L. (2019). Green Port Project Scheduling with Comprehensive Efficiency Consideration. *Maritime Policy & Management*, 46(8), 967-981.
- World Ports Sustainability Program (WPSP) Charter. (2018), 15 Nisan 2021 tarihinde <https://sustainableworldports.org/about/> adresinden alındı.
- World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future*, New York: Oxford University Press.
- Zhu, L., L., J., Ye, G., ve Feng, X. (2018). Development of Green Ports with the Consideration of Coastal Wave Energy. *Sustainability*, 10(11), 4270.

TUTUNDURMA ÇALIŞMALARININ YENİ YÜZÜ: ŞARKILARDA MARKA YERLEŞTİRME UYGULAMALARI

Duygu YAMAN¹

Öz

Kişilerin sevinçlerini, acılarını, ideolojilerini, duygu ve düşüncelerini paylaşan bir araç olan müzik, günümüz kapitalist sistemine uyum sağlayarak bir reklam aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Filmlerde, dizilerde, kitaplarda ve birçok sosyo-kültürel alanda karşımıza sıkça çıkan marka yerleştirmeleri artık kendini şarkılarda da göstermeye başlamıştır. Bu çalışmada markaların şarkılardaki kullanımını incelemeye tabi tutulmuş olup içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Bu doğrultu da anakütle olarak “2019- 2020 Spotify Top 30 En Çok Dinlenen Yabancı Şarkılar” listesi seçilmiş, birbirinden farklı markaların yerleştirilmesinin yapıldığı yedi şarkı örneklem olarak kabul edilmiştir. Çalışma 10.10.2020- 01.01.2021 tarihleri arası veriler esas alınarak yapılmıştır. Şarkıların asıl dinleyici sayılarını ölçebilmek mümkün olmadığından Youtube aracılığı ile yayınlanmış resmi video görüntüleme rakamları dikkate alınmıştır. Örneklem içerisine dahil edilen şarkılarda taban sınır olarak baz alınan bu dinleyici-izleyici sayılarının resmi görüntüleme sayısından daha fazla bir dinleyiciye ulaşmaları kuvvetle muhtemeldir. Örneklem içerisinde yer alan şarkıların içerik analizi sonucuna göre toplam 17 markanın yerleştirilmesi yapılmıştır. Şarkıların genelinde araba markalarının yerleştirildiği görülmüştür. Birçok markanın şarkıların içerisinde bir statü gösterisi olarak yerleştirdiği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Şarkı, Marka Yerleştirme, Tutundurma, Reklam

Jel Sınıflaması: M31, M37, M39

THE NEW FACE OF PROMOTION: BRAND PLACEMENT APPLICATIONS IN SONGS

Abstract

Music, which is a tool that shares people's joys, pains, ideologies, feelings and thoughts, has started to be used as an advertising tool by adapting to today's capitalist system. Brand installations, which are frequently encountered in movies, TV series, books and many socio-cultural fields, have now begun to show themselves in songs. In this study, the use of brands in songs was examined and analyzed using the content analysis method. In this direction, the "2019- 2020 Spotify Top 30 Most Listened Foreign Songs" list was selected as the main population, and seven songs in which different brands were placed were accepted as samples. The study was carried out based on the data between 10.10.2020 and 01.01.2021. Since it is not possible to measure the actual number of listeners of the songs, the official video viewing figures published via Youtube were taken into account. It is highly likely that these listener-viewer numbers, which are taken as a baseline for the songs included in the sample, will reach a listener more than the official view count. According to the results of the content analysis of the songs in the sample, a total of 17 brands were placed. It has been seen that car brands are placed throughout the songs. It is seen that many brands place it in songs as a status show.

Keywords: Brand Placement, Song, Promotion, Advertising

JEL Classification: M31, M37, M39

¹Öğr. Gör., Beykoz Üniversitesi, Lojistik Meslek Yüksekokulu, Lojistik, duyguyaman@beykoz.edu.tr,
ORCID: 0000 0003-2941-4592,

1. Giriş

Geleneksel reklam faaliyetleri gerek televizyon ekranlarında gerekse basılı medyada öteden beridir markaların ürün ve hizmet tanıtımlarında kullanmış oldukları bir uygulamadır. Çeşitli marka sahipleri tutundurma çalışmalarının gereği olarak reklam çalışmalarına işletmelerinden bütçe ayırmakta plan ve programlarını bu doğrultuda yürütmektedir. Ancak son zamanlarda gerek çeşitli sosyal medya platformları aracılığıyla gerek internetin yaygınlaşmasıyla geleneksel reklam faaliyetleri etkisini kaybetmeye başlamıştır. Bunun farkında olan marka sahiplerinin ürün ve hizmet tanıtımları için başka platformlara ve araçlara yönelme zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Günümüzde reklam faaliyetleri TV dizilerinde, sinema filmlerinde, çeşitli bilgisayar oyunlarında kendini göstermeye başlamıştır. Aynı zamanda insanların duygu ve hislerine tercüman olan müzik de reklam çalışmalarının bir aracı haline gelmiş ve şarkıların, video kliplerin içerisinde çeşitli markaların reklamları, yerleştirmeleri yapılmaya başlanmıştır.

Müzik hem duygu ve hislerin aracı hem mesaj özellikleri taşıyan bir ileti olarak insanlık tarihinin çok eski dönemlerinden beri var olan bir olgudur. İdeolojileri, mutluluk ya da hüznüleri aktarma aracı olarak kullanılan müzik günümüz dünyasında ticari bir anlamda ifade etmeye başlamış ve yeni reklam mecrası olarak öne çıkmıştır. Bu çalışmada çeşitli şarkıların içerisinde sözel olarak yerleştirilmesi yapılan markaların incelemesi yapılmış ve birçok markanın reklam ve duyurum etkinliği kapsamında örneklem içerisinde yer alan şarkılara yerleştirildiği görülmüştür.

2. Marka Yerleştirme

Ürün yerleştirme kavramı sinema filmlerinde veya dizilerde karşımıza çıkarken artık birçok alanda görülmeye başlanan tutundurma uygulaması haline gelmiştir. Yaşadığımız dönemde marka yerleştirme uygulamalarını bilgisayar oyunlarında, şarkılarda, hikayelerde, tablolarda, romanlarda ve bunun gibi birçok farklı yerde görmek mümkündür. Ürünün satın alınmasındaki en önemli unsurlardan biri tüketici tarafından fark edilmesi dikkat çekmesidir. Bu nedenle marka farkındalığı yaratmak işletmelerin en önemli amaçlarından biri haline gelmiştir. Yaşadığımız dönem içerisinde marka kavramı gün geçtikçe pazarlama yönetiminde ve pazarlama yöneticilerinin üzerinde sıklıkla durmaya başladıkları kavram haline gelmiştir. Ürünün tanıtılmasında ve tutundurmasında önemli bir yer edinen marka yerleştirme kavramı geçmiş dönemlerde de çok sık kullanılan ve aynı zamanda malların diğer hizmetlerden ayırt edilmesine yarayan önemli unsurlardan biri olmuştur (Yaman, 2019:4).

Günümüzde geleneksel reklamın etkisi büyük oranda azalmaya başlamıştır. Bunun sebebi bireylerin artık reklamları zorunlu olarak izlemek durumunda kalmamaları ve istekleri doğrultusunda kanal değiştirme imkanını elde etmeleridir. Geleneksel reklamların maliyetlerinin yüksek olması ve etkilerinin azalması markaları yeni reklam alanlarına yönlendirmiş ve marka yerleştirme uygulamaları günümüzde oldukça popüler bir hale gelmiştir.

Balasubramanian'ın (1994:31) marka yerleştirmeleri tanımlamasına göre "ürün yerleştirme izleyiciye fark ettirmeden televizyon ve sinema filmlerinin/dizilerinin içine yerleştirilen markalardır". Ancak 1994 yılında yapılan bu tanımlama günümüze uyarlamak bir zorunluluktur. Çünkü marka yerleştirme çalışmaları artık sadece sinemada ve televizyonda uygulanmamaktadır.

Steorz (1987) bu kavramını televizyon programları, sinema filmleri veya kliplerde markanın adının, ürünün ambalajının, kurumun kimlik yada diğer marka sembollerinin yer alması, Secunda ve Nebenzahl (1993) özellikle Hollywood film endüstrisinde hazırlanan ve sinemaya taşınan filmler içinde tüketiciye markanın sunumu karşılığında karşılıklı olarak bir ücret ödeme usulüne dayanarak filmlerin içinde yapılan reklam çalışmaları olarak, Crawford ve Baker (1995) film ve/veya televizyon yapımlarında reklam yaptırmak isteyen alacak bir ödeme karşılığında ticari ürünlerin ve hizmetlerin belirli bir formda sunulması ve bu sunuşun geri dönüşü olarak, Gould ve Gupta (1997) Seguin ve d'Astous (1999) ürünlerin çeşitli filmlerde belirli bir sıra halinde bütünlüğü sağlamak amacı ile birlikte birbirlerine bağlanarak belirli bir ücret karşılığında hizmetlerin, ürünlerin, ambalajların, marka ve firma isimlerinin, kurum kimliklerinin veya diğer ticari özelliklerin radyo, hikaye, film, televizyon programı ve müzik klipleri ile farklı promosyon amaçlarıyla yerleştirme olarak (Sarıyer ve Ayar, 2013:85) Petrosky, Williams Hernandez ve Jr. (2014:2) ticari içeriklerin ticari olmayan ortamlarda eğlence ve reklamın bütünleştirilmesiyle üretilen bir ürün sınıfına amaçlı bir şekilde dahil edilmesi" olarak tanımlamışlardır.

RTÜK 2011 yılından önce marka yerleştirme uygulamalarını, markaların ekranda ne kadar kaldığı ya da markaların ne derece ön plana çıkarıldığı gibi çeşitli kriterler doğrultusunda "örtülü reklam" veya "gizli reklam" olarak değerlendirilmekteydi. AB Görsel İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi 'ne uyumlu bir şekilde revize edilen ve 2011 yılının Nisan ayından itibaren resmi bir şekilde uygulanmaya başlanan RTÜK'ün 6112 sayılı Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliği'nde marka yerleştirme uygulamasının tanımı şu şekildedir; "Bir ürün, hizmet veya ticari markanın, ücret veya benzeri bir karşılıkla program içine dahil edilerek veya bunlara atıf yapılarak, program içinde verildiği her tür ticari iletişimidir." (Tanyeri Mazıcı, Ateş ve Yıldırım, 2017: 241).

Marka kavramları ve ürün yerleştirme arasında literatürde bir anlam karmaşası bulunmaktadır. Birçok araştırmacı tarafından hangi ifadenin doğru olabileceği konusu irdelenmiştir. Yabancı kaynaklarda "product placement" ürün yerleştirme adı sıklıkla kullanılmaktadır. Alternatif fikir olarak, markalarda ürünlerin birer parçası durumundadır. Bu sebeple terminoloji açısından bakıldığında marka kelimesinin kullanımı doğru bir ifade olarak sayılmaktadır (Tıgılı, 2004: 25). Bu çalışmada her ürün bir markaya ait olduğu için marka yerleştirme kavramı kullanılmaktadır.

3. Şarkılarda Marka Yerleştirme

Marka yerleştirme uygulamaları televizyon programlarından ve filmlerden başka çeşitli medya platformları tarafından da kullanılmaktadır. Video klipler ve şarkılarda marka yerleştirme alanlarından biridir. Video kliplerde uygulanan marka yerleştirme yöntemi ilk olarak Sting adlı şarkıcının *Desert Rose* şarkısında karşımıza çıkmıştır. Şarkının klibinde Jaguar marka bir otomobilin gösterilmesi kliplerde yapılan marka yerleştirmesinin ilki olarak karşımıza çıkmış ve kabul edilmiştir. Müzik sektörü açısından bu klip bir başlangıç kabul edilmiş devamında da bu olayı birçok reklam anlaşması takip etmiştir (Çıldır, 2012:19).

Ancak araştırmacılardan bazıları söz konusu klipten daha önce bu tarz marka yerleştirmelerinin olduğunu iddia etmektedir. Albert Von Tilzer ve Jack Norworth yazdığı, Edward Meeker seslendirdiği "*Take Me Out to the Ball Game*" şarkısı beyzbolu insanlara göstermek ve bu sporu teşvik etmek için yayınlanmış; içerisinde "Cracker Jack" markasının yerleştirilmesi yapılmıştır.

Storm Gloor'un 1960 ve 2013 yılları arasındaki zamanı kapsayan Billboard müzik listesinin "Top 30" şarkısı ile yaptığı ayrıntılı bir inceleme sonrası 2000 ve 2010 yılları arasında yapılan şarkılarda ismi geçen 1544 markaya rastlanmaktadır. Son 20 yıl içerisinde bu sayıların ikiye katlandığı ve giderek daha da artacağını bu verilere dayanarak söylemek mümkündür (Bozlak, 2019:20-21).

Günümüzde popülerleşen online müzik videoları, markaların bir şarkı ya da bir müzik klipi içine yerleştirilerek hedef kitleye ulaşmalarını sağlama da büyük fırsatlar sunmaktadır. Bu fırsatlardan en önemlisi, markanın reklamının sonsuza kadar var olabileceği gerçeğidir. Günümüzde reklamlardan kaçınma eğilimi olan tüketiciler marka yerleştirme uygulamalarından kaçınmakta ayrıca video veya şarkı içerisine yerleştirilen markalara karşı duyulan güvenin, sanatçının fikri gibi algılanmasından dolayı ünlü kişi stratejisi ile markaya çekilmektedir. Müzik içerisinde markaların hedef kitle ile ilgili cinsiyet, yaş ve hatta bazı psikolojik detaylara ulaşabilmesi de mümkün olmaktadır. Video kliplerde ve şarkı sözlerinde uygulanan marka yerleştirmesine Janis Joplin'in *Mercedes Benz* şarkısının sözleri içerisinde yer almış olan Mercedes markası; Paul Simon adlı şarkıcının *Mama Don't Take My Kodachrome Away* klibinde ve şarkısında Kodak markası, Bruce Springsteen'in *Pink Cadillac* şarkısında Cadillac markasının marka yerleştirmesi, Madonna'nın Nicki Minaj ile söylediği MDNA albümünde yer alan *I Don't Give A* şarkısının içerisinde Volvo, Gabbana, Bugatti, Aldo, Prada, gibi markaların marka yerleştirmeleri karşımıza çıkmaktadır (Okkay, 2014:26-62).

2003 yılı başlarında Mercedes-Benz ABD'de "Hot 100 Billboard" şarkı listesinin içinde bulunan rap şarkılarında adı en fazla geçen marka olmuştur (104 kere). Mercedes-Benz'i sırasıyla Lexus markası (48 kere), Gucci markası (47 kere), Burberry markası (42 kere) izlemiştir. Run D.M.C grubuna ait Raising Hell albümündeki şarkılarından birinin ismi "*My Adidas*" dır. Grup markaya yapılan bu destek karşılığında bir milyon beş yüz bin dolar almıştır (Parker, 2005; Aktaran: Güler, 2010: 29). Diğer bir taraftan country müzik şarkıcısı olan Louise Madrell'in video klibinde RC Cola markası yer almıştır. Diğer bir şarkıcı olan Barbara Mandrell "No Nonsense" adıyla piyasaya çıkan albümüne sponsorluk için "No Nonsense" isimli çorap üreticisi olan firma ile imza atmış ve anlaşmıştır (Yolcu, 2010:51).

Hem tüm dünyada hem de Türkiye'de video klipler marka yerleştirme uygulamalarının sıklıkla tercih edildiği alanlardır. Türkiye'deki örneklerine baktığımızda Mustafa Sandal'ın 1996 yılında yayınladığı *Araba adlı* şarkısında Tuborg kamyonunun gözüktüyor olması bizlerin karşısına marka yerleştirme örneği olarak çıkmaktadır. Klip aynı zamanda alkol reklamı ve gizli reklam yasağının ihlal edilmiş olduğu gerekçesi ile yayımlandığı dönemde tartışmalara sebep olmuştur. Diğer bir örnek Athena müzik grubuna ait *Skalonga* adlı şarkıdadır. Klipin arka planın da Rejoice şampuan markasının büyük bir maketi yer almakta ve klipin yarısından itibaren marka net bir şekilde görüntülenebilmektedir (Bozlak, 2019:21).

4. Literatür Taraması

Marka yerleştirme kavramı uygulanmaya başlandığı günden itibaren farklı araştırmacılar tarafından incelenen bir konu haline gelmiştir. Çeşitli araştırmacılar tarafından ele alınan incelemeler şu şekildedir (Öztürk ve Okumuş, 2014:12, Sürücü, 2007:173).

Secunda ve Nebenzahl tarafından 1993 yılında 171 üniversite öğrencisine anket çalışması uygulanmış ve katılım gösteren öğrencilerin marka yerleştirme uygulamalarına karşı olmadıkları ve aksine aşırı miktarda olmadığı sürece diğer tutundurma faaliyetleri göz önünde bulundurulduğunda daha çok tercih edilebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

1994 yılında DeLorme, Zimmer ve Reid tarafından 29 üniversite öğrencisine yönelik olarak uygulanan odak grup çalışması sonucuna göre katılımcılar yerleştirilen markaların filmlere gerçeklik kattığını, ancak marka yerleştirmesinin aşırı olması durumunda rahatsızlığa sebep olduğunu belirtmişler.

1994 yılında Griffin, Pokrywczynski ve Saberwahl tarafından 62 üniversite öğrencisine yönelik uygulanan deney çalışmasında görsel ve sözel olarak yerleştirilmiş olan markalar %65, yalnızca görsel bir biçimde yerleştirilen markaların hatırlanabilirliği ise %43 olarak belirlenmiştir.

1994 yılında Meri ve Ong 75 kişi ile yapılan anket uygulamasında marka hatırlanabilirliği, marka yerleştirme uygulamalarına karşı genel tutum ve satın alma eğilimi incelenmiştir. Katılımcıların marka yerleştirilmesine karşı genellikle olumlu bir tutum sergiledikleri sonucuna ulaşılmıştır.

1994 yılında Karrh tarafından 76 üniversite öğrencisi üzerinde düzenlenen beş farklı markanın yerleştirilmesiyle ilgili deney sonuçlarına göre katılım gösteren öğrencilerin yerleştirilmiş olan bu 5 marka içinden en fazla tekrar edilen ve en göze çarpan markayı hatırlamışlardır. Ayrıca az bilinen markaların bilinirliğinin artmasında marka yerleştirme tekniğinin çok daha fazla etkisi olduğu görülmüş. Aynı şekilde Karrh tarafından 1995 yılında 22 profesyonel reklamcıya mektup yoluyla bir anket çalışması uygulanmıştır. Çalışmanın sonucunda dikkat çekici ambalaj tasarımına sahip olan markaların diğerlerine oranla daha fazla hatırlandığı ve bilindiği sonucuna ulaşılmıştır.

1996 yılında Carder ve Babin tarafından 98 üniversite öğrencisini kapsayan anket çalışmasının sonucuna göre Rocky film serisinin 5. ve 3. filmleri öğrencilere izlettirildikten sonra filmlerin içerisine yerleştirilen markaların ne kadarını hatırladıkları sorulmuş. Katılımcıların %30'u, filmlerin içine yerleştirilen markaların %50'sinden fazlasını hatırlamışlardır.

1996 yılında Crawford ve Baker tarafından 43 lisansüstü öğrencisine uygulanan derinlemesine mülakat ve anket çalışmasının sonucuna göre yerleştirilen markaların yüksek hatırlanabilirlik oranına sahip olduğu görülmüş ve bu markalara karşı olumlu tutumlar olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

1997 yılında DeLorme ve Zimmer tarafından 52 kişiye yönelik uygulanan mülakat ve anket çalışmasının sonucunda 16 markanın hatırlanabilirliği %33, bilinirliği ise %55 olarak açıklanmıştır. Bunlara ek olarak, karakterlerin sözlü olarak telaffuz ettiği ya da kullandığı ürünlerin diğerlerine oranla daha fazla akılda kalıcı olduğu görülmüştür.

1997 yılında Gould ve Gupta tarafından 102 üniversite öğrencisine uygulanan anket çalışması sonuçları doğrultusunda katılımcıların marka yerleştirmesinin de silah, sigara ve alkol gibi negatif ürünlerin yerleştirilmesine olumsuz tepki gösterdikleri, bunların dışında kalan marka yerleştirmelerine karşı olumlu tutum sergiledikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Dodd ve Johnstone tarafından 2000 yılında 53 kişiye yapılan deneyin sonucunda marka yerleştirme çalışmalarının marka bilinirliği üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

2000 yılında Braun ve Law tarafından 111 öğrenci üzerinde yapılan araştırmanın sonucuna göre markaların hatırlanması, tercih edilmesi ve tanınması da marka yerleştirme uygulamalarının etkisinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

2000 yılında Chartier ve D'Astous tarafından 103 öğrenci üzerinde yapılan deneyin sonucunda marka yerleştirme stratejilerinin algılanan uyum dereceleri ile kabul edilme ve beğenilme düzeyleri arasında pozitif bir ilişki olduğu ortaya çıkarılmıştır.

2006 yılında Devanathan ve Nelson tarafından 86 yetişkin bireye uygulanan deneyin sonucunda izleyicilerin film ile ilgilenme düzeylerinin marka bilinirliği açısından pozitif yönde bir ilişkisi olduğu, markaların hatırlanma oranlarıyla negatif yönde ilişkisi olduğu saptanmıştır.

Birçok araştırmacı tarafından dinleyicilerin veya izleyicilerin marka yerleştirme uygulamalarına karşı aşırı olumsuz bir bakış açısına sahip olmadıkları ortaya konmuştur. Sıklıkla diziler, filmler üzerine birçok araştırmalar yapılmış olsa da günümüzde şarkılarda yapılan marka yerleştirmeleri de karşımıza sıklıkla çıkmaktadır.

5. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Marka yerleştirme kavramının literatürde birçok araştırmacı tarafından ele alındığı görülmektedir. Günümüzde filmlerde, dizilerde uygulanan marka yerleştirmelerin yanı sıra milyonlarca insan tarafından dinlenen şarkılarda da yapılan marka yerleştirme uygulamaları oldukça artmıştır. Markaların tüketicilere ulaşmak, isimlerini duyurmak ve geleneksel reklam faaliyetlerinden olabildiğince kaçınarak kimi zaman eğlenceli kimi zaman duygusal ritimlerle markalarının şarkıların içerisine yerleştirilmesi yeni reklam faaliyet alanı olarak görülmektedir. Bu nedenle şarkıların içinde geçen markaların pazarlama kapsamı içinde ele alınması büyük önem arz etmektedir. Çalışmanın kapsamında Spotify listesi içinde yer alan “En Çok Dinlenen Yabancı Şarkılar” kategorisidir. Marka sahiplerinin amacı şarkı içerisine yerleştirilen markaların olabildiğince çok kişi tarafından duyulmasını sağlamak hatta insanların şarkıları söyleyerek marka isimlerini telaffuz etmesini sağlayabilmektedir. Çalışma kapsamında “en çok dinlenen yabancı şarkılar” kategorisinin seçilme sebebi de budur. Şarkılar ne kadar çok insan tarafından dinlenip söylenirse markaların akılda kalması ve telaffuz edilmesi de o kadar çok olacaktır. Seçilen kategoride yer alan tüm şarkılarda ürün yerleştirme yapıldığını söylemek mümkün değildir. Bu sebeple sadece çeşitli markaların yerleştirilmesinin yapıldığı şarkılar örnekleme dahil edilmiştir. Liste içerisinde marka yerleştirilmesi yapılan şarkılar çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır.

5.1. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Çalışmada 10.10.2020 tarihi itibarı ile “Spotify Top 30 En Çok Dinlenen Yabancı Şarkılar” kategorisi örneklem olarak seçilmiş ve seçilen şarkılar içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Yapılan incelemeler neticesinde çeşitli markaların yedi şarkıda marka yerleştirmesi yaptığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın örneklemini bu yedi şarkıdan oluşmaktadır. Bahsi geçen yedi şarkı içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiştir.

İçerik analizi belli kurallara dayalı olarak, birden fazla kelimedenden oluşan metinlerin, içerik kategorileri haline dönüştürülmesine olanak veren sistematik ve tekrar edilebilmeye imkan sağlayan yöntem olarak tanımlanmaktadır. İçerik analizi yöntemi, süreç içerisinde açıklayıcılığı olan, deneysel tabanlı, sonuç olarak da çıkarım yapabilmeyi ve tahmin edebilmeyi hedef alan bir yöntemdir.

İçerik analizi yöntemi araştırmacılara büyük hacimdeki verileri sistematik şekilde eleterek sadeleştirilmelerine olanak sağlamaktadır (Kaya, Usluel, 2011:50). Sözlü ve görsel ürün yerleştirmelerin tespiti ve analiz edilmesi için içerik analizi yöntemi sıklıkla kullanılmaktadır. Çoğunlukla dizi ve filmlere yerleştirilen ürünlerin tespit edilmesi için kullanılan, yerleştirilen ürünlerin geliştirilen kriterler bazında incelendiği ve markaların tespit edilmesine imkân sağlayan içerik analizi yöntemi bu çalışmada analiz edilen şarkıların incelenmesi ve yerleştirilen markaların belirlenmesi için en uygun yöntem olacaktır.

5.2. Şarkıların Analizi

Spotify uygulaması İsveçli bir müzik veri akışı ve podcast servisidir ve aralarında , EMI, Sony, The Orchard, Universal ve Warner Müzik Grubunun da bulunduğu bir grup bağımsız plak şirketlerinden seçilmiş müziklerin sınırsız bir şekilde dinlenilmesine olanak sağlayan bir platformdur (Wikipedia, 2021).

Spotify tarafından yapılan resmî açıklamalara göre 2020 yılında ücretli kullanıcı sayısının 130 milyonu aştığı, genel kullanıcı sayısının ise 320 milyona ulaştığı ve 60 milyondan fazla şarkıya ev sahipliği yaptığı bildirilmektedir (webrazzi.com). Bu rakamların söz konusu platformun birden fazla markaya ve firmaya ev sahipliği yaptığı anlamını çıkarabiliriz. Firmaların bu platform aracılığı ile çok fazla kullanıcıya ulaşabiliyor olması şarkılardaki marka yerleştirmelerin önümüzdeki günlerde etkisini daha da arttırarak devam ettireceğinin kanıtı niteliğindedir Aşağıda bulunan tabloda “Spotify Top 30 En Çok Dinlenen Yabancı Şarkılar” listesi gösterilmektedir.

Tablo 1. Spotify Top 30 En Çok Dinlenen Yabancı Şarkılar

	Şarkı	Şarkıcı
1	Roses	Imanbek, Saint JHN
2	Dance Monkey	Tones And I
3	Lalala	Y2K& Bbno\$
4	Senorita	Camila Cabello, Shawn Mendes
5	Memories	Maron 5
6	Everything I Wanted	Billie Eilish
7	Lose You To Love Me	Selena Gomez
8	Old Town Road	Billy Ray Cyrus, Lil Nas X
9	Don't Start Now	Dua Lipa
10	Lover	Taylor Swift
11	Me!	Brendon Urie, Taylor Swift
12	My Oh My	Dababy, Camila Cabello
13	Further Up	Static&Ben El, Pitbull
14	Falling	Trevor Daniel
15	Smoke Me	Misha Miller, Sasha Lopez
16	Ayy Macarena	Tyga
17	Never Never	Indiiiana, Drenchill
18	Alone,Pt.II	Ava Max, Alan Walker
19	Lose Control	Goodboys, Meduza, Becky Hill
20	Ride It	Regard
21	Breaking Me	Topic, A7s
22	New Vide Who Dis	Madison Mars
23	Roxanne	Arizona Zervas
24	Highest In The Room	Travis Scott
25	God İs A Dancer	Mabel, Tiesto
26	Piece Of Your Heart	Goodboys, Meduza
27	All Day And Night	Madison Beer, Jax Jones,Martin Solveig

	Şarkı	Şarkıcı
28	Chameleon	Sandra N.
29	Shadow	Triplo Max
30	The Box	Roddy Ricch

Kaynak: <https://open.spotify.com/playlist/2UnDDRwUwNd8IhwUgxcvLT>

Yapılan içerik analizinin sonucunda, Billy Ray Cyrus, Lil Nas X, *Old Town Road* şarkısının, Regard *Ride It* şarkısının, Static&Ben El, Pitbull *Further Up* şarkısının, Arizona Zervas *Roxanne* şarkısının, Dababy, Camila Cabello *My Oh My* şarkısının, Static&Ben El, Pitbull *Further Up* şarkısının, Camila Cabello, Dababy *My Oh My* şarkısının içinde, Roddy Ricch *The Box* şarkısında, Y2K&Bbno\$ *Lalala* şarkısının içinde çeşitli markaların yerleştirilmesinin yapıldığı saptanmıştır. Bu veriler doğrultusunda aşağıda listelenen şarkılar çalışmanın örnekleme olarak seçilmiştir.

Tablo 2. Örneklemeye Dahil Edilen Şarkıların İçerik Analizi

Şarkı/Şarkıcı	Marka Adı	Tekrar Sayısı	Şarkı sözü	Dinlenme/görüntülenme Sayısı (resmi video)
Lalala/ Y2K&Bbno\$	Gucci	1	“Vücutum Gucci ile kaplı”	405.717.883
Lil Nas X, Billy Ray Cyrus / Old Town Road	Porsche	2	“Ben atın üstünde gidiyorum sen Porsche’ni kamçılatabilirsin”	610.363.659
	Gucci	1	“Gucci’den bir kovboy şapkası”	
	Fendi	1	“Bir alışkanlığı var Fendi spor sütyen”	
	Masera ti	1	“Maserati spor arabamda rodeoya biniyorum”	
	Marlbo ro	1	“Marlboro adamı gibiyim, sırtımı tekmeliyorum”	
My Oh My / Camila Cabello, Dababy	Bimme r /BMW	1	“İçinde olduğu arabayı beğenmiyorum, ona yeni bir Bimmer alacağım”	79.372.729
Further Up / Static&Ben El, Pitbull	AP/ Apache	1	“Bileğimde AP var çok iyi”	38.709.997
	Baguett e	1	“Baguette saat de aldım çünkü daha tatlı”	
	Versac e	1	“Sadece Versace çarşaflarda uyurum”	
Ride It / Regard	Movida Club	1	“Cumartesi Movida Club’a gittik”	153.417.493
	Mohito Bar	1	“Senin isteğinle Mohito Bar’a geldik”	
Roxanne / Arizona Zervas	Merced es	4	“Üstü kapalı Mercedes süremez” “Eğer Mercedes’in yoksa sana güler”	123.537.934
	Chase (özel banka)	1	“Chase’i pos makinesine vuruyorum”	

Şarkı/Şarkıcı	Marka Adı	Tekrar Sayısı	Şarkı sözü	Dinlenme/görüntülenme Sayısı (resmi video)
The Box / Roddy Ricch	Cash App	3	“Cash App’den çözdüm parasını”	280.581.152
	Cadillac	1	“Kurşun geçirmez Cadillac’la şehri turluyorum”	
	Chanel	1	“Yavruyu zar zor görürsün ona aldığım Chanel ile”	

Kaynak: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Tabloda paylaşılan resmi dinlenme, görüntülenme verileri 27.12.2020 tarihinde www.youtube.com sitesinden alınmıştır. Tabloda görüldüğü üzere görüntülenme/dinlenme sayıları çok yüksek olan şarkılarda belirli markaların adları söylenmiş ve bazı şarkılarda ise aynı marka adları tekrar edilmiştir. Bu şarkıların başka platformlar kullanılarak dinlenmesi, diğer uygulamalardan bilgisayarlara, telefonlara indirilmesi, kapalı veya açık alanlarda bu şarkıların çalınması ile söz konusu bu markaların daha büyük kitlelere ulaştığını ve markalarının birçok kişi tarafından duyulmakta ve söylenmekte olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Şarkılarda geçen markaların analizleri aşağıdaki gibidir:

Gucci markası Y2KBbno\$ Lalala şarkısında bir kere geçmektedir. Gucci markasından şarkı içerisinde “vücudum Gucci ile kaplı” olarak bahsedilmektedir. Gucci markasının yerleştirilmesinin yapıldığı bu şarkı resmi rakamlarına göre 405.717.883 kişi tarafından dinlenmiştir.

Billy Ray Cyrus ve Lil Nas X’e ait Old Town Road şarkısının içerisinde birden marka yerleştirilmesi yapılmaktadır. Porsche markası şarkı içerisinde iki defa, Gucci, Fendi, Maserati ve Marlboro markaları birer defa kullanılmaktadır. Şarkının içerisinde adı geçen markalara olumlu bir imaj yüklenmektedir. Örnek olarak Fendi markasından alışkanlık olarak söz edilmektedir. Marlboro markasından bahsedilirken “Marlboro adamı gibiyim” diyerek markaya kişilik atfedilmektedir. 610.363.659 resmi izlenme sayısı olsa dahi şarkı birçok yerde dinlendiği için şarkı içerisinde geçen markalar birçok dinleyici tarafından duyulmakta ve söylenmektedir.

BMW markasından Camila Cabello, Dababy, My Oh My adlı şarkısında bahsedilmektedir. Şarkı içerisinde Bimmer adı ile geçmektedir. Bimmer, BMW markasının argosu için ifade edilen bir kısaltmadır. BMW markası şarkının içerisinde bir defa kullanılmakta olup “içinde olduğu arabayı beğenmiyorum ona yeni bir Bimmer alacağım” diyerek diğer markalara karşı kıyaslayıcı bir biçimde markalarının yerleştirilmesi yapılmaktadır.

Static&Ben El. Pitbull, Further Up şarkısında birbirinden farklı üç markanın yerleştirilmesi yapılmıştır. Bir saat markası olan AP şarkı içerisinde “bileğimde bir AP var çok iyi” denilerek markaya olumlu vurgu yapılmaktadır. Daha sonra Baguette saat markası için “Baguette saat de aldım çünkü daha tatlı” denilmektedir. Statü göstergesi olacak şekilde Versace markası için “sadece Versace çarşafında uyuyorum” denilerek yüksek ve olumlu bir statüye sahip algısı yaratılmaktadır.

Regard, Ride It şarkısında Mohito Bar ve Movida Club isimli mekanların marka yerleştirilmeleri yapılmıştır. Marka yerleştirmeleri sadece bir ürün veya metaya yönelik olarak değil çoğu zaman fiziksel bir mekâna vurgu yapılarak da uygulanabilmektedir. Bazı durumlarda kurgusal marka yerleştirmede mümkün olabilmektedir.

Arizona Zervas'ın, Roxanne adlı şarkısının içerisinde Chase ve Mercedes markaları yer almaktadır. Mercedes markasından bahsedildiğinde “üstü kapalı Mercedes sürmez” ve “Mercedes’in yoksa sana güler” sözleri ile birlikte markaya statü yüklenmiştir. “Chase’i pos makinesine vuruyorum” sözlerinde bahsi geçen Chase özel bir banka adıdır. 123.537.934 kere dinlenen bir şarkıda söz konusu markalara yer verilmektedir.

Cadillac ve Chanel markaları Roddy Ricch, The Box şarkısında geçmektedir. Resmi video izlenme sayısına göre 280.581.152 dinleyiciye ulaşan şarkının içerisinde Cadillac markası için kurşun geçirmez, Chanel markası için “ona Chanel aldığım için artık sen onu zor görürsün” anlamına gelen bir söz ile markanın yüksek statülü, pahalı olduğu vurgusu yapılmaktadır.

Örnekleme dahil edilen şarkılarda toplam 17 markanın çeşitli özellikleri vurgulanarak yerleştirilmesi yapılmıştır. İki farklı şarkıda Gucci markasına yer verilmiş ve şarkılar genelinde araba markalarının yerleştirilmesi daha fazla yapılmıştır. Birçok marka şarkı içerinde statü göstergesi olarak kullanılmaktadır. Fendi markasından alışkanlık “bir alışkanlığı var Fendi spor sütyen”, bimmer/BMW markası ile diğer araba markalarından üstünlük “içinde olduğu arabayı beğenmiyorum, ona yeni bir Biamer alacağım”, AP markası ile olumluluk “bileğimde AP var çok iyi”, Bagutte saat ile şıklık ve kıyaslama “Baguette saat de aldım çünkü daha tatlı”, Versace markası ile tekillik ve ayrıcalık “sadece Versace çarşaflarda uyurum”, Mercedes markası ile statü “üstü kapalı Mercedes süremez”, “eğer Mercedes’in yoksa sana güler”, Cadillac markası ile sağlamlık “kurşun geçirmez Cadillac’la şehri turluyorum”, Chanel markası ile de pahalılık, lüks “yavruyu zar zor görürsün ona aldığım Chanel ile” gibi ifadeler vurgulanmaktadır.

Farklı şarkılarda yer almak için markaların şarkıcılara/sanatçılara yüklü ücretler ödedikleri bilinmektedir. Örnek olarak otomobillerini reklam filmleri içerisinde kullanması ve şarkılarında bahsetmesi için Celine Dion ile Chrysler markası ile üç yılı kapsayan 14 milyon dolarlık bir anlaşma imzalamıştır. Mc Donald’s firması, firmanın tutundurma mesajı olan “*I’m Lovin’It*” şarkısını kâğıda dökmesi için Justin Timberlake ile anlaşmaya varmıştır. Ayrıca Mc Donald’s, Tony Rome adlı şarkıcının şarkı sözlerinin içinde bir ürünün adının geçmesi için şarkıcı ile anlaşma sağlamıştır (Parker, 2005; Aktaran: Güler, 2010: 28,29).

Marka yerleştirmeleri sadece işletmelerin reklam alanı olmakla kalmayıp aynı zamanda şarkıcılarında kazanç alanına dönüşmüştür. Farklı markaların dizilerde ve filmlerde marka yerleştirme yapmak amacı ile oyuncuların kullandıkları ürünleri karşılama, film yapımcılarına çeşitli dekor ürünlerini sunma ya da para karşılığında marka yerleştirilmesinin yapıldığı bilinmektedir. Çıldır (2012) yaptığı çalışmada 1980’li yıllardan itibaren marka yerleştirme uygulamasına stratejik bir duyurum ve tanıtım aracı algısı yüklendiğini ve film yapımcılarına marka yerleştirmelerine karşılık ödenen miktarların milyon dolarlar gibi rakamlarla ifade edildiğini söylemektedir.

6. Sonuç ve Öneriler

Yapılan içerik analizinin ve çeşitli araştırmacıların yapmış oldukları araştırma sonuçları göstermektedir ki marka yerleştirme uygulaması sıklıkla kullanılmakta ve geleneksel reklam faaliyetleri ile yarışacak bir hale gelmektedir.

Filmlerde, dizilerde karşımıza sıklıkla çıkan marka yerleştirme uygulamaları günümüz şartlarında sadece bu alanlar ile sınırlı kalmamaktadır. İçerik analizinin sonuçları bizlere markaların şarkı sözlerinin içerisine yerleştirildiğini göstermektedir. Şarkılarda ürün yerleştirme yapılan markalar sadece sözel değil görsel şekilde de yer alabilmektedir. Örneğin 2000 yılında piyasaya çıkan dünyaca ünlü şarkıcı Sting'in *Desert Rose* isimli şarkısının klipinde Jaguar marka bir otomobilin yerleştirilmesi yapılmıştır. Mc Donald's markasının sloganı haline gelen I'm Lovin It sözü ise yine dünyaca ünlü şarkıcı Justin Timberlake'in *I'm Lovin It* şarkısında defalarca vurgulanmıştır. 2013 yılında Avril Lavigne'nin *Rock in Roll* şarkısında Sony marka cep telefonu hem sözel hem görsel olarak yerleştirilmiştir. 2010 yılında Lady Gaga'nın *Telephone* şarkısının klipinde Coca Cola ve LG marka cep telefonunun yerleştirildiği görülmektedir. Janis Joplin'in 1971 yılında yayınlanan Pearl albümünde direkt olarak *Mercedes Benz* isimli bir şarkı yer almakta aynı zamanda Porsche markasının da yerleştirilmesi yapılmaktadır. Eski tarihlerden bir diğer örnekte The Eagles grubunun 1976 yılında yayınladıkları *Hotel California* şarkısında geçmektedir. Şarkının içerisinde Mercedes ve Tiffany markalarına yer verilmektedir.

Şarkılarda yer verilen markalar sıklıkla olumlanmakta olup statü vurgusu yapılmaktadır. Şarkılarda kullanılmış olan markalar yüksek oranda tanındık, bilindik ve aşına olunan markalardır. Birçok markanın, markalarını yerleştirmek için oyunculara, filmlere, dizilere, şarkıcılara yüksek ücretler ödediğine değinilmişti. Bu da bizlere markaların geleneksel reklamların haricinde görsel veya sözel olarak marka yerleştirmeleri ile reklam uygulamalarına yöneldiğini göstermektedir. Buna bir örnek verecek olursak Mercedes markası geleneksel reklam faaliyetlerini yani reklam bannerlarını ya da jenerik reklam uygulamalarını sıklıkla kullanan bir marka değildir. Ancak söz konusu marka birçok dizide, filmde, şarkıda vb. alanlarda reklamını yapmaktadır. Buradan yapılacak çıkarım Mercedes markasının tanıtım bütçesini geleneksel reklamdan ziyade marka yerleştirme uygulamalarına ayırdığı yönünde olabilir.

Marka yerleştirme uygulamaları ilk olarak ABD'de ortaya çıksa da geleneksel reklam faaliyetlerinin etkinliğini kaybetmesi ve pahalı olması sebepleri ile ülkemizde de çok sık uygulanmaya başlanan bir reklam faaliyeti haline gelmiştir. Bu çalışma kapsamında analize dahil edilen şarkılar 2019-2020 yılları arası bilindik bir uygulama olan Spotify verileri esas alınarak belirlenmiştir. Ancak piyasada yer alan her şarkı Spotify listelerine dahil olmamakta, Youtube, Tiktok vb. uygulamalarda da yayılmakta ve birçok dinleyiciye ulaşmaktadır. Marka yerleştirme uygulamaları gelecek çalışmalarda daha derin analiz edilerek diğer alanlar/platformlar ele alınarak incelenebilir, uygulanan marka yerleştirme stratejileri geniş kapsamlı ele alınarak literatür zenginleştirilebilir.

Kaynakça

- Babin, L., Carder, S. T. (1996). Viewers' Recognition of Brands Placed Within a Film. *International Journal of Advertising*, 15, 140-151.
- Balasubramanian, S. (1994). Beyond Advertising and Publicity: Hybrid Messages and Public Policy Issues. *Journal Of Advertising*, 23 (December), 31.
- Bozlak, E. (2019). Tüketicinin Türk Dizilerinde Yer Alan Kurgusal Markalara Yönelik Tutumunu Etkileyen Faktörler, *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yüksek Lisans Tezi, 2.

- Çildir, Ç. (2012). Ürün Yerleştirmenin Marka Hatırlama ve Satın Alma Niyetine Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir, 5, 19.
- Demir, M. (2008). Televizyon ve Sinema Dünyasının Yeni Yıldızları: Ürünler ve Ürün Yerleştirme Tekniğinin İzleyiciler Üzerindeki Etkileri, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yüksek Lisans Tezi, 50.
- Gupta, P., Gould, S. (1997). Consumer's Perceptions Of The Ethics And Acceptability Of Product Placements In Movies: Product Category And Individual Differences, *Journal Of Current Issues And Research In Advertising*, 19(1), 37-50.
- Güler, G. (2010). Sinemada Ürün Yerleştirme: 1995-2010 Yılları Arasında Çekilmiş Türk Komedi Filmlerinin İncelenmesi, *Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 28, 29.
- 10 Nisan 2020 tarihinde <https://open.spotify.com/playlist/2unddrwuwnd8ihwugxvclt> adresinden alındı.
- 12 Nisan 2021 tarihinde <https://tr.wikipedia.org/wiki/Spotify> adresinden alındı.
- 29 Nisan 2020 tarihinde <https://webrazzi.com/2020/04/29/spotify-ucretli-kullanici-sayisi-gelirler/> adresinden alındı.
- Johnstone, E., Dodd, C. (2000). Placements as Mediators of Brand Salience within UK Cinema Audience, *Journal of Marketing Communications*, 6, (3), 141-158.
- Karrh, J. (1994). Effects of Brand Placement in Motion Pictures, Proceedings of the 1994 American Academy of Advertising Conference, Karen W. King, ed., Athens, GA: Henry W. Grady College of Journalism and Mass Communication, 90-96.
- Kaya, G., Koçak Usluel, Y. (2011). Öğrenme- Öğretme Süreçlerinde Bit Entegrasyonunu Etkileyen Faktörlere Yönelik İçerik Analizi, *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31, 50.
- Law, S., Braun, K. (2000). I'll Have What She's Having: *Gauging the Impact of Product Placements on Viewers*.
- Nelson, M., Devanathan, N. (2006). Brand placements bollywood style *Journal of Consumer Behaviour*, 5(3), 211-221.
- Okkay İ. (2014). Pazarlama İletişiminde Ürün Yerleştirme ve Etiksel Bir Yaklaşım, *Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı, Doktora Tezi*, 26-62.
- Öztürk, S., Okumuş, A. (2014). Pazarlama İletişimi Aracı Olarak Ürün Yerleştirme: Kavramsal Bir Çerçeve, *İ.Ü İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 25(76), s.12
- Sarıyer N., Ayar H. (2013). Filmlere Yerleştirilen Markaların Çocuklar Tarafından Hatırlanması: Toy Story 3 Filmi Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 15(1), 85.
- Sürücü, P. (2007). Marka Yerleştirmenin Bir Reklam Olarak Etkileri: Video Oyunlarındaki Marka Yerleştirme Uygulamaları Üzerine Keşifsel Bir Araştırma, *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(2), 173.
- Tanyeri M. E., Ateş, N. B. ve Yıldırım, A. (2017). Televizyon Programlarında Ürün Yerleştirme: Survivor All Star Örneği, *Selçuk İletişim* 9(4), 241.
- Tıgılı, M. (2004). *Bir Aktör Olarak Markalar: Ürün Yerleştirme*. İstanbul: Türkmen
- Williams, K., Petrosky, A., Hernandez, E., JR., R. (2014). Product Placement Effectiveness: Revisited and Renewed, *Journal of Management and Marketing Research*, 2.
- Yaman, D. (2019). Marka İletişimi Açısından Ürün Yerleştirme Uygulamaları: Hollywood ve Türk Sinema Filmleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme, *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi*, Yüksek Lisans Tezi, 4.
- Yolcu, T. (2010). Pazarlama İletişim Aracı Olarak Ürün Yerleştirme: Dizi ve Filmler Üzerine Bir İnceleme, Yüksek Lisans Tezi, *Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Sakarya, 51.

ÇALIŞANLARIN SENDİKALARA YÖNELİK ALGILARININ İNCELENMESİ: BİR ÇOKLU GRUP ANALİZİ*

Alptekin DEVELİ¹, Harun YILDIZ²

Öz

Araştırmanın amacı, çalışanların sendikalara ilişkin olumlu ve olumsuz görüşlerini hem özel ve kamu sektörü üzerinde hem de demografik özellikler bağlamında çok gruplu olarak karşılaştırmaktır. Araştırma nicel araştırma tasarımı ve betimsel tarama yöntemiyle yapılmıştır. Araştırma verileri kolayda örnekleme yöntemiyle özel ve kamu sektöründeki çalışanlardan kesitsel zamanlı anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Elde edilen veri, kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi (KEKK-YEM) aracılığıyla incelenmiştir. Sonuçlara göre çalışanların sendikalara yönelik hem olumlu hem de olumsuz algıları cinsiyet ve çalıştıkları sektör türüne göre farklılaşırken, sendikalara yönelik olumlu algıları ise sadece yaş gruplarına ve sendika üyesi olup olmadıklarına göre farklılaşmaktadır. Buna göre cinsiyet açısından erkek çalışanların kadın çalışanlara göre olumlu sendikal algıları düşük, olumsuz sendikal algıları yüksektir. Sektör açısından kamu sektörü çalışanlarının olumlu sendikal algıları düşük, olumsuz sendikal algıları yüksektir. Yaş açısından çalışanların yaşları arttıkça sendikalara yönelik olumlu algıları azalmaktadır. Sendika üyeliği açısından ise bir sendikaya üye olmayanların olumlu sendikal algıları düşük olarak tespit edilmiştir. Araştırmanın kuramsal ve uygulamaya dönük yönleri tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sendika, Sendikal algı, Kısmi en küçük kareler, SmartPLS.

Jel Sınıflaması: M19, L31, L33, C18.

INVESTIGATION OF EMPLOYEES' PERCEPTIONS TOWARDS THE UNIONS: A MULTI-GROUP ANALYSIS

Abstract

This paper aims to investigate the positive and negative perceptions of employees about unions with multi-group comparisons in both the private and public sectors, and also in the context of demographic characteristics. This paper was designed with a quantitative research pattern and descriptive survey method. The data were obtained from private and public sector employees through a convenience sampling method with a cross-sectional survey design and analyzed through a statistical software based on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). Results demonstrated that positive perceptions of employees differ in terms of age groups and whether they are union members or not, while both positive and negative perceptions of employees differ in terms of gender and sector type. Accordingly, while male employees' positive perceptions of unions are low compared to female employees, their negative perceptions of unions are high. Public sector employees' positive perceptions of unions are low while their negative perceptions of unions are high. Also, as the age of employees increases, the positive perceptions of them about unions decrease. Lastly, the positive perception of non-union members is low. The theoretical and practical implications of the paper are discussed.

Keywords: Union, Perception of the union, Partial least squares, SmartPLS.

JEL Codes: M19, L31, L33, C18.

* Bu çalışma, 1-3 Kasım 2019 tarihlerinde Bandırma'da düzenlenen 10. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi'nde sunulan bildiri çalışmasının (Yıldız ve Develi, 2019) gözden geçirilmiş ve genişletilmiş halidir.

¹Dr. Öğr. Üyesi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Erbaa Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, alptekindeveli@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7232-5603

²Doç. Dr., Bandırma Onyeddi Eylül Üniversitesi, Ömer Seyfettin Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, harunyildiz@bandirma.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0394-9812

1. Giriş

Kökenleri itibariyle Orta Çağ Avrupası'ndaki Lonca düzenine kadar uzanan ve özellikle 1870'li yıllardan itibaren profesyonelleşmeye başlayan uygulamalarıyla ortaya çıkan sendika yapılarının günümüz iş yaşamındaki rolü, hem ekonomik hem de toplumsal anlamda önemli bir boyuttadır (Adal, 2008; Brown ve Wadhvani, 1990; Gregg ve Yates, 1991). Zira iş yaşamında belirli bir maaş veya ücret karşılığında çalışan her birey, bir işverene bağlı olarak veya bir kurumun istihdamında çalışmaktadır. Diğer yandan insan ihtiyaçlarının çeşitlilik göstererek arttığı iş dünyasında bir çalışan sürekli olarak daha iyi çalışma koşullarına sahip olmak istemektedir.

Çalışanlar, koşullarının iyileştirilmesiyle ilgili söz konusu isteklerini her zaman sadece kendi girişimleriyle elde edememektedirler (Fiorito vd., 1987). Bunun temel nedeni, bir çalışanın temel hak ve yan edimlerini iyileştirmek istediğinde oldukça kısıtlı olan bireysel çabalarının etkili sonuçlar üretememesidir. Hatta sadece bireysel çabalarla yapılan bu girişimler, örgütün tepkisini çekerek çalışanları daha da olumsuz şartlara mecbur bırakabilmektedir. Bu sebeplerden dolayı çalışanların işverenleriyle bir sendika aracılığıyla ve toplu pazarlık yöntemiyle uzlaşmaya varmayı tercih etmeleri onların daha yararına olmaktadır (Bingöl, 2010; Ewing ve Hendy, 2017).

Sendikaların faaliyet alanları her ülkenin hukuk kurallarına ve mevzuatlarına göre daralarak veya genişleyerek farklılık gösterebilmektedir (Adal, 2008). Örneğin, sendika kavramının terimsel karşılığı, İngiliz dilinde *union* (sendika), *trade union* (ticari sendika) veya *labor union* (işçi sendikası) şekillerinde karşılık bulmaktadır. Sendikaları Türkiye'deki kapsamı bakımından ele alıp tanımlamak için ise 6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu'na bakılabilir. Söz konusu kanunda sendikalar şu şekilde tanımlanmaktadır: "İşçilerin veya işverenlerin çalışma ilişkilerinde, ortak ekonomik ve sosyal hak ve çıkarlarını korumak ve geliştirmek için en az yedi işçi veya işverenin bir araya gelerek bir işkolunda faaliyette bulunmak üzere oluşturdukları tüzel kişiliğe sahip kuruluşlardır" (Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu, 2012, s. 11695).

İş sözleşmesi kanununda geçen açıklamalardan da anlaşılacağı üzere *bir sendika kuruluşunun temel amacı, hem çalışanların hem de işverenlerin birlikte daha iyi şartlarda çalışmalarını sağlamaktır*. Diğer yandan, ilgili kavramın tanımlanması konusunda yazındaki çalışmaların dikkate aldığı ortak noktalara bakılınca, sendika kavramı; sağlıklı çalışma koşullarının oluşturulmasına katkıda bulunan, iş güvencesi sağlayan, işçi ve işveren bakımından karşılıklı iyileştirme süreçlerini işleten ve üyeler arasında dayanışma sağlayan bir yapı olarak ortaya çıkmaktadır (Yüctürk, 2012).

Çalışma hayatında sendikaların bir kurum olarak önemli bir işlevi olduğu gerçeği göz ardı edilemese de teknolojik gelişmelerin yarattığı değişiklikler ve sendikal faaliyetlerin bir takım siyasi yapıların desteğini alması gibi pek çok nedenden dolayı zamanla sendikalara yönelik algı ve tutumlar da giderek farklılaşmıştır. Bu durumun yarattığı farklılıklar yanında, özel ve kamu sektörünün işleyişinden kaynaklanan kendine özgü dinamikleri de (aynı konu üzerinde olsa bile) bu sektörlerdeki işgörenlerin diğerlerine göre bir takım farklı algı, tutum ve davranışlar sergilemelerine yol açabilmektedir.

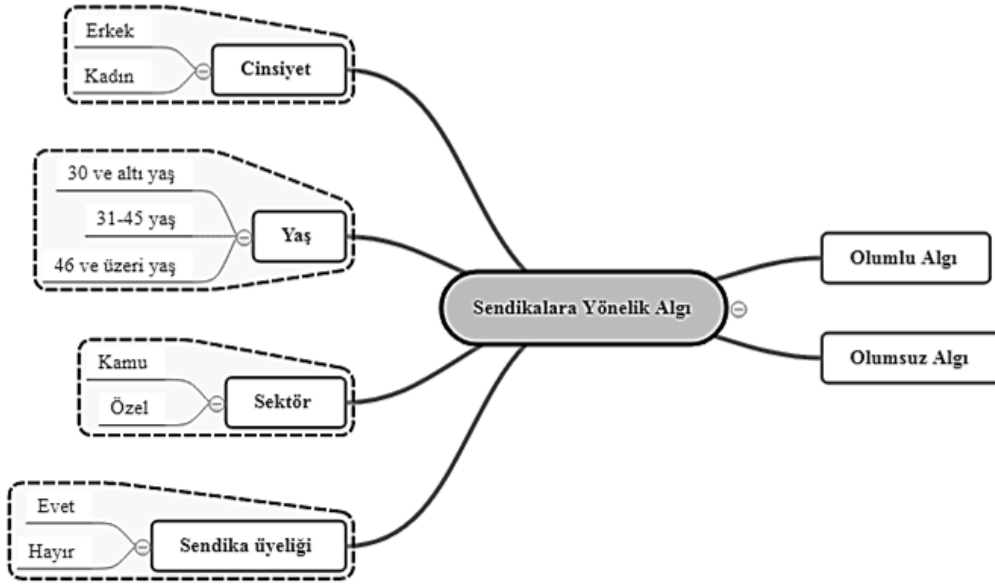
Çalışanların sendikal algılarının nasıl farklılaştığını göstermesi bağlamında mevcut yazında dikkat çekici bulgular bulunmaktadır.

Örneğin, bir sendika üyesi olan çalışanların sendika üyesi olmayan meslektaşlarına göre işlerinden daha az tatmin olmaları pek çok araştırma tarafından bulgulanmış durumdadır (Borjas, 1979; Bryson vd., 2010; Freeman, 1978; Green ve Heywood, 2015; Laroche, 2017, 2016). Diğer yandan, bu görüşe karşı çıkan bir yaklaşımda bir sendikaya üye olan çalışanların iş tatminsizliği yaşama nedenlerinin, sendikaların yaklaşımlarından ziyade yalnızca çalışma koşullarının kötülüğüne işaret ettiğini bulgulayan araştırmalar da bulunmaktadır (Bender ve Sloane, 1998; Bessa vd., 2021; Gordon ve Denisi, 1995; Pfeffer ve Davis-Blake, 1990). Dolayısıyla birçok moderatör (düzenleyici) değişkenin bu tür algıların oluşmasında belirleyici bir rolü vardır. Örneğin almış olduğu lisans eğitime uygun olmayan bir işte çalışan bir bireyin mevcut işine yönelik eleştirilerini ya da tatminsizliğini sendikal olma bağlamıyla bütünleştirmek bu durumun asli nedenini gölgede bırakabilir.

Bu koşulsal değişkenlerin önemi bir yana, sendikal algıların demografik değişkenler bağlamında incelenmesi bakımından ise ilgili yazın oldukça sınırlıdır. Bu konuda Etcı ve Kağncıoğlu (2017) tarafından kamudaki taşeron işçiler üzerinde gerçekleştirilen araştırmaya göre katılımcıların genel sendikal tutumları ile sendikal güç ve hizmet algılarının cinsiyet, eğitim düzeyi ve sendikaya üyelik durumuna göre farklılaşmadığı bulgulanırken, yaş ile sendikal tutum ve sendikal güç ve hizmet algısı arasında ise anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Diğer yandan, güncel yazında sendikalaşma oranlarının neden düşük düzeyde seyrettiği ve sendika yapılarının neden güçsüz kaldığı ile ilgili araştırmalar yapılmaya başlanmıştır (Birelma, 2021). Bu nedenle sendikalarla ilgili gelecek çalışmaların bu tür sorulara yanıt bulmayı sağlayacak önemli bir araç oldukları söylenebilir.

Görüldüğü üzere uluslararası yazında, her ne kadar sınırlı düzeyde olsa da, çalışanların sendikal algılarını farklı bağlamlarda inceleyen araştırmalar bulunmaktadır. Ancak aynı durum ulusal yazında ise kısıtlı düzeydedir (Yeşil, 2017). Ulusal bağlamda yapılan yazın taramaları, sendika yapısını ele alan araştırmaların genelde sendikal uygulamaların tartışılması konusıyla sınırlı kaldığını göstermektedir. Hâlbuki çalışanların demografik özellikleri ve çalışma şartları sendikal algılarını etkileme potansiyeli taşımaktadır. Bu çıkarımın gerekçeleri ise öncelikle 6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu'ndaki çalışma yaşı kriterlerinden ve yazındaki ilgili çalışmalardan (Akyiğit, 2013; Etcı ve Kağncıoğlu, 2017; Özen ve Özbek, 2017; Yiğit, 2013) rahatlıkla öngürebilmektedir. Nitekim bu çalışma, çalışanların sendikal algılarının çeşitli değişkenler bağlamında nasıl farklılaştığını inceleyen araştırmalara bir başlangıç sağlamak üzere tasarlanmıştır.

Bu araştırmanın temel amacı, çalışanların sendikalar hakkındaki olumlu ve olumsuz görüşlerini sektörel (özel ve kamu) açıdan ve diğer demografik özellikler (cinsiyet, yaş ve sendika üyeliği) açısından çoklu gruplar düzeyinde karşılaştırma yaparak incelemektir. Çalışmanın araştırma sorusu, çalışanların sendikalar hakkındaki olumlu ve olumsuz görüşlerinin yaş, cinsiyet, sektör türü ve sendika üyesi olup olmadığına göre nasıl farklılaştığıdır. Hem yukarıda ifade edilen gerekçeler hem de ilgili yazın bağlamında oluşturulan araştırma modeli ve ileri sürülen hipotezler aşağıdaki gibidir:



Şekil 1. Araştırma Modeli

H₁: Çalışanların sendikalara ilişkin olumlu ve olumsuz algıları *cinsiyete* göre anlamlı düzeyde değişmektedir.

H₂: Çalışanların sendikalara ilişkin olumlu ve olumsuz algıları *yaşa* göre anlamlı düzeyde değişmektedir.

H₃: Çalışanların sendikalara ilişkin olumlu ve olumsuz algıları *sektöre* göre anlamlı düzeyde değişmektedir.

H₄: Çalışanların sendikalara ilişkin olumlu ve olumsuz algıları *sendika üyeliğine* göre anlamlı düzeyde değişmektedir.

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Tasarımı ve Veri Toplama Süreci

Çalışanların sendikalara yönelik algılarını belirlemek amacıyla yürütülen bu araştırma, nicel araştırma tasarımı ve betimsel tarama modeli ile yürütülmüştür. Araştırma sürecinde katılımcılardan kolayda örnekleme yöntemi ve kesitsel zamanlı çevrimiçi anket tekniği kullanılarak veri toplanmıştır. Verinin toplanmasında gönüllü katılım esas alınmıştır. Çevrimiçi anketler, Google Formlar altyapısı kullanılarak toplanmıştır (Google Formlar, 2019). Özellikle sendikaya üye katılımcılara ulaşılması konusunda işyeri sendika sorumluları ile temasa geçilerek sosyal medya hesaplarında araştırma anket linki paylaşılmıştır. Bu sayede tamamen gönüllü olarak araştırmaya katılım sağlanmıştır.

2.2. Örneklem

Araştırmanın örneklemini özel ve kamu sektöründeki çeşitli iş kollarında çalışan 87 bireyden oluşmaktadır. Örneklem sayısı artırılmaya çalışılsa da bu konuda çeşitli kısıtlılıkların olduğunu da ifade etmek gerekir. Çalışanların önemli bir bölümü, sendikaları bir takım siyasi partilerle birlikte düşündüğünden ve sanki onlarla ilgili birtakım eğilimleri ölçülüyormuş gibi hissettiklerinden anket çalışmasına katılımı istememişlerdir.

Her ne kadar katılımcılara çalışmanın bir bilimsel araştırma kapsamında yürütüldüğü aktarılsa da gönüllü katılım esas alındığından katılım düşük düzeyde olmuştur. Katılımcıların 30'u kadın, 57'si erkektir. Yaş aralığı bakımından 31 kişi 30 ve altı yaş grubunda, 50 kişi 31-45 yaş grubunda ve 6 kişi 46 ve üstü yaş grubundadır. Çalışılan sektör açısından bakıldığında, 33 kişi özel sektörde ve 54 kişi kamu sektöründe çalışmaktadır. Ayrıca katılımcılardan 33'ü sendikaya üyesi iken, 54'ü sendika üyesi değildir. Sonuç itibarıyla örneklemin çoğunluğu erkek, orta yaş grubunda, kamu sektörü çalışanı ve sendika üyesi olmayan çalışanlardır (bakınız Tablo 1).

Tablo 1. Demografik Değişkenlerin Frekans ve Yüzde Analizleri

Değişkenler	Alt kategoriler	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	30	34
	Erkek	57	66
Yaş	30 ve altı yaş	31	36
	31-45 yaş	50	57
	46 ve üzeri yaş	6	07
Sektör	Özel	33	38
	Kamu	54	62
Sendika Üyeliği	Evet	33	38
	Hayır	54	62

Not. n = 87

2.3. Ölçekler

Araştırma sürecinde Yeşil (2017) tarafından sivil toplum kuruluşlarına yönelik algıları ölçmek üzere geliştirilen ölçek, araştırmacılar tarafından sendikalara yönelik algıları ölçecek şekilde 5'li Likert ölçüm düzeyinde uyarlanmıştır. Yansıtıcı (reflective) yapıdaki bu ölçek, 28 ifade ve 2 boyuttan oluşmaktadır. Söz konusu boyutlar, olumlu yargı (21 ifade) ve olumsuz yargı (7 ifade) şeklindedir. Boyutlar her ne kadar yargı olarak ifade edilse de belirli bir konudaki algıları ölçtüğünden tüm makale içerisinde 'algı' olarak kullanılmıştır. Ölçek ifadeleri araştırmacılar tarafından 5'li Likert ölçeği ile puanlandırılmıştır (1 = Hiç katılmıyorum, 5 = Tamamen katılıyorum). Bununla birlikte ölçeğin uygulanacağı örneklem grubu dikkate alınarak bir dizi modifikasyon gerçekleştirilmiştir. Ölçek ifadelerinin son hali çalışmanın sonunda ek olarak sunulmuştur. Ayrıca, anket formunun ikinci bölümünde sınıflandırma ve sıralama ölçüm düzeylerinde katılımcıların cinsiyetlerini, yaşlarını, çalıştıkları sektör türünü ve sendika üyesi olup olmadıklarını ölçen sorular yer almaktadır.

2.4. Verinin Analizi

Elde edilen verinin analizi sürecinde ön veri analizleri ile demografik bilgilerin tespiti için IBM SPSS yazılımı kullanılırken, araştırmanın ölçüm modelini ve yapısal modelini test etmek için SmartPLS 3 yazılımı kullanılmıştır. Varyans temelli bir yapısal eşitlik yazılımı olan SmartPLS, normal dağılım varsayımı gerektirmeyen (Hair vd., 2013), başka bir anlatımla, veri normal dağılım gösterse de göstermese de tahmin odaklı çıkarım yapabilen (Develi ve Çavuş, 2019; Develi, 2020), karmaşık modelleri test edebilen ve özellikle de küçük örneklemelerde etkili sonuçlar verebilen bir yazılımdır (Sarstedt vd., 2016). Bu yazılım, söz konusu özelliklerinden dolayı bu araştırmanın analizleri için uygun, yeni nesil bir yazılım olarak kabul edilmiştir (Kaya vd., 2020). SmartPLS analizlerinin istatistiksel anlamlılıkları test edilirken %5 güven düzeyinde yanlışlığı düzeltilmiş ve hızlandırılmış güven aralığı (*bias-corrected and accelerated confidence interval*) yöntemi (BCa CI) kullanılmıştır.

Ayrıca Hair ve arkadaşları (2017) ile Henseler ve arkadaşları (2016) tarafından önerilen 5000 türev örneklem (bootstrapping) sayısı tercih edilmiştir.

3. Bulgular

3.1. Ön Veri Analizi

Elde edilen verinin kontrolünü sağlamak ve temel analizlere yönelik varsayımları sınamak üzere bir takım ön veri analizleri gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda öncelikle kayıp değer incelemesi yapılmıştır. Çevrimiçi anket formunda tüm cevapların işaretlenmesi zorunlu tutulmuş ve yapılan kayıp değer analizinde veri setinde eksik veri bulunmadığı gözlenmiştir. Sonrasında uç değer analizi yapılmıştır. Mahalanobis uzaklığı yöntemi (Mahalanobis, 1936) kullanılarak gerçekleştirilen uç değer analizinde %1 istatistiksel anlamlılık düzeyinde anlamlı bir uç değer tespit edilmemiştir. Son olarak, 87 katılımcıdan oluşması sebebiyle küçük bir örneklem sayısına tekabül eden veri seti üzerinden test edilecek hipotezlerin yanlılığı düzeltilmiş ve hızlandırılmış güven aralığı yöntemi (*BCa CI*) ile 5000 türev örneklem oluşturularak test edilmesine karar verilmiştir.

3.2. Ölçüm Modeli Analizi

Araştırmada kullanılan ölçme araçlarının geçerlilik ve güvenilirliğini belirlemek amacıyla öncelikle ölçüm modeli analiz edilmiştir. Araştırmada ileri sürülen kavramsal modele uygun bir şekilde ölçüm modeli oluşturmak için cinsiyet, yaş, sektör türü ve sendika üyeliği değişkenleri egzogen (bağımsız) yapı olarak atanırken, olumlu algı ve olumsuz algı değişkenleri endojen (bağımlı) yapı olarak atanmıştır. Gösterge yüklerinin geçerliliği için temel alınan ölçüt, 0.70 ve üzeri katsayıların dikkate alınması ve 0.40 - 0.70 aralığındaki göstergeler eğer modelden çıkarıldıklarında birleşik güvenilirlik (CR) ve açıklanan ortalama varyans (AVE) katsayılarında bir iyileşme oluyorsa ilgili maddelerin gözlem dışı bırakılması olmuştur (Hair vd., 2017). Bu nedenle, olumlu algı değişkenine ait 12 gösterge ile olumsuz algı değişkenine ait 2 gösterge bu kriterleri sağlamadığından dolayı modelden çıkarılmıştır. Ölçüm modelindeki yapıların birleşme geçerliliğine ve güvenilirliğine yönelik sonuçlar ise Tablo 2’de görülmektedir.

Tablo 2. Birleşme Geçerliliği ve Güvenilirlik Sonuçları

Yapılar	Göstergeler	GY	t	p	α	rho_A	CR	AVE
Olumlu Algı	Olumlu1	.754	5.527	.000	.930	.938	.925	.584
	Olumlu11	.583	3.312	.001				
	Olumlu12	.603	3.697	.000				
	Olumlu19	.727	4.514	.000				
	Olumlu2	.898	8.043	.000				
	Olumlu3	.617	3.759	.000				
	Olumlu5	.982	8.109	.000				
	Olumlu6	.797	6.898	.000				
	Olumlu9	.818	5.206	.000				
Olumsuz Algı	Olumsuz1	.822	4.760	.000	.923	.936	.918	.698
	Olumsuz2	.864	5.389	.000				
	Olumsuz3	.554	2.695	.007				
	Olumsuz4	.931	7.414	.000				
	Olumsuz5	.946	8.637	.000				

Not. n = 87, GY: Gösterge yükleri, t: t istatistiği anlamlılık düzeyi, p: p istatistiği anlamlılık düzeyi, α : Cronbach alfa katsayısı, CR: Birleşik güvenilirlik, AVE: Açıklanan ortalama varyans.

Ölçüm modeli analizinin sonuçlarına göre tüm gösterge yükleri istatistiksel olarak anlamlıdır ($t > 2.57$, $p < .01$). Bununla birlikte, Cronbach alfa (α), rho_A ve birleşik güvenilirlik (CR) katsayılarının .70 ve üzerinde olması yapıların güvenilir olduğunu göstermektedir (Cronbach, 1951; Nunnally, 1978; Hair vd., 2017; Henseler vd., 2016). Dolayısıyla yapıların istikrarlı ölçümler yapma konusunda yeterince güvenilir oldukları söylenebilir.

Diğer yandan, açıklanan ortalama varyans (AVE) katsayılarının .50 ve üzerinde olması birleşme geçerliliğinin sağlandığını göstermektedir (Latan ve Ghazali, 2015; Hair vd., 2017). Bu kriter dikkate alındığında, yapılara ait göstergelerin yüksek düzeyde ortak varyansa sahip oldukları ifade edilebilir.

Yapıların ayrışma geçerliliğini değerlendirmek için çapraz yükleme analizi, Fornell-Larcker kriteri ve Heterotrait-Monotrait oranı (HTMT) incelenmiştir. İlk olarak çapraz yükleme analizi sonuçları Tablo 3'te görülmektedir.

Tablo 3. Ayrışma Geçerliliği Sonuçları (Çapraz Yükleme)

Yapılar	Göstergeler	Yapılar	
		Olumlu algı	Olumsuz algı
Olumlu Algı	Olumlu1	.754	-.594
	Olumlu11	.583	-.546
	Olumlu12	.603	-.517
	Olumlu19	.727	.478
	Olumlu2	.898	-.518
	Olumlu3	.617	-.508
	Olumlu5	.982	-.600
	Olumlu6	.797	-.451
	Olumlu9	.818	.287
Olumsuz Algı	Olumsuz1	-.384	.822
	Olumsuz2	-.502	.864
	Olumsuz3	-.429	.554
	Olumsuz4	-.708	.931
	Olumsuz5	-.638	.946

Çapraz yükleme analizinin sonuçlarına göre göstergelerin kendi yapısındaki yüklerinin diğer yapıdaki yüklerinden daha yüksek olması ya da negatif yüklenmesi nedeniyle ayrışma geçerliliğinin sağlandığı görülmektedir (Hair vd., 2017). Sadece olumlu 11 ve 12 maddeleri diğer maddelerle çapraz yüklemede yakın değerler almıştır. Ancak bu maddeler benzer yapılar değil (örgütsel vatandaşlık davranışı ve zorunlu vatandaşlık davranışı gibi düşünülebilir), aksine içerik olarak birbirlerinin tam zıddı olan yapılardır. Bu maddeler, birbirlerine yakın yapılar olmaması, ilgili olduğu faktörlerde kabul edilebilir yük almaları ve ayrıca diğer ayrışma geçerliliği analizlerinde (Fornell-Larcker, HTMT) tatmin edici sonuçlar vermeleri nedeniyle analiz dışında tutulmamışlardır.

Ayrışma geçerliliğinin diğer ölçütleri olan Fornell-Larcker kriteri ve Heterotrait-Monotrait oranı (HTMT) ile yapılar arasındaki korelasyon katsayısı ise Tablo 4'te görülmektedir.

Tablo 4. Ayırışma Geçerliliği Sonuçları (Fornell-Larcker ve HTMT)

Yapılar	1	2
<i>Fornell-Larcker Kriteri</i>		
1. Olumlu algı	(.764)	
2. Olumsuz algı	-.664	(.836)
<i>Heterotrait-Monotrait Oranı (HTMT)</i>		
1. Olumlu algı	-	
2. Olumsuz algı	.638	-

Not. Fornell-Larcker kriteri parantez içinde yer alan değerdir ve AVE değerlerinin karekökünü yansıtmaktadır. Parantez içinde yer almayan -.664 değeri ise değişkenler arası korelasyon katsayısını göstermektedir. HTMT kriteri olumlu ve olumsuz algı arasındaki ayırışma düzeyini ifade eder.

Fornell-Larcker kriteri sonuçlarına göre açıklanan ortalama varyans değerlerinin karekökü ($\sqrt{AVE_{(olumlu\ algı)}} = .764$, $\sqrt{AVE_{(olumsuz\ algı)}} = .836$), yapılar arası korelasyon katsayısından ($r = -.664$) büyük olduğu için ($\sqrt{AVE} > r$) bu kritere göre ayırışma geçerliliğinin sağlandığı görülmektedir (Fornell ve Larcker, 1981). Öte yandan, Heterotrait-Monotrait oranı (HTMT) açısından olumlu algı ve olumsuz algı arasındaki oranın .638 olduğu ve bu oranın hem genel anlamdaki ayırışma ($< .90$) hem de birbirine benzemeyen yapılar anlamındaki ayırışma ($< .85$) açısından düşük düzeyde ve sorun teşkil etmediği belirlenmiştir (Henseler vd., 2015). Bu sonuçlara göre yapıların birbirlerinden ayrı faktörler oldukları ve ayırışma geçerliliğinin sağlandığı söylenebilir.

3.3. Yapısal Model Analizi

Ölçüm modeli aşamasında tüm geçerlilik ve güvenilirlik kriterleri sağlandığı için araştırma hipotezlerini incelemek amacıyla yapısal model test edilmiştir. Çoklu grup analiziyle kurgulanan yapısal modelde, yeniden/türev örnekleme (bootstrapping) yöntemi kullanılmıştır. Uygulanan yeniden örnekleme yönteminde, Hair ve arkadaşları (2017) ile Henseler ve arkadaşları (2016) tarafından önerilen 5000 örneklem sayısı tercih edilmiştir. Yapısal model analizinin sonuçları Tablo 5’de görülmektedir.

Tablo 5. Yapısal Model Analizi Sonuçları

Egzojen yapı	→	Endojen yapı	R ²	f ²	Q ²	q ²	β	t	p	VIF
Cinsiyet				.082		.037	-.254	2.761	.006	1.042
Yaş		Olumlu	.247	.124	.142	.058	-.311	3.550	.000	1.033
Sektör		algı		.087		.034	-.300	2.603	.010	1.377
Sendika üyeliği				.076		.035	-.282	2.308	.021	1.391
Cinsiyet				.082		.026	.262	2.810	.005	1.042
Yaş		Olumsuz	.195	.124	.118	.042	.144	1.541	.124	1.033
Sektör		algı		.087		.012	.377	3.563	.000	1.377
Sendika üyeliği				.076		.017	.188	1.553	.121	1.391

Not. n = 87, R²: R kare etki büyüklüğü, f²: f kare etki büyüklüğü, Q²: Tahmin gücü, q²: Kısmi tahmin gücü, β: Yol katsayısı, t: t istatistiği anlamlılık düzeyi, p: p istatistiği anlamlılık düzeyi, VIF: Varyans büyütme faktörü.

Yapısal model analizi sonuçlarına göre R² açıklayıcılık oranı, katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin olumlu sendikal algıları yaklaşık olarak %25, olumsuz sendikal algıları ise yaklaşık olarak %20 düzeyinde açıkladığını göstermektedir.

Bununla birlikte, f kare etki büyüklüğü değerleri her bir egzojen (bağımsız) yapının (cinsiyet, yaş, sektör ve sendika üyeliği) R^2 etki büyüklüğüne düşük ($< .15$) düzeyde (sırasıyla cinsiyet için $f^2 = .082$, yaş için $f^2 = .124$, sektör için $f^2 = .087$, sendika üyeliği için $f^2 = .076$) katkı yaptığını göstermektedir (Cohen, 1988; Hair vd., 2019).

Diğer yandan tahmin gücü katsayıları (Q^2 (olumlu algı) = .142, Q^2 (olumsuz algı) = .118) araştırma modelinin endojen yapı üzerinde etkili olduğunu ($Q^2 > 0$) göstermektedir (Geisser, 1974; Stone, 1974). Bundan başka, kısmi tahmin gücü katsayıları her bir egzojen yapının olumlu sendikal algıya düşük ($< .15$) düzeyde (cinsiyet için $q^2 = .037$, yaş için $q^2 = .058$, sektör için $q^2 = .034$, sendika üyeliği için $q^2 = .035$) katkı yaptığını gösterirken, olumsuz sendikal algıya ise yine düşük ($< .15$) düzeyde (cinsiyet için $q^2 = .026$, yaş için $q^2 = .042$, sektör için $q^2 = .012$, sendika üyeliği için $q^2 = .017$) katkı yaptığını göstermektedir (Garson, 2016; Hair vd., 2017). Bu değişkenlerden sektör ve sendika üyeliğinin bir bütün olarak olumsuz algının açıklayıcılığa anlamlı katkı yaparken, kısmi tahmin güçlerinin önemsiz boyutta küçük olması ise dikkat çekici diğer bir bulgudur. Ek olarak, değişkenlerin varyans büyütme faktör (VIF) değerlerinin 5'ten küçük olması da egzojen yapılar arasında doğrusallık probleminin olmadığına işaret etmektedir (Hair vd., 2017). Son olarak, yaş ve sendika üyeliğinin olumsuz algı üzerindeki etkisi hariç, tüm yol katsayılarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($t > 2.57$, $p < .05$).

Elde edilen bulgulara göre H_1 ve H_3 hipotezleri desteklenirken, H_2 ve H_4 hipotezleri kısmi olarak (olumlu algı açısından) desteklenmiştir. Hipotez testlerinin sonuçları Tablo 6'da özet olarak gösterilmiştir.

Tablo 6. Hipotez Testlerinin Özetlenmiş Sonuçları

Hipotez	Değişken	Sonuç
H_1 (H_{1a} , H_{1b})	Cinsiyet	Desteklendi
H_2 (H_{2a} , H_{2b})	Yaş	Kısmi desteklendi (olumlu algı açısından)
H_3 (H_{3a} , H_{3b})	Sektör	Desteklendi
H_4 (H_{4a} , H_{4b})	Sendika Üyeliği	Kısmi desteklendi (olumlu algı açısından)

4. Sonuç ve Öneriler

Her kurumsal yapıda olduğu gibi sendika kuruluşlarına yönelik algıları belirleyen ve değiştiren birçok faktör vardır. Bu çalışmada, sendikalara bakış açılarıyla ilgili farklılıkların daha iyi anlaşılabilmesi için sendikal algılara ait olumlu ve olumsuz algıları ölçen bir anket çalışması yapılmıştır. Sonuç itibarıyla çeşitli betimleyici bulgulara ulaşılmıştır. Buna göre ileri sürülen tüm hipotezler her iki boyut açısından desteklenirken, bazıları içinse kısmi olarak desteklenmiştir. Bu kapsamda cinsiyet ve sektör değişkenleri her iki boyut açısından da desteklenmiştir. Yaş ve sendika üyeliği değişkenleri ise sadece olumlu algı değişkeni açısından desteklenmiştir.

Cinsiyet açısından, erkek çalışanların ($\bar{X} = 2.86$) kadın çalışanlara ($\bar{X} = 3.29$) göre olumlu sendikal algıları düşük, olumsuz sendikal algıları (erkekler için $\bar{X} = 3.00$; kadınlar için $\bar{X} = 2.48$) ise yüksektir. Öten yandan Etcı ve Kağncıoğlu (2017) tarafından yapılan bir çalışmada, cinsiyet ile genel sendikal algı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Ancak araştırmanın ilgili bulgusunun toplumsal cinsiyet bakımından (Hofstede vd., 2005) Türkiye'de kadınların erkeklere göre iş hayatında daha az yer almasıyla (Türkiye İstatistik Kurumu, 2020) uyumlu bir sonuç olduğu söylenebilir. Erkeklerin iş gücüne katılım düzeylerinin yüksekliği, onların sendikalara katılım düzeylerini de artırdığından sendikalarla ilgili daha yüksek düzeyde bir olumsuz algıya katıldıklarını ifade etmelerine yol açmış olabilir.

Sektör türü açısından kamu sektörü ($\bar{X} = 2.90$) çalışanlarının özel sektör ($\bar{X} = 3.19$) çalışanlarına göre olumlu sendikal algıları düşük, olumsuz sendikal algıları (kamu sektörü için $\bar{X} = 3.05$; özel sektör için $\bar{X} = 2.44$) ise yüksek olarak belirlenmiştir. İlgili bulgu, sendika üyesi olan çalışanların iş tatminsizliği yaşamalarının çalışma koşullarının yeterli olmaması sebebiyle olduğunu ortaya koyan çalışmalarla (Bender ve Sloane, 1998; Bessa vd., 2021; Gordon ve Denisi, 1995; Pfeffer ve Davis-Blake, 1990) paralel bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Çalışma koşullarının geliştirilmesi ile bu sendikal algıların daha da olumlu olacağı söylenebilir. Ayrıca kamu sektöründeki çalışma koşullarının resmi otoriteler tarafından periyodik olarak düzenlenmesi sonucunda sendikalara yönelik algı değişmiş de olabilir. Bu nedenle kamu sektörü açısından sendika kurumunun işlevlerini yitirmeye başlayıp başlamadığı sorusu, ayrı bir araştırma konusu olarak incelenebilir.

Yaş açısından çalışanların yaşları arttıkça sendikalara yönelik olumlu algıları (30 ve altı yaş için $\bar{X} = 3.39$; 31-45 yaş için $\bar{X} = 2.81$; 46 ve üstü yaş için $\bar{X} = 2.69$) azalmaktadır. İlgili bulgu, Etc ve Kağncıoğlu (2017) tarafından yapılan araştırmadaki işçilerin genel sendikal tutumunun yaş ilerledikçe olumsuz yönde değiştiği bulgusuyla önemli ölçüde uyumludur. Ayrıca söz konusu bulgu, küçük yaştaki bireylerin çalıştırılmasının yasak olması ve ancak belli bir yaştan sonra sendika üyesi olabilmeleri (Akyiğit, 2013; Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu, 2012, s. 11701; Yiğit, 2013) ve en önemlisi de yazındaki genel bir bilgi olarak çalışanların yaş aldıkça ihtiyaç ve beklentilerinin artış göstermesiyle (Özen ve Özbek, 2017) uyumlu olan bir sonuçtur.

Sendika üyeliği açısından bir sendikaya üye olmayanların olumlu sendikal algıları düşüktür (sendikaya üye olmayanlar için $\bar{X} = 2.96$; sendikaya üye olanlar için $\bar{X} = 3.08$). Etc ve Kağncıoğlu (2017) tarafından yapılan araştırmada sendikaya üyelik durumu ile genel sendikal algı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Ancak araştırmanın söz konusu bulgusu yazındaki sendika üyesi olan çalışanların sendika üyesi olmayanlara göre işlerinden daha az tatmin olmaları bulgusuyla (Borjas, 1979; Bryson vd., 2010; Freeman, 1978; Green ve Heywood, 2015; Laroche, 2017, 2016) örtüşen bir sonuçtur. Dolayısıyla sendikaya üye olmanın altında yatan bir nedenin düşük iş tatmini ile ilişkili olduğu düşünüldüğünde, sendikalara üye olmayanların sendika kurumuna yönelik olumlu algılarının düşüklüğü ise ayrıca araştırılması gereken bir husustur. Yukarıda ifade edildiği üzere sendikaların toplumdaki işlevlerinin resmi otoriteler tarafından yerine getirilmesi ve bunun sonucu olarak da sendika kurumunun işlevini yitirmesi söz konusu olabilir. Dolayısıyla gelecekte yapılacak çalışmalarla bu konudaki bilgi boşluğunun giderileceği düşünülmektedir.

Bu çalışma nicel bir tasarımla ve anket tekniğiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulguları arkasındaki derin anlamların ortaya çıkarılabilmesi için gelecekte yapılacak araştırmalara nitel araştırma tasarımları önerilmektedir. Bununla birlikte araştırmada kolayda örnekleme yönteminin kullanılması araştırma sonuçlarının genellenebilirliğini olumsuz olarak etkilemektedir. Bu yüzden gelecekte yapılacak çalışmalar için olasılığa dayalı örnekleme yöntemlerinin kullanılması önerilmektedir. Ayrıca farklı kaynaklardan (sendika yöneticileri, çalışanlar ve işverenler gibi) veri toplanmasının daha bütüncül bir bakış açısı katacağına inanılmaktadır. Son olarak, bir sivil toplum kuruluşu olan sendikalara yönelik algıların hangi örgütsel değişkenler dolayısıyla oluştuğu da ayrı bir araştırma konusu olarak incelenebilir. Bu bağlamda çeşitli öncül ve ardıl değişkenlerle araştırma modelinin geliştirilmesi önerilmektedir. Bu sayede sivil toplum kuruluşlarına yönelik algıların nedenleri hakkında daha kapsamlı bilgi elde edilebilecektir. Ayrıca bu algıların hangi tutum ve davranışlara yol açtığı da yapılacak araştırmalarla belirlenmiş olacaktır.

Ek olarak, bu ilişkilerde araştırma kapsamında anlamlı olarak belirlenen cinsiyet, yaş, sektör ve sendika üyeliği değişkenlerinin düzenleyici (moderatör) rolü de ayrı bir araştırma konusu olarak değerlendirilebilir.

Sonuç olarak, Yeşil (2017) tarafından yedili Likert ölçüm düzeyinde sivil toplum kuruluşlarına yönelik algıları ölçmek üzere geliştirilen ölçeğin maddeleri (28 ifade), bu çalışma kapsamında daha özel bir yaklaşımla sendikalara yönelik algıları ölçecek şekilde, beşli ölçüm düzeyinde ve 14 ifade olarak uyarlanmıştır. Ek olarak sunulan ve Tablo 7’de görülen ilk dokuz madde olumlu algıları, sonraki beş madde ise olumsuz algıları ölçmektedir. Gelecekte yapılacak araştırmalarla ölçeğin ilk geliştirildiği formuna ne kadar uyum gösterdiği daha iyi anlaşılacak ve bu araştırma sonuçları ile de karşılaştırma imkânı elde edilebilecektir.

Ek: Yeşil (2017) tarafından geliştirilen sivil toplum kuruluşu algısı ölçeğinin bu araştırma kapsamında ‘sendikalara yönelik algıları’ ölçecek şekilde uyarlanmış hali.

Tablo 7. Sendikalara Yönelik Algı Ölçeğinin Bileşenleri ve İfadeleri

Boyutlar	Maddeler
Olumlu Algı	“Sendikalar, yapmış oldukları faaliyetlerle toplumsal gelişmede önemli rol oynayan kuruluşlardır.”
	“Sendikalar, katılımcı uygulamaların yapıldığı gönüllü kuruluşlardır.”
	“Sendikalar, ortak amaçları olan insanları bir araya getiren kuruluşlardır.”
	“Sendikalar, yapmış oldukları etkinlik ve faaliyetleriyle, ilgili oldukları konularda toplumu bilinçlendiren kuruluşlardır.”
	“Sendikalar, toplumu farklı yönlerden eğitmek ve bilinçlendirmek için var olan kuruluşlardır.”
	“Sendikalar, kişilerin, kendi düşüncelerini duyurmak ve savunmak için bir araya geldikleri kuruluşlardır.”
	“Sendikalar, toplumdaki aldıkları güçle topluma hizmet eden kuruluşlardır.”
	“Sendikalar, toplumda yaşanan sorunlara çözümler üretmek için gayret sarf eden kuruluşlardır.”
	“Sendikalar, gönüllülük esasıyla hareket eden kuruluşlardır.”
Olumsuz Algı	“Sendikalar, siyasal iktidarı ele geçirerek toplumun diğer kesimleri üzerinde egemenlik sağlamayı amaçlayan kuruluşlardır.”
	“Sendikalar, grup ve sınıfların güç gösterisi yapmak üzere çatışma zemini olarak gördükleri kuruluşlardır.”
	“Sendikalar, var olan bir otoritenin, partinin, cemaatin veya görüşün gölgesinde türeyen kuruluşlardır.”
	“Sendikalar, insanların masum duygularının sömürüldüğü ve istismar edildiği kuruluşlardır.”
	“Sendikalar, ekonomik kaynakların kontrolsüz ve düzensiz harcandığı kuruluşlardır.”

Not. Ölçek maddeleri 5’li Likert ile puanlandırılmaktadır: 1 = Hiç katılmıyorum, 2 = Katılmıyorum, 3 = Ortadayım, 4 = Katılıyorum, 5 = Tamamen katılıyorum.

Kaynakça

- Adal, Z. (2008). *İnsan Kaynakları Yönetiminin Hukuki Boyutları*. İçinde C. Uyargil, Z. Adal, İ. D. Ataay, A. C. Acar, A. O. Özçelik, Ö. Sadullah, G. Dündar & L. Tüzüner, İnsan Kaynakları Yönetimi (3. Baskı) (ss. 563-702). Beta Yayınevi.
- Akyiğit, E. (2013). Yeni sistemde sendika üyeliği ve güvencesi. *Çalışma ve Toplum*, 37(2), 75-106.
- Bender, K. & Sloane, P. (1998). Job satisfaction, trade unions and exit-voice revisited. *Industrial and Labor Relations Review*, 51(2), 222-240.

- Bessa, I., Charlwood, A. & Valizade, D. (2021), Do unions cause job dissatisfaction? Evidence from a Quasi-Experiment in the United Kingdom. *British Journal of Industrial Relations*. (online first publication)
- Bingöl, D. (2010). *İnsan kaynakları yönetimi*. Beta Yayınevi.
- Birelma, A. (2021). Türkiye'de sendikal hareketin ve hakların yukarıdan görünümü: Niteliksel bir araştırma. *Çalışma ve Toplum*, 69(3), 1839-1870.
- Borjas, G. (1979). Job satisfaction, wages and unions. *Journal of Human Resources*, 14(1), 21-40.
- Brown, W., & Wadhvani, S. (1990). The economic effects of industrial relations legislation since 1979. *National Institute Economic Review*, 131(1), 57-70.
- Bryson, A., Cappellari, L. & Lucifora, C. (2010). Why so unhappy? The effects of unionization on job satisfaction. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 72(3), 357-380.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Lawrence Erlbaum.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Develi, A., & Cavus, M. F. (2019). Time perspectives and task performance: An investigation through PLS path modeling. In K. Ozyer & M. S. Doven (Eds.) *2nd International Conference on Contemporary Issues in Business & Economics Conference Proceedings* (pp. 285-291), Tokat Gaziosmanpaşa University.
- Develi, A. (2020). *Çalışma Yeterliliği, İş Tatmini ve Görev Performansı İlişkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma* [Yayımlanmamış doktora tezi]. Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi.
- Etcı, H., & Kağnıcıoğlu, D. (2017). Kamuda taşeron olarak çalışan işçilerin sendikal algısı: Eskişehir örneği. *Çalışma ve Toplum*, 52(1), 75-106.
- Ewing, K., & Hendy, J. (2017). New perspectives on collective labour law: Trade union recognition and collective bargaining. *Industrial Law Journal*, 46(1), 23-51.
- Fiorito, J., Lowman, C., & Nelson, F. D. (1987). The impact of human resource policies on union organizing. *Industrial Relations: A Journal of Economy and Society*, 26(2), 113-126.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Freeman, R. (1978). Job satisfaction as an economic variable. *American Economic Review*, 68(2), 135-141.
- Garson, G. D. (2016). *Partial least squares: Regression and structural equation models*. Statistical Associates Publishing.
- Geisser, S. (1974). A predictive approach to the random effect model. *Biometrika*, 61(1), 101-107.
- Google Formlar (2019). Google forms, 6 Ekim 2019 tarihinde <https://docs.google.com/forms/create?hl=tr> adresinden alındı.
- Gordon, M. & Denisi, A. (1995). A re-examination of the relationship between union membership and job satisfaction. *Industrial and Labor Relations Review*, 48(2), 222-236.
- Green, C. & Heywood, J. (2015). Dissatisfied union workers: Sorting revisited. *British Journal of Industrial Relations*, 53(3), 560-600.
- Gregg, P., & Yates, A. (1991). Changes in wage-setting arrangements and trade union presence in the 1980s. *British Journal of Industrial Relations*, 29(3), 361-376.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). Partial least squares structural equation modeling: Rigorous applications, better results and higher acceptance. *Long Range Planning*, 46(1-2), 1-12.

- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM), (2nd edition)*. Sage Publications.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Henseler, J., Hubona G. S., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology: Updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2-20.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2005). *Cultures and Organizations: Software of the mind (Vol. 2)*. McGraw-Hill.
- Kaya, B., Abubakar, A. M., Behraves, E., Yildiz, H., & Mert, I. S. (2020). Antecedents of innovative performance: Findings from PLS-SEM and fuzzy sets (fsQCA). *Journal of Business Research*, 114, 278-289.
- Laroche, P. (2017). Union membership and job satisfaction: Initial evidence from French linked employer–employee data. *Human Resource Management Journal*, 27(4), 648-668.
- Laroche, P. (2016). A meta-analysis of the union-job satisfaction relationship. *British Journal of Industrial Relations*, 54(4), 709-741.
- Latan, H., & Ghozali, I. (2015). *Partial least squares: Concepts, techniques and application using program SmartPLS 3.0., (2nd edition)*. Diponegoro University Press.
- Mahalanobis, P. C. (1936). On the generalized distance in statistics. *Proceedings of the National Institute of Sciences (India)*, 2(1), 49-55.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. McGraw-Hill
- Özen, S., & Özbek, Ç. (2017). Çalışma yaşamında yaşlılık: Yaşlı çalışanlar ve insan kaynakları uygulamaları. *Çalışma ve Toplum*, 53(2), 547-572.
- Pfeffer, J. & Davis-Blake, A. (1990). Unions and job satisfaction: An alternative view. *Work and Occupations*, 17(3), 259-283.
- Sarstedt, M., Hair, J. F., Ringle, C. M., Thiele, K. O., & Gudergan, S. P. (2016). Estimation issues with PLS and CBSEM: Where the bias lies! *Journal of Business Research*, 69(10), 3998-4010.
- Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu (2012). *07/11/2012 tarihli ve 28460 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu*, 7 Kasım 2019 tarihinde www.mevzuat.gov.tr adresinden alındı.
- Stone, M. (1974). Cross-validated choice and assessment of statistical predictions. *Journal of the Royal Statistical Society: Series B (Methodological)*, 36(2), 111-133.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2020). *İstatistiklerle kadın, 2020*, 26 Nisan 2021 tarihinde <https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=37221> adresinden alındı.
- Yeşil, R. (2017). Sivil toplum kuruluşu algısı ölçeğinin geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(3), 471-484.
- Yıldız, H., & Develi, A. (2019). Özel ve kamu sektöründeki çalışanların sendikalara yönelik güncel bakış açıları. İçinde S. Palaz & K. Yıldız (Ed.), *10. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi Bildiriler Kitabı* (ss. 552-558). Bandırma Onyedil Eylül Üniversitesi.
- Yiğit, Y. (2013). 6356 sayılı Sendikalar ve Toplu İş Sözleşmesi Kanunu'na göre işçi sendikası üyeliğinin kazanılması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11(22), 31-68.
- Yücer, E. E. (2012). İşyerlerindeki yıldırma eylemlerini önlenmede sendikaların rolü: Nitel bir araştırma. *Çalışma ve Toplum*, 35(4), 41-72.

ETNOSENTRİZM İLE İLGİLİ ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Aysel KURNAZ¹

Öz

Bu çalışma ile etnosentrizm konulu çalışmaların bibliyometrik analizi yapılarak alanla ilgili mevcut durumun ve gelecek eğilimlerin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda konuyla ilgili 1978-2021 yılları arasında gerçekleşmiş Web of Science veri tabanında yer alan 776 yayın R programlama dili Bibliometrix paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Bibliyometrik analiz kapsamında ilgili çalışmaların atıf ve üretkenlik analizleri, kavramsal yapı ve sosyal ağ analizleri incelenmiştir. Araştırma bulguları değerlendirildiğinde, T. A. Shimp ve S. Sharma tarafından 1987 yılında geliştirilen “CETSCALE” ölçeğinin hala güncelliğini koruduğu ve alanla ilgili en etkili eser olduğu görülmüştür. A. Diamantopoulos, G. Balabanis, M. Clevend ve T. A. Shimp en fazla yayına sahip ve atıf bakımından ön plana çıkan yazarlar olmuştur. “Vienna Üniversitesi (Avusturya)” en fazla yayın üreten kurumdur. Alanla ilgili en fazla yayına “International Marketing Review” dergisi sahip iken, ülkeler arasında ABD yayınları toplam yayınların %28’ini oluşturmaktadır. Bunu Birleşik Krallık ve Çin izlemektedir. Alanla ilgili en sık tekrarlanan anahtar kelimeler ise; menşei ülke, kültür, tüketici davranışı, tüketici düşmanlığı ve kozmopolitlik. Tematik haritalar sonucunda kavramsal olarak yedi tema oluşmuştur. “Tüketici etnosentrizmi”, “etnosentrizm”, “menşei ülke” ve “kültür” ise alanla ilgili temel temalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal ağ analizleri sonucunda ise, ortak yazarlık bakımından 11, ülkelerarası iş birliği bakımından ise 5 farklı küme oluştuğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Etnosentrizm, Tüketici Etnosentrizmi, Bibliyometrik Analiz, R

JEL Sınıflaması: M30, M31, M39

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF ETHNOCENTRISM STUDIES

Abstract

With this study it's aimed to reveal the current situation and future trends in the field by making a bibliometric analysis of the studies on ethnocentrism. For this purpose, 776 articles related to the subject, which were published between 1978-2021, from the Web of Science database were analyzed by using the Bibliometrix package program of the R-tool. Within the scope of bibliometric analysis, citation and productivity analyzes and conceptual structure and social network analyzes of related studies were examined. When the research findings are evaluated, the study in which the “CETSCALE” scale was developed by T. A. Shimp and S. Sharma (1987) is still up-to-date besides being the most influential work on the field. A. Diamantopoulos, G. Balabanis, M. Clevend, and T. A. Shimp were prominent authors in terms of publications and citations. The “University of Vienna (Austria)” is the most productive institution. While the “International Marketing Review” journal has the most publications on the field, United States publications constitute 28% of the total publications and it is followed by the United Kingdom and China. Trend keywords related to the field are; country of origin, culture, consumer behaviour, consumer animosity and cosmopolitanism. As a result of the thematic maps, notionally 7 themes were formed. “Consumer ethnocentrism”, “ethnocentrism”, “country of origin” and “culture” appear as the main themes related to the field. As a result of the social network analysis, it was seen that 11 different clusters were formed in terms of co-authorship and 5 different clusters in terms of international cooperation.

Keywords: Ethnocentrism, Consumer Ethnocentrism, Bibliometric Analysis, R

JEL Classification: M30, M31, M39

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi, Ömer Seyfettin Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, akurnaz@bandirma.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2190-7838

1. Giriş

Literatürde etnosentrizm kavramı, açık ve ayrıntılı bir şekilde ilk olarak William Graham Sumner tarafından yazılan 1906 tarihli “Folkways” adlı kitapta tanımlanmış ve kavramın psikoloji ve sosyoloji alanında popülerleşmesini sağlamıştır. Sumner tarafından kavram genel anlamda taşralılık veya kültürel darlık anlamlarına gelen bireylerin “etnik merkezli” olma durumu olarak tanımlanmıştır. Bu durumu, bireylerin kültürel olarak kendilerine benzer olanı kabul etme fakat kendilerine benzemeyeni katı bir şekilde reddetme eğilimi olarak açıklamıştır (Adorno, Frenkel-Brunswik, Levinson ve Sanford, 1950: 102; Bizumic, 2014: 3). Etnosentrizm tanımıyla sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan iç ve dış grup kavramlarının gelişmesine de önemli katkı sağlanmıştır (LeVine ve Campbell, 1972: 7). Kavramın temelinde bireylerin kendi iç grubunu dünyanın merkezinde görme, farklı olanları ise kendi iç gruplarının bakış açıları ile değerlendirme ve kültürel anlamda kendilerine benzeyenlerin fikirlerini kayıtsız şartsız benimserken farklı kültüre sahip kişileri kabul etmememe eğilimi yatmaktadır (Booth 1979; Shimp ve Sharma, 1987). Etnosentrizm başlangıçta iç gruplar (bir bireyin özdeşleştiği gruplar) ve dış gruplar (iç gruplara karşıt olarak kabul edilenler) arasında ayırım yapan tamamen sosyolojik bir kavram olarak kavramsallaştırılmıştır. LeVine ve Campbell (1972) ise etnosentrizm kavramının, bireylerin kişilik özellikleri ve genel kültürel ve sosyal analitik yapılarla ilgili olan psiko-sosyal bir fenomene dönüştüğünü ifade etmektedir.

Pazarlama disiplini kavramı “tüketici etnosentrizmi” olarak ilk ele alan kişi ise Terence A. Shimp (1984) olmuştur. “Advances in Consumer Research” dergisinde yayınlanan “Consumer ethnocentrism: The concept and a preliminary empirical test” isimli çalışmasında tüketici etnosentrizmi kavramını tanımlayarak deneysel bir çalışma gerçekleştirmiştir. 1987 yılında Shimp ve Sharma tarafından gerçekleştirilen “Consumer ethnocentrism: Construction and validation of the CETSCALE” başlıklı eser ile de tüketici etnosentrizmi eğilimini belirlemeye yönelik ölçek geliştirilerek test edilmiştir. Söz konusu çalışmalar alanla ilgili en etkili eserler olarak hala güncelliğini korumaktadır. Tüketici etnosentrizmi kavramı, başka ülkelerin ürünlerini satın almanın ürünlerin ekonomik ve fonksiyonel özelliklerinden ziyade ahlaki olarak doğru olmadığı fikrine dayanmaktadır. Buna göre, yabancı menşeli ürünleri satın alanlar kendi yerel ekonomilerine zarar vererek, iş kaybına neden olacak ve dolayısıyla vatanseverlikten uzaklaşacaklardır. Bu yüzden yüksek etnosentrik eğilime sahip olan tüketiciler yerli ürünlerin daha üstün olduğuna inanarak bu ürünleri satın almanın ülkeleri için de daha iyi olduğuna inanır ve yerel olmayan ürünleri olumsuz olarak değerlendirir. Düşük etnosentrik eğilime sahip olan tüketici grupları ise, yabancı menşeli ürünlerin nerede üretildiklerini dikkate almazlar. Bu tüketiciler kişisel değer algılarına göre ürünü değerlendirmekte ve satın alma ya da almama kararını vermektedir (Shimp, 1984; Shimp ve Sharma, 1987).

Etnosentrizm kavramı küreselleşmeyle birlikte hem işletmeler hem de araştırmacılar tarafından oldukça önemsenen bir kavrama dönüşmüştür. Küresel ekonomik büyümenin temel yapı taşı olarak görülen gelişmiş ülkeler, gelişmekte olan ekonomilere sahip ülkeleri küresel büyüme için yeni pazarlara girişte bir fırsat olarak görmektedir. Bu yüzden küresel işlemler için geçiş ekonomilerindeki tüketicilerin yabancı mallara yönelik tutumunu anlama ihtiyacı önemli hale gelmektedir (Klein, Ettenson ve Krishnan, 2006).

Bu çalışma ile de günümüze kadar olan süreçte etnosentrizm alanının gelişiminin nasıl ilerlediği, bilimsel yayınların özelliklerinin neler olduğu, çalışma konularının nasıl evirildiği hakkında kapsamlı bir değerlendirme gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda alanla ilgili çalışmalar bibliyometrik analiz tekniği ile incelenmiştir.

Bibliyometrik analiz, araştırılmak istenen bilimsel bilginin ya da alanın nicel ve nitel kapsamını ve yeterliliğini değerlendirmek ve alanın güncel araştırma konuları ve gelecekteki araştırma yönlerini görebilmek için araştırmacılar tarafından da sıkça tercih edilmektedir (Ekundayo ve Okoh, 2018). Araştırma alanıyla ilgili bilimsel yayınların matematiksel ve istatistiksel teknikler aracılığıyla incelenmesini sağladığından bibliyometri nicel araştırma yöntemi kapsamında değerlendirilmektedir (Pritchard, 1969: 348). Araştırma bulgularının yorumlanmasında daha objektif bir yaklaşım sağladığı için geleneksel yöntemlere alternatif olarak da görülmektedir (Jiang, Ritchie ve Benckendorff, 2017; Zupic ve Cater, 2015). Bibliyometrik analiz tekniğiyle, araştırma alanındaki temel referans kaynakları, etkin yazarlar, önemli kurum, dergi ve ülkeler atf verilerinden hareketle tespit edilebilir (Zhang, Chen, Wang ve de Pablos, 2016). Böylelikle, atf ve üretkenlik analizleri ile alanın bilimsel performansı ve alana yapılan katkılar değerlendirilerek bilimsel yayınların kalitesi ve etkileri ölçülebilir (Hall, 2011). Bibliyometrik analiz tekniği araştırma alanının kavramsal ve sosyal yapıları hakkında da bilgi verir. Kavramsal yapı analizleri, bir alanla ilgili gerçekleştirilen çalışmaların kapsadığı konuların anlaşılmasına, en yoğun ve güncel konuların neler olduğunun belirlenmesine olanak sağlamaktadır (Aria, Misuraca ve Spano, 2020; Dumont Oliveira, 2018). Sosyal ağ analizleri ise ilgili alanda yapılan çalışmalara yönelik ilişki ağlarının oluşturulmasına imkân vermektedir (Jiang, Ritchie ve Benckendorff, 2017).

Bu çalışma ile etnosentrizm alanına ilişkin eserlerin bibliyometrik analizleri atf ve üretkenlik analizleri, kavramsal yapı analizi ve sosyal ağ analizi kapsamında incelenmesi amaçlanmaktadır. Böylelikle, etnosentrizm alanına ilişkin mevcut literatürün sistematik bir şekilde incelenerek araştırma alanının temel yapısının ve dinamik eğilimlerinin nasıl bir gelişme gösterdiği, üretilen bilimsel yayınlar sonucunda hangi kavramsal ve sosyal yapının oluştuğu konusunda değerlendirmelerde bulunularak çalışma alanı ile ilgili bütüncül bir anlayışın gelişmesine olanak sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca çalışma bulgularının alanla ilgili çalışan araştırmacılara da faydalı olabileceği beklenmektedir.

2. Yöntem

Bu çalışma ile etnosentrizm ile ilgili gerçekleştirilen uluslararası çalışmaların bibliyometrik teknik ile analiz edilerek kavrama ilişkin çalışma alanının temel yapısının incelenmesi amaç edinilmiştir. Bu doğrultuda, 1978 ile 15 Nisan 2021 tarihleri arasında Web of Science veri tabanında yer alan etnosentrizm ile ilgili çalışmalar ele alınmıştır. İlgili veri tabanında konu ile ilgili toplamda 776 çalışmaya ulaşılmış ve analizler R programlama dilinde kullanılan Aria ve Cuccurullo (2017) tarafından geliştirilen Bibliometrix paket programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

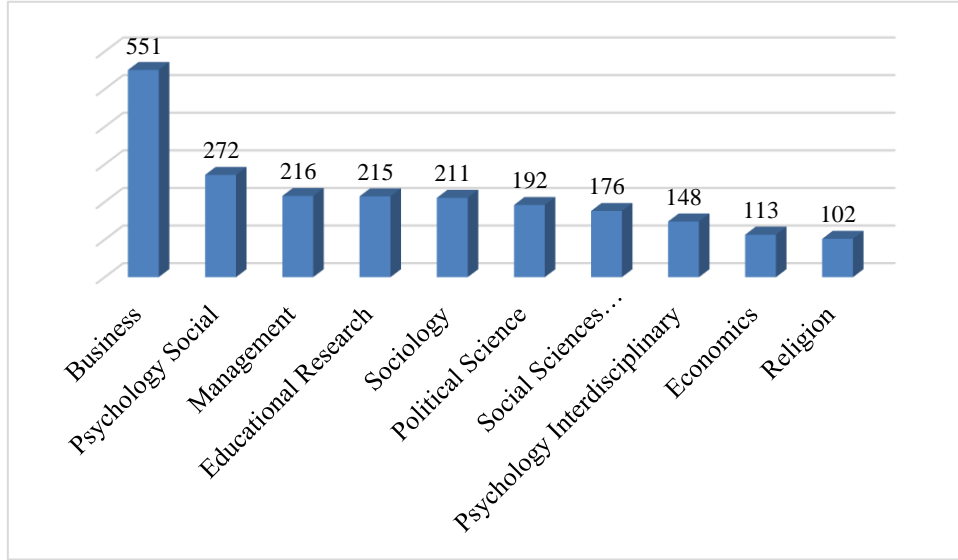
Bibliyometrik analiz kapsamında çalışmaların atf ve üretkenlik analizleri, kavramsal yapı ve sosyal ağ analizleri incelenmiştir. Böylelikle, etnosentrizm konusu temelinde en fazla atf alan eserler ve yazarlar, en fazla yayına sahip olan kurumlar/üniversiteler, ülkeler ve dergiler, yazarların ve ülkelerin birbiri ile olan iş birlikleri açıklanmaya çalışılmıştır. Ayrıca alanın kavramsal yapısı, çalışmaların anahtar kelimelerinden hareketle oluşturulan tematik haritalarının gösterimi ile gerçekleştirilmiştir.

2.1. Veri Toplama Süreci

Etnosentrizm ile ilgili yayımlanan çalışmalara Web of Science (WoS) veri tabanı aracılığıyla erişilmiştir. WoS veri tabanında aramalar bölümüne [“ethnocentrism” or “consumer ethnocentrism” or “ethnocentric”] kelimeleri girilerek çalışmaların “başlık”, “özet” ve “anahtar kelimeleri”nde belirlenen kelime/kelime grupları yer alan ilgili eserlere ulaşmaya çalışılmıştır.

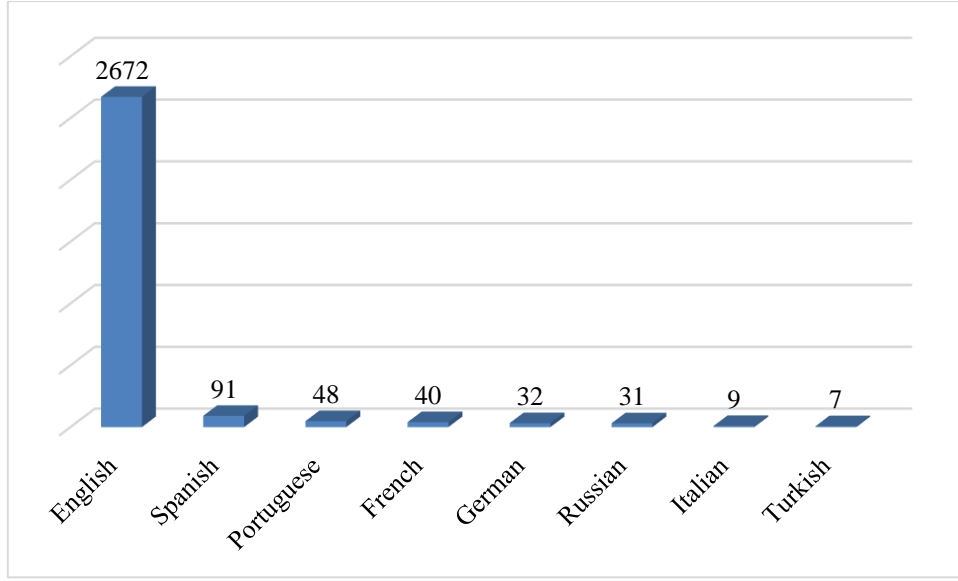
Çalışmada, WoS tarafından indekslenen tüm veri tabanları seçilerek öncelikle kavramın ilk olarak hangi disiplin ve eserde yer aldığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Tüm veri tabanları veri alındığında kavramın 2978 esere konu edildiği görülmüştür.

Grafik 1’ de kavrama ilişkin 100’den fazla eserin yer aldığı kategoriler görülmektedir. Bu kategoriler veri alındığında, işletme ve fonksiyonları (Business + Management) toplam eserlerin %35’ine denk gelmektedir. Kavramı konu alan eserlerin de yaklaşık %85’i (2515) makalelerden oluşurken, %10’u bildirilerden, %5’i kitap ve kitap bölümlerinden oluşmaktadır.



Grafik 1. Etnosentrizm Kavramına Yönelik Tüm Eserlerin Kategorilere göre Dağılımı

Kavrama ilişkin eserler, yayım dili açısından incelendiğinde (Grafik 2), yaklaşık %90’ının İngilizce olduğu görülmektedir. İngilizceyi, %3 ile İspanyolca ve %1,5 ile Portekizce izlemektedir. Türkçe üretilen 7 eserin toplamdaki payı %0,23’tür.

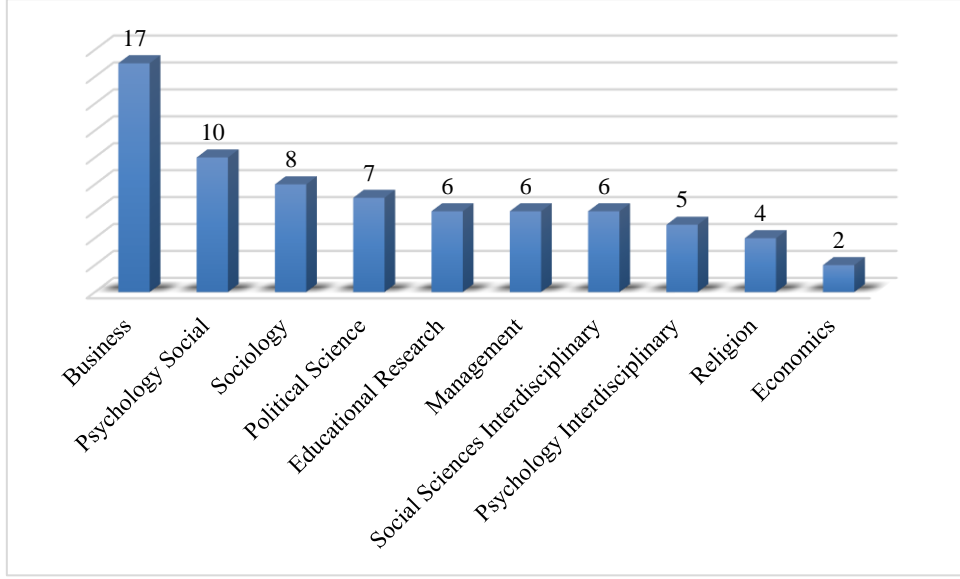


Grafik 2. Etnosentrizm Kavramına Yönelik Eserlerin Yayın Diline göre Dağılımı

Çalışmanın amacı kapsamında etnosentrizm kavramına yönelik WoS veri tabanı aracılığıyla uluslararası çalışmalara erişim noktasında birtakım kısıtlamalara başvurulmuştur. Bunlardan ilki indeks daraltması olarak gerçekleşmiştir. Çalışmaya konu edilen ve aşağıda yer alan, alana ilişkin dört indeks veri alınarak eserlere ulaşılmıştır:

- Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED)
- Social Sciences Citation Index (SSCI)
- Arts & Humanities Citation Index (A&HCI)
- Emerging Sources Citation Index (ESCI)

Birinci kısıt olarak belirlenen “indeks” daraltması sonrasında kavrama ilişkin üretilmiş eser sayısı 2978’den 2671’e inmiştir. 307 eserin araştırmaya dâhil olmayan diğer indekslerde tarandığı tespit edilmiştir. Ayrıca bu 2671 eserin %90’ının İngilizce ve makalelerden oluştuğu belirlenmiştir. Grafik 3’te indeks daraltması sonrasında kavrama ilişkin eserlerin üretildiği temel kategoriler yüzde (%) olarak paylaşılmaktadır. Bu grafikte eserlerin %71’i yer almakta, geriye kalan %29’luk bölümü ise diğer kategorilerde yer alan eserlerden oluşmaktadır. Kavrama ilişkin üretilmiş eserlerde, “işletme” kategorisi %17 ile yine en yüksek orana sahiptir. İşletme fonksiyonu olarak değerlendirilebilecek olan “yönetim”, indeks kısıtlaması sonrasında 6. sıraya gerilediği görülmüştür.

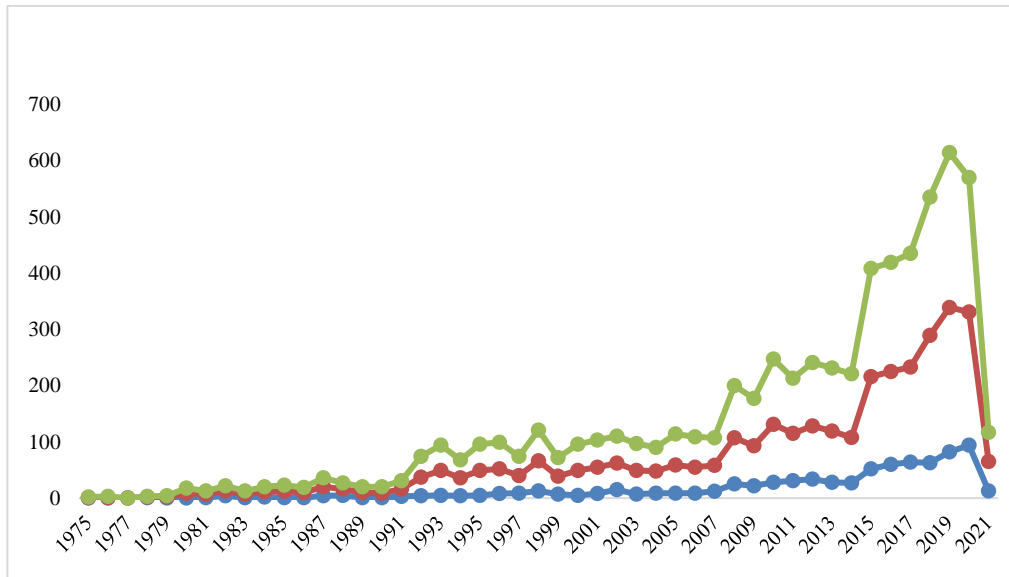


Grafik 3. Etnosentrizm Kavramına İlişkin İndeks Daraltması sonrası Eserlerin Kategorilere göre Dağılımı

Bu çalışmada diğer bir kısıt kriteri de “kategori” alanında gerçekleştirilmiş aşağıda yer alan kategorilerdeki toplam 776 eser analize dahil edilmiştir. Seçilen kategoriler ve eser sayıları ise şu şekildedir;

- Business (453)
- Management (152)
- Social Sciences Interdisciplinary (115)
- Economics (53)
- Social Issue (3)

Belirlenen ilgili indeksler ve tercih edilen kategoriler sonrasında kavrama ilişkin üretilmiş eserlerin yıllar itibarıyla dağılımı Grafik 4’te paylaşılmıştır. Grafik 4’te çalışma için uygun olduğu düşünülen indeks ve kategorilerin toplam içerisindeki payının daha iyi anlaşılabilmesi açısından çalışmalara ilişkin tarihsel dağılım birlikte verilmiştir.



Grafik 4. Yıllar İtibarıyla Genel, İndeks ve Kategori Daraltması sonrası Eser Sayıları Dağılımı

Kavrama ilişkin ilk eser 1975 yılında üretilmişken, çalışmada analiz alanı olarak belirlenen pazarlama alanı ile ilgili olduğu kabul edilen indeks ve kategorilerin seçilmesi sonrasında, ilk eserin 1978 yılında üretildiği tespit edilmiştir. Çalışmada bundan sonraki bölümlerde yer alan tüm analiz ve yorumlar belirlenen indeks ve kategorilerde yer alan eserler üzerinden gerçekleştirilmiştir.

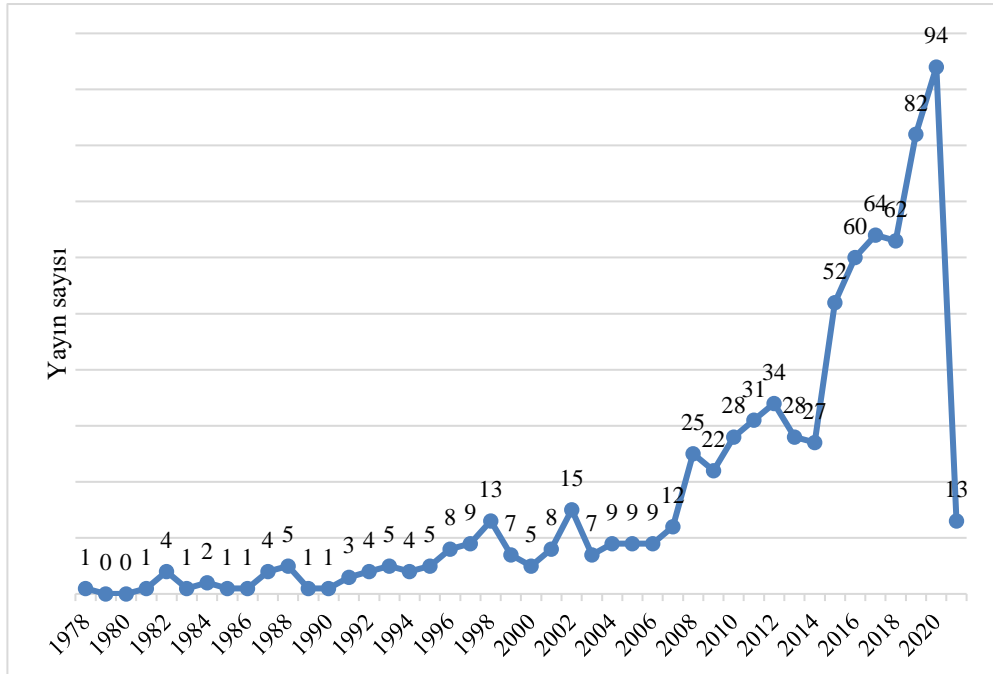
2.2. Veri Özellikleri

Araştırma kapsamında elde edilen 776 esere ilişkin özellikler Tablo 1’de özetlenmektedir.

Tablo 1. Araştırma Verileri ile İlgili Temel Bilgiler

Zaman dilimi	1978-2021
Toplam yayın sayısı	776
Yayın başına ortalama atıf	29,7
Yayın Türleri	Yayın Sayısı
Makale	710
Kitap bölümü	1
Kitap incelemesi	8
Konferans bildirisi	22
Diğer (editör yazısı, inceleme vs.)	35
Yayın Özellikleri	Yayın Sayısı
Tek yazarlı	198
Çok yazarlı	578
Toplam	776

Tablo 1’e göre, 1978 ile 2021 yılları arasında yayınlanan toplam 776 eserden yaklaşık %92’sinin makalelerden oluştuğu görülmektedir. Yayınların yaklaşık %25’i tek yazarlı olmakla birlikte iki ve üzeri yazar tarafından ele alınan eser sayısı 578’dir. Yayın başına ortalama atıf sayısı ise 29,7’dir.



Grafik 5. Yıllar İtibariyle Yayın Sayısı

Grafik 5 incelendiğinde, etnosentrizm ile ilgili yıllar itibariyle gerçekleşen çalışmalarda 90’lı yıllara kadar çok az sayıda yayınların olduğu 2008 yılından sonra ufak da olsa bir artışın olduğu görülmektedir.

Özellikle 2016 ve sonrasında ise her yıl ortalama yayın sayısının sürekli arttığı görülmektedir. En fazla yayın 2020 yılında gerçekleşmekle birlikte verilerin 15 Nisan 2021’de elde edilmesinden dolayı 2021 yılına ait o tarihe kadar sadece 13 yayın gerçekleşmiştir.

3. Bulgular

Etnosentrizm konulu 776 çalışmanın bibliyometrik analizine ilişkin bulgular üç aşamada değerlendirilmiştir. Birinci aşamada atıf ve üretkenlik analizleri ele alınarak, yayınların ve yazarların atıf analizleri, en üretken üniversiteler, ülkeler ve ülke iş birlikleri ile dergilere yer verilmiştir. Etnosentrizm kavramına yönelik yapısal analizlerin gerçekleştiği ikinci aşamada, yayınlarda en sık tekrarlanan anahtar kelimeler, yıllar itibarıyla trend konuların nasıl evrildiği, yazar, anahtar kelimeler ve dergiler arasında oluşan bağlantılar analiz edilmiş ve anahtar kelimelerden hareketle tematik haritalara ulaşılmıştır. Son olarak üçüncü aşamada sosyal ağ analizlerine yer verilerek bu kapsamda yazar ve ülkelerin iş birliği ağları paylaşılmıştır.

3.1. Atıf ve Üretkenlik Analizleri

Etnosentrizm konulu 776 yayın içerisinde en çok atıf alan eserler WoS ve Google Akademik’de yer alan toplam atıf sayılarına göre Tablo 2’de paylaşılmıştır. Shimp ve Sharma tarafından 1987 yılında ‘Journal of Marketing Research’ dergisinde yayımlanan ‘Consumer ethnocentrism: Construction and validation of the CETSCALE’ isimli eser, araştırma kapsamında 1151 WoS atıf toplamı ile alana ilişkin en etkili eserlerden olup atıf sayısı veri alındığında 3. sırada yer almaktadır. Eser, tüketici etnosentrizm eğilimini belirlemede kullanılan ve yazında daha çok ‘CETSCALE’ olarak bilinen ölçeğin geliştirilmesi ve test edilmesine yönelik bir çalışmadır.

Steenkamp ve Baumgartner (1998) tarafından ‘Journal of Consumer Research’ dergisinde yayımlanan ‘Assessing measurement invariance in cross-national consumer research’ isimli eser, hem WoS veri tabanında taranan eserlerdeki atıflar toplamı bakımından hem de Google Akademik atıf toplamı bakımından en çok atıf alan eser olmuştur. Söz konusu eser, Shimp ve Sharma (1987) tarafından geliştirilen CETSCALE ölçeği kullanılarak, Belçika, İngiltere ve Yunanistan örnekleminde gerçekleştirilen kültürler arası bir çalışmadır. Eserde, Doğrulayıcı Faktör Analizinin teorik alt yapısı ve gerekçeleri detaylıca paylaşılmış ve elde edilen veriler LISREL 8’de analiz edilmiştir.

Tablo 2. En Fazla Atıf Alan 12 Yayın

	Yayınlar	Dergi Adı	Web of Science Atıf Toplamı	Google Akademik Atıf Toplamı
1	Steenkamp, J-B. E. M. & Baumgartner, H. (1998). Assessing measurement invariance in cross-national consumer research.	Journal of Consumer Research	2723	4947
2	Brewer, M. B. (1999). The psychology of prejudice: Ingroup love and outgroup hate?	Journal of Social Issues	1486	3921
3	Shimp, T.A. & Sharma, S. (1987). Consumer ethnocentrism: Construction and validation of the CETSCALE.	Journal of Marketing Research	1151	3804
4	Klein, J.G., Ettenson, R. & Morris, M.D. (1998). The animosity model of foreign product purchase: An empirical test in the People’s Republic of China.	Journal of Marketing	649	1991
5	Batra, R., Ramaswamy, V. Alden, D.L., Steenkamp, J-B. E.M. & Ramachander, S.(2000). Effects of brand local and nonlocal origin on consumer attitudes in developing countries.	Journal of Consumer Psychology	579	1595

6	Steenkamp, J. B. E. M., Batra R. & Alden, D. L. (2003). How perceived brand globalness creates brand value.	Journal of International Business Studies	502	1353
7	Hammer, M. R. , Bennett, M. J. & Wiseman, R. (2003). Measuring intercultural sensitivity: The intercultural development inventory.	International Journal of Intercultural Relations	501	2418
8	Balabanis, G. & Diamantopoulos, A. (2004). Domestic country bias, country-of-origin effects, and consumer ethnocentrism: A multidimensional unfolding approach.	Journal of the Academy of Marketing Science	373	1057
9	Roth, K. P. & Diamantopoulos, A. (2009). Advancing the country image construct.	Journal of Business Research	300	98
10	Shaffer, M. A., Harrison, D. A., Gregersen, H., Black, J. S., & Ferzandi, L. A. (2006). You can take it with you: Individual differences and expatriate effectiveness.	Journal of Applied Psychology	297	839
11	Balabanis, G., Diamantopoulos, A., Mueller, R.D. & Melewar, T. C. (2001). The impact of nationalism, patriotism and internationalism on consumer ethnocentric tendencies.	Journal of International Business Studies	257	859
12	Cleveland, M., Laroche, M. & Papadopoulos, N. (2009). Cosmopolitanism, consumer ethnocentrism, and materialism: An eight-country study of antecedents and outcomes.	Journal of International Marketing	256	642

Sosyal psikolog olan Brewer (1999) tarafından yayınlanan ‘The psychology of prejudice: Ingroup love and outgroup hate?’ başlıklı yayın tüm eserler arasında 2. sırada yer almaktadır. Eser, etnosentrizm kavramının pazarlama disiplindeki uygulamasından daha çok psikoloji disiplini kapsamında grup içi ve gruplar arası ilişkiler, çatışma ve çatışmayı önlemeye yönelik çalışmaların teorik altyapılarını konu edinmektedir.

Klein, Ettenson ve Morris (1998) tarafından yayınlanan ‘The animosity model of foreign product purchase: An empirical test in the people’s Republic of China’ isimli eser 4. sırada yer almaktadır. Eserde, Japon ürünlerine yönelik Çinli tüketicilerin tutumları incelenmiştir. Çalışmanın model testinde, ürün sahipliği bağımlı değişkeni ile CETSCALE ölçeği kapsamında ele alınan tüketici etnosentrizmi, düşmanlık, ürün yargıları ve satın alma istekliliğinden oluşan bağımsız değişkenler arasındaki ilişki Yapısal Eşitlik Modeli ile analiz edilmiştir. Eserin, ilk model testlerinden biri olması açısından önemli katkısı olduğu düşünülmektedir.

Tablo 3. En Fazla Yayın Yapan ve Atıf Alan 10 Yazar

	Yazar Adı	Yayın sayısı		Yazar Adı	Web of Science Atıf Toplamı
1	Diamantopoulos, A.	16	1	Diamantopoulos, A.	582
2	Cleveland, M.	13	2	Shimp, T.A	425
3	Balabanis, G.	9	3	Balabanis, G.	397
4	Laroche, M.	6	4	Sharma, P.	377
5	Papadopoulos, N.	6	5	Klein, J.G.,	369
6	Riefler, P.	6	6	Steenkamp, J-B. E. M	310
7	Sharma, P.	6	7	Alden D.L.	260
8	Reardon, J.	6	8	Batra, R.,	243
9	Gineikiene, J.	6	9	Etterson R.	237
10	Han, C. M.	6	10	Cleveland, M.	197

Etnosentrizm kavramı pazarlama disiplinde ilk olarak Shimp (1984) tarafından kavramsallaştırılmış olmakla birlikte alana ilişki en çok eser Vienna Üniversitesi’nde akademik faaliyetlerine devam eden A. Diamantopoulos tarafından üretilmiştir (Tablo 3). Özellikle A. Diamantopoulos ile G. Balabanis birlikte verdikleri eserler ile alanla ilgili önemli referans kaynaklarını oluşturmaktadır. A. Diamantopoulos ve G. Balabanis etnosentrizm kavramının yanında, tüketici zenosentrizmi kavramıyla ilgili olarak da eserler vermişlerdir.

Kavrama ilişkin yayın ve atflar yazarlara göre değerlendirildiğinde (Tablo 3), A. Diamantopoulos ve G. Balabanis, alana ilişkin ürettikleri eserlerin sayısının fazlalığı, T.A. Shimp ise özellikle tüketici etnosentrizmi kavramını ilk tanımlayan eseri üretmiş olması nedeniyle öne çıkmaktadırlar.

Tablo 4. En Fazla Eser Üreten 7 Üniversite

	Kurum/Üniversite Adı	Yayın Sayısı
1	University of Vienna (Avusturya)	18
2	University of Western Ontario (Kanada)	12
3	University of Leeds (Birleşik Krallık, BK)	11
4	University of Ljubljana (Slovenya)	11
5	City University of London (Birleşik Krallık, BK)	10
6	Curtin University (Avustralya)	10
7	University of Michigan (Amerika Birleşik Devletleri, ABD)	10

Kavrama ilişkin üretilen eserler kurum temelli incelendiğinde en fazla eserin Vienna Üniversitesi'nde, ikinci sırada ise Batı Ontario Üniversitesi'nde üretildiği görülmektedir (Tablo 4). Kurum/üniversite veri alınarak yapılan inceleme, Tablo 3'teki yazar temelli tablo ile birlikte değerlendirildiğinde bireysel üretimin kurumlara olan katkısı görülebilmektedir. Kavrama ilişkin en fazla eser veren yazarın kurumunun aynı zamanda en üretken kurum olarak öne çıkması, üretkenlik açısından ikinci sırada yer alan yazarın kurumunun da kurum sıralamasında ikinci sırada yer alması bu çıkarımı doğrulamaktadır. Alana ilişkin en fazla esere sahip olan A. Diamantopoulos, Vienna Üniversitesi'nde, ikinci sırada olan M. Cleveland, Batı Ontario Üniversitesi'nde üçüncü sırada yer alan G. Balabanis ise Londra Şehir Üniversitesi'nde akademik faaliyetlerine devam etmektedir.

Tablo 5. En Fazla Eser Üreten 15 Ülke ve İş Birlikleri

	Ülkeler	Yayın Sayısı	Tek Ülke Yayınları	Çoklu Ülke Yayınları	Ülke İş Birliği Oranı
1	Amerika Birleşik Devletleri	214	165	49	0,23
2	Birleşik Krallık	76	51	25	0,33
3	Çin	42	25	17	0,41
4	Avustralya	41	24	17	0,42
5	Kanada	39	24	15	0,39
6	Fransa	22	14	8	0,36
7	Hindistan	17	12	5	0,29
8	Güney Kore	17	12	5	0,29
9	Hollanda	17	11	6	0,35
10	İspanya	17	13	4	0,24
11	Avusturya	16	10	6	0,38
12	Almanya	16	9	7	0,44
13	İtalya	15	8	7	0,47
14	Malezya	15	11	4	0,27
15	Türkiye	12	10	2	0,17

Tablo 5'te araştırma kapsamındaki eserleri üreten yazarların bağlı oldukları kurumların yer aldığı ülkeler ve ülkelerin işbirlikleri görülmektedir. Tablo incelendiğinde, 214 yayın sayısı ile en fazla katkıyı ABD sağlamış bunu sırasıyla Birleşik Krallık, Çin, Avustralya ve Kanada izlemiştir. Üretkenlik bakımından ilk sırada yer alan ABD'nin diğer ülkelerle ortak yayınları ise %23 seviyesindedir. En fazla ortak yayına sahip olan ülkeler ise sırasıyla %47 ile İtalya, %44 ile Almanya, %42 ile Avustralya ve %41 ile Çin olmuştur.

Tablo 6. En Fazla Eser Yayınlanan 5 Dergi ve Etkinlikleri

	Dergi Adı	Yayın Sayısı	Q Kategorisi	Etki Faktörü	h-İndeksi
1	International Marketing Review	46	Q1	6,87	77
2	International Journal of Intercultural Relations	42	Q1	1,93	68
3	Journal of Business Research	35	Q1	7,55	158
4	Journal of International Marketing	31	Q1	4,20	79
5	Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics	21	Q3	1,68	35

Kavrama ilişkin üretilen eserlerin üretkenlik analizleri dergi temelli incelendiğinde, dergilerin yayın sayısı, Q kategorileri, etki faktörleri ve h-İndeksleri Tablo 6’da paylaşılmıştır. Etki faktörü, dergilerin bilimsel performansları ve kalitesi ile ilgili önemli bir veri kaynağı olarak görülmektedir. Çalışmada da yer verilen etki faktörü değerleri beş yıllık olarak ele alınmıştır. Bir dergide beş yıl içerisinde yayınlanan eserlerin altınca yılda aldığı ortalama atf değerini vermektedir (Garfield, 1955). Bir derginin h-İndeksi ise, o dergide ‘en az h atf alan h sayıdaki yayınının’ olduğunu gösterir (Hirsch, 2005). Q kategorileri ise, dergileri etki derecesine göre dört çeyreğe ayırmaktadır. Q1 çeyreği en yüksek etkiye sahip dergileri ifade ederken Q4 de en düşük etkiye sahip son çeyreği temsil eder. Söz konusu etki derecesinin belirlenmesi ortalama atf sayısı üzerinden gerçekleşmektedir (SJR, 2021).

Tablo 6 incelendiğinde en fazla eserin ‘International Marketing Review’ dergisinde yayınlanmış olduğu görülmektedir. Q1 kategorisinde yer alan, etki faktörü ortalaması 6,87 olan ve dergide yayınlanan 77 eserin en az 77 ve üzerinde atf aldığı dergi, 1983 yılından beri yayın hayatına devam etmektedir. Dergide özellikle uluslararası pazarlara giriş stratejileri, uluslararası perakendecilik, tüketici etnosentrizmi, ürün ve ülke imajı ve menşe etkileri gibi pazarlama konularına ait çalışmalar yer almaktadır. Araştırma alanıyla ilgili 42 yayın sayısı ile ikinci sırada yer alan dergi ise, ‘International Journal of Intercultural Relations’ dır.

Dergi kültürler arası süreçler, kültürler arası adaptasyon, iletişim ve öğrenme teorilerini konu alan çalışmalara daha çok yer vermektedir.

3.2. Kavramsal Yapı Analizleri

Etnosentrizm alanına ilişkin kavramsal yapıyı ortaya koyabilmek amacıyla bu aşamada anahtar kelime analizleri ile tematik haritalara yer verilmiştir.

3.2.1 Anahtar Kelime Analizi

Kavrama ilişkin yayınların anahtar kelimeleri analiz edildiğinde, etnosentrizm ve tüketici etnosentrizmi kavramlarının en sık tekrar eden kelimeler olması çalışma konusu veri alındığında doğal bir sonuçtur (bakınız Tablo 7).

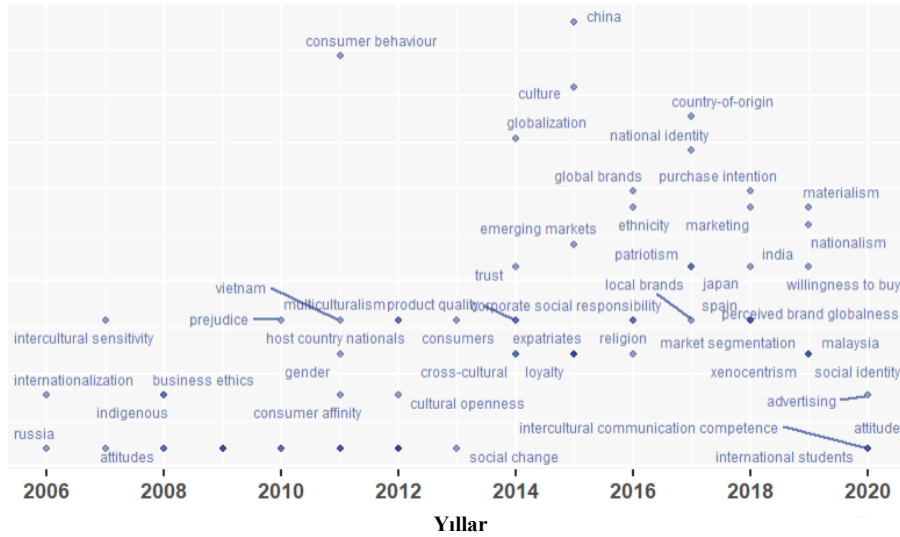
Tablo 7. Anahtar Kelimelerde En Sık Tekrarlanan 20 Kelime

Anahtar Kelimeler	Sıklık	Anahtar Kelimeler	Sıklık
Ethnocentrism (Etnosentrizm)	139	Global Brands (Küresel markalar)	25
Consumer Ethnocentrism (Tüketici etnosentrizmi)	120	Country Image (Ülke imajı)	22
Country of Origin (Menşei ülke)	76	National Identity (Ulusal kimlik)	21
Culture (Kültür)	47	Purchase Intention (Satın alma niyeti)	20
Consumer Behaviour (Tüketici davranışı)	44	Ethnocentric (Etnosentrik eğilim)	16
Animosity/Consumer Animosity (Düşmanlık/Tüketici düşmanlığı)	43	Acculturation (Kültürleşme)	15
Cosmopolitanism/Consumer Cosmopolitanism (Kozmopolitlik/Tüketici kozmopolitliği)	39	Nationalism (Milliyetçilik)	13

Anahtar Kelimeler	Sıklık	Anahtar Kelimeler	Sıklık
International Marketing (Uluslararası pazarlama)	34	Ethnicity (Etnik köken)	13
China (Çin)	33	Global Identity (Küresel kimlik)	12
Globalization/Global (Küreselleşme/Küresel)	26	CETSCALE ölçeği	12

İncelenen araştırmalarda en çok tekrarlanan üçüncü kelime olan ‘menşei ülke’ ilk olarak 1970 yılında Nagashima tarafından kavramsallaştırılmış ve müşterilerin bir ülkenin ürünlerine atfettiği tutumları kapsamaktadır. Kavramların tanımlanma süreçleri ve içerikleri veri alındığında, tüketici etnosentrizmi ve menşei ülke akademik araştırmalarda birlikte değerlendirilen kavramlardır. Bu nedenle etnosentrizme ilişkin akademik çalışmalarda menşei ülke kavramının üçüncü sırada en çok tercih edilen anahtar kelime olması da beklenen bir sonuçtur.

En sık tekrarlanan anahtar kelimelerden ‘kültür, düşmanlık, kozmopolitlik, küreselleşme, ulusal kimlik, kültürleşme, etnosentrik eğilim, milliyetçilik, etnik köken’ sosyoloji temelli kavramlar olarak değerlendirilebilir. Pazarlama disiplini temelinde ise, ‘menşei ülke, tüketici davranışı, tüketici kozmopolitliği, uluslararası pazarlama, küresel markalar, ülke imajı ve satın alma niyeti’ kavramları ön plana çıkmaktadır.



Şekil 1. Trend Konuların Yıllar İtibariyle Dağılımı

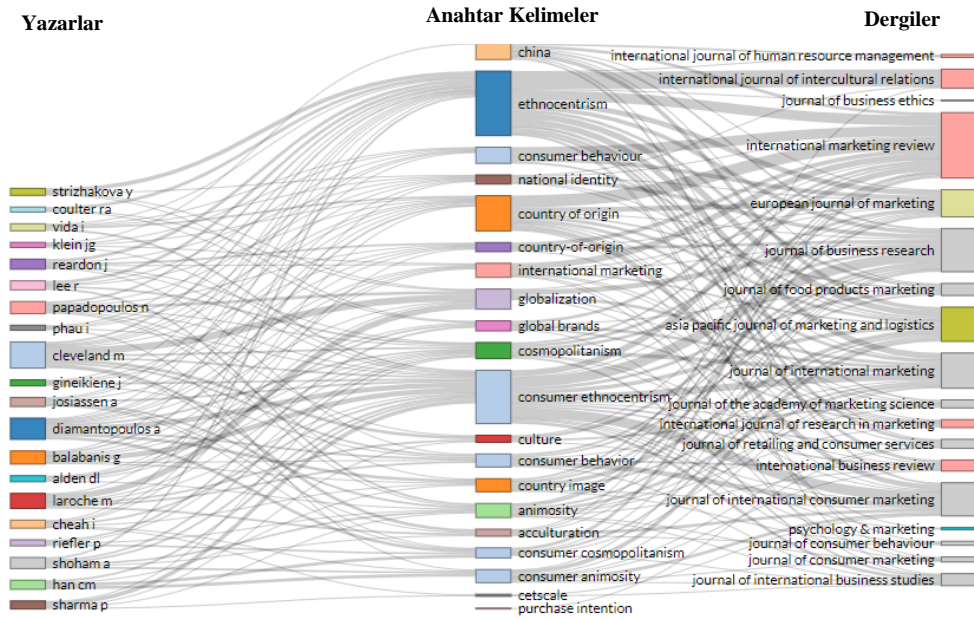
Şekil 1’de araştırma kapsamında incelenen etnosentrizm ile ilgili yayınlarda ele alınan trend konuların 2021 yılına kadar olan değişimi görülmektedir. Çizelge oluşturulurken minimum anahtar kelime sıklığı 3 olarak belirlenmiştir. Anahtar kelime uygulamasının belirli bir tarihten sonra ağırlık kazanması ve bu sıklığın minimum 3 olarak belirlenmesinden dolayı analiz sonucunda çizelgede 2006 ve sonrası dönem yer alabilmiştir. Şekil 1’de yer alan anahtar kelimelerin yıllar itibariyle sıklıklarının yüksekten düşüğe doğru sıralaması da Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Trend Konuların Yıllar İtibariyle Sıklığı

Anahtar Kelimeler	Sıklık	Yıllar	Anahtar Kelimeler	Sıklık	Yıllar
Reklam	4	2020	Tüketiciler	6	2013
Tutum	3	2020	Sosyal değişim	3	2013
Uluslararası öğrenciler	3	2020	Ev sahibi ülke vatandaşları	6	2012
Materyalizm	11	2019	Çok kültürlülük	6	2012
Milliyetçilik	10	2019	Kültürel açıklık	4	2012

Anahtar Kelimeler	Sıklık	Yıllar	Anahtar Kelimeler	Sıklık	Yıllar
Satın alma isteği	8	2019	Markalaşma	3	2012
Satın alma niyeti	12	2018	Tüketici davranışları	25	2011
Pazarlama	11	2018	Vietnam	6	2011
Hindistan	8	2018	Cinsiyet	5	2011
Menşei ülke	18	2017	Önyargı	6	2010
Ulusal kimlik	15	2017	Menşei ülke	3	2010
Japonya	8	2017	Tayvan	3	2010
Küresel markalar	12	2016	Etnik görelilik	3	2009
Etnik köken	11	2016	Görelilik	3	2009
Kurumsal sosyal sorumluluk	6	2016	Geçiş ekonomileri	3	2009
Çin	30	2015	İş etiği	4	2008
Kültür	21	2015	Yerel	4	2008
Gelişmekte olan pazarlar	9	2015	Tutumlar	3	2008
Küreselleşme	16	2014	Kültürlerarası duyarlılık	6	2007
Güven	8	2014	Tüketici tercihleri	3	2007
Yabancı ülkede yaşayanlar	6	2014	Uluslararasılaşma	4	2006
			Rusya	3	2006

Şekil 1 ve Tablo 8 birlikte değerlendirildiğinde, kavramlara ilişkin tarihsel süreçte 2011 yılında 'tüketici davranışları', 2014'de 'küreselleşme', 2015'de özellikle 'Çin' ve 'kültür' anahtar kelimeleri sıklıkla kullanılmıştır. 2016'da 'küresel markalar', 2017'de 'menşei ülke' ve 'ulusal kimlik' ve 2018'den itibaren de 'satın alma niyeti', 'pazarlama', 'materyalizm', 'milliyetçilik', 'satın alma istekliliği' gibi kavramlar çalışılan trend konular olmuştur. 2011 yılı ve sonrası özellikle pazarlama disiplini temelli çalışmaların ağırlığı görülmekle birlikte kültürel ve sosyolojik temelli çalışmalar da bulunmaktadır.



Şekil 2. Üç Alan Grafiği

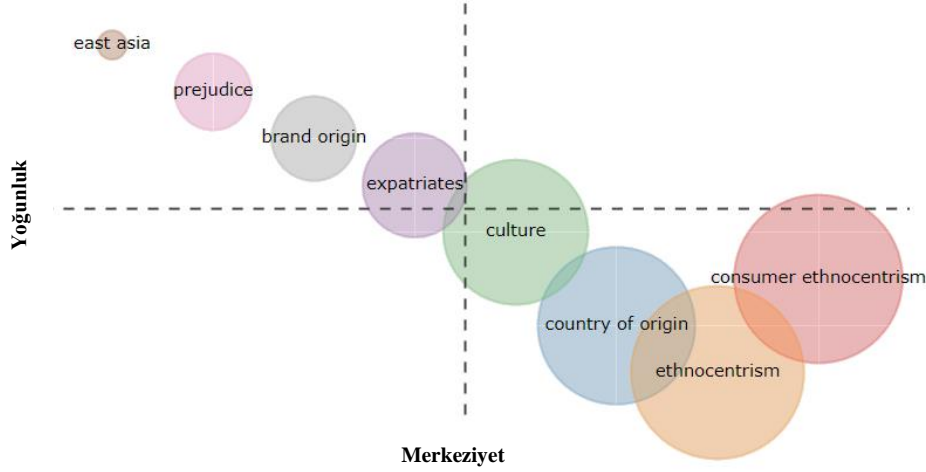
Şekil 2'de üç alan grafiği aracılığıyla en fazla esere sahip 20 yazar ve en fazla eser yayımlayan 20 dergi ile en sık tekrarlanan 20 anahtar kelime görselleştirilmiştir. Üç alanın yer aldığı grafikte alanlar arasındaki ilişkiler de özetlenmektedir. Şekil 2, hangi anahtar kelimelerin en fazla hangi yazar tarafından kullanıldığı ve bu anahtar kelimelerin hangi dergilerde yer aldığı hakkında fikir vermektedir. Etnosentrizm ve tüketici etnosentrizmi anahtar kelimeleri yazarlar ve dergiler arasında en fazla düğüme sahip olan kavramlardır.

Etnosentrizm anahtar kelimesinin en fazla yer aldığı dergiler ‘International Journal of Intercultural Relations’ ve ‘International Marketing Review’ olurken J. Reardon, Y. Strizhakova ve R.A. Coulter ise eserlerinde bu anahtar kelimeye yer veren yazarlarda ön plana çıkmıştır. Tüketici etnosentrizmi anahtar kelimesi ‘Journal of International Consumer Marketing’ ve ‘Journal of Business Research’ dergilerinde ağırlıklı olarak yer almış ve ön plana çıkan yazarlar A. Diamantopoulos, G. Balabanis ve P. Sharma olmuştur.

3.2.1. Tematik Harita Analizi

Tematik harita analizi, etnosentrizm ile ilgili gerçekleşen bilimsel çalışmaların hangi konular etrafında yoğunlaştığını ve gelişen eğilimleri tanımlamaktadır. Tematik harita analizinde, etnosentrizm kavramının araştırma kapsamında ele alınan 1978-2021 döneminde geliştirilen ana temalar ortaya konulmuştur. Analizde, çalışmalarda kullanılan anahtar kelimeler değerlendirmeye alınarak temaların/konuların oluşumunda küme frekansı minimum 5 anahtar kelime olarak belirlenmiştir.

Analiz sonucunda Şekil 3’de görüleceği üzere merkezîyet ve yoğunluklarına göre “tüketici etnosentrizmi (consumer ethnocentrism)”, “etnosentrizm (ethnocentrism)”, “menşei ülke (country of origin)”, “kültür (culture)”, “yabancı ülkede yaşayanlar/gurbetçiler (expatriates)”, “marka menşei (brand origin)”, “prejudice (önyargı)” ve “East Asia (Doğu Asya)” olmak üzere sekiz tema oluşmuştur (bakınız Şekil 3 ve Tablo 9). Ortaya çıkan her bir tema/konu, temaya karşılık gelen en sık tekrarlanan anahtar kelime ile oluşmakta ve temayı oluşturan anahtar kelimelerin toplam oluşumları ile orantılı olarak boyutlandırılmaktadır (Aria, Misuraca ve Spano, 2020). Temaların harita üzerinde konumlandırılmaları ise merkezîyet ve yoğunluklarına göre olmaktadır. Merkezîyet, diğer kümelere kıyasla bir ağ kümesinin etkileşim derecesini bir nevi dışsal uyumunu ve temanın önemini ifade ederken yoğunluk ise bir küme ağının iç gücünü, içsel uyumunu ölçer ve temanın gelişimi hakkında fikir verir (Aria, Alterisio, Scandurra, Pinelli ve D’Aniello, 2021). Tematik harita gösterimi temaların merkezîyet ve yoğunlukları temel alınarak iki boyutlu bir diyagramda yerleştirildikleri çeyreğe göre analiz edilir. Buna göre; sağ üst kadran: yüksek merkezîyet ve yüksek yoğunluk ile karakterize edilen motor-temaları; sağ alt kadran: yüksek merkezîyet ve düşük yoğunluk olarak ifade edilen temel ve çapraz temaları; sol alt kadran: düşük merkezîyet ve düşük yoğunluklu yeni ortaya çıkan veya kaybolan temaları; sol üst kadran: düşük merkezîyet ve yüksek yoğunluğa sahip çok özel/niş temaları ifade eder (Aria, Misuraca ve Spano, 2020; Cahlik, 2000; Cobo, López-Herrera, Herrera-Viedma ve Herrera, 2011). Cobo ve arkadaşlarına (2012) göre, çalışma alanıyla ilgili ön plana çıkan ve alan için son derece önemli olan temalar için sağ üst ve sağ alt kadranlar incelenmelidir.



Şekil 3. Tematik Harita

Şekil 3 incelendiğinde, sağ alt kadranda ile sol üst kadranda kümelerin yer aldığı görülmektedir. Tüketici etnosentrizmi, etnosentrizm, menşei ülke ve kültür alanla ilgili temel ve çapraz temalar olup yüksek merkeziyet yani diğer temalar ile yüksek etkileşime sahip iken, düşük yoğunluk ile bu temaların iç gücünün zayıf olduğu söylenebilir. Ayrıca bu temalar alanın farklı araştırma/uygulama alanlarını da içeren genel/temel konulardan oluşmaktadır. Sol üst kadranda yer alan yabancı ülkede yaşayanlar, marka menşei, önyargı ve Doğu Asya ise, niş temalar olup diğer temalar ile oldukça zayıf etkileşime (düşük merkeziyete) sahip iken her bir temanın içsel gücü oldukça gelişmiştir.

Tablo 9. Temalarda Yer Alan Kavramlar

Tema 1: Tüketici etnosentrizmi	Tema 2: Etnosentrizm	Tema 3: Menşei Ülke	Tema 4: Kültür
Tüketici etnosentrizmi	Etnosentrizm	Menşei ülke	Kültür
Tüketici düşmanlığı	Kozmopolitlik	Çin	Küreselleşme
Tüketici davranışı	Düşmanlık	Tüketici davranışı	Etnik köken
Menşei ülke	Küresel markalar	Ülke imajı	Pazarlama
Ulusal kimlik	Satın alma niyeti	Uluslararası pazarlar	Kimlik
Kültürleşme	Materyalizm	Hindistan	Pazar Bölümlendirme
Tüketici kozmopolitliği	Milliyetçilik	Japonya	Çok kültürlülük
CETSCALE ölçeği	Gelişmekte olan pazarlar	Satın alma isteği	Din
Marka imajı	Vatanseverlik	İspanya	Tüketici tutumları
Ürün kararı	Güven	Ürün-Ülke imajı	Tüketim
Tema 5: Yabancı Ülkede Yaşayanlar	Tema 6: Marka Menşei	Tema 7: Önyargı	Tema 8: Doğu Asya
Yabancı ülkede yaşayanlar	Marka menşei	Önyargı	Doğu Asya
Ev sahibi ülke vatandaşları	Sosyal sorumluluk	Cinsiyet	Doğu Avrupa
Vietnam	Ürün kalitesi	İrkçılık	Genç Yetişkin tüketici
Ödeme istekliliği	İş etiği	Belçika	
İletişim	Kültürlerarası	Özcülük	
Konjoint analizi	Boykot	Homofobi	
Yerli ekonomiyi koruma	Çoğulculuk	Göçmenlik	
Ölçek geliştirme		Grup-içi	
Kültürlerarası yönetim			
İnsan kaynakları yönetimi			

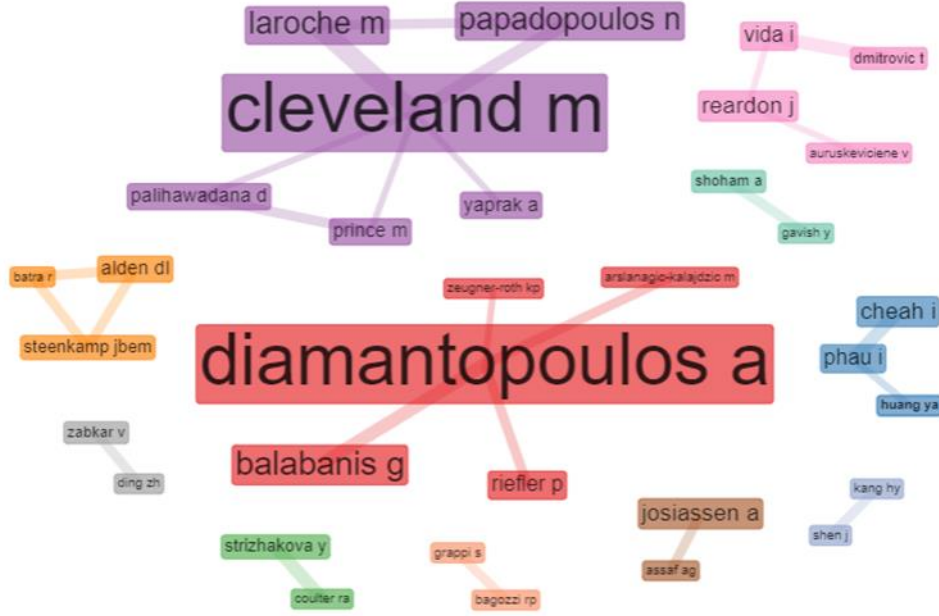
3.3. Sosyal Yapı Analizleri

Bilimsel iş birliği analizleri, sosyal ağ analizinin uygulanması yoluyla alanın sosyal yapısını belirlemek için kullanılmaktadır (Aria, Alterisio, Scandurra, Pinelli ve D’Aniello, 2021; Newman, 2001). Sosyal yapı analizleri bir alana ilişkin önemli ve etkili iş birliklerini göstermektedir. Alanla ilgili etkin yazar/ların, kurumların ya da ülkelerin ve bunların iş birliği içerisinde olduğu çalışma gruplarını/kümelenmelerini ortaya koymaktadır. Ortak yazarlık ve ülke ağları, iş birliği kalıplarının değerlendirilmesine ve sosyal yapının yanı sıra bilimsel bir alanın önde gelen bilim adamlarının belirlenmesine izin vererek, bilgi yaratma dinamikleri hakkında önemli bir fikir sağlamaktadır (Aria, Misuraca ve Spano, 2020). Tüketici etnosentrizmi alanına yönelik sosyal yapının ortaya konulması amacıyla üretilen yayınlardaki yazarların iş birliği içerisinde oldukları yazarlar ve ülkeler incelenerek sosyal ağ analizleri paylaşılmıştır.

Yazarlar arasındaki çizgilerin kalınlığı iş birliği gücüne göre farklı kalınlıkla/koyulukta görülmektedir. İki yazar arasındaki çizgilerin kalınlığı yoğun iş birliğinin varlığını temsil etmektedir. Yazarların yer aldığı köşegenlerin boyutu ise, toplam makale sayısına göre şekillenmektedir (Aria, Misuraca ve Spano, 2020). Yazarlar arası iş birliği ağında ön plana çıkan yazarlar arasındalık merkeziliği (betweenness centrality) temel alınarak değerlendirilmiştir. Arasındalık merkezi yüksek olan yazarların, ağda yer alan diğer yazarların ve kümelerin birbiriyle ilişki içerisinde olmasını sağlayarak, ağ üzerinde önemli bir konuma sahip olduğunu göstermektedir (Ukşul, 2016: 54; Güzeller, Eser ve Aksu, 2016).

Yazarların iş birliği ağının oluşturulmasında en az 2 ortak yazarlı yayınlar analize dahil edilmiş ve iş birliği içerisindeki ilk 33 yazar incelenmiştir. Arasındalık merkeziliği en yüksek olan yazarlar sırasıyla M. Cleveland (8), A. Diamantopoulos (6), J. Reardon (2), I. Vida (2) ve I. Phau (1)’dir. Ortak yazarlık bakımından 11 farklı kümelenme oluşmuştur. Şekil 4’ten de görüleceği üzere her bir küme farklı renklerde yer almaktadır.

M. Cleveland’ın merkezde yer aldığı kümede, en fazla M. Laroche ve N. Papadopoulos ile iş birliği içerisinde olduğu görülmektedir. Yine bu kümelenmede D. Palihawadana, M. Prince ve A. Yaprak da yer almaktadır. Bir diğer arasındalık merkezi yüksek olan A. Diamantopoulos’un yer aldığı kümede G.Balabanis, P. Riefler, K.P. Zeugner-Roth ve M. Arslanagic-Kalajdzic ile ortak yayınların olduğu görülmektedir. M. Cleveland ve A. Diamantopoulos’e göre arasındalık merkeziliği düşük olan bir diğer kümeyi de iş birliği içerisinde olan J. Reardon ve I. Vida temsil etmektedir. J. Reardon, V. Auruskeviciene ile, I. Vida ise T. Dmitrovic ile iş birliği içerisinde dir. I. Phau’nun yer aldığı kümede I. Cheah ve Y.A. Huang ile çalışmaları bulunmaktadır.

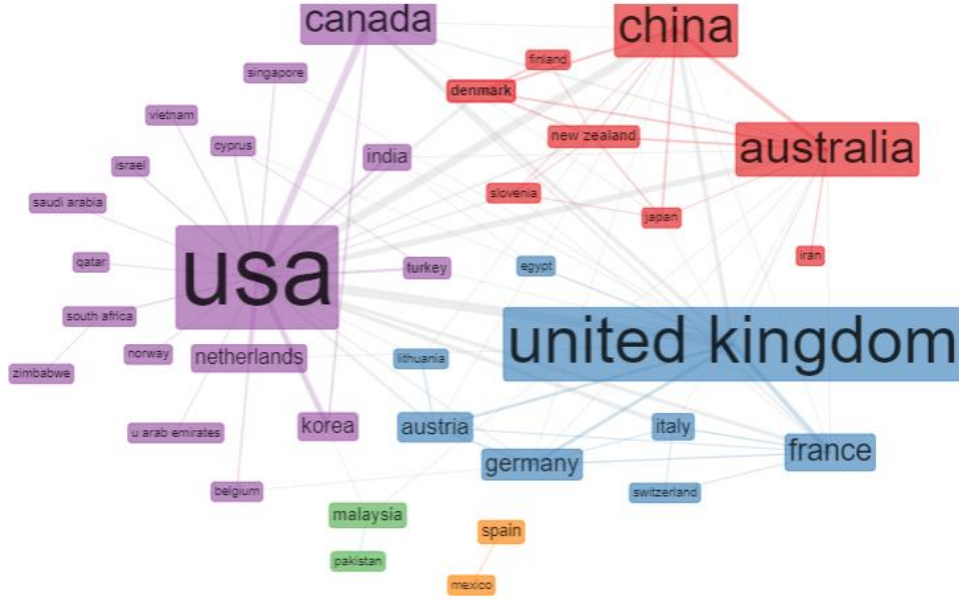


Şekil 4. Yazarların İş birliği Ağı

Ülkeler arası iş birliğinin belirlenmesinde de, farklı ülkelerden en az 2 ortak yazarlı yayınlar değerlendirmeye alınmış, işbirliği içerisinde olmayan yayınlar analiz dışı bırakılmıştır. En fazla iş birliği içerisinde olan ilk 37 ülkenin iş birliği ağı Şekil 5’de gösterilmektedir. Şekil 5 incelendiğinde, ABD arasındalık merkeziliği (323,38) en yüksek olan ülke olarak görülmektedir. Bunu sırasıyla Avustralya (46,75), Malezya (30), Birleşik Krallık (21,54), Fransa (19,54), Yeni Zelanda (17,18), Hollanda (15,41), Almanya (13,91), Çin (13,28) ve Danimarka (12,96) izlemiştir.

Yine Şekil 4’ten hareketle ülkelerarası iş birliğinde beş farklı kümenin oluştuğu görülmekte ve bu kümeler farklı renklerle temsil edilmektedir. ABD’nin öncülüğünü yaptığı kümede, ABD’li yazarların Kanadalı ve Hollandalı yazarlar ile en fazla iş birliği yaptığı görülmektedir. Yine uzak doğu ülkelerinden Güney Kore, Vietnam ve Singapur ile de iş birliği içerisindedirler. Diğer iş birliği içerisinde olan ülkeler ise, Hindistan, Türkiye, İsrail, Belçika, Güney Afrika, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Kıbrıs ve Norveç’tir. Bu kümede yer alan ülkeler Avrupa, Orta Doğu, Güney Asya ve Afrika gibi farklı bölgelerde yer almaktadır. Birleşik Krallığın merkezde yer aldığı kümede ise, Fransa, Almanya, İtalya, Avusturya, İsviçre ve Litvanya yer almaktadır. Bu kümenin tamamının Avrupa ülkelerinden oluştuğu görülmektedir.

Avustralya ve Çin’in ön plana çıktığı kümede, Yeni Zelanda, Danimarka, Japonya, Slovenya, Finlandiya ve İran iş birliği içerisindedir. Son olarak Malezya ve Pakistan ile İspanya ve Meksika da diğer kümelenmeleri oluşturmuştur. Ayrıca ABD’nin farklı kümelerde yer alan Çin, Birleşik Krallık ve Avustralya ile yoğun iş birliği içerisinde olduğu görülmektedir.



Şekil 5. Ülkelerin İş birliği Ağı

4. Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmada 1978 ile 2021 tarihleri arasında WoS veri tabanında yer alan etnosentrizm konulu 776 çalışmanın bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışma ile etnosentrizm alanındaki yayınların ve yazarların atıf analizleri ile kurum, dergi ve ülkelerin üretkenlik analizlerine yer verilmiştir. Kavramsal yapı analizleri kapsamında, yayınlarda en sık tekrarlanan anahtar kelimelerin neler olduğu, alanla ilgili yıllar itibariyle hangi konuların ağırlık kazandığı, yazar, anahtar kelime ve dergiyi içeren üç alanın birbiri ile olan ilişkilerine yer verilmiştir. Ayrıca kavramsal yapıyı daha net görebilmek amacıyla tematik harita da oluşturulmuştur. Böylelikle yıllar itibariyle alanın kavramsal gelişimi ve alanla ilgili merkezilik ve yoğunluk bakımından konuların nasıl oluştuğu değerlendirilmiştir. Son olarak sosyal ağ analizleri yazar ve ülke iş birlikleri bakımından ele alınmıştır.

Araştırma kapsamında analiz edilen etnosentrizm konulu çalışmaların %92 gibi büyük bir çoğunluğu makalelerden oluşmaktadır. Yıllar itibariyle üretilen eserlerin sayıları incelendiğinde 1978 ile 2007 yılları arasında 154, 2008 ile 2014 yılları arasında 195 ve 2015 ile 15 Nisan 2021 yılları arasında 427 eser yayınlanmıştır. 43 yıllık dönem içerisinde en fazla yayın son 6 yılda üretilmiştir. Son döneme ait yayın trendleri göz önünde bulundurulduğunda, ileri ki dönemlerde yayın sayısında artışın yaşanabileceği öngörülebilir.

Yayınların atıf analizleri değerlendirildiğinde, Steenkamp ve Baumgartner'in (1998) gerçekleştirdiği eser en fazla atıf alan yayın olmuştur. Bunu sırasıyla Brewer'in (1999) ve Shimp ve Sharma'nın (1987) eserleri izlemiştir.

Özellikle Shimp ve Sharma'nın (1987) yayını "CETSCALE" olarak bilinen ölçeğin geliştirilmesi ve test edilmesini içerdiğinden dolayı pazarlama disiplini açısından da alanla ilgili temel eser olarak değerlendirilmektedir. Alanla ilgili en fazla yayına sahip ilk üç yazar, 16 yayın ile A. Diamantopoulos, 13 yayın ile M. Cleveland ve 9 yayın ile G. Balabanis olmakta birlikte, en fazla atıfa sahip olan yazarlar ise sırasıyla A. Diamantopoulos, T.A. Shimp, G. Balabanis, P. Sharma ve J.G. Klein'dir. Bu yazarlar alanın gelişmesine ciddi katkılar sağlamakla beraber özellikle bu alanda çalışan/çalışacak olan yazarlara da eserleriyle öncülük etmektedir.

En fazla yayın üreten kurumlar incelendiğinde alanda en üretken olan iki yazarın yer aldığı üniversitelerin yine ilk iki sırada yer aldığı görülmüştür. A. Diamantopoulos Vienna Üniversitesi'nde, M. Cleveland Batı Ontario Üniversitesi'nde, G. Balabanis ise Londra Şehir Üniversitesi'nde akademik faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu üç örnek ile alanında üretken akademisyenlerin kurumlarının başarısına ciddi katkı sağladıkları sonucu çıkarılabilir. En fazla yayın üreten üniversiteler sıralamasında ilk beşte yer alan kurumlar Avusturya, Kanada, Birleşik Krallık, Slovenya ve Avustralya'da bulunmakla birlikte en fazla yayına sahip ülke çalışmaları incelendiğinde ilk beşte ülkesinden bir kurumun yer almadığı ABD ise 214 yayın ile ilk sırada yer almıştır. Bu sonuç ABD'nin etnosentrizm konulu çalışmalara dolayısıyla pazarlama disiplinine olan katkılarını ortaya koymaktadır. ABD'nin yanı sıra Birleşik Krallık, Avustralya, Fransa, İspanya, Avusturya, Almanya ve İtalya gibi Avrupa ülkeleri ile Çin, Hindistan, Güney Kore ve Malezya gibi Asya Pasifik ülkelerinin de yazına katkısı bulunmaktadır. Ayrıca Türkiye'de 12 yayın ile ilk 15 ülke arasında yer almış olmasına rağmen etnosentrizm alanında uluslararası atıf indeksli yayınların sayısının artırılması önemlidir.

Etnosentrizm alanının kavramsal yapı analizleri öncelikli olarak anahtar kelimelerden hareketle gerçekleştirilmiştir. Araştırma konusuyla paralel şekilde en sık tekrarlanan kelimeler etnosentrizm ve tüketici etnosentrizmi olmuştur. Kavramla yakından ilişkili olan menşei ülke, kültür, tüketici davranışı, düşmanlık ve kozmopolitlik gibi anahtar kelimeler de ilk sıralarda yer almıştır. Yıllar itibarıyla çalışılan trend konular ise; küreselleşme, Çin, kültür, küresel markalar, menşei ülke, ulusal kimlik, materyalizm, milliyetçilik ve satın alma istekliliği gibi anahtar kelimeler olmuştur. Kavramsal yapıyı analiz etmek amacıyla oluşturulan tematik haritalar ile de alanda en çok çalışılan ve daha niş alanları içeren konuların neler olduğu harita üzerindeki konularıyla görselleştirilmiştir. Alanla ilgili yüksek merkeziyete ve düşük yoğunluğa sahip en çok çalışılan tüketici etnosentrizmi, etnosentrizm, menşei ülke ve kültür olmak üzere 4 temel tema oluşurken, düşük merkeziyete fakat yüksek yoğunluğa sahip daha nadir çalışılan 4 niş tema oluşmuştur. Bunlar ise; yabancı ülkede yaşayanlar, marka menşei, önyargı ve Doğu Asya'dır. Bulgulardan hareketle, araştırma konusuyla ilgili yazında yer alan çalışmaların odağında temel temaların ağırlığı ve etkisinin olduğu görülmektedir.

Sosyal ağ analizleri kapsamında yazarların ortak çalışmaları incelendiğinde, 11 farklı küme oluştuğu görülmüş özellikle 2 kümenin yoğun iş birliğine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. M. Cleveland'ın merkezde yer aldığı kümede M. Laroche, N. Papadopoulos, D. Palihawadana, M. Prince ve A. Yaprak yoğun işbirliği içerisinde iken, A. Diamantopoulos'un yer aldığı kümede G.Balabanis, P. Riefler, K.P. Zeugner-Roth ve M. Arslanagic-Kalajdzic'in ortak eserleri bulunmaktadır. Alanla ilgili etkin yazarlar ve oluşan çalışma grupları, bilimsel bilginin üretilmesinde etkili olan bağlantılar hakkında gelecek çalışmalar için de bilgi vermektedir. Ülke iş birlikleri bakımından ise beş küme oluştuğu tespit edilmiştir.

Özellikle ABD'nin merkezde olduğu kümede, farklı kıtalarda yer alan ülkelerle ortak çalışmaların yürütüldüğü görülmüştür. İngiltere'nin öncülüğünde oluşan kümelenmede en yoğun iş birliklerinin Avrupa ülkeleri ile gerçekleştiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışma ile etnosentrizm alanıyla ilgili atıf, üretkenlik, kavramsal yapı ve sosyal ağ analizleri ile mevcut durumun ortaya konarak, alan hakkında genel bir çerçeve çizilmesi amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bulguların gelecek araştırmalar için katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bulguların değerlendirilmesinde sadece WoS veri tabanındaki eserlerin analize dahil edilmesi önemli bir kısıt oluşturmaktadır. Diğer bir kısıt da araştırma alanının/kategorisinin seçiminde gerçekleşmiştir. Çalışma kapsamında işletme, pazarlama ve

sosyal bilimler kapsamında değerlendirilebilecek alanlar dikkate alınmıştır. Gelecekteki çalışmalarda etnosentrizm kavramı farklı disiplinler temelinde analiz edilebilir. Yine WoS haricindeki farklı veri tabanlarında yer alan uluslararası ya da ulusal çalışmalar da incelenebilir.

Kaynakça

- Adorno, T. W., Frenkel-Brunswick, E., Levinson, D.J. and Sanford, R.N. (1950). *The authoritarian personality*. New York, NY: Harper.
- Aria, M. and Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis, *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975. DOI: 10.1016/j.joi.2017.08.007
- Aria, M., Misuraca, M. and Spano, M. (2020). Mapping the evolution of social research and data science on 30 years of Social Indicators Research. *Social Indicators Research*, 1-29, DOI: 10.1007/s11205-020-02281-3.
- Aria, M., Alterisio, A., Scandurra, A., Pinelli, C. and D'Aniello, B. (2021). The scholar's best friend: Research trends in dog cognitive and behavioral studies. *Animal Cognition*, 24, 541-553.
- Bizumic, B. (2014). Who coined the concept of ethnocentrism? A brief report. *Journal of Social and Political Psychology*, 2(1), 3-10.
- Booth, K. (1979). *Strategy and ethnocentrism*. London: Croom-Helm.
- Brewer, M. B. (1999). The psychology of prejudice: Ingroup love and outgroup hate?, *Journal of Social Issues*. 55, 429-444.
- Cahlik, T. (2000). Search for fundamental articles in economics. *Scientometrics*, 49(3), 389-402.
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). An approach for detecting, quantifying, and visualizing the evolution of a research field: A practical application to the fuzzy sets theory field. *Journal of Informetrics*, 5(1), 146-166.
- Cobo, M.J., López-Herrera, A.G., Herrera-Viedma, E. and Herrera, F. (2012). SciMAT: A new science mapping analysis software tool. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 63(8), 1609-1630. DOI:10.1002/asi.22688
- Cueva-Jaramillo, J. (1978). Ethnocentrisme et conflits culturels: Anthropologie de l'acculturation in L'Amérique latine et les Caraïbes. *Cultures anc Cahiers d'Histoire Mondiale Neuchâtel*. 5 (3), 19-31.
- Dumont Oliveira, T. (2018). From modelmania to datanomics: The top journals and the quest for formalization. *STOREPapers 2*, Italian Association for the History of Political Economy.
- Ekundayo, T.C. and Okoh A.I. (2018). A global bibliometric analysis of Plesiomonas-related research (1990-2017). *PLoS ONE*, 13(11), 1-17. e0207655.
- Garfield, E. (1955). Citation indexes for science: A new dimension in documentation through association of ideas. *Science*, 122(3159), 108-111.
- Güzeller, C., Eser, M.T. ve Aksu, G. (2016). *UCINET ile sosyal ağ analizi*. Ankara, Maya Akademi.
- Hall, C. M. (2011). Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism. *Tourism Management*, 32(1), 16-27.
- Hirsch, J. E. (2005). An index to quantify an individual's scientific research output. *Proceedings of the National academy of Sciences of the United States of America*, 102 (46), 16569-16572.

- Jiang, Y., Ritchie, B. W. and Benckendorff, P. (2017). Bibliometric visualization: An application in tourism crisis and disaster management research. *Current Issues in Tourism*, 22(2):1-33.
- Klein, J.G., Ettenson, R. and Morris, M.D. (1998). The animosity model of foreign product purchase: An empirical test in the people's Republic of China. *Journal of Marketing*, 62(1), 89-101.
- Klein, J.G., Ettenson, R. and Krishnan, B.C. (2006). Extending the construct of consumer ethnocentrism: When foreign products are preferred. *International Marketing Review*, 23(3), 304-321.
- LeVine, R. A. and Campbell, D. T. (1972). *Ethnocentrism: Theories of conflict, ethnic attitudes, and group behavior*. John Wiley & Sons.
- Nagashima, A. (1970). A comparison of Japanese and U.S. attitudes toward foreign products. *Journal of Marketing*, 34(1), 68-74.
- Newman, M. E. J. (2001). Scientific collaboration networks. I. Network construction and fundamental results. *Physical Review E*, 64(016131), 1-8. DOI: 10.1103/PhysRevE.64.016131
- Payette, M. (1981). Ethnocentrisme et religion Bibliographie thématique. *Archives de sciences sociales des religions*, 52/1, 133-137.
- Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics?, *Journal of Documentation*, 25, 348-349.
- SJR, Scimago Journal & Country Rank (2021). *Journal Rankings*, 15 Nisan 2021 tarihinde <https://www.scimagojr.com/journalrank.php?category=3315&type=j&year=2019> adresinden alındı.
- Shimp, T. A. (1984). *Consumer ethnocentrism: The concept and a preliminary empirical test in NA-Advances in Consumer Research*, 11, eds. Thomas C. Kinnear, Provo, UT: Association for Consumer Research, 285-290.
- Shimp, T.A. and Sharma, S. (1987). Consumer ethnocentrism: Construction and validation of the CETSCALE. *Journal of Marketing Research*, 24 (3), 280-289.
- Steenkamp, J.B.E.M. and Baumgartner, H. (1998). Assessing measurement invariance in crossnational consumer research. *Journal of Consumer Research*, 25, 78-90.
- Sumner, W. G. (1906). *Folkways: A study of the sociological importance of usages, manners, customs, mores, and morals*. USA: Ginn & Company Publishers.
- Ukşul, E. (2016). *Türkiye'de eğitimde ölçme ve değerlendirme alanında yapılmış bilimsel yayınların sosyal ağ analizi ile değerlendirilmesi: Bir bibliyometrik çalışma*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Zhang, X., Chen, H., Wang, W. and de Pablos P. O. (2016). What is the role of IT in innovation? A bibliometric analysis of research development in IT innovation. *Behaviour & Information Technology*, 35 (12), 1130-1143, 10 Şubat 2020 tarihinde <https://doi.org/10.1080/0144929X.2016.1212403> adresinden alındı.
- Zupic, I. and Cater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472.

BİTKİSEL YAĞ SEKTÖRÜ TEDARİK ZİNCİRİNDE YENİ TEKNOLOJİLERİN KULLANIMININ VE PALM YAĞI TEDARİĞİ ÜZERİNDEN RSPO SERTİFİKASYONUNUN ÖNEMİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Ebru KARACAN¹, Ahmet YAYLACI², Fahri YEMİŞÇİOĞLU³

Öz

Tüketicilerin yalnızca tam zamanında istenilen miktarda gıdaya ulaşmayı yeterli bulmadığı günümüz koşullarında gıda firmalarının üretiminde sürdürülebilirliğin sağlandığı, kaliteli ve sağlıklı faydalı ürün elde edilebildiği, aşamalarında doğaya zarar verilmeyen üretimlerin yapıldığı ve tedarik zincirlerinin kurulduğu stratejilerle ilgilenmesi, tedarik zincirlerinin karar mekanizmalarını kurarken analog sistemlerin yerine bilişim teknolojilerini uygulamaya geçirmesi neredeyse bir zorunluluk haline gelmiştir. Bitkisel yağ pazarında en büyük hacme sahip palm yağı endüstrisi için ve tedarik zinciri için gıda güvenliğinin ve sürdürülebilirliğin sağlanırken aynı zamanda yüksek verimle ürün eldesinin mümkün olduğu Sürdürülebilir Palm Yağı Yuvarlak Masası (RSPO) sertifikasyonunun üretim verimini artırırken aynı zamanda CO₂ emisyonunu da azalttığı tespit edilmiştir. Bu derlemenin amacı bitkisel yağ tedarik zincirinde sürdürülebilirliğin ve izlenebilirliğin sağlanması için RSPO sertifikasyonunun önemini vurgulamak ve bilgi teknolojilerinin RSPO sisteminin iyileştirilmesinde önemli bir basamak olduğunu iddiasını açıklamaktır.

Anahtar Kelimeler: Tedarik zinciri, sürdürülebilir üretim, bitkisel yağ, blokzincir, lojistik.

JEL Sınıflaması: L66, Q56, R41

A REVIEW ON THE IMPORTANCE OF USING NEW TECHNOLOGIES IN THE VEGETABLE OIL SUPPLY CHAIN AND RSPO CERTIFICATION THROUGH PALM OIL SUPPLY

Abstract

Consumers do not find it sufficient to only reach the desired amount of food on time in global market conditions. Therefore it has almost become a necessity to food companies to ensure sustainable production, to obtain quality and health-friendly products, to ensure the production steps are made without harming the environment and to apply information technologies instead of analogue systems while establishing decision mechanisms. It has been determined that the Sustainable Palm Oil Round Table (RSPO) certification, which enables food safety and sustainability for the supply chain of the palm oil industry, which has the largest volume in the vegetable oil market, increases production efficiency and reduces CO₂ emission at the same time. The purpose of this review is to emphasize the importance of RSPO certification for ensuring sustainability and traceability in the vegetable oil supply chain and to explain the claim that information technologies are an important step in improving the RSPO system.

Keywords: Supply chain, sustainable production, edible oil, blockchain, logistic.

JEL Classification: L66, Q56, R41

¹Gıda Mühendisi, Yüksek Lisans Öğrencisi ebru.karacan6@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7144-8820

² Türkiye Tedarik Zinciri Müdürü, FELDA-IFFCO, ayaylaci@feldaiffco.com, ORCID: 0000-0002-9168-5468

³Dr. Öğr. Üyesi, Ege Üniversitesi, Gıda Mühendisliği Bölümü, yemisci@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-3957-9921

1. Giriş

Gıda tedarikçisinin; 2050 yılına kadar 9.6 milyara ulaşacak dünya nüfusunun gıda ihtiyacını karşılaması için günümüzdeki düzeyinin %70 oranında artması gerekmektedir (Krishnan vd., 2020). Bu amaçla tedarik zinciri ortakları ve firmalar birliktelikle çalışmasıyla yeni pazar fırsatlarını, ürünleri ve diğer stratejik kararları hızlı ve doğru bir şekilde değerlendirmesi; durmaksızın gelişen küresel ekonomide giderek önemli hale gelmektedir (Keleş ve Ova, 2020). Tedarik zinciri yönetimi sayesinde işletmeler pazar rekabetini sürdürebilir ve müşterilerin arzu ettikleri ürün spesifikasyonlarını sağlayabilir (Öztürk, 2016). Gıda güvenliği kavramı ile; günümüzde gıda kaynaklı sağlık sorunlarının önlenmesi ve tüketicinin gıda işletmelerine olan güveninin tazelenmesi adına, gıdaların tedarik zinciri sürecinde geçirdiği işlemlerin ve maruz kaldığı koşulların takibi, kullanılan katkı maddelerinin ve kimyasalların denetimi, kontaminasyon düzeylerinin tespiti, dolayısıyla tarladan çatala izlenebilirliğin sağlanması hedeflenmektedir (Keleş ve Ova, 2020). Tüketiciler yalnızca gıda kalitesi ve güvenliğiyle ilgilenmekle kalmayıp, aynı zamanda gıda üretim ve dağıtım aşamalarının tamamı için izlenebilirlik sağlandığından emin olmak için de çaba göstermektedirler (Ling ve Wahab, 2020).

Bu çalışmanın amacı gıda tedarik zincirini ve halkalarını, bunların gıda güvenliği üzerine etkisini bitkisel yağ sektörü üzerinden örneklendirmek, izlenebilirliğin ve sürdürülebilir üretimin sağlanması için gerekli yöntemleri açıklamaktır. Dahası RSPO sertifikasyon sisteminin palm yağı üretiminde şeffaflığın ve kaliteli ürün üretiminin ve sürdürülebilir palm yağı tedarikçisinin sağlanması üzerine etkilerini ortaya koyarak RSPO sertifikasyonunun önemini vurgulamak ve bilgi teknolojilerinin RSPO sisteminin iyileştirilmesinde önemli bir basamak olduğunu iddiasını açıklamaktır.

2. Gıda Tedarik Zinciri

Tedarik zinciri; hammadde temini, ara ve son ürün üretimi, bu ürünlerin tüketiciye dağıtılması yani tüketici için değer üretilmesi için çalışan tedarikçileri, lojistik hizmet sağlayıcılarını, üreticileri, dağıtıcıları ve perakendecileri ve bu grupların faaliyetlerini içine alan tüm üretim ve dağıtım ağıdır (Keleş ve Ova, 2020; Özdemir, 2004; Zhang ve Li, 2012).

Gıda tedarik zinciri yönetimi, müşterilerin talebini daha iyi karşılamak ve güvenlik standartlarını korurken ürün teslimatının verimliliğini artırmak bir tedarik zinciri lojistiğinin ve özelliklerinin koordinasyonudur (Mahalik ve Kim, 2016).

Tedarik Zinciri Yönetimi'nin temel amaçları; müşteri tatminini artırmak, stok ve stokla ilgili maliyetlerin azaltılmasını sağlamak, çevrim zamanını azaltmak, ürün hatalarını azaltmak ve faaliyet maliyetini azaltmak şeklinde ifade edilebilir (Özdemir, 2004).

Gıda tedarik zincirinin doğru yönetimi için; lojistik yönetiminin etkin olması, iletişim etkinliği ve zincirin teknolojik gelişmelere uyum sağlayabilmesi gerekmektedir (Keleş ve Ova, 2020).

3. Planlama

Tedarik zinciri sürecinin organizasyonu strateji planlama olarak adlandırılır. Strateji planlamada tedarikçi sayısı, dağıtım noktaları, organizasyonun lokasyonu ve büyüklüğü, üretim merkezlerinin yeri vb. belirlenerek planların yapılması sağlanır.

Bu planlar genelde uzun vadelidir ve firmalar birkaç yıl içerisinde kabiliyetlerini ve gelişmek istedikleri alanları değerlendirerek planları oluştururlar (Iakovou vd., 2015; Parseker, 2009; Sayın ve Demirel, 2020). Yağ endüstrisinde de planlama süreçleri; 8-10 hafta arası süren ham yağ temini sürecini, üretim planlama yöntemlerini kapsamaktadır. Ham yağ temininin planlamasında göz önünde bulundurulması gerekenler ham yağ yetersizliği, fazla stok, stok alanı gibi faktörlerdir.

Planlama aşamaları satış tahminlerinin alınıp değerlendirilmesiyle başlayıp satış ve operasyon planlama (S&OP) ile devam etmektedir. Gıda endüstrisi, üretim kaynaklarının ve malzeme akışlarının planlanması ve kontrolü ile ilgili zorluklarla karşı karşıyadır. Diğer unsurların yanı sıra, hammaddenin mevsimselliği ve uzun üretim süreleri, talep ve arzda dengesizlik riskine yol açmaktadır. Hammaddelerin, ara ürünlerin ve nihai ürünlerin çabuk bozulabilirliği, depolama olanaklarını kısıtlamaktadır. Dahası, gıda üretim süreci ölçek ekonomisi için tasarlanmıştır bu nedenle süreç, artan ürün çeşitliliği ve talep belirsizliği trendlerinden kaynaklanan gereksinimlerle çelişmektedir. Planlama ortamının belirlediği zorluklarla başa çıkmak için şirketler, S&OP'de yapıldığı gibi planları koordine etmek için satış, dağıtım, üretim ve tedariki dikkate alan şirket çapında bir planlama yaklaşımı benimsemelidir.

S&OP, talep ve arzı dengelemek ve çeşitli iş fonksiyonları için planların stratejik iş planını desteklemek üzere uyumlu olmasını sağlamak için gerçekleştirilen birleşik ve taktiksel bir planlama sürecidir (Ivert vd., 2015). S&OP talebi ve teklifi en iyi şekilde dengelemek için şirketin stratejik hedeflerini üretim ana planının operasyonel sorunları ile ilişkilendirerek taktik düzeyde tahmini üretim planını oluşturmak için tüm süreci içerir (Samouche vd., 2019).

Tedarik zinciri yönetimi 1990'lı yılların getirdiği teknolojik gelişmeler neticesinde büyük değişim geçirmiştir.

Elle kayıt edilen stoklar, tedarikçi ve müşteri kartları vb. manuel uygulamalar yerine bilişim teknolojileri kullanılarak siparişlerin, müşterilerin, üreticilerin ve tedarikçilerin bir zincir halinde takip edilmesine olanak sağlayan sistemler faaliyete geçirilmiştir (Sayın ve Demirel, 2020). Bilgi teknolojisi (BT), tedarik zincirinin yönetiminde kilit bir kolaylaştırıcı olmuştur. Son yıllarda BT için önemli bir endüstri yatırımı ve kolaylaştırıcı rolün kullanımı daha fazla yaygınlaşmıştır. Çoğu zaman, tedarik zinciri ortamında BT dağıtımlarının arkasındaki itici güç operasyonel verimliliğin artması ve maliyetlerin düşmesidir. Pazarların ve gıda tedarik zincirlerinin küreselleşmesi, gıda izlenebilirliği için artan gereksinimleri empoze ederken, küresel ölçekte rekabet, her zamankinden daha yüksek operasyonel verimlilik talep etmektedir. Azaltılmış envanter seviyeleri, operasyonel faydalar ve azaltılmış döngü süreleri, tedarik zincirinde BT uygulamasının bir sonucu olarak bildirilen faydalardan sadece birkaçıdır (Paramatari, 2016).

3.1 Blokzincir

Blokzincir teknolojisi, modern gıda tedarik zincirinde devrim yaratan ve gelecek vaat eden teknolojilerden biridir (Duan vd., 2020). Bu teknoloji, bilgileri bir kullanıcı ağı üzerinden açık bir sanal alanda depolamakta ve paylaşmaktadır. Kullanıcıların tüm işlemleri aynı anda ve gerçek zamanlı olarak görüntülemesine olanak tanımaktadır (Keleş ve Ova, 2020; Köhler ve Pizzol, 2020). Her blok, belirli bir süre içinde sistemdeki tüm işlemlerin verilerini içermekte ve bilgilerin geçerliliğini doğrulamak ve bir sonraki bloğa bağlanmak için kullanılabilen dijital bir ayak izi oluşturmaktadır.

Blok zincirinde çok sayıda bu tür bloklar olabilmekte ve bloklar, önceki bloğun karmasını içeren her blokla uygun bir doğrusal, kronolojik sırayla birbirine (bir zincir gibi) bağlanmaktadır (Tian, 2017). Defterde saklanan bilgilerdeki değişikliklerin, ağın her düğümünden mutabakatla onaylanması gerekmektedir (Kayıkcı vd., 2020). Üretimden satışa kadar her hareketin izlenebilmesi ile sürecin şeffaf olarak tüketiciler tarafından gözlemlenebilmesi ve gıda ürünü bilgilerinin değiştirilemez oluşu nedeniyle taklit ve tağşişin önüne geçilmesi bu teknolojinin önemli avantajlarından (Dong vd., 2020; Behnke ve Janssen, 2020; Gerdan vd., 2020; Kittipanya-Ngam ve Tan, 2020; Koç, 2020).

Her üreticinin, tedarikçi ve perakendecinin, sektörel sorunlara çözüm oluşturma amacıyla ekstra çabayla ve dolayısıyla maliyetlerle, müşteri talepleri karşısında buluşmak için iş birliği yaptığı paydaşlar zinciri vardır.

Bu işbirliği neticesinde müşterilerinin talepleri olan gıda güvenliğinin ve sürdürülebilirliğin sağlanması gibi konulara farklı perspektiflerden bakılabilmektedir. Paydaşların her biri mutlaka birlikte çalışabilen ayrı çözümler ortaya koyabilmektedir. Veriler, yalnızca bu çözümler bağlamında ve bu çözümlerde fazladan çaba ve dolayısıyla maliyetlerle paylaşılabilir (Hofman, 2019).

Bu çözüme hitap etmek için palm yağı tedarik zinciri üzerine Hofman (2019), blokzincir tabanlı veya eşler arası bir makine ve ontolojiler tarafından hızlı dağıtımla paylaşılabilen verilerin spesifikasyonu için metodolojik bir yaklaşım önermektedir.

Palm yağının izlenebilirliğinin sağlanmasındaki zorluklar nedeniyle sürdürülebilir ve çevre dostu üretim yapılmasını hedefleyen RSPO sertifikasyon sisteminin uygulanmasında bir takım yetersizlikler tespit edilmiştir. Palm yağının sürdürülebilir yöntemlerle üretilmiş olduğunun kanıtlanması ve her üretim ve dağıtım işleminin çevresel etkilerinin tespit edilmesi amaçlarına ulaşılması için blokzincir teknolojisinin uygulanması önerilmektedir. Blokzincir teknolojisi ve nesnelerin interneti gibi uygulamaların kombinasyonunun sağlanmasıyla bitkisel yağ üretim ve tedarik zincirlerinde meydana gelen sorunların kaynaklarında tespit edilmesi ve sorunlara geciktirilmeden müdahale edilmesi mümkün olmaktadır. Bunun yanı sıra bu tekniklerin kombinasyonunun RSPO sisteminin uygulanabilirliğini arttırdığı, dolayısıyla sürdürülebilir üretimin sağlanmasına destek olarak çevresel sorunların minimize edilmesi açısından bir adım olduğu bilinmektedir (Lim vd., 2021).

3.2 Nesnelerin interneti (IOT)

IoT, genel olarak Radyo Frekans Kimliği (RFID), sensörler, Küresel Konumlandırma Sistemi (GPS), lazer tarayıcıları ve diğer veri algılama araçları yardımıyla, akıllı izleme ve görüntülemeyi geliştirmek için, üzerinde anlaşmaya varılan protokole ve bilgi alışverişine göre arabirim oluşturan bir sistem olarak tanımlanmaktadır. RFID'nin avantajları ve geliştirilmesi gereken bileşenlerinin gözden geçirilmesi sayesinde IoT; ilerleyen teknolojik dünyaya birçok inovasyon sunmaktadır. RFID, herhangi bir temassız çalışan tipik bir sensör sistemidir (Prashanth vd., 2020; Ray, 2018). RFID ürünleri tanımlamak için radyo dalgaları kullanılan etiket sistemi bazlı bir inovasyondur. Ürünlere yerleştirilmiş olan sensörler sayesinde tedarik zinciri basamaklarında oluşan önemli olayların ve bilgilerin elde edilmesini sağlamış olan bu teknoloji dünyadaki önemli dijital gelişmelerden biri olmuştur.

Esasen IoT'nin veri çeşitliliğinden sorumlu olan sensör inovasyonu gıda tedarik zincirinin verimli olarak gerçekleştirilmesine yardımcı olan bir uygulamadır. Bu sistemde sensör ile algılanan unsurlar (ağırlık, konum, sıcaklık, nem, basınç, pH değeri vb.) sayısal veriye dönüştürülmekte, kaydedilmekte ve bu bilgiyi kullanılan uygulamaya uygun belirlenmiş sisteme iletilmektedir.

Mobil cihazların ve kablosuz internet bağlantılarının yaygınlaşmasıyla birlikte bulut veritabanı gibi IoT'yi destekleyen başka tekniklerin uygulaması da tedarik zincirinde izlenebilirliğinin sağlanmasında önemli katkılar sunmaktadır (Prashanth vd., 2020).

Sürdürülebilir bir gıda güvenliği sisteminin tasarlanmasında ve uygulanmasında IoT'nin kullanımı büyük bir ilgi görmektedir. Bu teknolojilerin kullanılması, gıda israfının en aza indirilmesini sağlamakta ve dağıtım ağlarının optimum şekilde planlanmasıyla sonuçlanmakta, bu da tüm tedarik zincirinin karbon emisyonlarını azaltmaktadır (Irani ve Sharif, 2016; Kaur, 2019).

Bitkisel yağ üretiminde tesislerdeki ve depolama yerlerindeki IoT sensörleri, izlenebilirliği büyük ölçüde sağlayabilir ve hem tüketiciye hem tedarik zinciri ortaklarına, nem, basınç, sıcaklık koşulları gibi ürün depolama kriterleri hakkında bilgi vererek yardımcı olabilmektedir (Banerjee, 2019).

4. Lojistik ve Dış Ticaret Operasyonları

Lojistik dağıtım sistemi, nakliye ve depolamanın yanı sıra sipariş işleme ve sevkiyat, tedarik lojistiği, yani malzemelerin hareketi ile alan ve zaman arasında köprü oluşturmaya odaklanmıştır (Verma, 2020). Günümüzde, tarım ve gıda tedarik zincirlerindeki geleneksel lojistik bilgi sistemlerinin büyük çoğunluğu, şeffaflık, izlenebilirlik ve denetlenebilirlik gibi özellikler sağlamadan, yalnızca siparişleri ve teslimatları izler ve depolar. Fakat izlenebilirliğin sağlanması gıda kalitesini ve güvenliğini arttıracığından dolayı tüketiciler tarafından giderek daha fazla talep edilmektedir (Caro vd., 2018).

Lojistik yönetiminin bir parçası olarak gıda izlenebilirliğinin tanımlanması, gıda güvenliği ve kalitesinin, verimlilik ve etkililiğin büyük ölçüde lojistik operasyonlara bağlı olduğu gerçeğini vurgular. Literatürde sıklıkla kullanılan gıda geri çağırma durumu örnek olarak alındığında; ayrıntılı bir dizi izlenebilirlik bilgisi bu süreç için önemli bir koşul olsa da, geri çağırma sürecinin etkinliği büyük ölçüde verimli lojistik operasyonlara ve farklı tedarik zinciri aktörleri arasındaki entegrasyon düzeyine bağlıdır (Behnke ve Janssen, 2020).

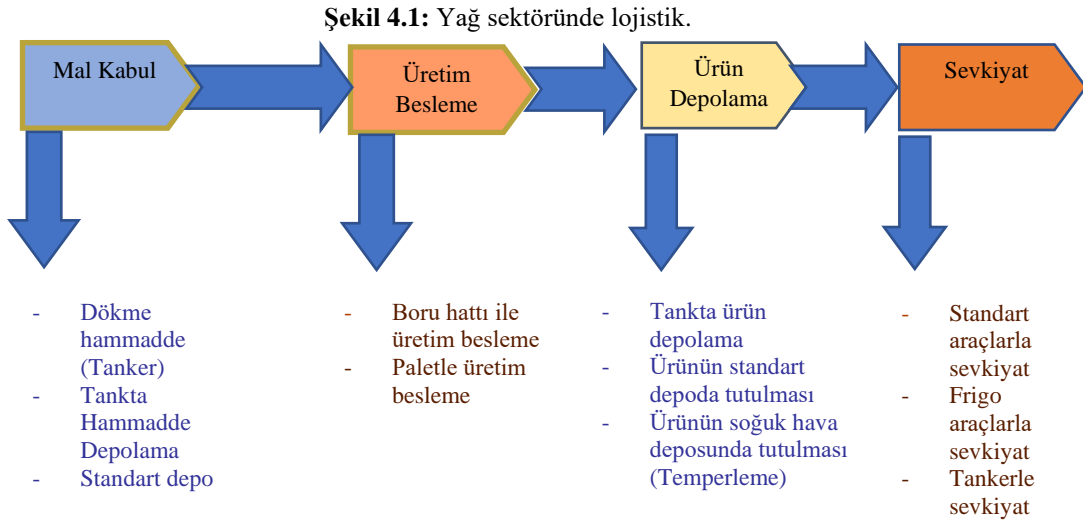
Tablo 4.1: Bitkisel yağların taşımacılığında uygun sıcaklık aralıkları.

Ürün	Minimum sıcaklık (°C)	Maksimum sıcaklık (°C)
Palm yağı	32	40
Palm olein	25	30
Palm stearin	40	45
Palm orta fraksiyonları	35	40
Palm kernel ve hindistan cevizi yağı	27	32
Palm kernel olein	25	30
Palm kernel stearin	35	40
Sıvı bitkisel yağlar	Oda sıcaklığı	Oda sıcaklığı
Palm yağ asitleri	52	55

Kaynak: Berger (1985).

Şekil 4.1’de bitkisel yağ sektöründe lojistik aşamaları özetlenilmiştir. Taşıma ve depolama sırasında bitkisel katı ve sıvı yağların kalitesine özen gösterilmesi, kısmen veya tamamen rafine edilmiş ürünler için özellikle önemlidir. Örneğin yağın yüklenmesi ve boşaltılması aşamalarında rafineri depolama tankları ve gemi tanklarındaki katı ve yarı katı ürünler, transferden önce sıvı ve tamamen homojen olacak şekilde yavaşça ısıtılmalıdır. Hem depolamada hen nakliyede aşırı kristalleşmeyi önlemek için, dökme tanklarda çıkış Tablo 4.1’de verilen sıcaklık aralıklarında tutulmalıdır.

Yağın zarar görmesini en aza indirmek için uygun sıcaklıklar seçilmelidir. Seçilen optimal sıcaklıklarda kristalleşme meydana gelmesi mümkün olmakla birlikte yağın teslimattan önce aşırı derecede uzun sürelerde ısıtmasını gerektirecek kadar kristalleşme gerçekleşmemektedir. 32-40 C’de depolanan palm yağının ısıtma işleminden zarar görmemesi amacıyla, boşaltma sıcaklığına gelmesi için günde 5 C’de yaklaşık üç gün ısıtılması gerekecektir. Tüm yağların uzun süreli depolanması işlemi ortam sıcaklığında olmalı ve hiçbir ısıtma işlemi uygulanmamalıdır (Berger, 1985). Bu ve benzeri kritik basamakların doğru bir biçimde uygulandığının izlenebilmesi adına IoT teknolojisinin yağ endüstrisine adaptasyonu, ürün kalitesini sağlama açısından kolaylık sağlayabilir.



Bitkisel yağ lojistiği sırasında üründe meydana gelebilecek değişimlerin ve sebeplerinin irdelendiği birçok çalışma mevcuttur. Örneğin palm yağının kalitesi üzerinde dökme taşıma ve depolamanın etkisinin araştırıldığı bir çalışmada 25 günlük gerçek bir yolculuğun 37-55 ° C arasında değişen sıcaklıklarda olduğu bulunmuştur. Yolculuğun son aşamasında peroksit değerleri iki katına çıkarken, serbest asitlikte hafif bir artış olmuştur (Ayyad vd., 2016).

Sıcaklık takibinin tedarik zincirinde lojistiğin son aşamasında yapılmasının ürün kalitesine ciddi zarar verebileceği ve bu kaybın yaşanmaması adına IoT gibi izlenebilirliğin her basamakta incelenmesini sağlayan teknolojilerin yaygınlık kazanmasının önemi açıktır. Benzer bir araştırma ile bitkisel yağların taşınması sırasında gıda tedarik zincirinde kayıtlı farklı ısı koşullarının etkisi Ayyad vd. (2016) tarafından incelenmiştir. Bu çalışmada, kamyon yükleme aşamasından başlayıp teslim aşamasında sona eren, İtalya'dan Tayvan'a farklı türlerdeki bitkisel yağların kalitesine, simüle edilmiş sevkiyatın etkisi araştırılmıştır. Yolculuk sonrasında bitkisel yağların özellikle birincil ve ikincil oksidasyon ürünleri açısından kalite kaybı ve bozulma yaşadığı tespit edilmiştir (Ayyad vd., 2016).

Sonuç olarak; bitkisel yağ lojistiği aşamalarında kalitenin sağlanması amacıyla ve tedarik zincirinin bu aşamasında ortaya çıkması olası herhangi bir sorunun geciktirilmeden ve yerinde çözülmesi amacıyla izlenebilirliğin sağlanması önem arz etmektedir.

Palm yağı yalnızca tropikal iklimlerde yetiştirilebildiğinden Avrupa kendi palm yağlarını üretememektedir ve ister gıda, kozmetik, biyoyakıt veya oleokimyasallarda kullanılmak üzere palm yağı ithal edilmektedir. Avrupa, Hindistan'dan sonra, çoğu Endonezya ve Malezya'dan gelen, en fazla miktarlarda palm yağı ithalatı yapan ikinci küresel ülkedir. 2016 yılında Avrupa'da yaklaşık % 32'si palm yağı olmak üzere yaklaşık 24 milyon ton bitkisel yağ tüketilmiştir (Goggin ve Murphy, 2018). Diğer birçok bitkisel yağın ticaretinde ürünün katettiği mesafeler çok daha küçük bir ölçekte olmakla birlikte, tedarik zincirinde yağ kalitesi söz konusu olduğunda bu palm yağı tedarigi de büyük ölçekli ve uzun mesafeli tedarik zincirlerinde dikkat edilmesi gereken temel hususlara tabidir (Hamm, 2013). Dış ticaret operasyonlarının başarı ile yürütülmesi o ürünün teslim edileceği ülkenin ilgili mevzuatına ve hatta ithalat yapan müşteri kuruluşun ürün spesifikasyonlarına dikkat edilmesi ile mümkündür. Bu türden bir ticaretin sürdürülebilirliği; ürünün ve kalitesinin düzenli olarak izlenebilmesi ile sağlanabilir.

5. Tedarik zincirinin gıda güvenliğindeki yeri

Güvenli gıda arzı, toplumun üzerine inşa edildiği bir temeldir. Gıda sadece genel nüfus için değil, aynı zamanda bir ülkenin ekonomik refahı için de önemlidir. Gıda tedarik zinciri hastalık yapıcı mikroorganizma kontaminasyonu, uygunsuz kullanım ve çabuk bozulma yoluyla meydana gelebilecek kesintilere karşı ve kasıtlı olarak yapılan saldırılara hassastır (Voss ve Whipple, 2009). Özellikle uzun ve karmaşık gıda tedarik zincirleri, ürünleri gıda güvenliğini tehlikeye atabilecek kazalar açısından giderek daha riskli olmaktadır (Manning, 2016). Her yıl dünya çapında on kişiden biri bozuk gıdalar tüketerek gıda kaynaklı hastalıklara yakalanmaktadır (FAO, 2017).

Güvenli gıda fiziksel, kimyasal ve biyolojik tehdit içermediği gibi besin değerlerini kaybetmemiş yiyecekler olarak da tanımlanabilmektedir. Dolayısıyla bu kavram yalnızca sağlık açısından değil kalitenin sağlanması açısından da önemli bir yaklaşım sunmaktadır (Gerdan vd., 2020). Bir zamanlar yalnızca yerel olarak mevcut olan ürünler artık dünyanın her yerinde kolayca bulunabilmektedir. Bu durum, yeterli miktarlarda ve uygun kalitede gıda sağlamak için karmaşık bir yönetim getirerek tanımlanmış sınırlar içinde yaşayan büyük popülasyonları bir araya getirmiş bulunmaktadır (Nayak ve Waterson, 2019).

Ham yağ ithal etmek için tohumların serbest yağ asidi içeriği, peroksit değeri ve toplam uçucu azot gibi ve daha fazla birçok farklı faktör dikkate alınmalıdır. Ayrıca, farklı bitkisel yağ türleri farklı kalite unsurları içerir.

Örneğin palm yağı, farklı miktarlarda monoglisidler ve diglisidler içerir, bu bileşikler de rafinasyon işlemi sırasında 3-monokloropropandiol ve esterlerinin (3-MCPDE) ve glisidil esterlerinin (GE) oluşumunu tetikleyen maddelerdir. Sağlık açısından risk unsuru olan 3-MCPDE ve GE'nin öncül maddelerinin ham yağda az bulunması istenir. Sonuç olarak; bitkisel sıvı yağları ithal etmeden önce yağ türü, yağ asidi profili, asitlik, nem içeriği, fosfolipidler ve sterol içeriği ve yağ kontaminantları gibi farklı kalite seviyeleri (reddetme ve kabul aralığı) dikkate alınmalıdır (Zargaraan vd., 2019).

Bu gibi kalite özelliklerinin yağın tedariki esnasında kontrol edilebilir olduğu durumda ürün son tüketiciye ulaşmadan tedarik zincirindeki herhangi bir sorunun çözülmesi avantajlı olmaktadır.

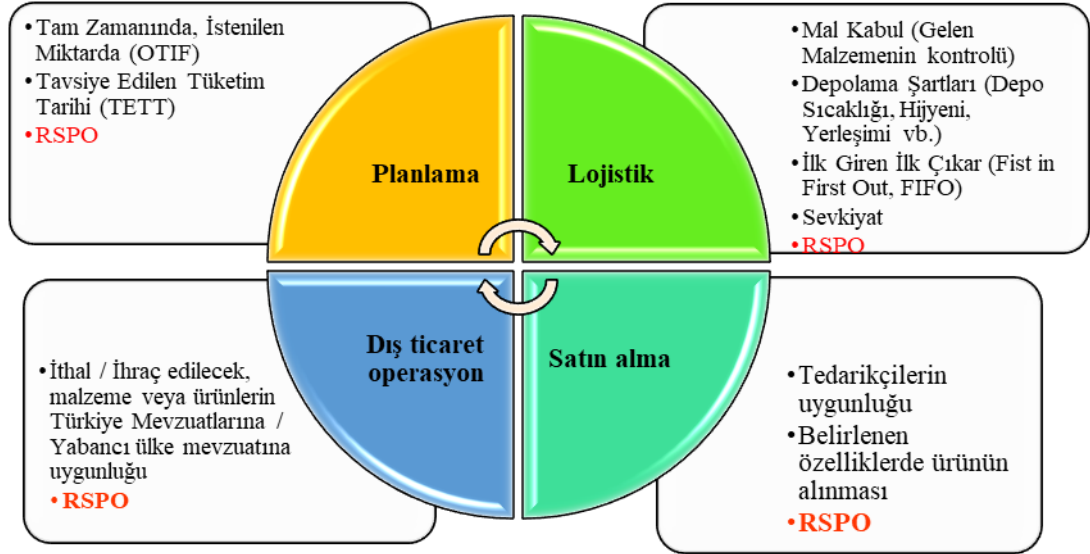
6. Bitkisel Yağ Tedarik Zincirinde Sürdürülebilirlik ve Kalite

Lipoliz ve oksidasyon, tedarik zinciri sırasında bitkisel yağların raf ömrünü etkileyen ve sınırlayan kaçınılmaz kimyasal süreçlerdir. Lipolitik bozulma düzeyleri büyük ölçüde hammaddelerin (tohumlar ve zeytinler) kalitesine bağlıdır çünkü yağlı tohumlarda ya da meyvelerde bulunan endojen ve eksojen lipazlar, yağın ekstraksiyonundan önce ürün kalitesine etki etmektedir. Zeytinyağlarında hidroliz ve oksidasyon tepkimeleri ham maddenin zarar görmesi veya iyi korunmaması durumunda ciddi düzeylere ulaşmaktadır. Oksidasyon üretim aşamalarından; esas olarak ekstraksiyon ve depolama sırasında meydana gelmektedir (Manzini vd., 2014). Lipid oksidasyonu, triaçilgliserid yapısındaki yağ asitlerinin moleküler oksijen ile etkileşimini neticesinde serbest radikal mekanizması ile hidroperoksit oluşumu yoluyla meydana gelmektedir. Hidroperoksitler, uçucu ve uçucu olmayan ürünler gibi ikincil oksidasyon bileşiklerine dönüşmek üzere ayrışan kararsız birincil bileşiklerdir. Hem birincil hem ikincil oksidasyon ürünleri yağ kalitesinde olumsuz etkiler oluşturmaktadır. İkincil oksidasyon ürünlerinden özellikle aldehidik moleküller, ekşimiş bir tada sahip olmasından dolayı yağların duyu özellikleri üzerindeki olumsuz etkilerden sorumludur (Ito vd., 2017; Manzini vd., 2014). Tedarik zincirinde yağ kalitesi muhafazası müşteri memnuniyeti ve ticaretin sürdürülebilirliği açısından önem arz etmektedir.

Hidroliz ve oksidasyon tepkimelerine bu süreçler ciddi boyutlara ulaşmadan müdahale edilmesi rafınasyon esnasında enerji tasarrufu sağlayarak dolaylı yoldan daha çevre dostu bir üretimin sağlanabilmesini mümkün kılar. Daha çevre dostu üretim tekniklerine ve tedarik esnasında kalite unsurlarının mümkün olduğunca korunabilmesine, sürdürülebilir bir üretim için ihtiyaç duyulmaktadır.

Şekil 6.1'de bitkisel yağ tedarik zincirinde gıda güvenliği kritik noktaları adım adım gösterilmiştir. Üretim planlaması, lojistik operasyonları, ithalat ve satın alımı aşamalarında dikkat edilmesi gereken unsurların yanısıra RSPO sertifikasyonunun tedarik zincirinde yer aldığı aşamalar gösterilmiştir.

Şekil 6.1: Bitkisel yağ tedarik zincirinde gıda güvenliğini sağlama.



Palm yağı tedarik zincirinde, izlenebilirlik de doğası gereği sürdürülebilirlikle bağlantılıdır. Bir ürün dikim alanına veya üretildiği fabrikaya kadar izlenebiliyorsa, dikim alanının veya üretildiği tesislerin sürdürülebilirlik düzenlemelerine, mevzuatına, ilkelerine ve diğer ilgili kriterlere uyup uymadığını araştırmak mümkün olmaktadır. Bununla birlikte, palm yağı tedarik zinciri içinde izlenebilirliğin sağlanması karmaşık ve çok yönlü bir konudur (Goggin ve Murphy, 2018). Lyons-White ve Knight (2018), tedarik zincirini “kum saati şeklinde, arz ve talep ucunda birçok farklı paydaş ve ortada az sayıda ticaret şirketi” şeklinde tanımlamıştır. Aynı çalışmada tedarik zincirinin üretim sonunda, taze meyve salkımlarının fabrikaya gelmeden önce genellikle birden fazla küçük işletme ve yerel tüccar arasında alınıp satıldığı ve bu da üçüncü taraftan gelen palm meyvelerinin kökeninin izlenmesini zorlaştırdığı veya imkansız hale getirdiği bildirilmiştir. Ayrıca, palm yağı ticaretinin büyük çapta ve oldukça hızlı yapılmasının; yağın takibini engelleyerek izlenebilirlik olgusunu tehlikeye düşürdüğü tespit edilmiştir (Goggin ve Murphy, 2018; Lyons-White ve Knight, 2018). Bu gibi olumsuz durumların sonucu olarak yağ kalitesinin ve saflığının güvencesinin sağlanması amacıyla tedarik zincirlerinin izlenebilirliğini ve üretimdeki iyi uygulamaların yaygınlaştırılmasını amaçlayan RSPO gibi sertifikasyon sistemleri gündeme getirilmiş bulunmaktadır.

7. Sürdürülebilir Palm Yağı Yuvarlak Masası

Palm yağı ticaretinin küreselleşmesi, bu bitkinin yetiştirildiği bölgelerin biyolojik çeşitliliği için bir tehdit oluşturmaktadır. Palm yağının endüstriyel üretimi genellikle yaşlı ormanların tahribiyle başlamakta ve bunun ardından bölgeye palm bitkisi dikilmektedir.

Endonezya, Malezya ve Papua Yeni Gine'deki geniş orman alanlarının palm bitkisi için tahrip edilmesi, dünyada kalan üç orangutan türünü de tehlikeye atmakta dolayısıyla palm yağı üretimi çoğu kişi tarafından sürdürülemez olarak görülmektedir. Güneydoğu Asya'da yeni bir ekim başlatmak için yaygın bir tarım uygulaması olan “kes ve yak” uygulaması, atmosfer kirliliği ve sera gazı emisyonları üzerinde ciddi etkiler meydana getirmiştir (Gatti vd., 2019; Rosyadi vd., 2020).

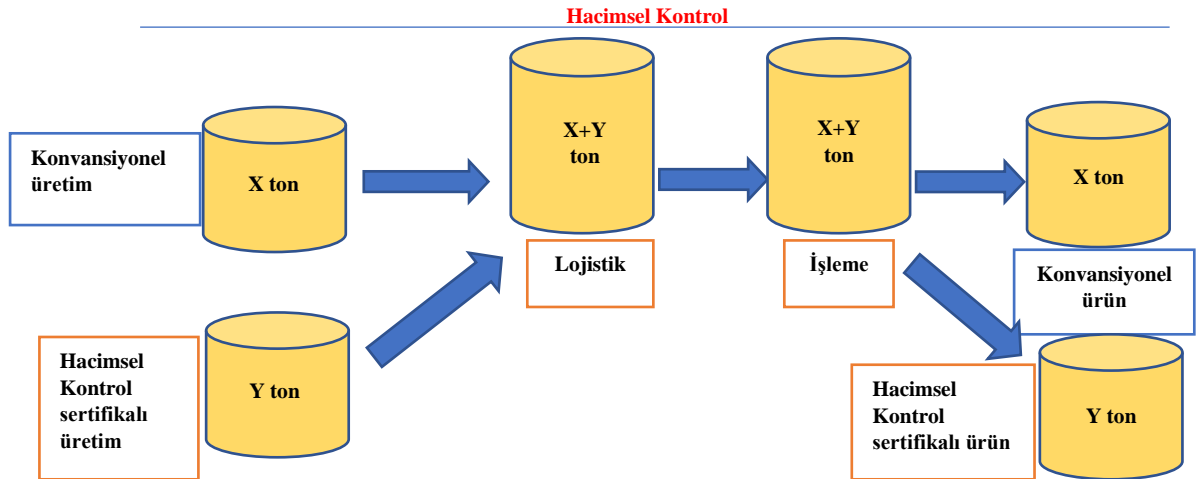
Avrupa ve Amerika ile Endonezya hükümeti yağmur ormanı alanlarının ve biyolojik çeşitliliğin azalmasına sebep olacağı düşüncesinin yaygınlaşmasıyla birlikte sürdürülebilir

palm yağının üretilmesi ve kullanılmasını sağlamak amacıyla Sürdürülebilir Yuvarlak Masa Toplantıları (RSPO) yapmaktadır (Macit ve Şanlıer, 2014). 2004 yılında kurulan, perakendeciler, bankalar, yatırımcılar ve çevresel ve sosyal sivil toplum kuruluşlarından oluşan bir grup olan RSPO'nun (şu anda 4000'den fazla üyesi olan) amacı, gıda firmalarının Sertifikalı Sürdürülebilir Palm Yağı (CSPO) üretmek amacıyla uygulamaları gereken kurallar geliştirmektir. RSPO'ya göre, bu kriterler doğru bir şekilde uygulandığında palm yağı üretiminin palm yağı üreten bölgelerdeki çevre ve topluluklar üzerindeki olumsuz etkisi en aza indirilebilmektedir (RSPO, 2018). Sürdürülebilirlik, ilgili kriterler ve göstergelerle birlikte sekiz ilkeyi ayrıntılandıran Sürdürülebilir Palm Yağı Üretimi için İlkeler ve Kriterler adlı 50 sayfalık bir kılavuz belgenin uygulanması olarak tanımlanmaktadır. 5.2 ve 7.3 ilkeleriyle ilişkili kriterler ve göstergeler, özellikle biyolojik çeşitliliğin korunmasıyla ilgilidir. Kriter 5.2, yetiştiricilerin nadir türleri ve yaşam alanlarını korumasını ve avlanmayı kontrol etmesini gerektirmektedir. Kriter 7.3, Kasım 2005'ten itibaren yeni dikimlerin birincil orman veya Yüksek Koruma Değeri (HCV) alanlarının yerini almamasını gerektirmektedir. Bu HCV alanları, biyolojik çeşitliliğin korunması veya yerel halkın refahı açısından önemlerinden dolayı bu şekilde tanımlanmıştır (Ruysschaert ve Salles, 2018).

RSPO sertifikasyon sistemi aday RSPO üyeleri için; RSPO ilke ve prensiplerinin yer aldığı ve her 5 yılda bir güncellenen RSPO Tedarik Zinciri Sertifikasyon Standardına göre denetleme yapılmasıyla, bağımsız ve akredite bir sertifikasyon kuruluşu tarafından RSPO standartlarına göre palm yağı üretimi yapıldığının onaylanmasıyla yapılmaktadır (RSPO, 2021).

RSPO üretim standartları uygulanmış sertifikalı ve sertifikasız ürünleri tamamlamak için Hacimsel Kontrol (Mass Balance) stratejisi, sürdürülebilir tedarik zincirlerine toplu dengelemenin getirilmesi için bir sürdürülebilirlik etiketi olabilir. Hacimsel Kontrol tedarik zincirlerinde sıkım tesisleri, rafineriler, nakliyeciler ve perakendeciler palm yağı ve ürünlerini hem sürdürülebilir sertifikalı hem de sertifikasız kaynaklardan temin edebilmekte ve ayrı tedarik zincirlerine ihtiyaç duymadan birlikte işleyebilmektedir (Gallemore ve Jespersen, 2019; Gassler ve Spiller, 2018). Hacimsel Kontrol sertifikasyonunun çekiciliği daha sonra ayırım ve işlem maliyetlerinin azaltılmasında, ölçek ekonomilerinin kullanımında ve verimlilik kazançlarında yatmaktadır. Hacimsel Kontrol stratejisiyle yapılan yağ tedarik zincirinin prensibi Şekil 7.1'te özetlenmiştir (Gassler ve Spiller, 2018).

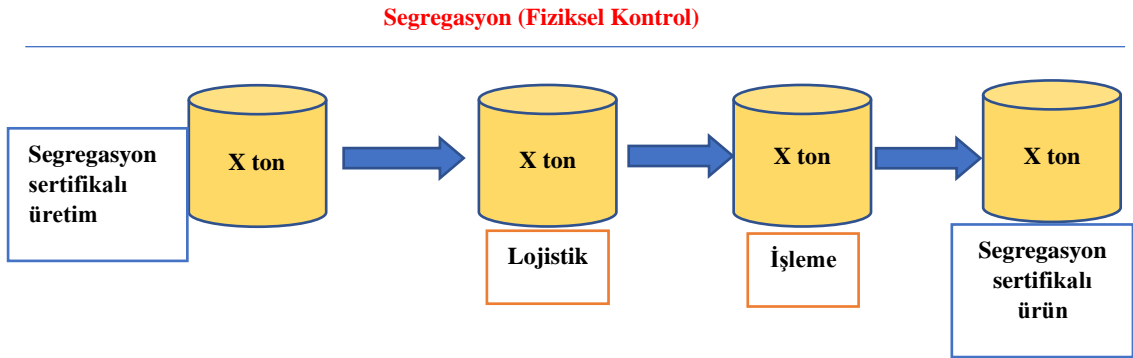
Şekil 7.1: Hacimsel Kontrol sertifikasyonlu üretim.



Kaynak: Gassler ve Spiller (2018).

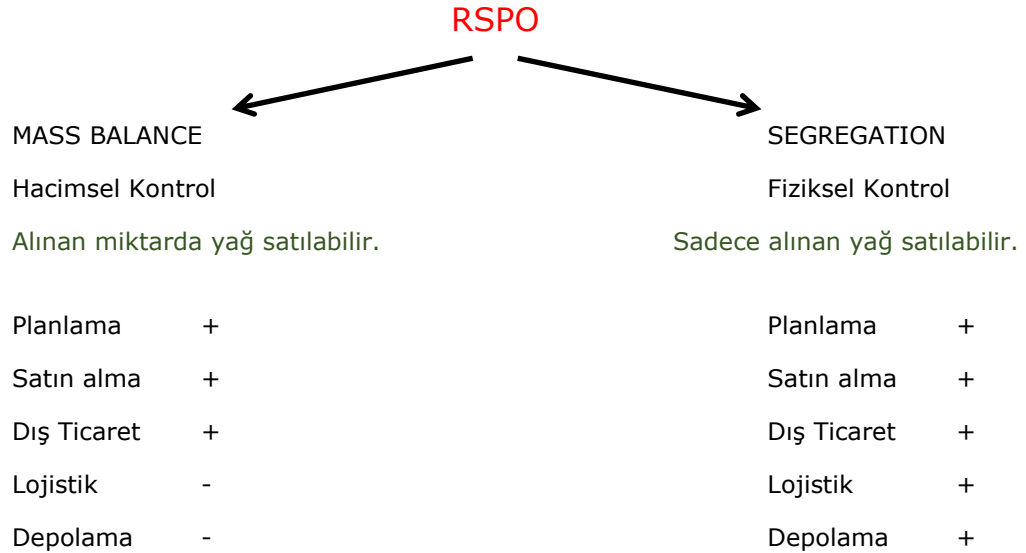
Ayırma maliyetleri, büyük hacimlerin işlendiği ve ürün marjlarının düşük olduğu palm yağı gibi ürün pazarlarında özellikle önemlidir. Tedarikçiler için hacimsel kontrol yaklaşımının olumlu yönleri (ayırıştırma olmaması, düşük işlem maliyetleri) bulunmakla birlikte tüketiciler için dezavantajları bulunmaktadır. RSPO sertifikalı ve sertifikasız kaynaklardan palm yağı ürünlerinin karıştırılması, pazar şeffaflığını azaltmaktadır. RSPO sertifikalı ve sertifikasız palm yağı ürünlerinin sıkı bir şekilde ayrıldığı tedarik zinciri modelinde ise, yani segregasyon modelinde, nihai tüketiciye sunulan ürünün sürdürülebilir sertifikalı palm yağı içermesi garanti altına alınmıştır. Segregasyon modeliyle yapılan yağ tedarik zincirinin prensibi Şekil 7.2.'te özetlenmiştir (Gassler ve Spiller, 2018). Ayrıca Şekil 7.3.'te RSPO sertifikasyon stratejilerinin tedarik zincirinde uygulama yönündeki farkları şematize edilmiştir.

Şekil 7.2: Segregasyon sertifikasyonlu üretim.



Kaynak: Gassler ve Spiller (2018).

Şekil 7.3: RSPO sertifikasyonunun yağ tedarik zinciri halkalarındaki gösterimi.



Kaynak: Hirbli (2018).

RSPO sertifikasyonu küçük toprak sahiplerine daha fazla özerklik verme potansiyeline sahiptir. İlk yatırım sübvansiyonları; ücretsiz fidan, teknik destek ve gübre gibi çeşitli destekler (RSPO sistemine dayalı), küçük çiftçilerin başarısı için çok önemlidir.

Bu tür bir destek, onların bağımsız olarak palm ağacı yetiştirmelerine olanak tanır, çünkü RSPO yardımı çiftçileri doğrudan özel bir şirketin sıkım tesisine palm yağı satmaya zorlamaz (Kato ve Soda, 2020).

Schmidt ve De Rosa (2020)'de, 2016 yılında Endonezya ve Malezya'da üretilen 1 kg RBD palm yağının ayrıntılı bir Yaşam Döngüsü Değerlendirmesi (LCA) yoluyla RSPO sertifikalı ve sertifikasız üretimin çevresel etkilerinin, potansiyel faydalarının belirlenmesi üzerinde çalışılmıştır. Ortaya çıkan sonuçlar, RSPO sertifikalı yağın, sertifikalı olmayanlara kıyasla sera gazı emisyonunu % 35 oranında azalttığını göstermektedir. Sertifikalı üretimde, daha yüksek verim, yani ürün birimi başına daha az arazi kullanımı ve biyogaz üretme amaçlı değerlendirilen palm yağı sıkım tesisi atıklarının oluşturduğu olumlu sonuçlar neticesinde sera gazı emisyon azaltımı en yüksek düzeyde tespit edilmiştir. Ayrıca sertifikalı üretimde doğa işgalinin ve tahribatının % 20 azaldığı tespit edilmiştir (Schmidt ve De Rosa, 2020).

RSPO sertifikasyonu sonucu olarak palm meyvesi üretiminde iyi tarım uygulamalarının yapılması sebebiyle sertifikası olmayan üretime kıyasla bu meyvenin üretim verimi hektar başına 3 kat yükselmiştir (Morgans vd., 2018). Bu da artan dünya nüfusunun yağ talebini karşılamak için önem arz etmektedir.

Palm yağı, pirinç, hindistan cevizi, kahve, nar, portakal, elma gibi ürünler ve çiftlik ürünlerinin çoğu işleme fabrikalarında temizlenir, ayklanır, paketlenir.

Bu tesislerdeki ve depolama konumlarındaki IoT sensörleri, izlenebilirliği büyük ölçüde arttırmaktadır. IoT sensörleri fiziksel basınç, sıcaklık, nem vb. gibi ürün depolama kriterleri bilgileriyle son müşterilere yardımcı olmaktadır. Varış/ayrılış taramaları RFID sayesinde yapılarak ürünlerin herhangi bir yere transfer saati ve süresi tespit edilebilmektedir. Bu tür bilgilere blok zinciri uygulamalarıyla sahip olmak, üründe sorun olması veya menşenin belirlenmesi gereksinimi durumunda herhangi bir tedarik zinciri ortağına hasadın, üretim ve taşımacılığın izlenebilirliği adına ciddi düzeyde yardımcı olmaktadır. Bilgi teknolojilerinin bu şekilde kullanımı, RSPO sertifikalı palm yağları gibi yağların sertifikalandırılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Banerjee, 2019).

Hirbli (2018) çalışmasında palm yağı üretiminin sürdürülebilir olması için bir çözüm önerilmektedir. Önerilen çözüm, palmye yağının izlenebilirliğini sağlamak için blok zinciri ve IoT teknolojilerinden yararlanılmasını içermektedir. IoT teknolojileri; üretim ve taşımacılık basamaklarındaki verileri girmek ve bilgilerin çevrimiçi görünürlüğünü sağlamak için kullanılabilir. Örneğin, plantasyon çiftçileri telefonlarını (veya bilgisayarlarını) günde hasat edilen palm meyvelerinin sayısını ve gönderildikleri varış yerini taramak için kullanabilirler. Süreçteki her bir paydaş, parti numarasındaki taramayı da sisteme kullanacaktır. Düşük maliyetli bir çözüm olan neredeyse gerçek zamanlı uydu görüntülerini kullanarak, GPS ile ekim alanları tespiti yapılarak çiftçilerin çalıştığı araziler belirlenebilir. Bu yolla; plantasyonun ormansızlaştırılmış araziye dikilip dikilmediği tespit edilebilir. İzlenebilirliğin sağlanması, hacimsel kontrol modeli altında gerçekleştirilir. Bu sistem; şirketlerin, plantasyondan yani küçük toprak sahiplerinden başlayarak tedarik zinciri boyunca sürdürülebilir palmye yağı ürünlerinin kütlelerini/miktarını takip etmeleri gerektiği anlamına gelir. Blockchain, iki amaç için bir veri yönetim sistemi olarak önerilmektedir. Birincisi, tedarik zinciri boyunca sürdürülebilir palm yağı ürünlerine izlenebilirlik sağlamaktır.

İkincisi, sürdürülebilir sertifikaları takip etmenin ve tüccarların blok zinciri destekli bir platformda ticaret yapmalarına izin vermenin bir yolunu sağlamaktır. Bu sayede RSPO sisteminin aday katılımcılarını palm yağı sürdürülebilirliği amacına çekmeye yardımcı olunacak ve gelişmekte olan ülkelerdeki çiftçilere ek bir gelir akışı sağlanmış olacaktır.

2021 yılında yayınlanan bir çalışmada RSPO sisteminin yararları anlatıldığı gibi bu sistemin uygulanabilirliği konusunda bilgi şeffaflığının olmaması, izlenebilirlik sağlanmasındaki zorluk, CSPO için düşük ve adil olmayan prim fiyatı gibi konular, CSPO üretiminin başlamasını engelleyen başlıca faktörler olarak eleştirilmiştir.

Bu dezavantajların giderilmesi, özellikle de izlenebilirliğin ve bilgi şeffaflığının sağlanması adına bilgi teknolojilerinin RSPO sistemine entegrasyonunun sağlanması üzerine bir Tehlike ve İşletilebilirlik (HAZOP) analizi yapılmıştır.

Analiz sonuçları göre blockchain ve IoT sistemlerinin CSPO üretimi için kullanılmasının yararlarını ortaya koymakta ve bilgi teknolojileriyle kombine edilmiş RSPO sistemi sayesinde özellikle sürdürülebilirlik problemi nedeniyle palm yağının Avrupa'da kullanımının yasaklanması ihtimalinin önüne geçilebileceği belirtilmiştir (Lim vd., 2021). Shukla ve Tiwari (2017) çalışmasında da RSPO sistemindeki aksaklıkların giderilmesi adına bilgi teknolojileri önerilirken ayrıca küçük toprak sahiplerini RSPO sistemine teşviki amacıyla Büyük Veri Analitiği yazılımı geliştirilmiştir.

Ancak ne yazık ki RSPO sistemine bilgi teknolojilerinin dahil edildiği bir vaka ve saha çalışması, yazarların bilgisi dahilinde, mevcut değildir. Gelecekte bu tür vaka çalışmalarının yapılması ile sürdürülebilir palm yağı üretiminin teşvik edilmesi sonucunda çevresel sorunların önüne geçilebilmesi, kaliteli ve izlenebilirliği olan palm yağı tedarikinin mümkün olacağı tahmin edilmektedir.

8. Sonuç

Dünya nüfus artış hızının çok yükselmesi nedeniyle gıda tedarikinin tam zamanında ve istenilen miktarda sağlanabilmesi, kaliteli ve güvenilir gıdaya ulaşımın mümkün olabilmesi ve gıda tedarikinin dünyanın farklı yerlerindeki müşterilerinin isteklerini karşılayabilmesi doğru tedarik zinciri yönetimini uygulamasıyla sağlanabilir. Tüketicilerin yalnızca gıda kalitesiyle değil gıdanın üretiminde ve dağıtımında maruz kaldığı koşullarla ve günümüzün global iklim koşullarındaki değişimlerin getirisi olan çevre bilincinin bir sonucu olarak gıda üretiminin ve dağıtımının sürdürülebilirliğiyle de ilgilendiği gıda piyasası koşullarında sürdürülebilir tedarik zincirlerinin kurulmasında analog sistemlerin yerini blokzincir ve IoT gibi bilişim teknolojileri almaktadır.

Dünyada ticareti en yaygın olan bitkisel yağ palm yağıdır. Bu nedenle bu ürünün üretiminde ve tedarik zinciri oluşturulurken artan dünya nüfusunun arz-talep dengesinin sağlanabilmesi adına sürdürülebilirlik kavramı önem arz etmektedir. İzlenebilirlik, sürdürülebilirlik ve kalite koşullarının sağlanabildiği palm yağı üretimi ve tedarigi için oluşturulmuş RSPO sertifikasyonu ile sera gazı emisyonu azaltımı sağlanabilmekte ve palm yağının üretimindeki çevre tahribatının önüne geçilebilmektedir. RSPO sisteminin sürdürülebilirlik ve izlenebilirlik amacına ulaşması adına üretim ve tedarik zinciri basamaklarından daha kesin ve detaylı bilgi alınması bilgi teknolojilerinin RSPO'ya entegre edilmesi ile mümkündür. Ne var ki; bilgi teknolojilerinin bitkisel yağ tedarigine entegre edilmesine dair yapılan saha çalışması yazarların bilgisi dahilinde yoktur.

Ancak bu entegrasyon ile daha fazla veri toplanabilmesi sayesinde uygulanabilirliği geliştirilecek olan RSPO sistemine daha fazla katılımcı teşvik edilerek palm plantasyonu için ormanların tahribatının önüne geçilerek daha çevre dostu ve sürdürülebilir palm yağı üretimi ve üretimden tüketime her basamak hakkında detaylı bilgi elde edilmesi yoluyla daha kaliteli ürün tedariki mümkün olabilecektir.

Sonuç olarak bilgi teknolojilerinin RSPO sistemine entegrasyonu üzerine saha araştırmaları yapılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Kaynakça

- Ayyad, Z., Valli, E., Bendini, A., Accorsi, R., Manzini, R., Bortolini, M., & Gallina Toschi, T. (2016). *Simulating international shipments of vegetable oils: Focus on quality changes*. 38-39.
- Banerjee, A. (2019). Blockchain with IOT: Applications and use cases for a new paradigm of supply chain driving efficiency and cost. *Advances in Computers*. 278-279. doi:10.1016/bs.adcom.2019.07.007
- Behnke, K., and Janssen, M. F. W. H. A. (2020). Boundary conditions for traceability in food supply chains using blockchain technology. *International Journal of Information Management*, 52, 101969.
- Berger, K. G. (1985). Quality control in storage and transport of edible oils. *Journal of the American Oil Chemists' Society*, 62(2), 438-442.
- Caro, M. P., Ali, M. S., Vecchio, M., and Giaffreda, R. (2018). Blockchain-based traceability in Agri-Food supply chain management: A practical implementation. In 2018 *IoT Vertical and Topical Summit on Agriculture-Tuscany (IOT Tuscany)*, 1-4.
- FAO, F. (2017). The future of food and agriculture—Trends and challenges. *Annual Report*. 64-65.
- Dong, L., Jiang, P. P., and Xu, F. (2020). Blockchain adoption for traceability in food supply chain networks. *Fasheng, Blockchain Adoption for Traceability in Food Supply Chain Networks* (August 10, 2020). 3-4.
- Duan, J., Zhang, C., Gong, Y., Brown, S., and Li, Z. (2020). A Content-Analysis Based Literature Review in Blockchain Adoption within Food Supply Chain. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(5), 1784. 2-3.
- Gallemore, C., and Jespersen, K. (2019). Offsetting, Insetting, or Both? Current Trends in Sustainable Palm Oil Certification. *Sustainability*, 11(19), 5393. 1-15.
- Gassler, B., and Spiller, A. (2018). Is it all in the MIX? Consumer preferences for segregated and mass balance certified sustainable palm oil. *Journal of Cleaner Production*, 195, 21-31.
- Gatti, R. C., Liang, J., Velichevskaya, A., and Zhou, M. (2019). Sustainable palm oil may not be so sustainable. *Science of The Total Environment*, 652, 48-51.
- Gerdan, D., Koç, C., Vatandaş, M., (2020). Gıda Ürünlerinin İzlenebilirliğinde Blok Zinciri Teknolojisinin Kullanımı, *Tarım Makinaları Bilimi Dergisi*, 16(2): 8-14.
- Goggin, K. A., and Murphy, D. J. (2018). Monitoring the traceability, safety and authenticity of imported palm oils in Europe. *OCL*, 25(6), A603. 1-14.
- Hamm, W. (2013). Bulk Movement of Edible Oils. *Edible Oil Processing*, 41.
- Hofman, W. J. (2019). A Methodological Approach for Development and Deployment of Data Sharing in Complex Organizational Supply and Logistics Networks with Blockchain Technology. *IFAC-PapersOnLine*, 52(3), 55-60.

- Hutter, T., Haeussler, S., & Missbauer, H. (2018). Successful implementation of an order release mechanism based on workload control: a case study of a make-to-stock manufacturer. *International Journal of Production Research*, 56(4), 1565.
- Iakovou, E., Bochtis, D., Vlachos, D., & Aidonis, D. (2015). Sustainable Agrifood supply chain management. *Supply chain management for sustainable food networks*, 131-132.
- Irani, Z. and Sharif, A.M. (2016), Sustainable food security futures: perspectives on food waste and information across the food supply chain, *Journal of Enterprise Information Management*, 29 (2), 171-178.
- Ito, J., Shimizu, N., Kobayashi, E., Hanzawa, Y., Otoki, Y., Kato, S., & Nakagawa, K. (2017). A novel chiral stationary phase LC-MS/MS method to evaluate oxidation mechanisms of edible oils. *Scientific reports*, 7(1), 1-2.
- Ivert, L. K., Dukovska-Popovska, I., Kaipia, R., Fredriksson, A., Dreyer, H. C., Johansson, M. I., and Tuomikangas, N. (2015). Sales and operations planning: responding to the needs of industrial food producers. *Production planning & control*, 26(4), 280-295.
- Kaur, H. (2019). Modelling internet of things driven sustainable food security system. *Benchmarking: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/BIJ-12-2018-0431>.
- Kayikci, Y., Subramanian, N., Dora, M., and Bhatia, M. S. (2020). Food supply chain in the era of Industry 4.0: blockchain technology implementation opportunities and impediments from the perspective of people, process, performance, and technology. *Production Planning & Control*, 4-5.
- Keleş, B., and Ova, G. (2020). Gıda tedarik zinciri yönetiminde bilgi teknolojileri kullanımı. *Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 17(1), 137-143.
- Kittipanya-Ngam, P., and Tan, K. H. (2020). A framework for food supply chain digitalization: lessons from Thailand. *Production Planning & Control*, 31(2-3), 159-160.
- Köhler, S., and Pizzol, M. (2020). Technology assessment of blockchain-based technologies in the food supply chain. *Journal of Cleaner Production*, 122193. 1-2.
- Krishnan, R., Agarwal, R., Bajada, C., and Arshinder, K. (2020). Redesigning a food supply chain for environmental sustainability—An analysis of resource use and recovery. *Journal of cleaner production*, 242, 118374. 3-14.
- Koç, E. (2020). Tedarik Zinciri ve Sürdürülebilirliğinde Yeni Paradigma: Blokzincir. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (20), 417-438.
- Lim, C. H., Lim, S., How, B. S., Ng, W. P. Q., Ngan, S. L., Leong, W. D., and Lam, H. L. (2021). A review of industry 4.0 revolution potential in a sustainable and renewable palm oil industry: HAZOP approach. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 135, 110223. 8-9.
- Ling, E. K., and Wahab, S. N. (2020). Integrity of food supply chain: going beyond food safety and food quality. *International Journal of Productivity and Quality Management*, 29(2), 216-232.
- Lyons-White, J., and Knight, A. T. (2018). Palm oil supply chain complexity impedes implementation of corporate no-deforestation commitments. *Global Environmental Change*, 50, doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2018.04.012, 303-313.
- Macit, S., and Şanlıer, N. (2014). Palm Yağı ve Sağlık (Palm Oil and Health). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 13, 13-14.
- Mahalik, N., and Kim, K. (2016). The role of information technology developments in food supply chain integration and monitoring. In *Innovation and Future Trends in Food Manufacturing and Supply Chain Technologies*. Woodhead Publishing. 21-37.
- Manning, L. (2016). Food fraud: Policy and food chain. *Current Opinion in Food Science*, 10, 16-21.

- Manzini, R., Accorsi, R., Ayyad, Z., Bendini, A., Bortolini, M., Gamberi, M., and Toschi, T. G. (2014). Sustainability and quality in the food supply chain. A case study of shipment of edible oils. *British Food Journal*. 2070-2090.
- Morgans, C. L., Meijaard, E., Santika, T., Law, E., Budiharta, S., Ancrenaz, M., and Wilson, K. A. (2018). Evaluating the effectiveness of palm oil certification in delivering multiple sustainability objectives. *Environmental Research Letters*, 13(6), 064032. 1-11.
- Nayak, R., and Waterson, P. (2019). Global food safety as a complex adaptive system: Key concepts and future prospects. *Trends in Food Science & Technology*, 91, 409-425.
- Özdemir, A. İ. (2004). Tedarik zinciri yönetiminin gelişimi, süreçleri ve yararları. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (23); 87-96.
- Ozkan, S., and Bulut, O. (2020). Control of make-to-stock production systems with setup costs. *Journal of the Faculty of Engineering and Architecture of Gazi University*, 35(3), 1199.
- Öztürk, D. (2016). Tedarik zinciri yönetimi süreçlerini etkileyen faktörler. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 6(1), 17-24.
- Parseker, Z. (2009). Gıda sektörü tedarik zincirinde bilgi teknolojileri kullanımının ekonomik yönden değerlendirilmesi (Master's thesis, Uludağ Üniversitesi). 38-39.
- Pramatari, K. (2016). Information Technology for Food Supply Chains. *Supply Chain Management for Sustainable Food Networks*, 183–203. doi:10.1002/9781118937495.ch7
- Prashanth, R., Kumar, B. M., and Gowda, A. B. (2020). How Internet of Things Can Enhance the Performance of Food Supply Chain Networks: An Analysis. *IUP Journal of Operations Management*, 19(3), 52-53.
- Ray, P. P. (2018). A survey on Internet of Things architectures. *Journal of King Saud University-Computer and Information Sciences*, 30(3), 299-300.
- Rosyadi, F. H., Darwanto, D. H., & Mulyo, J. H. (2020). Impct of Rountable on Sustainable Palm oil (RSPO) Certification on the Indonesian CPO Exports to the Destination Countries. *Agro Ekonomi*, 31(1). doi.org/10.22146/ae.54559. 30-45.
- RSPO, (2018). Rountable on Sustainable Palm Oil. About, 6 Aralık 2020 tarihinde <https://rspo.org/about> adresinden alındı.
- Ruysschaert, D., and Salles, D. (2018). The strategies and effectiveness of conservation NGOs in the global voluntary standards: The case of the Roundtable on Sustainable Palm Oil. *In The Anthropology of Conservation NGOs*. Palgrave Macmillan, Cham. pp. 121-149.
- Samouche, H., El Barkany, A., and El Khalfi, A. (2019). Performance of Sales and Operation Plan: Literature review & Perspectives of improvement. *ICAMOP journal*, 1(1), 47-53.
- Sayın, A.A., Demirel, R. (2020). Tedarik zinciri yönetiminde bilgi teknolojilerinin önemi - gıda firma uygulaması, *Turkish Studies-Applied Sciences*, 15(1), ss. 109-126.
- Schmidt, J., and De Rosa, M. (2020). Certified palm oil reduces greenhouse gas emissions compared to non-certified. *Journal of Cleaner Production*, 277, 124045. 1-12.
- Tian, F. (2017). A supply chain traceability system for food safety based on HACCP, blockchain & Internet of things. In 2017 *International conference on service systems and service management*, 3-6.
- Verma, N. (2020). A Case Study on Distribution Strategy of Product (Edible Oil) in Ethiopia. *International Journal of Marketing and Technology*, 10 (4), ISSN: 2249-1058 Impact Factor: 6.559. 1-12.
- Voss, D., and Whipple, J. (2009). *Food supply chain security: Issues and implications*. In *Supply Chain Risk*. Springer, Boston, MA. 293-305.

- Zargaraan, A., Mohammadi-Nasrabadi, F., Hosseini, H., Salmani, Y., Bahmaei, M., and Esfarjani, F. (2019). Challenges of edible oils from farm to industry: Views of stakeholders. *Food and nutrition bulletin*, 40(1), 105-106.
- Zhang, M., and Li, P. (2012). RFID application strategy in agri-food supply chain based on safety and benefit analysis. *Physics Procedia*, 25, 636-642.

FREIGHT FORWARDER FİRMASI İÇİN DENİZYOLU PARSİYEL TAŞIMACILIK STRATEJİSİNİN BELİRLENMESİ: SWOT/BULANIK AHP UYGULAMASI

Ayfer ERGİN¹

Öz

Parsiyel taşımacılık, tüm taşıma modalarında lojistik maliyetleri düşürmek adına dünyada yaygın olarak kullanılan bir taşıma şeklidir. Çalışmada Konya ilinde hizmet veren RSC Lojistik ve Dış Ticaret firmasının denizyolu parsiyel taşımacılık stratejisi SWOT (Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar ve Tehditler) analizi ile incelenmiştir. SWOT analizi, iç ve dış ortamları analiz etmek için kullanılan önemli bir tekniktir ve çoğunlukla çevresel faktörlerin yalnızca nitel incelemesini dikkate almaktadır. Bu eksikliklerin üstesinden gelmek adına, çalışmada SWOT analizi kriterler arasındaki göreceli önem ağırlıklarını belirleyebilmek için bulanık AHP (Analitik Hiyerarşi Prosesi) ile birlikte kullanılmıştır. SWOT- bulanık AHP entegrasyonu literatürde başvurulan bir yöntem olmasına rağmen, bu yöntemi freight forwarder firmalarının parsiyel taşımacılık stratejisine uygulayan ilk çalışmadır. Çalışma bu yönüyle literatüre katkı sağlamaktadır. Elde edilen bulgular sonucunda en önemli önceliğin “konteyner eksikliği ve gemide yer sorunu” olduğu tespit edilirken en az önemli öncelik “karşı ödemeli yüklerin parsiyelde baskın olması” olarak bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Parsiyel Taşımacılık, Konteyner Taşımacılığı, SWOT Analizi, Bulanık AHP (Analitik Hiyerarşi Prosesi).

JEL Sınıflandırması: C02, O18, N70, R40

DETERMINATION LCL (LESS CONTAINER LOAD) TRANSPORTATION STRATEGY FOR FREIGHT FORWARDER: SWOT/FUZZY AHP APPLICATION

Abstract

LCL transportation is a form of transportation that is widely used all over the world in order to reduce logistics costs in all transportation modes. In the study, LCL strategy of RSC Logistics and Foreign Trade company serving in Konya province was examined with SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) analysis. SWOT analysis is a widely utilized important technique for analyzing internal and external environments, and it mostly takes into account only qualitative examination of environmental factors. In order to overcome these shortcomings, it was used in integration with the fuzzy AHP (Analytical Hierarchy Process) a SWOT analysis to determine the relative importance weights among the criteria. Although SWOT- fuzzy AHP integration is a method used in the literature, it is the first study to apply this method to freight forwarder companies' LCL transportation strategy. The study contributes to the literature with this aspect. As a result of the findings obtained, it was determined that the most important priority was “the lack of containers and the problem of space on the ship”, while the least important priority was found to be “dominance of collect freight in LCL”.

Keywords: LCL (Less Container Load), Container Transportation, SWOT Analysis, Fuzzy AHP (Analytic Hierarchy Process).

JEL Classification: C02, O18, N70, R40

¹ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi – Cerrahpaşa, Mühendislik Fakültesi, Deniz Ulaştırma İşletme Mühendisliği, ayfersan@iuc.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6276-4001

1. Giriş

Dünya’da gerçekleştirilen uluslararası ticaretin %80’den fazlası deniz taşımacılığı sistemine dayanmaktadır (Yasa vd., 2016). Denizyolu taşımacılığı zaman içerisinde hızlı bir gelişim kaydederek 1990 yılında 4 milyar ton iken, 2019 yılında 11 milyar tonu geçmiştir (Ergin ve Ergin, 2021). Diğer taşıma modlarına kolaylıkla entegre edilebilen, ambalajlama maliyetlerini düşüren, çalınma ve kaybolma riskini azaltan konteyner taşımacılığı, denizyolu taşımacılığının en hızlı büyüyen segmenti olup (Altunlu ve Elmas, 2016; Ergin ve Eker, 2019; Kamal, Kara ve Okşas, 2020), son yirmi yılda yaklaşık 2,5 kat artarak 2020 yılında 152 milyon TEU’ ya ulaşmıştır (UNCTAD, 2020).

Konteynerleştirme, teslimat sürecini hızlandırmada ve lojistik maliyetleri düşürmedeki merkezi rolü nedeniyle deniz taşımacılığı sistemine birçok avantaj sağlar (Qin vd., 2014; Li vd., 2007). Bu maliyet avantajlarının en önemlilerinden biri de konteyner taşımacılığındaki yük konsolidasyonu yani parsiyel taşımacılıktır (Tiwari vd., 2021). Konteyner taşımacılığında; dolu konteyner taşımaları (FCL, Full Container Load) ve parsiyel (LCL, Less Than Container Load) olmak üzere iki şekilde yükleme gerçekleştirilir. Hoppin (2006), dolu konteyner taşımalarını “bir müşterinin, konteynerin tamamını satın alması” olarak tanımlarken, parsiyel taşımacılığı “çoklu sevkiyatların tek bir konteynerinde birleştirilmesi” şeklinde ifade etmiştir. Parsiyel taşımacılık, küçük gönderilerin teslim edilmesinde daha ekonomiktir. Dezavantajı ise, parsiyel taşımacılığının transit süresi dolu konteyner taşımalarından %15 ila %20 daha uzundur. Ayrıca parsiyel taşımacılığın bir sonucu olarak teslimatlarda gecikmelerin olabilmesidir (Hoppin, 2006).

Artan küresel rekabet ve kâr marjlarındaki düşüş nedeniyle, çoğu şirket, pazar payını güvence altına almak ve karlarını artırmak için çözümler bulmaya çalışır (Tyan, Wang ve Du, 2003). Bu doğrultuda, parsiyel taşımacılık, aynı limandan yüklenmek üzere farklı göndericilerin yüklemelerini birleştirilerek aynı teslimat limanına taşınmak üzere farklı alıcılara ulaştırılması hizmeti olarak ifade edilir. Parsiyel taşımacılığın yapılmasındaki sebep, bir aracın kapasitesinin daha iyi kullanılması yoluyla daha düşük nakliye oranlarından yararlanmaktır. Parsiyel taşımacılıkta ithalatçı ve ihracatçı yüklemeleri için konteynerde kapladıkları hacim kadar navlun ücreti öder. Özellikle, Covid-19 pandemisinin de etkisiyle konteyner navlun fiyatları son bir yılda bazı güzergâhlar arasında (örneğin, Doğu Asya - Akdeniz) beş kattan fazla artmıştır (Erdal, 2021). Artan navlun fiyatları, taşıma maliyetlerini ve buna paralel olarak da lojistik maliyetlerini yükseltmiştir. Bu artış ile birlikte parsiyel taşımacılık, ithalatçılar ve ihracatçılar açısından daha da önemli bir konu haline gelmiştir. Bu bağlamda, stratejik karar durumları için sistematik bir yaklaşım ve destek elde etmek için iç ve dış ortamların analizinde yaygın olarak faydalanan SWOT analizi çalışmada kullanılmaktadır. SWOT, karar durumunun analizini gerçekleştirmek için temel çerçeveyi sağlar ve bulanık AHP, SWOT’u daha analitik olarak gerçekleştirmeye yardımcı olur (Kangas vd., 2001). Ancak, geleneksel AHP hala insan düşünce tarzını yansıtamamaktadır. Bu nedenle, çalışmada AHP’nin bulanık bir uzantısı olan bulanık AHP, hiyerarşik bulanık problemleri çözmek için geliştirilmiştir (Kahraman, Cebeci ve Ulukan, 2003). Bu çalışmada kullanılan SWOT- bulanık AHP stratejik planlama, literatüründe başvurulan bir yöntem olmasına rağmen, bu yöntemi freight forwarder firmalarının parsiyel taşımacılık stratejisine uygulayan ilk çalışmadır. Bu yönüyle çalışma literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Çalışmada, öncelikle parsiyel taşımacılık stratejisinin güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri belirlenmiş olup, sonrasında kriterler arasında önem ağırlığının tespit edilebilmesi adına bulanık AHP uygulanmıştır.

Makalenin geri kalanı şu şekilde düzenlenmiştir. Giriş kısmından sonra SWOT analizi ile birlikte kullanılan çok ölçütlü karar verme yöntemlerini içeren çalışmalara literatür kısmında yer verilmiştir. Çalışmada önerilen Chang'ın bulanık AHP yöntemi üçüncü bölümde açıklanmıştır. Denizyolu parsiyel taşımacılık stratejisi için SWOT analizini oluşturan kriterler dördüncü bölümde belirlenmiştir. Bulgular ve tartışma kısmında analizden elde edilen sonuçlara ve bunların yorumlanmasına yer verilmiştir. Sonuçlarda önemli bulunan kriterler ve sorunlar değerlendirilmiş, gelecekte yapılabilecek bazı çalışmalar için önerilerde bulunulmuştur.

2. Literatür Araştırması

SWOT analizi ile birlikte en sık kullanılan çok ölçütlü karar verme yöntemi Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) olmuştur ve hibrit yaklaşım A'WOT olarak adlandırılmıştır (Kajanus vd., 2012; Kurttila vd., 2000). Kurttila vd., AHP ile SWOT analizini birlikte kullanarak faktörleri ölçülebilir hale getirmiş ve stratejik planlamada daha nicel bir temeli desteklemek için entegre bir yöntem geliştirmişlerdir (Kurttila vd., 2000). Bu geliştirilmiş yöntem, çeşitli alanlarda geniş çapta uygulanmış ve incelenmiştir. Uygulamalar açısından değerlendirildiğinde, bütünleşmiş SWOT- AHP yönteminin birçok farklı alanda kullanıldığı görülmüştür. Bu alanlar; imalatçı firma için önemli stratejik faktörler belirlemek (Görener, Toker ve Ulucay, 2012), Türkiye'deki e - devlet uygulamaları için alternatif stratejileri değerlendirmek (Kahraman, Demirel ve Demirel, 2007), Finlandiya orman ve park hizmetinde doğal kaynak yönetiminin stratejik planlamasında (Kangas vd., 2001), spor pazarlaması için dış kaynak kararların tespit edilmesinde (Lee ve Walsh, 2011), turizm yönetimin planlamasında (Kajanus, Kangas ve Kurttila, 2004; Oreski, 2012), Gwangyang Limanı için bmir gelişim stratejisi hazırlamasında (Son, 2011), elektronik firmasında (Şeker ve Özgürler, 2012), sağlık turizminde (Görener, 2016), Sri Lanka için turizm canlanma stratejisinde (Wickramasinghe ve Takano, 2009), Güney Florida da tarımsal ormancılık alanında (Shrestha, Alavalapati ve Kalmbacher, 2004), İstanbul Boğazi'ndeki deniz kazalarının analitik incelenmesinde (Arslan ve Turan, 2009), dökme sıvı kimyasalların güvenli taşınması stratejisini formüle eden tankerlerde (Arslan ve Er, 2008) kullanılmıştır.

Ayrıca, Türkiye'deki e- devlet uygulamalarındaki alternatif stratejileri değerlendirmek için (Kahraman vd., 2008), tersine lojistik sürecinde üçüncü parti lojistik servis sağlayıcının belirlenmesi adına (Tavana vd., 2016), Pakistan'da yenilenebilir enerji sorununu ele almak amacıyla (Wang, Xu ve Solangi, 2020), SWOT ve bulanık AHP yöntemleri bir arada kullanılmıştır. Bunun yanı sıra, Yüksel ve Dağdeviren kriterler arasındaki olası bağımlılığı ölçen ve hesaba katan ANP (Analytic Network Process) ile SWOT analizini çalışmalarına entegre etmişlerdir (Yüksel ve Dağdeviren, 2007).

3. Bulanık AHP Metodu

AHP, Thomas L. Saaty (Saaty, 1988) tarafından geliştirilmiş, yaygın olarak kullanılan çok ölçütlü bir karar verme tekniğidir. Bu matematiksel yöntem hem nitel hem de nicel değişkenleri değerlendirir. AHP, uzman görüşlerini dikkate alan bir model olmasına rağmen, geleneksel AHP hala insan düşüncesini yansıtamamaktadır. Öte yandan, bulanık AHP, çok ölçütlü karar problemlerini etkin bir şekilde çözmek için daha uygun bir yöntemdir ve bu da insanlara karar vermede belirsizlikle baş etme yeteneği verir (Ergin, 2021; Kahraman, Cebeci ve Ruan, 2004; Kahraman, Cebeci ve Ulukan, 2003). Araştırmada, diğer bulanık AHP yöntemlerine göre daha kolay çözülen Chang'ın bulanık AHP yöntemi kullanılmıştır (Dağdeviren ve Yüksel, 2008).

$X = \{x_1, x_2, \dots, x_n\}$ bir ölçüt kümesi, $U = \{u_1, u_2, \dots, u_m\}$ bir amaç kümesi olsun. Chang'ın bulanık AHP yöntemine göre, her bir ölçüt alınır ve her bir hedef için mertebeye analizi uygulanır. Böylece her bir ölçüt için m tane mertebeye analiz değerleri aşağıdaki gibi bulunur.

$$M_{g_i}^1, M_{g_i}^2, \dots, M_{g_i}^m, \quad i = 1, 2, \dots, n, \quad (1)$$

Burada $M_{g_i}^j$ ($j = 1, 2, \dots, m$) lerin hepsi üçgensel bulanık sayılardır. Chang'ın mertebeye analizinin adımları şu şekilde ifade edilebilir (Chang, 1996).

1: i 'nci kritere göre, bulanık sentetik mertebenin değeri aşağıdaki gibidir;

$$S_i = \sum_{j=1}^m M_{g_i}^j \otimes \left[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{g_i}^j \right]^{-1} \quad (2)$$

$\sum_{j=1}^m M_{g_i}^j$ İfadelerini bulabilmek adına; bir matris için, m mertebeye analiz değerlerinde bulanık toplama işlemi yapılır.

$$\sum_{j=1}^m M_{g_i}^j = \left(\sum_{j=1}^m l_j, \sum_{j=1}^m m_j, \sum_{j=1}^m u_j \right) \quad (3)$$

$$\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{g_i}^j = \left(\sum_{i=1}^n l_i, \sum_{i=1}^n m_i, \sum_{i=1}^n u_i \right) \quad (4)$$

Denklem 4'deki vektörün tersi aşağıda görüldüğü şekilde bulunur.

$$\left[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m M_{g_i}^j \right]^{-1} = \left(\frac{1}{\sum_{i=1}^n u_i}, \frac{1}{\sum_{i=1}^n m_i}, \frac{1}{\sum_{i=1}^n l_i} \right) \quad (5)$$

2: $M_2 = (l_2, m_2, u_2) \geq M_1 = (l_1, m_1, u_1)$ 'nin olabilirlik derecesi 7'de verilen denklikteki gibi ifade edilir.

$$V(M_2 \geq M_1) = \sup_{y \geq x} [\min(\mu_{M_1}(x), \mu_{M_2}(y))] \quad (6)$$

Ve denk olacak şekilde 8'de verilen denklikteki gibidir;

$$V(M_2 \geq M_1) = hgt(M_1 \cap M_2) = \mu_{M_2}(d) = \begin{cases} 1, & \text{if } m_2 \geq m_1, \\ 0, & \text{if } l_1 \geq u_2, \\ \frac{l_1 - u_2}{(m_2 - u_2) - (m_1 - l_1)} & \text{otherwise,} \end{cases} \quad (7)$$

3: Bir konveks bulanık sayının k adet bulanık sayı M_i ($i = 1, 2, \dots, k$) 'dan daha büyük olmasının olabilirlik derecesi şu şekilde ifade edilir;

$$\begin{aligned} V(M \geq M_1, M_2, \dots, M_k) \\ &= V[(M \geq M_1) \text{ and } (M \geq M_2) \text{ and } \dots \text{ and } (M \geq M_k)] \\ &= \min V(M \geq M_i), \quad i = 1, 2, \dots, k. \end{aligned} \quad (8)$$

$$d'(A_i) = \min V(S_i \geq S_k), \quad (9)$$

$k = 1, 2, \dots, n; k \neq i$ için ağırlık vektörü aşağıdaki gibidir.

$$W' = (d'(A_1), d'(A_2), \dots, d'(A_n))^T \quad (10)$$

Burada $A_i (i = 1, 2, \dots, n)$ n sayısı kadardır.

4: Normalize edilmiş ağırlık vektörleri, 11' de verilen eşitlikteki gibidir;

$$W = (d(A_1), d(A_2), \dots, d(A_n))^T \quad (11)$$

W, bulanık olmayan bir sayıdır (Chang, 1996; Zhu, Jing ve Chang, 1999). Chang'ın Bulanık AHP yöntemi kullanılırken Tablo 1'de verilen üçgen bulanık sayılardan yararlanılmıştır.

Tablo 1. Bulanık önem dereceleri

Sözel Önem	Bulanık Ölçek	Karşılık Ölçek
Eşit önem	(1, 1, 1)	(1/1, 1/1, 1/1)
	(1, 2, 3)	(1/3, 1/2, 1/1)
Biraz daha fazla önemli	(2, 3, 4)	(1/4, 1/3, 1/2)
	(3, 4, 5)	(1/5, 1/4, 1/3)
Kuvvetli derecede önemli	(4, 5, 6)	(1/6, 1/5, 1/4)
	(5, 6, 7)	(1/7, 1/6, 1/5)
Çok kuvvetli derecede önemli	(6, 7, 8)	(1/8, 1/7, 1/6)
	(7, 8, 9)	(1/9, 1/8, 1/7)
Tamamıyla önemli	(8, 9, 9)	(1/9, 1/9, 1/8)

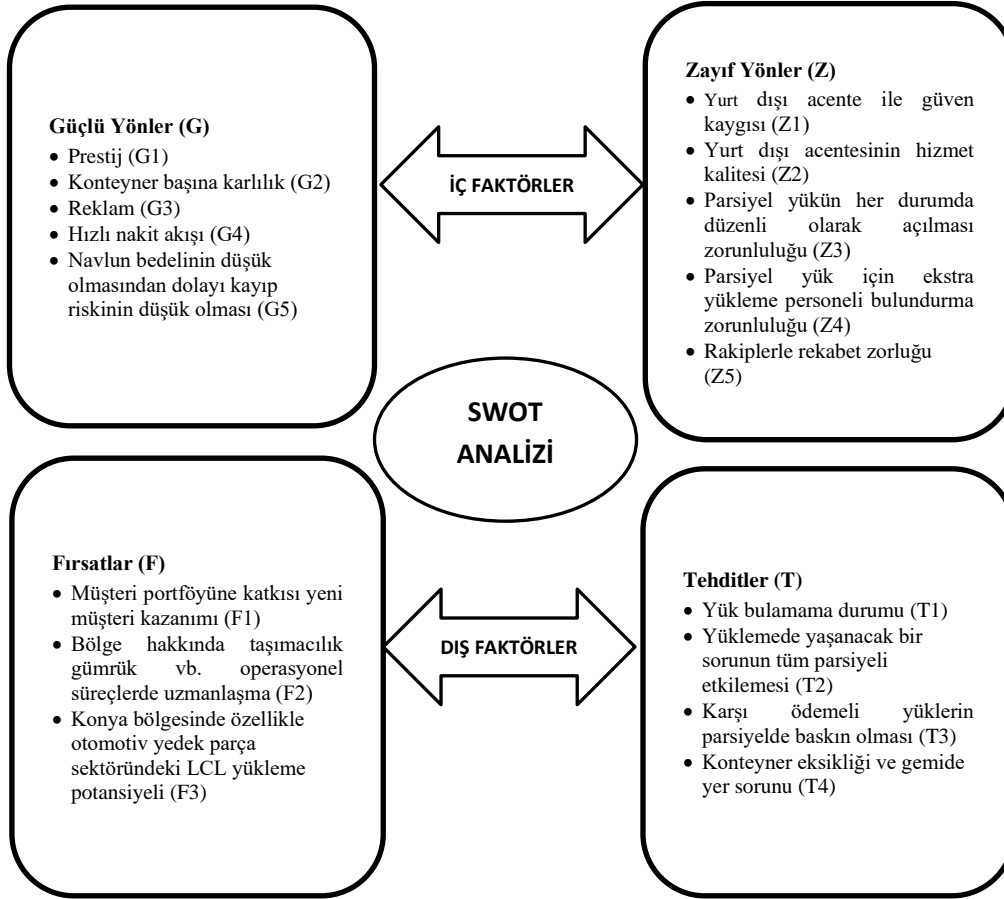
4. Parsiyel Taşımacılık Stratejisinin SWOT- Bulanık AHP Entegrasyonu ile Değerlendirilmesi

Freight forwarder şirketler, müşterilerine uygun maliyetli hizmetler sunmak dolayısıyla rekabet avantajı elde etmek amacıyla parsiyel taşımacılık kullanarak maliyetlerini optimize ederler (Hanbazazah vd., 2019). Bu şirketler, farklı boyutlarda konteynerler kullanarak yükleri konsolide ederler ve ardından yurtdışında bulunan varış limanlarına bu konteynerlerin teslim edilmesine ait tüm iş süreçlerini organize ederler.

Parsiyel taşımacılıkta, küçük gönderiler önce kamyonlarla yakındaki bir konteyner yük istasyonuna (CFS, Container Freight Station) taşınır. Ardından bunlar konteynerlerde birleştirilir, sonrasında konteynerler, gemiler ile varış limanlarına taşınır. Alıcı limana vardıktan sonra, konteynerler, nihai müşterilere ulaşmak üzere son teslimat için yüklerin ayrıştırıldığı başka bir konteyner yük istasyonuna (CFS) taşınır (Maxim, 2015).

Parsiyel yük taşımacılığı stratejisi için seçilen RSC Lojistik ve Dış ticaret firması 20 yılı aşkın deneyime sahip kurucu kadrosuyla tüm taşıma sistemlerinde Konya ilinde faaliyet göstermektedir. Kurum içi ve kurum dışı eğitim faaliyetlerine oldukça önem veren firmanın çalışanları denizcilik ve lojistik eğitimi alan kişilerden oluşmaktadır. Tecrübeli ve eğitimli kadrosuyla firma tüm taşıma sistemlerini etkin bir şekilde kullanarak intermodel taşımacılık hizmeti de vermektedir.

Ayrıca ithalat ve ihracat yönlerinde parsiyel taşımacılık hizmeti veren firma, müşteri potansiyeli artırdıkça yeni güzergâhlar için parsiyel taşımacılık hizmeti vermeyi hedeflemektedir. Çalışmanın temelinde öncelikle parsiyel yük stratejisinin sahip olduğu güçlü ve zayıf yönlerin, fırsatlar ve tehditlerin tespit edilmesi gerekmektedir. SWOT analizi, bir şirketin güçlü ve zayıf yönlerini (iç faktörler), pazar ortamının fırsatları ve tehditleri (dış faktörler) ile birlikte inceleyen bir araçtır. Bu analiz, karar durumlarının ifade edildiği temel taslağı sağlar (Görener, Toker ve Ulucay, 2012). Bu çalışmada, SWOT kriterleri arasındaki öncelikleri sistematik olarak tespit etmek için bulanık AHP tabanlı SWOT analizi önerilmiştir. Önerilen yöntem sayesinde tanımlanan SWOT kriterleri arasındaki önem ağırlıkları bulunmuştur. RSC Lojistik ve Dış ticaret firmasında çalışan yöneticiler ile birlikte yapılan online toplantılar sonucunda öncelikle SWOT analizinin temelini oluşturan güçlü ve zayıf yönler, tehditler ve fırsatlar kısımlarında yer alan kriterler Şekil 1’de görüldüğü gibi oluşturulmuştur. Çalışmada beş güçlü yön, beş zayıf yön yanı sıra üç fırsat ve dört tehdit kriteri belirlenmiştir. Sonrasında belirlenen kriterler RSC Lojistik ve Dış ticaret firmasında çalışan yöneticiler ile birebir online toplantılar düzenlenerek bulanık AHP analizini gerçekleştirmek için anketler yapılmıştır.



Şekil 1. Parsiyel Yük Taşımacılığı SWOT Analizi

5. Bulgular ve Tartışma

SWOT analizinde yer alan güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditlerin yanı sıra tüm alt kriterlerin önem dereceleri ve küresel sıralamalarına Tablo 2’de yer verilmiştir. Çalışmada, parsiyel taşımacılık stratejisi için SWOT analizi ile bulanık AHP entegrasyonu sonucunda kriterlerin önem ağırlıkları hesaplanmıştır. Bu entegrasyon ile hangi kriterin daha önemli olduğu ve hangi kriterin nispeten göz ardı edilebileceği tespit edilmiştir. Çalışmada önem ağırlıkları sıralaması; güçlü yönler 0.416, tehditler 0.225, fırsatlar 0.183 ve zayıf yönler 0.176 olarak bulunmuştur. Elde edilen analiz sonuçlarına göre en önemli önceliğin “konteyner eksikliği ve gemide yer sorunu” olduğu tespit edilirken en az önemli öncelik “karşı ödemeli yüklerin parsiyelde baskın olması” olarak bulunmuştur.

Tablo 2. Bulanık AHP – SWOT Analizi Ağırlıklar ve Sıralama Sonuçları

SWOT Analizi Ana Kriterlerin Ağırlıkları	SWOT Alt kriterler		
	Alt Kriterlerin Yerel Ağırlıkları	Küresel Ağırlıkları	Küresel Sıralama
$W_G = 0.416$	$W_{G1} = 0.146$	0.061	5
	$W_{G2} = 0.408$	0.170	2
	$W_{G3} = 0.111$	0.046	9
	$W_{G4} = 0.317$	0.132	3
	$W_{G5} = 0.019$	0.008	16
$W_Z = 0.176$	$W_{Z1} = 0.287$	0.051	7
	$W_{Z2} = 0.266$	0.047	8
	$W_{Z3} = 0.212$	0.037	10
	$W_{Z4} = 0.156$	0.027	11
	$W_{Z5} = 0.078$	0.014	15
$W_F = 0.183$	$W_{F1} = 0.568$	0.104	4
	$W_{F2} = 0.146$	0.027	13
	$W_{F3} = 0,286$	0.052	6
$W_T = 0.225$	$W_{T1} = 0.103$	0.023	14
	$W_{T2} = 0.126$	0.028	12
	$W_{T3} = 0.000$	0.000	17
	$W_{T4} = 0.771$	0.173	1

Güçlü yönler başlığı altında en önemli alt kriter “konteyner başına karlılık (G2)” olmuştur. Parsiyel yüklemelerde tek konteynerde birden fazla satış yapıldığı için karlılık dolu konteyner yüklemelerine göre daha fazladır. “Hızlı nakit akışı (G4)” ise en önemli ikinci kriter olarak belirlenmiştir. “Prestij (G1)” ve “reklam (G3)” sırasıyla üçüncü ve dördüncü kriterler olmuşlardır. Güçlü yönler içerisinde en az öneme sahip kriter “navlun bedelinin düşük olmasından dolayı kayıp riskinin düşük olması (G5)” olarak tespit edilmiştir. Parsiyel yüklemelerde hacim başı navlun ve toplam masraflar göz önüne alındığında kaybedilen iş veya ödemesi alınamayan işler için riskler daha düşüktür.

Parsiyel taşımacılık stratejisinin zayıf yönler içerisindeki en önemli kriteri “yurt dışı acente ile güven kaygısı (Z1)” dir. Yurtdışı acentesi ile güven ortamının tahsis edilmemesi; beklenmedik maliyetler, ödemelerin alınmaması, teslim edilmemesi gereken yüklerin teslim edilmesi gibi son derece önemli sorunlar ile karşı karşıya kalmamıza neden olabilir. Bu kriterin ardından en önemli ikinci kriter, “yurt dışı acentesinin hizmet kalitesi (Z2)” olmuştur. Yurt dışı acentesinin kaliteli hizmet sunması hayati derecede ehemmiyetlidir. Aksi durumda, Z1 kriterinde olduğu gibi, beklenmedik maliyetlerin oluşması yanı sıra operasyonel zorluklara maruz kalınması müşteri kayıpları ile neticelene bilir. “Parsiyel yükün her durumda düzenli olarak açılması zorunluluğu (Z3)” en önemli üçüncü kriterdir.

Yeterli yük olmaması durumunda bile servisin düzeninin bozulmaması ve müşteri kaybetmemek için maliyetlere katlanarak konteynerin çıkarılması uygun olmalıdır. Yeterli yük toplanmaması sebebiyle parsiyelin sonraki bir zaman dilimine kaydırılması ve bunun müşteriye hissettirilmesi freight forwarder şirketin prestij kaybına neden olacaktır. “Parsiyel yük için ekstra yükleme personeli bulundurma zorunluluğu ve maliyeti (Z4)” dördüncü zayıf yön olarak bulunmuştur. Depolama ve yükleme gözetim hizmetlerinin sağlanabilmesi için personel bulundurulması gerekmektedir bu durum personel maliyetinin artmasına yol açacaktır. “Rakiplerle rekabet zorluğu (Z5)” kriteri, zayıf yönler içerisinde en düşük önem derecesine sahip kriterdir. Bazı destinasyonlarda birden fazla firma tarafından parsiyel servis sağlanıyor olabilir. Böyle durumlarda fark yaratabilmek ve müşteri kazanabilmek için yoğun çaba saf etmek gerekebilir.

Fırsatlar içerisinde en önemli kriter “müşteri portföyüne katkısı yeni müşteri kazanımı (F1)” dir. Parsiyel operasyonlarda her çıkışta farklı ve yeni müşterilerle karşılaşmak mümkündür. Bu durum yeni müşteri kazanımı açısından son derece kıymetlidir. “Konya bölgesinde özellikle otomotiv yedek parça sektöründeki parsiyel yükleme potansiyeli (F3)” fırsatlar içerisinde en önemli ikinci kriter olarak tespit edilmiştir. Firmanın bulunduğu Konya bölgesinde oto yedek parça sanayii gelişmiştir. Bu sanayinin ihtiyacına yönelik özel hizmetler sunmak freight forwarder firmaya düzenli ve hacimli işler sağlayabilir. “Bölge hakkında taşımacılık, gümrük, vb. operasyonel süreçlerde uzmanlaşma (F2)” en az önem derecesine sahip kriter olmuştur. Firmaların hizmet verdiği bölgelerde zamanla varış gümrük prosedürleri, bankaların ödeme karakterleri, bölge insanların ticaret üslubu, pazarın kapasitesi, ihtiyaç olan ürünler gibi konularda uzmanlaşması mümkün olmaktadır.

Parsiyel taşımacılık stratejisi ile elde edilen analiz sonucunda 17 kriter arasında en önemli kriter; tehdit içerisinde yer alan “konteyner eksikliği ve gemide yer sorunu (T4)” dur. Freight forwarder firmanın parsiyel yük açabilmesi için öncelikle bir konteynere ve gemide yere ihtiyacı vardır. Armatör tarafından bu sağlanamaz ise parsiyel açılmaz ve servis verilemez. Son zamanlarda yaşanan konteyner krizinde bu kriterin konteyner taşımacılığı için ne denli hayati bir konu olduğu ortaya çıkmıştır. Tehditler içerisinde yer alan ikinci en önemli kriter “yüklemede yaşanacak bir sorunun tüm parsiyeli etkilemesi (T2)” dir. Bir yük, gümrük sorunu yaşadığında (kırmızıya düştüğünde) tüm konteyner etkilenir. Konteyner içindeki yüklerden birinin yaşayacağı aksaklık ise tüm parsiyel için problem olabilir. Örneğin, gümrük sorunları sebebiyle çıkamayacak olan bir beyanname tüm konteynerin yüklenmesini engelleyebilir. Bundan dolayı da tüm müşterilere açıklama yapmak gerekebilir. “Yük bulamama durumu (T1)” tehditler içerisinde en önemli üçüncü kriter olarak belirlenmiştir. Karşı ödemeli yüklerin parsiyelde baskın olması (T3)” kriteri tehditler yanı sıra 17 kriter arasında en düşük önem derecesine sahip olan kriter olarak tespit edilmiştir.

6. Sonuçlar

Denizyolu parsiyel taşımacılığı, konteyner ile yapılan önemli bir taşımacılık türüdür. Parsiyel sevkiyatlarının ardındaki mantık, göndericinin elindeki konteyneri doldurmak için yeterli bitmiş ürün bulunmadığında, konteynerin tamamını için değil tam olarak kargonun kapladığı alan için navlun ödemesidir. Başka bir deyişle, parsiyel taşımacılık bir aracın kapasitesini daha iyi kullanarak daha düşük navlun oranlarından yararlanmaktır. Bu durum, ihracatçıların ve ithalatçıların küçük hacimli yüklerinin taşınması sırasında maliyet avantajı sağlamalarına neden olur. Bir ürünün oluşturan maliyetlerin %10 ile %30'unu lojistik maliyetler oluşturmaktadır.

Lojistik maliyetlerin yaklaşık yarısı ise taşıma maliyetinden meydana gelmektedir. Parsiyel taşımacılık sayesinde taşıma maliyetlerinde ciddi azalmalar sağlanabilir. Bu bağlamda çalışmada parsiyel taşımacılık stratejisi 17 kriterden oluşan SWOT analizi ile incelenmiştir. Chang'ın bulanık AHP yöntemi ile kriterlerin önem ağırlıkları tespit edilmiştir. Elde ettiğimiz bulgular doğrultusunda çalışmada en önemli alt kriter 0.173 global önem ağırlığı ile “konteyner eksikliği ve gemide yer sorunu” dur. Bu kriter, konteyner taşımacılığının en önemli sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sorun sadece parsiyel yüklemeler için değil dolu konteyner gönderimleri için de geçerlidir. Son yıllarda, ülkemizde artan döviz kurları ithalat taşımalarının azalmasına, ihracat taşımalarının yükselmesine sebep olmuştur. Bu durum konteyner dengesizliğine ve ihracatçılarımızın konteyner temin etmede sorun yaşamalarına neden olmuştur. Göndericiler açısından son derece önemli olan bu kriter özellikle Covid-19 pandemi sürecinin ortaya çıkmasıyla hayati bir konu olmuştur. 2019 Aralık ayında Çin’de başlayan Covid-19 pandemisi sonucu ülkelerin üretimleri dönem dönem durma noktası gelmiştir. Bu durum, konteyner limanlarında dolu konteynerlerin beklemelerine ve konteyner taşıyıcılarının gemi seferlerini ertelemelerine hatta iptal etmelerine yol açmıştır. Bunların sonucunda konteyner taşımacılığında arz – talep dengesi bozulmuştur. Ayrıca, pandeminin ilk şokunun atlatılması sonrasında büyük konteyner taşıyıcıları, gemilerini Çin -Amerika arasındaki pasifik hattına kaydırmışlardır. Bu tutum ülkemizin de dâhil olduğu birçok ülke için hem boş konteyner bulma hem de gemilerde yer bulma sorununu ciddi boyutlara taşımıştır. Ülkemizde, konteyner bulma ve gemide rezervasyon sorunu dışında navlun fiyatlarında da ciddi artışlar olmuştur. İhracatçılarımız bu denli yüksek navlun fiyatlarından dolayı rakipleriyle rekabet ederken zorlanmaktadırlar. Bu koşullar, ihracat potansiyelimizi artırmak karşısında ki önemli bir engeldir. Boş konteyner sorununun üstesinden gelmek adına taşıyıcılar, konteynerlerin serbest sürelerini (free time) düşürmüşlerdir. Konteynerler verilen sürede boşaltılmazsa ithalatçılar açısından yüksek demoraj maliyetleri meydana gelmektedir. Bu sorunun üstesinden gelebilmek adına devlet ve özel sektör yetkilileri bir araya gelerek çözüm üretmeleri gerekmektedir. Ayrıca, Dünya üzerinde konteyner taşımacılığı yapan ilk on taşıyıcı şirket, konteyner pazarının yaklaşık %88’ine hâkimdir (UNCTAD, 2020). Bu büyük şirketler, kendi aralarında ortaklıklar kurarak piyasayı kolaylıkla yönetebilmektedirler. Bu taşıyıcılar, gemilerini Asya- Pasifik hattında olduğu gibi istedikleri noktalara yönlendirmektedirler. Bu durum, ihracatçılarımızın yüklerini göndermek adına gemi bulmada zorluklar yaşamalarına yol açmaktadır. Bu problemi aşmak adına uzun dönemde konteyner taşımacılığı yapan Türk armatörlerin desteklenmesi önemlidir. Düzenli parsiyel açan büyük freight forwarder şirketler de çıkan sonuç ile paralel olarak bu aksaklıktan hayati derecede etkilenmektedirler.

Parsiyel taşımacılık stratejisinde en önemli ikinci (konteyner başına karlılık) ve üçüncü (hızlı nakit akışı) kriterlerin maliyet ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. Parsiyel yüklemeler, belli güzergâhlar arasında bir konteyneri dolduramayacak yükleri birleştirmek için verilen bir hizmet olup göndericiler ve alıcılar açısından maliyet düşürücü bir etkisi vardır. Bu durum, parsiyel taşımacılık hizmeti sunan firma için de daha kârlı bir taşıma organizasyonudur.

SWOT – bulanık AHP entegrasyonunda “karşı ödemeli yüklerin parsiyelde baskın olması” en az öneme sahip kriter olarak bulunmuştur. Parsiyel yüklemelerde konteynerin karşı ödemeli yükler ile dolması şirket yöneticileri için bazen olumsuz karşılanmakta bu durumun en azından 50 - 50 oranda peşin ödemeli (prepaid) yükler ile desteklenmesi gerektiği düşünülüyordu. Ancak çıkan analiz sonuçlarında bu düşüncenin doğru olmadığı anlaşılmıştır. İleride yapılacak çalışmalarda kriterlerin önem ağırlıkları elde etmek için kullanılan karar verme modeli

değiştirilebilir ve bulanık versiyonlarında ANP (Analytic Network Process), TOPSIS (Technique for Order Performance by Similarity to Ideal Solution), VIKOR (Vise Kriterijumska Optimizacija I Kompromisno Resenje) ve PROMETHEE (Preference Ranking Organization Method for Encrichment Evaluations) gibi diğer çok ölçütlü karar verme yöntemleri yararlanıla bilinir. Ayrıca çalışmada denizyolu parsiyel taşımacılık stratejisi üzerine SWOT analizi yapılmıştır. Bundan sonraki çalışmalarda diğer taşıma sistemlerinde parsiyel taşımacılık stratejine odaklanıla bilinir.

Teşekkür

Çalışmaya katkılarından dolayı RSC Lojistik ve Dış Ticaret firması Genel Müdürü Yusuf Oğuzkan'a ve Operasyon Müdürü Ahmet Melih Aydemir'e teşekkür ederim.

Kaynakça

- Altunlu, O., Elmas G. (2016). *Container Inspection and Repair Standards*. The Second Global Conference on Innovation in Marine Technology and the Future of Maritime Transportation, Bodrum, Muğla, Turkey.
- Arslan, O., Er, ID. (2008). Swot Analysis for Safer Carriage of Bulk Liquid Chemicals in Tankers. *Journal of Hazardous Materials*, 154(1-3), 901-913.
- Arslan, O., Turan, O. (2009). Analytical Investigation of Marine Casualties at the Strait of Istanbul with SWOT–AHP Method. *Maritime Policy & Management*, 36(2), 131-145.
- Chang, DY. (1996). Applications of the Extent Analysis Method on Fuzzy AHP. *European Journal of Operational Research*, 95(3), 649-655.
- Dağdeviren, M., Yüksel, İ. (2008). Developing A Fuzzy Analytic Hierarchy Process (AHP) Model for Behavior-Based Safety Management. *Information Sciences*, 178(6), 1717-1733.
- Erdal, M. (2021). Deniz Ticareti ve Konteyner Taşımaları, *Satınalma Dergisi*, 9, 106, <https://satinalmadergisi.com/deniz-ticareti-ve-konteyner-tasimalari/>.
- Ergin, A., Eker, I. (2019). Application of Fuzzy Topsis Model for Container Port Selection Considering Environmental Factors. *International Journal of Maritime Engineering*, 161(3), 293-302.
- Ergin, A. (2021). A Fuzzy AHP Approach to Evaluating Differences Between Ocean Container Carriers and Their Customers. *International Journal of Shipping and Transport Logistics*, 13(3-4), 402-421.
- Ergin, A., Ergin, MF. (2021). The Role of Antifouling Coating in the Marine Industry. In Kalkanlı, M. & Günday, A. (Eds.) *Research & Reviews in Engineering*. (pp.53-75), İstanbul: Gece Kitaplığı.
- Görener, A., Toker, K., Ulucay, K. (2012). Application of Combined SWOT and AHP: A Case Study for a Manufacturing Firm. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 1525-1534.
- Görener, A. (2016). A SWOT-AHP Approach for Assessment of Medical Tourism Sector in Turkey. *Alphanumeric Journal*, 4(2), 159-170.
- Hanbazazah, AS., Abril, L., Erkoc, M., Shaikh, N. (2019). Freight Consolidation with Divisible Shipments, Delivery Time Windows, and Piecewise Transportation Costs. *European Journal of Operational Research*, 276(1), 187-201.
- Hoppin, D. (2006). How Much Does Port Congestion Cost? *Logistics Today*, 47(9), 1547-1438.
- Kahraman, C., Cebeci, U., Ulukan, Z. (2003). Multi-Criteria Supplier Selection Using Fuzzy AHP. *Logistics Information Management*, 16(6), 382-394.

- Kahraman, C., Cebeci, U., Ruan, D. (2004). Multi-Attribute Comparison of Catering Service Companies Using Fuzzy AHP: the Case of Turkey. *International Journal of Production Economics*, 87(2), 171-184.
- Kahraman, C., Demirel, NÇ., Demirel, T. (2007). Prioritization of E-Government Strategies Using A SWOT-AHP Analysis: the Case of Turkey. *European Journal of Information Systems*, 16(3), 284-298.
- Kahraman, C., Demirel, NÇ., Demirel, T., Ateş, NY. (2008). A SWOT-AHP Application Using Fuzzy Concept: E-Government in Turkey. In: Kahraman C. (Eds.) *Fuzzy Multi-Criteria Decision Making*. (pp.85-117), Boston: Springer,
- Kajanus, M., Kangas, J., Kurttila, M. (2004). The Use of Value Focused Thinking and the A'wot Hybrid Method in Tourism Management. *Tourism Management*, 25(4), 499-506.
- Kajanus, M., Leskinen, P., Kurttila, M., Kangas J. (2012). Making Use of MCDS Methods in SWOT Analysis—Lessons Learnt in Strategic Natural Resources Management. *Forest Policy And Economics*, 20, 1-9.
- Kamal, B., Kara, G., Okşaş O. (2020). An Application of Fuzzy Analytic Hierarchy Process to Overcapacity Absorbing Methods in Container Shipping. *International Journal of Maritime Engineering*, 162, 331-344.
- Kangas, J., Pesonen, M., Kurttila, M., Kajanus, M. (2001, August 2-4). *A'wot: Integrating The AHP with SWOT Analysis*. ISAHF 2001, Berne, Switzerland.
- Kurttila, M., Pesonen, M., Kangas, J., Kajanus, M. (2000). Utilizing The Analytic Hierarchy Process (AHP) in SWOT Analysis—A Hybrid Method and its Application to a Forest-Certification Case. *Forest Policy and Economics*, 1(1), 41-52.
- Lee, S., Walsh, P. (2011). SWOT and AHP Hybrid Model for Sport Marketing Outsourcing Using A Case of Intercollegiate Sport. *Sport Management Review*, 14(4), 361-369.
- Li, JA., Leung, SC., Wu, Y., Liu, K. (2007). Allocation of Empty Containers Between Multi-Ports. *European Journal of Operational Research*, 182(1), 400-412.
- Maxim, V. (2015). *Less than a container load booking process*, Helsinki Metropolia University of Applied Sciences Business Administration International Business and Logistics Thesis 1-46.
- Oreski, D. (2012). Strategy Development by Using SWOT-AHP. *Tem Journal*, 1(4), 283-291.
- Qin, H., Zhang, Z., Qi, Z., Lim, A. (2014). The Freight Consolidation and Containerization Problem. *European Journal of Operational Research*, 234(1), 37-48.
- Shrestha, RK., Alavalapati, JR., Kalmbacher, RS. (2004). Exploring The Potential for Silvopasture Adoption in South-Central Florida: An Application of SWOT-AHP Method. *Agricultural Systems*, 81(3), 185-199.
- Son, YJ. (2011). A Study on The Development Strategy of Gwangyang Port Using The SWOT/AHP Analysis. *Journal of Korea Port Economic Association*, 27(1), 247-262.
- Şeker, Ş., Özgürler, M. (2012). Analysis of The Turkish Consumer Electronics Firm Using SWOT-AHP Method. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58(12), 1544-1554.
- Tavana, M., Zaremejad, M., Di, Caprio, D., Kaviani, MA. (2016). An Integrated Intuitionistic Fuzzy AHP and SWOT Method for Outsourcing Reverse Logistics. *Applied Soft Computing*, 40, 544-557.
- Tiwari S., Wee, HM., Zhou, Y., Tjoeng L. (2021). Freight Consolidation and Containerization Strategy Under Business As Usual Scenario & Carbon Tax Regulation. *Journal of Cleaner Production*, 279, 1-12.
- Tyan, JC., Wang, FK., Du, TC. (2003). An Evaluation of Freight Consolidation Policies in Global Third Party Logistics. *Omega*, 31(1), 55-62.
- UNCTAD (2020). Review of Maritime Transport, Retrieved from United Nations Conference on Trade and Development 2020. 1-159, 2 Nisan 2021 tarihinde https://unctad.org/system/files/official-document/rmt2020_en.pdf adresinden alındı.

- Wang, Y., Xu, L., Solangi, YA. (2020). Strategic Renewable Energy Resources Selection for Pakistan: Based on SWOT-Fuzzy AHP Approach. *Sustainable Cities and Society*, 52, 101861.
- Wickramasinghe, VSK., Takano, SE. (2009). *Application of Combined SWOT and Analytic Hierarchy Process (AHP) for Tourism Revival Strategic Marketing Planning*. Proceedings of The Eastern Asia Society for Transportation Studies Vol. 7 (The 8th International Conference of Eastern Asia Society for Transportation Studies, Eastern, Asia.
- Yasa, H., Ergin, MF., Ergin, A., Alkan, G. (2016). *Importance of Inert Gases for Chemical Transportation*. The Second Global Conference on Innovation in Marine Technology and the Future of Maritime Transportation, Bodrum, Muğla, Turkey.
- Yüksel, İ., Dagdeviren, M., (2007). Using The Analytic Network Process (ANP) in A SWOT Analysis—A Case Study for A Textile Firm. *Information Sciences*, 177(16), 3364-3382.
- Zhu, KJ., Jing, Y., Chang, DY. (1999). A Discussion on Extent Analysis Method and Applications of Fuzzy AHP. *European Journal of Operational Research*, 116(2), 450-456.

GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT AND TRENDS IN LOGISTICS: CURRENT PRACTICES IN TURKEY

Gül Esin DELİPİNAR¹, Celil DURDAĞ²

Abstract

Increase in population and development in industry and technology have a great impact on consumption. Increase in the consumption leads to environmental pollution and global warming eventually. These threats have taught people to be sensitive to the environment and to live 'green' while trying to make life easier for themselves. For this reason, the production, distribution and marketing of the product have emerged under the concept of 'green supply chain management' as an environmentally friendly study. In Turkey, industrialization process did not have an intention to give harm to environment. Therefore, green practices are started to be used in the production and services today in our country. For this reason, the subject of "Green Supply Chain Management" has been chosen and tried to be explained in order to primarily guide all domestic and foreign businesses operating in our country to improve their environmental performance by reducing their environmental impacts. The first part of the study is a review on green supply chain management and mentions the usages in logistics. The latter part of the study aimed to shed light on the green logistics applications to the companies in Turkey by comparing the existing applications with the literature, and with in the content analysis.

It is also tried to reach the opinions of the logistics sector representatives about the perception of green supply chain management and Turkey's situation on this issue. In addition, the study also discusses what can be done for the future in terms of the environment.

Keywords: Green Supply Chain Management, Sustainability, Environment, International Trade

JEL Classification: F18, L91, R41, Q01.

YEŞİL TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ VE LOJİSTİKTE EĞİLİMLER: TÜRKİYE'DE MEVCUT UYGULAMALAR

Öz

Nüfusun artması, sanayi ve teknolojinin gelişmesi tüketim üzerinde büyük etkiye sahiptir. Tüketimin artması nihayetinde çevre kirliliğine ve küresel ısınmaya yol açmaktadır. Bu tehditler insanlara çevreye duyarlı olmayı ve kendileri için hayatı kolaylaştırmaya çalışırken 'yeşil' yaşamayı öğretmiştir. Bu nedenle ürünün üretimi, dağıtımı ve pazarlanması çevre dostu bir uygulama olarak 'yeşil tedarik zinciri yönetimi' kavramı altında ortaya çıkmıştır. Buna karşın Türkiye'de sanayileşme süreci çevreyi hesaba katmamış ve istemeden çevreye zarar vermiştir. Ancak günümüzde ülkemizde de üretim ve hizmetlerde yeşil uygulamalar kullanılmaya başlanmıştır. Bu nedenle çalışmada öncelikle ülkemizde faaliyet gösteren tüm yerli ve yabancı işletmelere çevresel etkilerini azaltarak çevresel performanslarını iyileştirmeleri konusunda rehberlik etmek amacıyla "Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi" konusu seçilmiş ve açıklanmaya çalışılmıştır. Bu çalışmanın ilk bölümleri, yeşil tedarik zinciri yönetimi üzerine bir inceleme olup lojistikteki kullanımlarından bahsetmektedir. Sonraki bölümlerde mevcut uygulamalar literatür ile karşılaştırılarak yeşil lojistik uygulamalarının Türkiye'deki firmalara ışık tutması amaçlanırken yapılan içerik analiziyle beraber lojistik sektör temsilcilerinin yeşil tedarik zinciri yönetimi algısı ve Türkiye'nin bu konudaki durumu hakkında görüşlerine ulaşılmaya

¹ Dr. Öğr. Görevlisi, Yeditepe University, edelpnar@yahoo.com, ORCID: 0000-0001-5402-708X

² Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Esenyurt Üniversitesi Lojistik Yönetimi, celildurdag@esenyurt.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7323-2190

çalışılmaktadır. Ayrıca çalışma çevre açısından gelecek için neler yapılabileceğini de tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi, Sürdürülebilirlik, Çevre, Uluslararası Ticaret

JEL Sınıflaması: F18, L91, R41, Q01.

1. Introduction

The production facilities' wastes have caused environmental pollution and this situation has reached a dimension that threatens human life as well as all living things. Pollution eventually damages the ecosystem. Environmental problems are today's one of the most important problems and considering the environment at every stage of today's supply chain management has become a requirement now. In line with this requirement, all members of the supply chain have started to adopt the principle of green principle with both willingly and necessarily (Acer & Karagöz- Taşkın, 2020). The concept of "Green Supply Chain Management" has come out with the idea of reducing the environmental impacts of the supply chain. Moreover, although green products are more expensive than non-green products in developed countries, the willingness of environmentally conscious customers to pay more for them is a motivation in understanding of green supply chain management (Shetty & Bhat, 2022).

Green supply chain management (GSCM) is described as "integrating environmental thinking into supply chain management, including product design, material procurement and selection, manufacturing processes distribution of the final product to customers, and end-of-life management of the product after its useful life" (Srivastava, 2007). Green supply chain management not only aims to increase the company performance, but also supports environmental problems.

Environmental problems experienced in recent years have led to the rapid development of environmental awareness of societies and various groups, customers, competitors and stakeholders, and forces businesses to increase their environmental activities. It seems like; environmental problems will also continue to be discussed in the future. Therefore, it is valuable to mention the green supply chain management of different industries in Turkey.

The need to switch from supply chain management to the green supply chain management is stemmed from the following reasons:

- Changes in ecosystem
- Customer demands
- Increased competition among companies
- Competitive advantage
- Need for cost reduction
- Stakeholder demands
- Company policies
- Consumer awareness

- Sustainability of environment (Zhu et al., 2012), (Ying, & Li-jun, 2012), (Kushwaha, 2010), (Gupta & Palsule-Desai, 2011).

This study starts with the literature review on green supply chain management and trends in logistics, and then it continues with the current practices of companies in Turkey.

After, with the content analysis, the perception of the logistics side will be revealed, and it will shed light on future research.

2. Literature Review on Green Supply Chain Management and Trends in Logistics

Green supply chain practices have the following phases: (Srivastava, 2007).

2.1. Green Purchasing

According to the changing trends, manufacturers need to buy the necessary products not only considering the quality and affordable prices of materials but also need to consider the environmental impact of its suppliers and their products. In the literature, green purchasing is defined as, purchasing the products among the return of recyclable, reusable, or recycled materials for use in production. Green purchasing often includes recycled content, energy efficiency and waste reduction. The green purchasing creates competitive advantage, and it has a positive impact on firm performance (Khan & Qianli, 2017).

2.2. Green Design

The aim of green design is to reduce the negative environmental impact of products to ensure that it is produced using appropriate materials and technologies. It is expected that manufacturers use environmentally friendly materials both in the production process and in the end user. Eventually, design of product will reduce the negative environmental effects. Therefore, use of raw materials with less environmental impact is essential to require less energy, and energy efficiency is needed for sustainability. When the products are designed to be durable, it will have more quality and will be used for a long time, which will decrease consumption. Reusable/Recyclable products can also create value added production and reduce carbon footprint. (Fortes, 2009).

2.3. Reverse Logistics

Reverse logistics includes activities such as reduce, reuse, remanufacture, and recycle. (waste, cans, bottles, paper, etc.). In addition to these, the resale of returned or defective products in different sales channels can also be considered within the scope of reverse logistics. Therefore, reverse logistics can be defined as environmentally logistics activities that increase environmental efficiency and are redesigned to manage the flow of products or parts in order to use resources effectively (Carter & Ellram, 1998).

2.4. Green Manufacturing

Green manufacturing focuses on environmentally friendly production processes and profitability strategy. The waste management while creating environmentally friendly production processes may increase profitability.

Green production processes basically reduce the waste generation during production. However, it is not enough to reduce waste alone, in addition to it; emissions and wastewater also need be reduced.

Additionally, reducing the use of resources is also essential. In the production, reducing the raw materials required for production and renewable energy is crucial. Today, natural resources are consumed rapidly. Therefore, green production processes are important to mention (Paul et al., 2014).

2.5. Green Packaging

One of the Green Supply Chain applications is green packaging. Green packaging is the general reduction of packaging processes and the materials used. In addition to material reduction, the use of recycled materials instead of plastic materials is a requirement of green packaging practice. Green packaging is the packaging that can be reused, recycled and which does not cause pollution in humans and the environment during the product life cycle (Zhang & Zhao, 2012).

2.6. Waste Management

The green supply chain management practices can increase the performance of the company and environmental sustainability can be achieved by with the reduction in air emissions, waste and toxic materials (Green et al., 2012).

3. Current Practices of Companies in Turkey

Green logistics is a new managerial approach that combines product development and environmentally friendly product/service production strategies. Green logistics activities are needed in order to produce, purchase and distribute products and services to be environmentally friendly, to recycle and reuse products that have expired, and to resell returned or defective products in different sales channels. Green logistics practices reduce difficulties in all decisions in the business process, strengthen the control mechanism, enable recycling and enable more efficient resource use (Yangınlar & Sarı, 2014).

The initiator and first implementer of green activities in Turkey was the government, as in many other areas. In 2009, Turkish Parliament adopted the Kyoto Protocol, which aims to reduce the greenhouse gas concentration in the atmosphere. In accordance with the adoption of this protocol, SCT rate reductions were made in order to withdraw old model vehicles from traffic in road transport.

After the government has an emphasis on green supply chain management practices, the companies that received logistics service first started green supply chain practices. Migros, for example, one of the few chain markets in Turkey, has focused on the use of recycled packaging in order to reduce carbon emissions and not pollute the environment. It has also reduced its paper-based operations with the virtual market application.

Likewise, Arçelik company has also focused on recycling in packaging to combat global warming. In addition, Arçelik wants its transportation operations to be carried out by sea and rail, not by road (Desticioğlu, 2021).

For air transport, the addition of aircraft that emit less carbon to the fleet was encouraged. In order to prevent the companies which will operate at the airports, from harming the environment, it was aimed to encourage the companies by introducing the title of "Green Organization". Finally, in October 2021, our state became a party to the Paris Climate Agreement. Clearly, this agreement can bring many new regulations for supply chains.

Today, the competition of companies takes place not only between the products they produce, but also between the logistics strategies they use. The fierce competition that has occurred recently, the pressure of environmental non-governmental organizations, the increase in customers' preferences for green products and green processes has led businesses to reorganize their logistics strategies.

Environmental protection, remanufacturing and recycling and cost reduction, social responsibility, legal and customer pressures increase green logistics activities by creating pressure on businesses. These pressures have motivating effects on businesses to continue their green logistics practices. Green logistics practices of enterprises reduce the cost of raw material and material acquisition, fulfill their social responsibility task and improve the image of environmentally friendly firms (Yangınlar & Sarı, 2017).

Some shipping companies in Turkey had a mission to lower their carbon emissions level. It can be easily said that the first applications of companies providing logistics services within the scope of green logistics in Turkey; are carried out in the form of shifting towards more environmentally friendly modes in transportation systems and preferring intermodal transportation by moving away from road-based transportation.

Again some shipping companies in Turkey has a mission of creating warehouses which use solar energy. It also aims to use recycled rainwater. Additionally, the building will have improved insulation which will save energy. Similar examples are available abroad which is possible to benchmark.

Turkish companies, which use highway travelling to Europe, equip their fleets with Euro 6 motor vehicles and benefit from the highway and other tax reductions that Europe provides to companies using state-of-the-art technology as well as environmentally friendly companies.

Green logistics activities in Turkey have also shown their effect in urban logistics. Since it is known that traffic congestion increases fuel consumption and causes air pollution, urban logistics actors have tried to provide the shortest way with vehicle routing applications. A similar goal is pursued with night deliveries. Encouraging customers to pick up their purchases from certain delivery points also helps urban logistics actors to reduce their carbon footprints.

Although there are not many examples in our country currently, developed countries are also using drone to deliver products as an example of green logistics activities.

4. Research Methodology

4.1. Sample and In-depth Interview Method

This study was applied in the Turkish branch of a large global logistics company in Istanbul, using in-depth interview technique, which is one of the qualitative research techniques.

The sample group of eight participants consists of those responsible for the import-export operations of the company with different transportation modes. It has been determined that the interviewees participating in the study have majors in engineering, business and logistics.

Since the aim of the study is to reveal the perspectives of those interviewees for the green supply chain management approach and what they think about the practices carried out in this field in our country, the employees of a company that has signed these practices on a global and local scale were included in the research. Each interview lasted an average of 60 minutes. Voice recordings and notes were taken during the interviews with the permission of the interviewees. The interviews were arranged by the article authors at separate times.

By asking questions “What are your thoughts on green supply chain management?” and “What do you think about green supply chain practices in Turkey?” which will keep the two interviews in the form of the interview. In the context of it, the atmosphere was created for the interviewees to convey their ideas easily.

4.2. Content Analysis and Findings

Content analysis method was used to analyze the data collected as a result of in-depth interviews. The main purpose of using the content analysis method is to reveal the fact that the collected data make sense conceptually and relationally. The basic idea in content analysis is to bring similar data together, to classify them under the same concepts and themes, and finally to convey the result in a way that readers can fully understand (Yıldırım & Şimşek, 2011).

In content analysis, firstly, the data is divided into meaningful parts. Then, these meaningful parts are defined conceptually and certain codes are assigned to facilitate the arrangement of these words according to their subjects. After the coding is completed, these codes are categorized according to their similarities or differences. Accordingly, similar ones are grouped under the same category. Coding and categorization make content analysis rich and systematic.

In this study, codes were given according to the words used by the interviewees in their speeches on the subject, and words that were similar to each other were put under the same category. When the answers they gave to the question, “What are your thoughts on green supply chain management?”, were evaluated, it was determined that a significant part of them called it environmentally friendly activities. Another frequently repeated expression is social responsibility.

“What do you think about green supply chain practices in Turkey?”. In this question, the most repeated words among the answers given by the responsible people are shown in Table 1 below:

Table 1: The most repeated words, respectively, about green supply chain practices in Turkey

The Most Repeated Words, Respectively, About Green Supply Chain Practices in Turkey
1. Recycled Packaging
2. Waste Management
3. Reverse Logistics
4. Vehicle Routing
5. Consolidation
6. Intelligent Robot Automation Systems
7. Cloud Solutions

When the answers given to the question, “What do you think about green supply chain practices in Turkey?”, are examined, it is remarkable that smart robot automation systems and cloud solutions, which are among the elements of industry 4.0, are evaluated within green supply chain applications in Turkey.

The belief that it is possible to easily associate the data to be stored in the system with green activities is shared by the people who are responsible. When this issue was reminded to those interviewees, it was thought that the environment would be positively affected by the decrease in the number of humans used in the works with automation.

In answers to the question, “Does green supply chain management increase operating costs?”, it was emphasized that some costs of companies may increase until they adapt to this understanding, but there will be a cost reduction when sustainability is ensured in the medium and long term. In the answers given to the question, “Does green supply chain management provide a competitive advantage to the business?”, it is noticed that interviewees did not agree on the answers. Some of them thought that a competitive advantage would be achieved with green supply chain management, while the other part stated that nothing would change by making an evaluation especially in Turkey.

Finally, in the answers given to the question, “Are green supply chain practices sufficient in Turkey?”, all interviewees answered and thought that the green supply chain practices are not sufficient. Almost all of the interviewees emphasized that there is a serious lack of awareness about green supply chain practices in our country.

In the light of all these findings, the opinions of the interviewees are summarized under two main categories according to the content analysis and with the codes stated below as in Table 2

Table 2: Content Analysis Table

THEME	Opinions of Import and Export Responsible on Green Supply Chain and Turkey Practices	
Categories	Opinions on the Green Supply Chain	Opinions on Turkey Practices
Codes	Respect for Environment	Lack of awareness
	Social Responsibility	Lack of Implementation
	Sustainability	Focus on Consolidation
	Competitive advantage	Focus on Waste and Packaging

5. Conclusion

It is certain that logistics service providers will not stay away from green transformation in an environment where the global climate crisis has entered our lives day by day, and governments are no longer neutral to this crisis and sign agreements that will save the world.

No matter what level the logistics activities are carried out, they can give the potential harm to the environment. Besides the air and noise pollution of the vehicles used in logistics services, an important part of the handling activities, which are considered as value-added services within the logistics services, cause the emergence of wastes from various materials. The longer the supply chain and international trade continues, the greater the level of pollution and waste material generated.

If logistics service providers want to continue their activities without further legal restrictions and social pressure in the future, they should start green supply chain practices as soon as possible.

In Turkey, it is obvious that some companies that are candidates for being a fourth party logistics company need to make their customers adopt green sensitivity as an approach that it is not possible for each company to achieve the desired total benefit by doing it by itself. It should be noted for sure that this maturity must first be in the logistics service provider company. Every actor in the entire supply chain must do its own responsibility for green practices.

Although the study is raising awareness, the biggest limitation of the study is; while a company that performs green supply chain management on a global and local scale makes evaluations on its employees, it disregards other logistics companies or companies that receive logistics services' employee perspectives. Future research might study the perspective of the same topic within different companies. Another future research might be on how the actors in the supply chain view the green supply chain. Another study which can be beneficial for the literature might be on the similarities and differences which are revealed by selecting a specific company or green supply chain practices in the world and in Turkey.

References

- Acer, A.; Karagöz-Taşkın, İ. B. (2020). Çevreye Duyarlı ve Yeşil Tüketici: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma, *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), pp.260-276.
- Carter, C. R.; Ellram L. M. (1998). Reverse logistics: A review of the literature and framework for future investigation, *Journal of Business Logistics*, 19, 85-102.
- Desticioğlu, B. (2021). Green Supply Chain Management And Sample Applications, *Journal of Naval Sciences and Engineering*, 17(2), 283-308.
- Fortes, J. (2009). Green supply chain management: A literature. *Otago Management Graduate Review*, 7(1), 51-62.
- Green J. K. W., Zelbst, P. J., Meacham, J.; Bhadauria, V. S. (2012). Green supply chain management practices: impact on performance, *Supply Chain Management: An International Journal*, 17, 290 – 305.
- Gupta, S.; Palsule-Desai, O. D. (2011). Sustainable supply chain management: Review and research opportunities. *IIMB Management review*, 23(4), 234-245.

- Khan, S. A. R.; Qianli, D. (2017). Impact of green supply chain management practices on firms' performance: an empirical study from the perspective of Pakistan. *Environmental Science and Pollution Research*, 24(20), 16829-16844.
- Kushwaha, G. S. (2010). Sustainable development through strategic green supply chain management. *International Journal of Engineering and Management Science*, 1(1), pp.7-11.
- Paul, I. D., Bhole, G. P., Chaudhari, J. R. (2014). A review on green manufacturing: it's important, methodology and its application. *Procedia materials science*, 6, 1644-1649.
- Shetty, K, S.; Bhat, S, K. (2022). Green supply chain management practices implementation and sustainability –A review, *Materials Today: Proceedings*, x(x), 1-6.
- Srivastava, S. (2007). Green supply-chain management: A state-of-the-art literature review. *International Journal of Management Reviews*, 9(1), 53-80.
- Yangınlar, G.; Sarı, K. (2014). Yeşil Lojistik Uygulamaları ve İşletme Performansı Üzerine Bir Literatür Araştırması, III. Ulusal Lojistik ve Tedarik Zinciri Kongresi, 15-17 Mayıs 2014, Trabzon.
- Yangınlar, G.; Sarı, K. (2017). İşletmeleri Yeşil Lojistik Uygulamalarına Zorlayan Sebepler Üzerine Bir Araştırma, *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 6(1), 101-121.
- Yıldırım, A.; Şimşek, H. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Sekin.
- Ying, J.; Li-jun, Z. (2012). Study on green supply chain management based on circular economy. *Physics Procedia*, 25, 1682-1688.
- Zhang, G.; Zhao, Z. (2012). Green packaging management of logistics enterprises. *Physics Procedia*, 24, 900-905.
- Zhu, Q.; Sarkis, J.; Lai, K. H. (2012). Green supply chain management innovation diffusion and its relationship to organizational improvement: An ecological modernization perspective. *Journal of Engineering and Technology Management*, 29(1), 168-185.

COVID19 SÜRECİNDE DERGİPARK SİSTEMİNDE YAYINLANAN İŞLETME ODAĞINDAKİ ÇALIŞMALARIN NİTELİKSEL DEĞERLENDİRMESİ

Elif ÜSTÜNDAĞLI ERTEN¹

Öz

COVID19 pandemi süreci, sağlık, sosyo-ekonomi ve teknoloji başta olmak üzere pek çok alanda ulusal ve uluslararası yazında ele alınan çalışmalara konu olmaktadır. Diğer çalışmalar da özellikle belirli bir alan veya konu etrafında ilgi çeken konuları ortaya çıkarmak için yapılan çalışmaları incelemekte ve tanımlayıcı bulgulara yer vermektedir. Ancak bu bulgular genellikle tanımlayıcı boyutta kalmakta ve analitik bir yaklaşımla ele alınmamaktadır. Bu çalışma, Dergi Park'ta yer alan dergilerde COVID19 konulu çalışmaların hangi konuları çalıştığını ve bu konuların birbiriyle olan ilişkisini ortaya koymayı amaçlayan analitik ve yorumsamacı yaklaşımı içeren tanımlayıcı bir araştırmadır. Çalışmanın örneklemini Dergi Park'taki dergilerden Covid ve pandemi anahtar kelimeleriyle tespit edilen makaleler oluşturmakta ve veriler MAXQDA18 programıyla analiz edilmektedir. Araştırma bulguları göstermektedir ki çalışmaları bir araya getiren çerçeve temalar COVID19 süreci ve etkisidir. Çalışmada en fazla çeşitlilik gösteren ve öne çıkan alan medya ve medya iletişimi çalışmaları olup, işletme alanında çok boyutlu bir yapı göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: COVID19, İşletme, Pazarlama, İletişim, Makale Analizi, Nitel Araştırma

JEL Sınıflaması: M10, M19, M39

QUALITATIVE EVALUATION OF BUSINESS FOCUS STUDIES PUBLISHED IN DERGİPARK SYSTEM DURING COVID19

Abstract

The COVID19 pandemic process is the subject of studies in the national and international literature in many fields, especially health, socio-economics, and technology. Other studies examine the studies carried out to reveal topics of interest especially around a particular field or subject, and include descriptive findings. However, these findings generally remain descriptive and are not handled with an analytical approach. This study is descriptive research that includes an analytical and hermeneutic approach, aiming to reveal the topics of the studies on COVID19 in DergiPark journals and the relationship between these issues. The sample of the study consists of articles identified with the keywords Covid and pandemic in Dergipark journals, and the data is analyzed with the MAXQDA18 program. Research findings show that the framework themes that bring the studies together are the COVID19 process and impact. The most diverse and prominent field in the study is media and media communication studies, and it shows a multidimensional structure in the field of business..

Keywords: COVID19, Business, Marketing, Communication, Article Analysis, Qualitative Research

JEL Classification: M10, M19, M39

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Ege Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama ABD, elif.ustundagli@ege.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5111-927X

1. Giriş

2019 Aralık ayında Çin'in Wuhan şehrinde patlak veren ve tüm dünyaya yayılarak pandemiye dönüşen COVID19, ulusal ve uluslararası alanda, işletme yönetiminden eğitime hayatın tüm alanında etkisini göstermiştir (Abd-Alrazaq vd., 2020a). Ocak 2020'den önce bu yayılımın pandemi olarak ilan edilmemesi, akademik ilgili uyandırmamış ve bu da bu dönemde yapılan yayınların az olmasına neden olmuştur (Yas vd., 2021). Bu yorumu desteklercesine Dünya Sağlık Örgütü (WHO)'nün veri tabanı incelendiğinde bütün mevcut dillerde ve alanlarda 2019 yılında 64, 2020 yılında ise 173976 çalışmanın olduğu görülecektir (<https://search.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/>).

COVID19'un sosyal, ekonomik, çevresel, sağlık, sürdürülebilirlik, eğitim, davranışsal (Haleem vd., 2020; Krishnaratne vd., 2020; Wigginton vd., 2020; Mawani vd., 2021; Côté vd., 2021; Noone vd., 2021) gibi etkilerinin tartışılması çok çeşitli çalışmaları gündeme getirmiştir. Bireyleri, kurumları, örgütleri ve sistemleri pandemi sürecinde anlamaya, yorumlaya ve belirlenen sorunlar/ özgün alanlar etrafında katkı sunmaya çalışan çalışmaların varlığı söz konusudur. Böylece bilim alanına katkı sunmayı amaçlayan kişiler de ilgi ve çalışma alanları dahilinde bu çalışmaları değerlendirip üzerine katkı sunarak bilimsel yazının gelişmesini sağlamaktadır. Araştırma şirketleri ve onların araştırmaları fonlama süreçleri de temel aktörler olarak araştırmaya konu olmuştur (Radecki ve Schonfeld, 2020).

Literatürdeki çalışmalara bakıldığında özellikle klinik çalışmaları, laboratuvar bulguları ve sağlık riski analizleri gibi çalışmaların (Lv vd., 2020; Arefi ve Poursadeqiyani, 2020; Heßling vd., 2020, Yas vd., 2021) yoğunluk kazanırken, sosyal bilimler alanında da çalışmaların yoğunlaştığı (bazı örnekler Abd-Alrazaq vd., 2020a; Boiral vd., 2021; Tsao vd., 2021) görülmektedir. Dolayısıyla COVID19 sürecinin toplumlar üzerindeki etkisi akademiye de yansımış ve akademik araştırmaların odak noktası haline gelmiştir. Ancak bu çalışmalar, daha tanımlayıcı boyutta kalan ve analiz edilen makaleler kapsamında bir örüntü arayışı içinde olmayan çalışmalar olmaktadır.

Bu çalışmada amaçlanan, DergiPark dergilerinde COVID19 konulu çalışmaların hangi konuları çalıştığını ve bu konuların birbiriyle olan ilişkisini ortaya koymaktır. Bu doğrultuda özellikle Türkiye bağlamında yapılan çalışmaların işletme ve pazarlama odağında incelenmesi hedeflenmektedir. Böylece bu kesişimsellikteki akademik merakın ne yönde evrildiğini ortaya koymakla birlikte, pandemi sürecinde işletme alanında hangi konuların ön plana çıktığını anlamamıza da yardımcı olacaktır. Akademik merakın özellikle karşılaşılan sorunlara çözüm üretme, cevap arama ve/veya anlamlandırma motivasyonu, bu noktada hangi alanlarda soru işaretleri bıraktığını da işaret edecektir.

2. COVID19 ve İşletme Alanındaki Yazın Üzerindeki Etkisi

Çalışmada COVID19'un akademik yazın üzerindeki etkisi araştırıldığında, benzer bir ilginin çok olmamakla birlikte uluslararası alanda da gösterildiği görülmektedir. Haleem vd. (2020)'nin yaptığı çalışma, pandeminin sosyal, ekonomik, çevresel, sağlık ve sürdürülebilirlik gibi etkilerini tartışmaktadır.

Homolak vd. (2020) ise yayınları akademik iş birliği ve bilgi akışının kalitesi yönünden ele almakta, veriye ulaşılabilirlik, standart basım-yayın sisteminin yükünün artışı ve akademi içindeki iş birliği yoksunluğuna dikkat çekmektedir.

Shakil vd. (2020)'nin çevresel sürdürülebilirlik çalışması, COVID19'un çevresel kirliliği azalttığı bulgularından bahsederken bu azalmanın çoğunu kapanmalara bağlamaktadır. Boiral vd. (2021)'nin örgütlerdeki pandemi yönetimi çalışmalarını ele aldıkları çalışmalarında, işletme odaklı çalışmaların azlığı ve yönetim çalışmalarının bile yönetimden çok sağlık bakış açısıyla ele alındığını ifade etmektedir. Aynı çalışmada, çalışmaların üniversiteler, bankacılık sektörü gibi sektörlere odaklandığı ancak bu örgütler tarafından hangi eylemlerin uygulamaya koyulduğunun belirtilmediği tespitine de yer verilmektedir. Abd-Alrazaq vd. (2020a), pandemi sürecinin teknolojiye bağımlılığı arttırmasına dayanarak yapay zekâ teknolojisine yönelik çalışmaları incelemiştir. Bu çalışmaların teşhis, tedavi ve aşılama, topluluk hastalıklarını inceleme (epidemioloji), hasta çıktıları ve toplum farkındalığını arttırma amaçlarına odaklandığını bulmuşlardır. Sosyal bilimler ile klinik çalışmalardan ortak noktalar içeren bu çalışma, teknoloji söz konusu olduğunda alanların çalışma yönünden yakınsayabileceğini de göstermektedir.

Yas vd. (2021)'nin çalışması, COVID19 alanında yapılan çalışmalar kapsamındaki en büyük payın, önleme ve kontrol, hemen arkasından da toplum sağlığı ve sağlık uygulamalarında olduğunu ortaya koymaktadır. Tang (2020) ise COVID19 çalışmalarının daha çok tanımlayıcı çalışmalar olduğunu belirtmekte ve analitik çalışmaların daha az olduğunu ifade etmektedir. Çalışılan konulardan ziyade yazındaki boşluklara dikkat çeken yazar, sosyo-ekonomik, ekoloji ve çevresel, psikoloji, IT ve veri işleme, aşılama ve risk ölçme alanlarında çalışmaların azlığını vurgulamakta ve bölge odaklı çalışmaları önermektedir. Pandemi sürecinde istihdamın korunması, işletmeler ve sektör temelli benzer bir tarama yapan Mawani vd. (2021) de çevresel odağın ekonomik iyileşme yönünden eksikliğine dikkat çekmekte ve bu alandaki çalışmaların işi koruma, KOBİleri koruma ve işçileri korumaya odaklanan çalışmalar olduğunu belirtmektedir. Aynı çalışmada, müdahale önerilerinin daha çok uluslararası örgütlerden geldiği de ortaya koyulmaktadır. Côté vd. (2021) pandemi döneminde çalışanlara yönelik yaptıkları çalışmada, çalışma bulgularının pandeminin ayrımcılığı, sosyoekonomik ve psikolojik eşitsizliği işçilerin aleyhine arttırdığını ortaya koyduğunu ifade etmektedir.

Medya çalışmalarının analizini içeren bir çalışmada, temaların kamu tutumunun araştırılması, infodemilerin belirlenmesi, COVID19 vakalarının öngörülmesi, hükümetin pandemiye olan tepkisinin incelenmesi ve eğitim videolarında sağlık bilgisinin kalitesinin değerlendirilmesi olduğu ortaya koyulmuştur (Tsao vd., 2021). Abd-Alrazaq vd. (2020b), blockchain üzerine yapılmış çalışmaları incelemiş ve bu çalışmaların, blockchainin pandemiyle mücadelede bilgi paylaşımının güvenilir bir yolu olmada önemli bir araç olduğu üzerinde durduğunu belirtmiştir. Diğer yandan bu yolla merkezsizleşmiş ve iz sürülebilir bir yapının da oluşturulabileceği tartışılmaktadır.

Teknolojinin pandemideki rolünü inceleyen çalışmaları irdeleyen Abed (2021), yapılan çalışmalarda özellikle küçük ölçekli işletmelerin teknolojiyi kullanmalarının pandemi sürecinde stratejik öneme sahip olduğunu ancak teknoloji benimseme mekanizmalarına yönelik çalışmaların az olduğuna dikkat çekmektedir.

3. Metodoloji

Bu araştırma COVID19 sürecinde pazarlama ve tüketim alanlarında yayımlanan makalelerin genel değerlendirmesini sunarak Türkiye özelinde hangi boyutların ön plana çıktığını ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Böylece uluslararası alanda yapılan çalışmalardan farklılaşan ve bu çalışmalarla ortaklaşan alanlar belirlenerek Türkiye’de bu süreçte neyin daha önemli görüldüğü incelenecektir.

Çalışma tanımlayıcı bir araştırma olup, sistematik ve yorumsamacı yaklaşım temelinde analitik bir süreç benimsenmiştir (Saillard, 2011). Bunun için işletme ve işletme alanıyla ortak çalışmaları olabilecek olan diğer alanlarda yer alan ve genellikle heterojen nitelikteki makalelerin özellikleri incelenmiş (Pham vd., 2014), belirli bir araştırma alanında ele alınan kavramlar eşleştirilerek, çalışmaların kalitesine odaklanmadan, ana kavram ve boşluklar işaret edilmiştir (Tricco vd., 2016).

3.1. Örnekleme Süreci

Çalışmanın örneklemini, Dergi Park sisteminde pazarlama alanında yayınlanan ve 07.05.2021 tarihinde taranan 2018 sonrası makaleler oluşturmaktadır. Bu doğrultuda tımdengelim yöntemiyle 4 adımda makale taraması ve içerik incelemesi yapılmıştır. Buna göre birinci adımda Dergi Park sisteminde COVID ve Pandemi anahtar kelimeleri altında makaleler, Sosyal Bilimler odağında aranmıştır. COVID anahtar kelimesiyle toplam 974 yayın ve Pandemi anahtar kelimesiyle de toplam 413 yayın bulunmuştur. Ancak bu sayıların içine hemşirelik, eğitim bilimleri, din bilimi gibi alanlar da dahil olduğu için öncelikli bir eleme süreci gerçekleştirilmiştir.

Örnekleme sürecinin ikinci adımında, işletme alanındaki makaleler belirlenmeye çalışılmıştır. İşletme ve işletme alanının pazarlama alanındaki kesişimselliğini işaret edebilecek diğer alt alanlara yönelik makaleler indirilmiştir. Bu doğrultuda, İşletme, Sosyal Bilimler-Disiplinler Arası, İletişim, Beşerî Bilimler, Ortak Disiplinler, Otelcilik, Konaklama, Spor ve Turizm, Sosyal Çalışma, Kültürel Çalışmalar, Davranış Bilimleri, İş ve Sosyal Akımlar alt alanlarındaki makalelerden oluşan veri seti üçüncü adım için hazırlanmıştır. Bu makalelerin veri setine alınmasında araştırma makalesi olmaları temel kriter olarak belirlenmiş ve böylece değerlendirme yazılarından ziyade araştırma sorusu etrafında kurgulanan metinler araştırmaya dahil edilmiştir. Belirlenen alt alanlarda ön incelemeye alınan araştırma makalesi sayıları Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1. COVID ve Pandemi Anahtar Kelimesiyle Tespit Edilen Alan ve Alt Alanlara Yönelik Makale Sayısı

Alan	İlgili Toplam Makale Sayısı (COVID Anahtar Kelimesi)	Alt Alanda Ön İncelemeye Alınan Araştırma Makalesi Sayısı (COVID Anahtar Kelimesi)	İlgili Toplam Makale Sayısı (Pandemi Anahtar Kelimesi)	Alt Alanda Ön İncelemeye Alınan Araştırma Makalesi Sayısı (Pandemi Anahtar Kelimesi)
İşletme	78	65	36	31
Sosyal Bilimler, Disiplinler Arası	72	53	31	21
İletişim	50	42	29	25
Beşerî Bilimler, Ortak Disiplinler	49	40	23	18
Otelcilik, Konaklama, Spor ve Turizm	46	35	17	13
Sosyal Çalışma	23	11	15	9
Kültürel Çalışmalar	7	4	4	3
Davranış Bilimleri	6	3	3	2
İş	2	1	1	-
Sosyal Akımlar	1	1	-	-
TOPLAM	334	256	159	122

Örnekleme sürecinin üçüncü adımında, makalelerin anahtar kelimeler etrafındaki ortaklıkları incelenmiştir. Pandemi ve COVID anahtar kelimelerinin benzer özellik taşımaları nedeniyle ön incelemeye alınan makalelerde ortak bulunan makalelerden bir tanesi analizden çıkarılmıştır. COVID kelimesi aramalarda yoğunluklu makale sayısının erişildiği anahtar kelime olması nedeniyle temel olarak alınmış ve Pandemi anahtar kelimesiyle aranan ve COVID anahtar kelimesiyle ortaklık gösteren makaleler veri setinden çıkarılmıştır (Tablo 2).

Tablo 2: Anahtar Kelimelerle Aranan Makalelerin Değerlendirilmesi ve Veri Setinin Son Halinde Analize Dahil Edilen Makale Sayısı

Tarama Alan Başlıkları	Örnekleme Sürecinin 3. Adımı				Örnekleme Sürecinin 4. Adımı		Nihai Veri Setinde Analize Dahil Edilen Makale Sayısı
	Pandemi Anahtar Kelimesiyle Tespit Edilen Toplam Makale Sayısı	COVID Anahtar Kelimesiyle Ortaklık Tespit Edilen ve Veri Setinden Çıkarılan Makale Sayısı	COVID Anahtar Kelimesiyle Aranan Makalelere Eklenen Makale Sayısı	4. Adıma Geçen Toplam Makale	Yabancı Dilde Olması Nedeniyle Çıkarılan Makale Sayısı	Araştırma Alanı Dışında Olması Nedeniyle Çıkarılan Makale Sayısı	
Beşerî Bilimler, Ortak Disiplinler	17	16	2	41	8	21	12
Davranış Bilimleri	2	1	1	4	2	2	-
İletişim	25	23	2	44	5	8	31
İşletme	31	27	4	70	18	41	11
Kültürel Çalışmalar	3	2	1	5	-	5	-
Otelcilik, Konaklama, Spor ve Turizm	13	13	0	35	7	13	15
Sosyal Bilimler, Disiplinler Arası	21	13	8	61	11	36	14
Sosyal Çalışma	9	8	1	12	2	7	3
İş	-	-	-	1	-	1	-
Sosyal Akımlar	-	-	-	1	-	-	1

Örnekleme sürecinin dördüncü adımında, tespit edilen makalelerin içerikleri incelenmiştir. Bulunan makalelerin çoğunun Türkçe olması ve yabancı dilde yayının azlığı nedeniyle dil birliğinin oluşması için yabancı dilde yayımlanan (çoğunluğu İngilizce ve birkaç Arapça) makaleler de analize dahil edilmemiştir. İçerik incelemesi yapıldığında ise, kesişimsellik olduğu için belirlenen makalelerde muhasebe-finance, eğitim bilimleri, psikoloji gibi alanların makalelerinin de yer aldığı görülmüş ve araştırma amacına uymaması nedeniyle bu makaleler de veri setinden çıkarılmıştır (Tablo 2). Bu noktada bir başka inceleme alanı, makalelerin özetleri olmuştur. Bahsedilen ön eleme süreçleri sonrasında kalan makaleler de özetleri temelinde incelenmiş ve başlık olarak ilgili görünen ancak içerik olarak ilgisiz olduğu belirlenenler çıkarıldıktan sonra analize alınacak makale örnekleme ulaşılmıştır. Örneğin kripto para ile ilgili makalelerden bir kısmı finans alanına hitap ederken, bir kısmı ihracat ve pazarlama alanlarına yöneliktir ve bu çalışmada ikinci gruptaki makaleler hedeflenmiştir. Bir diğer örnek de salgının genel etkisine yönelik yazılan makalelerdir. Bu tür makaleler de pazarlama da dahil çoklu çalışma alanını ilgilendiren makaleler olarak veri setine alınmıştır.

İletişim alanındaki çalışmalar ise pazarlama iletişimi, içerik, algı ve platformlar gibi konulara yönelik bir bakış açısı sunması nedeniyle doğrudan pazarlama alanına yönelik olmasa da çalışmaya alınmıştır. Son olarak bu aşamada farklı kategorilerde tekrarlandığı tespit edilen 3 makale de ilgili kategorilerin birinden çıkarılmış ve toplamda 87 makale, araştırmanın örneklemini oluşturarak analize alınmıştır.

3.2. Veri Analizi

Veri analizi MAXQDA18 programı ile gerçekleştirilmiştir (Detaylı kodlama süreci için bkz. Saillard, 2011; Rädiker ve Kuckartz, 2020). Kodlama aşamasında sistematik bir yaklaşım olarak kategoriler (kodlar) ve kategori sistemi geliştirme (kod çerçevesi) yöntemi benimsenmiştir (Kuckartz, 2019: 183).

Analizin kodlama aşamasında *formel kategoriler* olarak (Kuckartz, 2019: 184) dergi adı, yayınlanma yılı ve makale başlıkları belirlenmiştir. Makalelerin anahtar kelimeleri incelendiğinde makale başlıklarıyla birebir örtüştüğü tespit edilmiştir. Bu sebeple bağlamı da doğru anlayabilmek adına anahtar kelimeler yerine makale başlıkları formel kategorilerde ele alınmıştır.

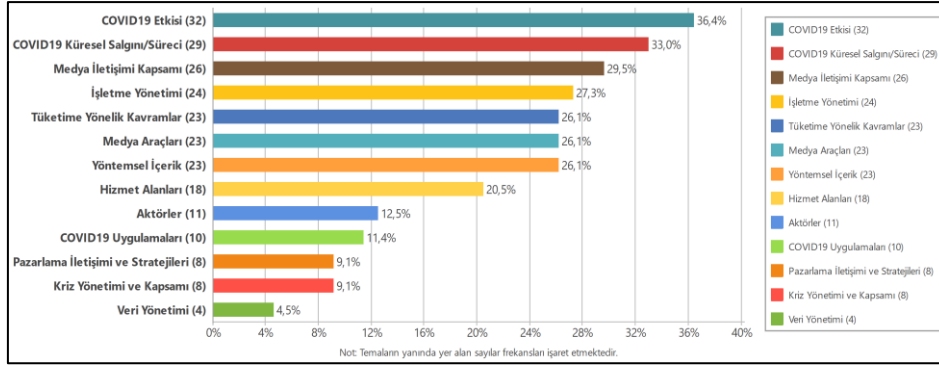
Temalara ulaşmada açık ve eksnel kodlama süreçleri benimsenmiştir (Kendall, 1999; Vollstedt ve Rezat, 2019; Salinger vd., 2008). Açık kodlama süreciyle kodlanan makale başlıkları daha sonra kendi içinde programın *yaratıcı kodlama* aracıyla temalaştırılmıştır. Temalaştırma sürecinde herhangi bir tema altında birleşmeyen ve ilgisiz görülen ölüm kaygısı, eko din gibi 18 kod analizden çıkarılmıştır. Modern epistemolojinin araştırmacının teorik ve kavramsal bilgisinden etkilenen doğası (Vollstedt ve Rezat, 2019: 90) özellikle nitel araştırmalarda, araştırmanın doğasının önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Daha sonra da elde edilen kodlar ile karşılaştırmalı nitel ve nicel analizler gerçekleştirilmiştir.

COVID19'un etkisinin 2019 yılı itibarıyla görünür olması, bu etkinin 2019'dan sonraki yayınlara yansıdığını göstermektedir. Örnekleme alınan makalelerin hepsi 2020 ve 2021 yılına ait makalelerdir. 2021 yılının mayıs ayına kadarki makalelerin sürece dahil edilmesi nedeniyle yıl bazında niceliksel bir karşılaştırmanın doğru bir sonuç vermeyeceği düşünülmektedir. Bu sebeple yıl bazındaki karşılaştırmalar daha çok niteliksel düzeyde ele alınmıştır.

4. Bulgular

4.1. Betimsel Bulgular

Analiz sonucunda elde edilen temalar ve bu temaların makalelerde kodlanma oranları ve ele alınma yoğunlukları Şekil 1'te gösterilmektedir. Buna göre pandeminin makalelerde en fazla etkisi yönünden ve süreçsel olarak ele alındığı görülmektedir. Dolayısıyla süreç ve çıktı odaklı bir yaklaşımın yazında merkezi rol oynadığı düşünülebilir. Öne çıkan diğer tema ise medya iletişimidir. Bu temanın işletmecilik alanında da yansımaları görülmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde Dergi Park'taki Türkçe yayınların en fazla çeşitlilik gösterdiği alanın iletişim olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle akademik bir özelleşmenin de bu temayla birlikte başladığından bahsedilebilir. Medya araçlarına odaklanan çalışmaların varlığı da COVID19'un genel iletişim stratejileri ve araçlar yönünden iki genel alana ve sonrasında da işletme ve pazarlama alanına odaklandığını ortaya koymaktadır.

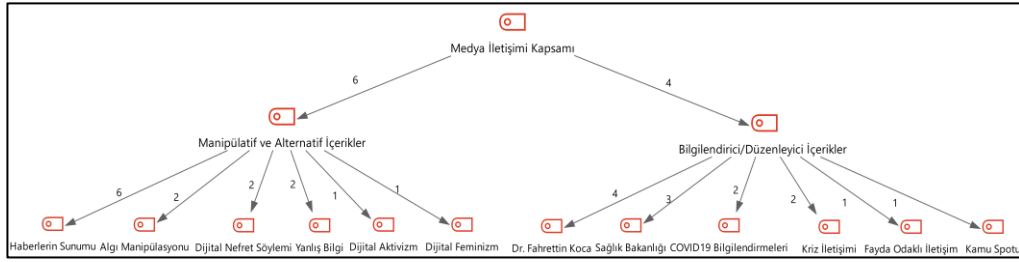


Şekil 1. Ana Temalar ve Makalelerde Ele Alınma Yoğunlukları

Pazarlama iletişimi, pazarlama ve iletişim çalışmalarının kesişimsel odağını yansıtırken, hizmet alanlarına yönelik çalışmalar ile pandemi sürecinde işletmecilik alanında ön plana çıkan aktörlere yönelik çalışmalar da dikkat çekmektedir. Dergi Park yazımında pandemiye yönelik önemli bir vurgunun, bu sürecin kriz ve veri yönetimi yönünden ele alınması olmaktadır.

4.2. Temaların Alt Temalar Yönünden Değerlendirilmesi

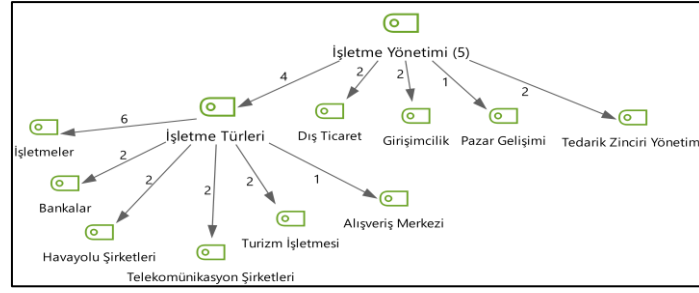
Analiz sonucu elde edilen temalar değerlendirildiğinde Medya İletişimi kapsamında iki ana boyutun ön plana çıktığı görülmektedir (Şekil 2): *Manipülatif ve Alternatif İçerikler* ile *Bilgilendirici ve Düzenleyici İçerikler*. Bu temalar aynı zamanda başka temalara da çatı tema görevi yapmaktadır. Manipülatif ve Alternatif İçerikler daha çok COVID19 iletişimini eleştirel yönden ele alan çalışmaları kapsamaktadır.



Şekil 2. Medya İletişimi Kapsamı Teması ve Alt Konuları

Bu doğrultuda özellikle haberlerin sunumundaki yaklaşım ve sunum biçimi öncelikli çalışma alanlarından olmuştur. Diğer yandan algı manipülasyonu, yanlış bilgilerle yönlendirme ve dijital aktivizm öncelikli çalışma alanlarındandır. Bilgilendirici ve Düzenleyici içerikler ise daha çok gündelik uygulamaların ve önlemlerin ele alındığı çalışmalardır. Özellikle Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın COVID19 paylaşımları ve kurumun resmi paylaşımları incelenmiştir. Düzenleyici olma noktasında dikkat çeken boyut kriz iletişimidir. COVID19'un kriz ortamı yaratması, özellikle iletişim stratejilerinde bunun nasıl ele alınması gerektiği konusunu çalışmalarda önceliklendirmiştir.

İşletme Yönetimi alanında ise işletmenin türü önemli görülmektedir (Şekil 3). Herhangi bir sektör ayrımı yapılmaksızın işletmelerin genel değerlendirildiği çalışmaların yanında, bankalar, alışveriş merkezleri gibi tür odaklı çalışmalar da görülmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde COVID19 sürecinde Türkiye'de sorun tespit edilen veya irdelenmesi gereken alanların bankacılık, ulaşım, turizm, telekomünikasyon gibi alanlar olduğunu söylemek de mümkündür.

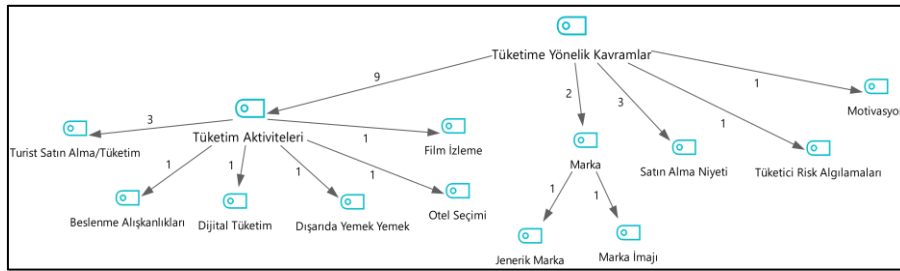


Şekil 3. İşletme Yönetimi Teması ve Alt Konuları

Dış ticaret ve tedarik zinciri yönetimi de işletme yönetimi alanında dikkat çeken diğer alt temalardır. Girişimcilik ve pazar gelişimi temalarıyla birlikte değerlendirildiğinde işletme yönetimi çalışmalarının 3 odak noktası olduğu düşünülmektedir.

Bunlar ya işletmelerin kendisini ele alan çalışmalar ya pandemi sürecinde değişen ve dönüşen iş faaliyetleri ya da tüm bu faaliyetleri şekillendiren, etkileyen ve aynı zamanda da pandemiden oldukça etkilenen girişimcilik kavramsal yönden ele alınışı olduğu belirtilebilir.

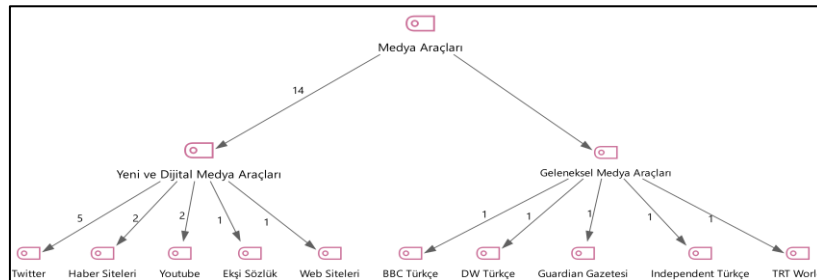
Tüketime yönelik alanlarda en yoğun çalışılan konu tüketimin eylemsel boyutu olmaktadır (Şekil 4). Özellikle evde kalma sürecinde film izleme aktivitelerinden dışarıda kısıtlamalara tabii olan yemek yeme faaliyetleri üzerinde duran çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalar aynı zamanda tüketicilerin karar süreçlerine de odaklanmaları bakımından ortaklık göstermektedir. Tüketicilerin otel seçimleri gibi karar verme faaliyetleri risk algılamaları yönünden düşünüldüğünde önem kazanmaktadır.



Şekil 4. Tüketim Teması ve Alt Konuları

Marka konusu tüketim aktiviteleri kadar yoğunluk göstermese de imaj ve jenerik marka yönünden çalışılan konular olmuştur.

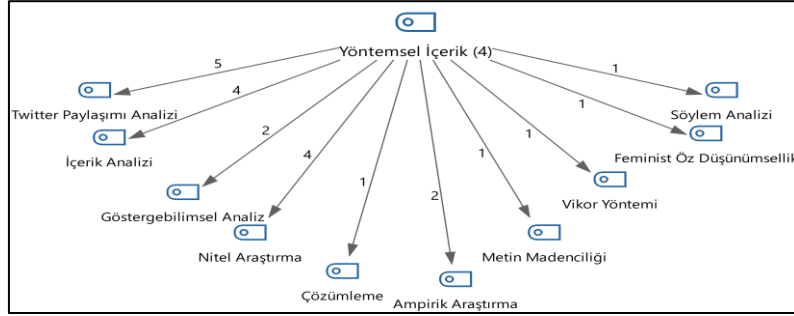
Medya Araçları teması, yoğunluklu olarak yeni/dijital medya araçlarını içerirken, geleneksel medya araçları da çalışma konusu olmuştur (Şekil 5). Geleneksel medya araçlarında dikkat çeken husus, bu araçların daha çok uluslararası yayın organlarının Türkiye ayağına yönelik olmasıdır. Böylece çalışmalara konu olan odak nokta, uluslararası bakış açısıyla Türkiye COVID19 değerlendirmeleri olmasıdır.



Şekil 5. Medya Araçları Teması ve Alt Konuları

Yeni medya araçlarında ise Twitter başı çekmektedir. Özellikle görüş ve bilgi paylaşımının yapıldığı bir platform özelliği taşıması, Twitter'ı hem veri toplama hem de başlı başına bir medya aracı olarak incelenmeye değer kılmaktadır. Türkiye bağlamında Ekşi Sözlük'ün de görünür olması, sosyal platformlar arasında güncel olguların tartışıldığı bir platform olarak dikkat çekmektedir.

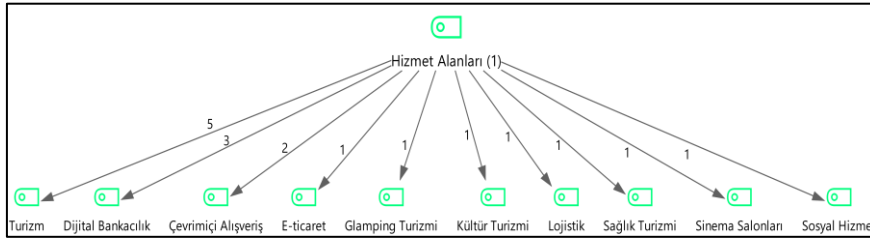
Araştırmacı açısından en ilginç bulgular, Yöntemsel İçeriğe yönelik bulgular olmuştur (Şekil 6). Bu tema, çalışmaların genel olarak hangi yöntemlerle gerçekleştirildiği konusunda fikir vermektedir. Buna göre nicel ve nitel yöntemlerin kullanıldığı ancak nitel yöntemlerin daha ağırlıklı tercih edildiği görülmektedir.



Şekil 6. Yöntemsel İçerik Teması ve Alt Konuları

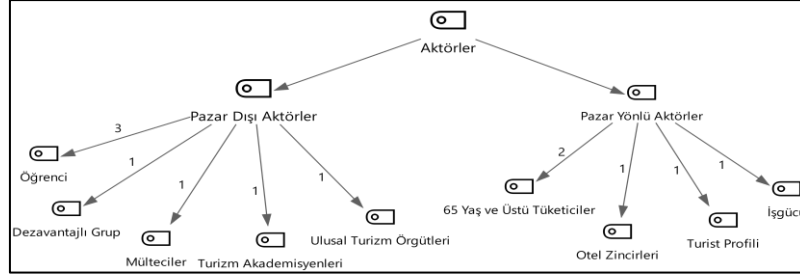
COVID19 olgusunu derinlemesine inceleme ve anlama gereksinimi, nitel yöntemleri öne çıkarmıştır. Eleştirel bakış açısının da hâkim olduğu feminist yöntemler de yine nitel yöntem ekseninde ele alınmaktadır.

Hizmet alanı teması, İşletme Türleri alt temasına yakınsayan ve bir ölçüde bu temayı da işaret ederek hangi hizmet sektörü alanlarının çalışmalar kapsamında ele alındığını ortaya koymaktadır (Şekil 7).



Şekil 7. Hizmet Alanı Teması ve Alt Konuları

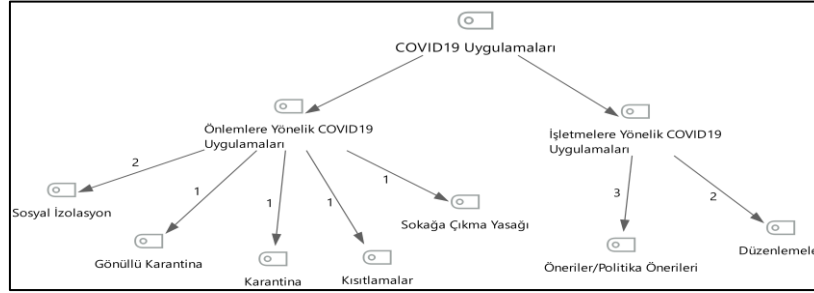
Bu doğrultuda en fazla çalışma turizm alanına yöneliktir. Bunu, dijital bankacılık ve çevrimiçi alışveriş izlemektedir. Glamping turizmi gibi alternatif alanların da çalışıldığı bu temada sağlık alanında doğrudan çalışmanın olmaması dikkat çekicidir. Bu doğrultudaki tek çalışma, turizm ve sağlık kesişimselliğinde çalışılmış bir çalışmadır. Türkiye'deki akademisyenlerin daha çok COVID19'un etkilediği sağlık gibi odak hizmet alanı dışında kalan alanlar üzerinde çalıştıkları görülmektedir. Bu bulgu, pazar yönlü etkilerin daha fazla üzerinde durulduğunu da göstermektedir. Pazar yönlü etkilerle kastedilen, tüketiciler, firmalar gibi paydaşların doğrudan veya dolaylı olarak hizmet, değer ve ihtiyaç gibi alanlarda birbirinin faaliyetinden karlılık ve değer noktasında etkilendikleri etkileşimi içermekte ve COVID19 ise bu sürece daha çok uygulamalarıyla dahil olmaktadır. Bu etkileşim çalışmalarda ele alınan aktörlere de yansımaktadır.



Şekil 8. Aktörler Teması ve Alt Konuları

Turist, işgücü gibi doğrudan etkileşime konu olan ve üzerine çalışmalar yapılan aktörler olduğu gibi, veri toplama noktasında örneklem niteliğinde olan ve görüşlerine başvurulmuş pazar dışı aktörler de söz konusudur (Şekil 8). Öğrenciler, pazar dışı aktörlerden en fazla görüşüne başvurulmuş aktör olurken, mülteciler ise yakın dönemde Türkiye'nin stratejik konusu olan göçün aktörleri olarak pandemi sürecinde de akademik incelemeye konu olmuştur.

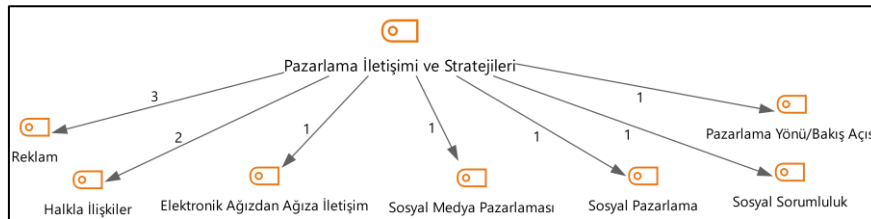
COVID19 uygulamalarına yönelik iki temel hususun ön plana çıktığı görülmektedir. Bunlar önlemlere yönelik uygulamalar ve işletmelere yönelik uygulamalardır (Şekil 9).



Şekil 9. COVID19 Uygulamaları Teması ve Alt Konuları

Sosyal izolasyon, kısıtlamalar gibi gündelik hayatı düzenleyen faaliyetlerin değerlendirmesine yönelik çalışmalarla, bu faaliyetlerin işletmeler üzerindeki yansımaları, düzenlemeler ve politika önerileri boyutu görülmektedir. Dolayısıyla çalışmalarda özellikle işletmeler açısından pandemi önlemlerinin ne gibi düzenlemeler getireceği gibi daha dolaylı etkinin değerlendirilmesi söz konusu olmaktadır. Özellikle yoğunluk olarak benzer düzeylere sahip olması, her iki boyutun da önemle izlendiğini göstermektedir.

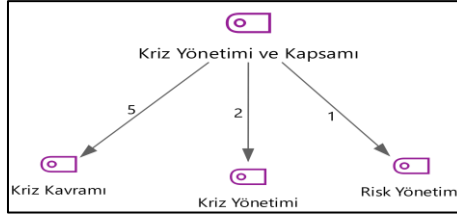
Pazarlama iletişimi ve stratejilerinde reklam ve halkla ilişkilerin öncelikli alanlar olduğu görülmektedir (Şekil 10). İletişim yönünden tutundurma karmasının öncelik kazandığı düşünülebilir. Diğer yandan, sosyal sorumluluk, elektronik ağızdan ağıza iletişim gibi stratejilerin de çalışılması pazarlama odaklı bir alanın da akademisyenler tarafından ele alındığını göstermektedir.



Şekil 10. Pazarlama İletişimi ve Stratejileri Teması ve Alt Konuları

Sosyal medyanın medya iletişimi alanında ağırlık kazanması, pazarlama iletişimi yönünden ise daha geleneksel araçların çalışılması dikkat çeken bir ayrım olmaktadır.

COVID19'un dikkat çeken bir başka çalışılan boyutu kriz yönetimi ve kapsamıdır (Şekil 11). İncelenen çalışmalar arasında bu süreci fırsat olarak değerlendiren bir çalışmaya rastlanmamıştır. Özellikle kısıtlamaların işletmelere yönelik kısıtlamaları ve düzenlemeleri de içermesi, bu yaklaşımı destekler niteliktedir.



Şekil 11. Kriz Yönetimi ve Kapsamı Teması ve Alt Konuları

Kriz yönetimi alanında en fazla ele alınan konu kriz kavramının kendisidir. Pandemiyle süreciyle krizin içeriğinin ne şekilde değiştiği ve tanımının ne şekilde yapılması gerektiği sorusu ön plana çıkmıştır. Kriz ve risk yönetimi ise yoğunluk olarak kriz kavramını takip etmektedir. Böylece bir tanımlama sorunun önceliklendirildiğini söylemek mümkün görülmektedir.

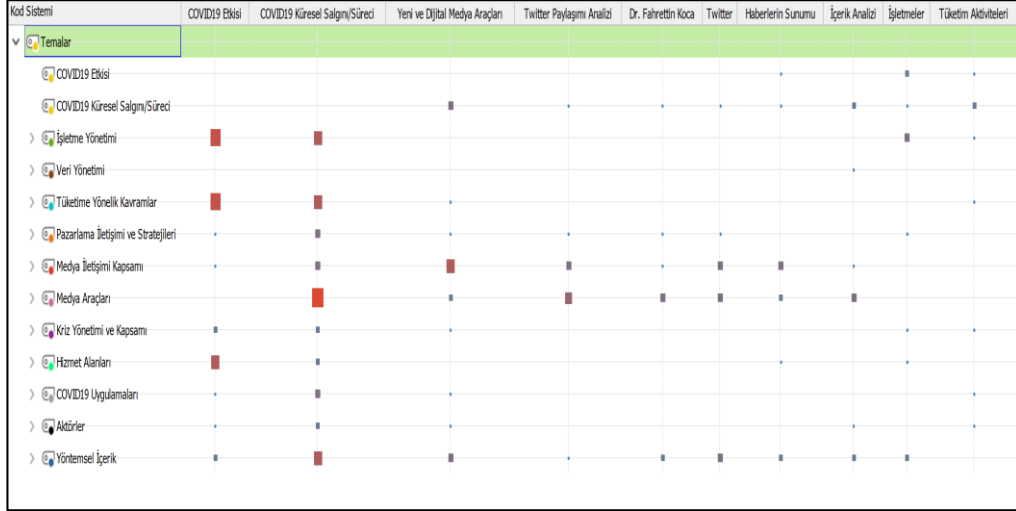
4.3. Karşılaştırmalı Analizler

Ama temalar incelendiğinde COVID19 etkisi ve COVID19 küresel salgın süreci makalelerde en yoğun ele alınan boyutlar olmuştur. Makalelerde COVID19'un daha çok süreç veya sonuç yönünden ele alındığını gösteren bu bulgunun, makalelerin yayınlandığı alanlar yönünden bir farklılığa işaret edip etmediği merak konusudur. Buna yönelik yapılan çapraz tablo analizinde COVID19 etkisi ile çalışma alanları arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir (Kikare: 32,052; $p < .001$; Kontejans Katsayısı C: 0,521; Cramer's V: 0,610). Diğer bir ifadeyle, çalışma alanlarına göre COVID19 etkisini çalışma durumu değişkenlik göstermektedir ve anlamlı farklılık otelcilik, konaklama, spor ve turizm ile iletişim alanında görülmektedir. COVID19 etkisi çalışmaları en fazla otelcilik, konaklama, spor ve turizm alanında (frekans: 12 (%14)) görülürken, en az iletişim alanında (frekans: 2 (%2,3)) görülmektedir. İletişim alanı ayrıca en fazla COVID19 etkisi *çalışılmayan* (frekans: 29 (%33,7)) çalışma alanını göstermektedir.

Diğer yandan, COVID19 küresel salgını ve süreci ile çalışma alanları arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir (Kikare: 3,244; $p: 0,5179$; Kontejans Katsayısı C: 0,191; Cramer's V: 0,194). Diğer bir ifadeyle, COVID19 küresel salgını ve süreci, çalışma alanlarının ilgisini ayırt etmek için bir değişken olmamaktadır. İletişim bu noktada, bu konunun hem en çok çalışıldığı (frekans: 12 (%14)) hem de en çok *çalışılmadığı* (frekans: 19 (%22,1)) alan olarak ön plana çıkmaktadır.

Kodların kesişimselliği, hangi konuların birlikte çalışıldığını göstermektedir (Şekil 12). Buna göre, COVID19 etkisine odaklanan çalışmalar aynı zamanda görece yoğun olarak işletme yönetimi, tüketim ve hizmet alanlarına katkı sağlarken, kriz yönetimi alanında da içerik üretmişlerdir.

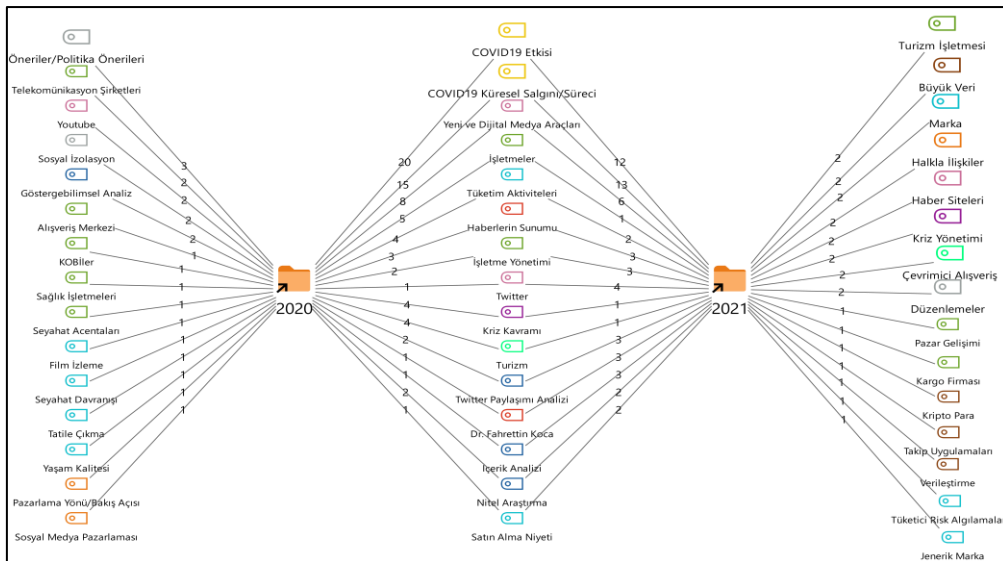
COVID19 küresel salgını ve sürecine odaklanan çalışmalar aynı zamanda işletme yönetimi, tüketim ancak en fazla medya araçları konusunda katkı sağlamışlardır. Pazarlama iletişimi, medya iletişimi, COVID19 uygulamaları, kriz yönetimi, hizmet alanları ve aktörler de yine katkı sağlanan alanlardır.



Şekil 12. Tema ve Alt Konuların Kesişimselliği

Yeni ve dijital medya araçları en fazla medya iletişimi alanıyla ve sonrasında da COVID19 küresel salgını ve süreciyle birlikte ele alınmıştır. İletişimin pandemi süreciyle ele alınması diğer analizlerle de belirlenmiştir. Daha özeldir, iletişim ve medya araçları ortaklığı Twitter paylaşım analizlerinde kendini göstermektedir. Dr. Fahrettin Koca'nın incelenmesi, haberlerin sunumu ve içerik analizi de bu kesişimsellikte dikkat çekmektedir. Tüketim aktiviteleri de etkiden çok süreç bakımından ele alınan çalışma alanı olmaktadır.

Analize konu olan bir başka karşılaştırma noktası ise yıldır. Örneklem sürecinde veri setine dahil edilen tüm makaleler 2020 veya 2021 yılına ait makalelerdir. 2020 yılı ile 2021 yılı karşılaştırıldığında hangi çalışma konularının ortaklık, hangilerinin farklılık gösterdiğinin belirlenmesi için yapılan analiz sonucunda COVID19 etki ve sürecinin her iki yılın ortak çalışma alanı olduğu görülmektedir (Şekil 13). İletişim ve iletişim odaklı Twitter analizi, Dr. Fahrettin Koca'nın paylaşımları, yeni medya araçları ve iletişim dışında işletmeler, tüketim aktiviteleri, satın alma niyeti de ortak çalışma odağını oluşturmaktadır. 2020'de bu ortak alanların görece daha yoğun çalışıldığı da söylemek mümkündür. 2021'de artık çalışmaların çokluğu, ilginin kaybolması gibi nedenlerle yoğunluğun azaldığı yorumu yapılabilir.



Şekil 13. 2020 ve 2021 Yılında Çalışılan Konuların Karşılaştırılması

2020 yılında, 2021'den farklı olarak dikkat çeken noktalar, COVID19 önerileri ve politikaları, sağlık işletmeleri, film izleme, seyahat davranışı gibi pandemi nedeniyle kısıtlamaya tabii olan ve bireylerin de pandeminin ortaya çıkışından sonra bu kısıtlamaları yoğun bir şekilde deneyimledikleri gündelik aktiviteler dikkat çekmektedir. 2021 yılı ise kriz yönetimi, halkla ilişkiler, turizm işletmeleri, verileştirme gibi pandeminin daha çok stratejik çıktıklarına odaklanmaktadır. Politika önerileri 2020'de ağırlık kazanırken, düzenlemeler de 2021'de ele alınmıştır.

5. Bulguların Tartışılması

Fen bilimleri alanındaki tartışmalar daha çok COVID19'a çözüm bulmaya odaklandığı için bunun önüne geçen faaliyetlerin ele alınması gündeme gelirken (Homolak vd., 2020), Türkiye'nin DergiPark sistemindeki yayınların daha çok pandeminin etkisi ve süreci üzerinde durduğu görülmektedir. Dolayısıyla pandeminin kendisinden ziyade etkilerinin araştırılması yaygındır. Özellikle bu süreçteki uygulamalar ve bunların sonuçları/etkileri merak noktası olmaktadır. Bu yüzden medya ve medya iletişimi çalışmalarında farklı boyutlar kendini göstermektedir. Süreç yönünden manipülatif ve bilgilendirici boyutlar ön plana çıkarken, etkileri bakımından da medya araçları çalışılmıştır. Tsao vd. (2021)'nin çalışmasından farklı olarak Türkiye'de eleştirel boyut dikkat çekmektedir. Manipülatif ve algı yönetimini içeren çalışmaların varlığı, ana akım medya çalışmaları kadar alternatif yaklaşımların da varlığını göstermektedir. Örneklemedeki çalışmalar içinde önemli bir bölümü oluşturan bu grup, Türkiye'de pandemi sürecinin en çok medya üzerinden sorunsallaştığını da işaret etmektedir. Analiz sonucunda çalışmaların işletme, tüketim, hizmet alanları, pazar yönlü ve pazar dışı aktörler gibi odak çalışma alanları etrafında örgütlendiğinin bulunması, işletme yönetimi açısından hizmetlerin, tüketim pratik ve alanlarının pandemi sürecinde özel sorun tespit edilen; işletme alanının da daha genel ilgi gösterilen alanlar olarak karşımıza çıktığını göstermektedir. Dolayısıyla hem genel değerlendirme hem de hedef sorun odaklı yaklaşım olduğunu söylemek mümkündür.

Pazarlama iletişimi noktasında ilginç bir şekilde medya iletişimi alanıyla adeta bir rol paylaşımı göze çarpmaktadır. Pazarlama iletişiminde geleneksel medyanın, genel pandemi iletişiminde ise dijital/yeni medyanın ön plana çıkması bu rol ayrımını düşündürmektedir. Elbette bu amaçlanan bir durum değildir ancak anlaşılan o ki, pazarlama odaklı iletişim stratejileri bu süreçte geleneksel medya araçlarıyla daha fazla dikkat çekmiştir. İşletmeler açısından değerlendirildiğinde, pandemi mesajlarının ve gündeminin yeni medyada takibi, bilgi paylaşımı yoğunluğunu yaratırken mesajların dikkat çekiciliği azalmaktadır. Bu durum, pazarlama odaklı iletişimin geleneksel medyaya kaymasına yol açmış olabileceği düşünülmektedir.

Önlemler, önlemlerin kontrolü (Wigginton vd., 2020) alanında yapılan çalışmalarla benzer özellik gösteren yazınımız, Tang (2020)'in vurguladığı boşlukları doldurucu bir eğilimdedir. Yazarın eksiklik olduğunu düşündüğünü, veri işleme, sosyo-ekonomik, ekoloji ve çevresel, IT ve veri işleme ve risk ölçme alanlarında çalışmalarımız bulunmaktadır. Bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, Türkiye'deki yazınında yabancı literatüre kıyasla (Tang, 2020; Yas vd., 2021; Boiral vd., 2021; Haleem vd. 2020) çok daha odak, yerel ve özellikli konularda çalışmaların yapıldığı görülmektedir.

Özellikle işletmeler açısından stratejik öneme sahip bu alanlara yönelik çalışmaların mevcudiyeti, uluslararası alanda da önem teşkil etmekte ve dil bariyerinin olumsuz etkisinden bahsedilebilmektedir. Zira dil bariyeri olmasa bu çalışmaların uluslararası alanda dikkat çekeceği açıktır.

Bu çalışmada analize konu olan çalışmaların çeşitliliği farklı konularda bilgi sağlarken, Mawani vd. (2021)'nin çalışmasında olduğu gibi odak noktalar ve bunların etrafında kümelenen bir yapıdan bizi aynı zamanda uzaklaştırmaktadır. Dolayısıyla hem ilgi farklılığı hem de ilgi dağınıklığı şeklinde iki yönlü değerlendirebilecek bir sonuç karşımıza çıkmaktadır. Özellikle bir sorunun boyutlarının ortaya konulması, farklı örneklem gruplarıyla irdelenmesi kümülatif olarak bilgi birikimini oluşturacağı için bir problemin çok boyutlu kavrayışını sağlayacaktır. Türkiye bağlamındaki anadilde yapılan çalışmaların birbirinin eksikliğini gidermeye yönelik olmaktan veya farklı boyutuyla katkı sunmayı amaçlamaktan ziyade, farklı amaçlarla yazında yer alan yapısı çeşitlilik gibi olumlu görüşü ve bir odak sunamayışı yönünden de eleştirel bakış açısını teşvik etmektedir. İlginç bir bulgu olarak dikkat çeken nokta, uluslararası yazında çoklu yazarlı çalışmaların varlığı daha fazlayken, Türkiye'de anadilde yapılan yayınlarda daha az yazarlı çalışmalar ağırlık kazanmasıdır.

6. Sonuç

Türkiye yazınında pandeminin odak çalışma noktası medya olmuştur. Hem iletişim hem de işletme alanında yapılan çalışmaların yanında pazarlama iletişimi gibi ortak alanda da çalışmaların varlığı görülmektedir. Dolayısıyla Türkiye anadilde yazında pandeminin dikkat çektiği alan medyadır. Pandemiye yönelik işletme odaklı çalışmaların çeşitlilik göstermekle birlikte hala çalışılabilecek konuların olduğu düşünülmektedir.

Özellikle, sürdürülebilirlik, satın alma davranışı, örgütler alanında çalışmalar olmakla birlikte hem güncellenen uygulamaların hem de gelişmelerin ışığında yeni boşlukların oluşması olasıdır. Eleştirel ve ana akım çalışmaların görece birbirine denk yoğunlukta çalışılması oldukça dikkat çekicidir. Burada ilginç olan husus pazarlama alanının daha ana akım kaldığı, iletişim çalışmalarının ise olguya eleştirel ve alternatif gözlüklerle baktığıdır. Bu durum, çalışma disiplinlerinin yaklaşımlarının tartışılması gerektiğini de düşündürmektedir.

COVID19 çok boyutlu bir yapıdır. Bu çalışmanın temel bulgusu olan pandeminin süreç ve sonuç (etki) yönünden incelenmesi, sonraki çalışmalar için önemli bir kümeleme ayırım noktası ve çerçeve sunmaktadır. Bu çerçevenin kapsayıcı özelliği, diğer çalışmalara bir yapı sağlayacağı için yazındaki çalışmaların ortaklıkları ve farklılıklarının incelenmesi daha kolay olacaktır. Bu noktada teknoloji, diğer alanlara kıyasla daha fazla boşluk barındırabilecek bir alanı işaret etmektedir. Özellikle KOBİlerin teknolojileri kullanma mekanizmaları (Abed, 2021) gibi süreç ve sonuçları da bir araya getirebilecek çalışma konuları, işletmeler açısından stratejik öneme sahip olacaktır.

Çalışmada Dergi Park'ta Türkçe olarak yayınlanan makalelerin tercih edilmesi çalışmanın bir kısıtını oluştururken aynı zaman ana dilde olması itibariyle doğrudan Türkiye'deki akademisyenleri ve okuyucuları hedeflemesi bakımından da önemli görülmektedir. Nitel çalışmaların kalitatif doğası, bize durum tespiti yapmamıza imkân vermektedir. Nicelikten ziyade niteliğin ön plana çıktığı bu çalışmalar, belirli bir zaman dilimi ve kapsam çerçevesinde hangi hususların dikkat çektiğini ifade etmektedir. Bu çalışmanın da genellenebilir – nitel çalışmaların da doğası gereği – sonuçlara ulaşma amacı bulunmamaktadır.

Ancak pandemi gibi sosyal etkisi yüksek bir olgunun, Türkçe yayınlara ne şekilde yansdığı, hangi alanların dikkat çektiğinin anlaşılması, hangi alanlarda problem görüldüğünü de anlamamıza yardımcı olacaktır.

Mevcut temalardaki yoğunluğun görece az olması çalışmanın dezavantajı gibi görünse de nitel açıdan çalışmaların farklı boyutlarda çeşitlilik göstermediğini ve geniş bir yelpazenin değerlendirilmesine imkân verdiğini işaret etmektedir. Bu durum Türkiye'deki akademisyenlerin aslında COVID19 olgusunu farklı boyutlarla daha görünür kıldıklarını da göstermektedir.

Kaynakça

- Abed, S. S. (2021). A literature review exploring the role of technology in business survival during the Covid-19 lockdowns. *International Journal of Organizational Analysis* DOI: 10.1108/IJOA-11-2020-2501.
- Abd-Alrazaq, A., Alajlani, M., Alhuwail, D., Schneider, J., Al-Kuwari, S., Shah, Z., ... & Househ, M. (2020a). Artificial intelligence in the fight against COVID-19: scoping review. *Journal of medical Internet research*, 22(12), e20756.
- Abd-alrazaq, A., Alajlani, M., Alhuwail, D., Erbad, A., Giannicchi, A., Shah, Z., ... & Househ, M. (2020b). Blockchain technologies to mitigate COVID-19 challenges: A scoping review. *Computer Methods and Programs in Biomedicine Update*, 100001.
- Arefi, M. F., & Poursadeqiyani, M. (2020). A review of studies on the epidemic crisis of COVID-19 disease with a preventive approach. *Work*, 66, 717-729, DOI:10.3233/WOR-203218.
- Boiral, O., Brotherton, M. C., Rivaud, L., & Guillaumie, L. (2021). Organizations' Management of the COVID-19 Pandemic: A Scoping Review of Business Articles. *Sustainability*, 13(7), 3993.
- Côté, D., Durant, S., MacEachen, E., Majowicz, S., Meyer, S., Huynh, A. T., ... & Dubé, J. (2021). A rapid scoping review of COVID-19 and vulnerable workers: Intersecting occupational and public health issues. *American Journal of Industrial Medicine*.
- COVID-19 Global literature on coronavirus disease, 6 Eylül 2021 tarihinde <https://search.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/> adresinden alındı.
- Haleem, A., Javaid, M., Vaishya, R., & Deshmukh, S. G. (2020). Areas of academic research with the impact of COVID-19. *The American Journal of Emergency Medicine*, 38(7), 1524-1526.
- Heßling, M., Hönes, K., Vatter, P., & Lingenfelder, C. (2020). Ultraviolet irradiation doses for coronavirus inactivation—review and analysis of coronavirus photoinactivation studies. *GMS hygiene and infection control*, 15, ISSN 2196-5226.
- Homolak, J., Kodvanj, I., & Virag, D. (2020). Preliminary analysis of COVID-19 academic information patterns: a call for open science in the times of closed borders. *Scientometrics*, 124(3), 2687-2701.
- Kendall, J. (1999), Axial Coding and the Grounded Theory Controversy. *Western Journal of Nursing Research*, 21(6), 743-757.
- Krishnaratne, S., Pfadenhauer, L. M., Coenen, M., Geffert, K., Jung-Sievers, C., Klinger, C., ... & Burns, J. (2020). Measures implemented in the school setting to contain the COVID-19 pandemic: a scoping review. *Cochrane Database of Systematic Reviews*, (12), Art. No.: CD013812.
- Kuckartz, U. (2019), Chapter 8. Qualitative Text Analysis: A Systematic Approach, (Eds.: G. Kaiser ve N. Presmeg), *Compendium for Early Career Researchers in Mathematics Education*, s. 181-197, İsviçre: Springer Open.

- Lv, M., Luo, X., Estill, J., Liu, Y., Ren, M., Wang, J., ... & Chen, Y. (2020). Coronavirus disease (COVID-19): a scoping review. *Eurosurveillance*, 25(15), 2000125.
- Mawani, F. N., Gunn, V., O'Campo, P., Anagnostou, M., Muntaner, C., Wanigaratne, S., ... & An, A. (2021). COVID-19 Economic Response and Recovery: A Rapid Scoping Review. *International Journal of Health Services*, 51(2), 247-260.
- Noone, C., Warner, N. Z., Byrne, M., Durand, H., Lavoie, K. L., McGuire, B. E., ... & Toomey, E. (2021). A scoping review of research on the determinants of adherence to social distancing measures during the COVID-19 pandemic. *Health Psychology Review*, 1-168.
- Pham, M. T., Rajić, A., Greig, J. D., Sargeant, J. M., Papadopoulos, A., & McEwen, S. A. (2014). A scoping review of scoping reviews: advancing the approach and enhancing the consistency. *Research synthesis methods*, 5(4), 371-385.
- Rädiker, S. ve Kuckartz, U. (2020), *Focused Analysis of Qualitative Interviews with MAXQDA*, MAXQDA Press: Berlin, Germany.
- Radecki, J., & Schonfeld, R. (2020). The Impacts of COVID-19 on the Research Enterprise. *Ithaka S+R Research Report*, 31 Ağustos 2021 tarihinde <https://sr.ithaka.org/wp-content/uploads/2020/10/SR-Report-Impacts-of-COVID-19-on-the-Research-Enterprise102620-1.pdf> adresinden alındı.
- Saillard, E. K. (2011), Systematic versus Interpretive Analysis with two CAQDAS packages: NVivo and MAXQDA, *Forum: Qualitative Social Research*, 12(1), Art. 34.
- Salinger, S., Plonka, L. ve Prechelt, L. (2008), A coding scheme development methodology using grounded theory for qualitative analysis of pair programming. *Human Technology: An Interdisciplinary Journal on Humans in ICT Environments*, 4(1), 9-25.
- Shakil, M. H., Munim, Z. H., Tasnia, M., & Sarwar, S. (2020). COVID-19 and the environment: A critical review and research agenda. *Science of the Total Environment*, 745, 141022.
- Tang, K. H. D. (2020). A scoping review of studies on COVID-19. *International Journal of Science and Healthcare Research*, 5(2), 205-14.
- Tricco, A. C., Lillie, E., Zarin, W., O'Brien, K., Colquhoun, H., Kastner, M., ... & Straus, S. E. (2016). A scoping review on the conduct and reporting of scoping reviews. *BMC medical research methodology*, 16(1), 1-10.
- Tsao, S. F., Chen, H., Tisseverasinghe, T., Yang, Y., Li, L., & Butt, Z. A. (2021). What social media told us in the time of COVID-19: a scoping review. *The Lancet Digital Health*, 3, e175-e194.
- Vollstedt, M. ve Rezat, S. (2019), Chapter 4. An Introduction to Grounded Theory with a Special Focus on Axial Coding and the Coding Paradigm, (Eds.: G. Kaiser ve N. Presmeg), *Compendium for Early Career Researchers in Mathematics Education*, 81 – 100, İsviçre: Springer Open.
- Wigginton, N. S., Cunningham, R. M., Katz, R. H., Lidstrom, M. E., Moler, K. A., Wirtz, D., & Zuber, M. T. (2020). *Moving academic research forward during COVID-19*. *Science*, 368(6496), 1190-1192.
- Yas, H., Alkaabi, A., Al Mansoori, H. M., Masoud, M., & Alessa, A. (2021). A scoping review research on the dynamics managing of Coronavirus disease (COVID-19). *Elementary Education Online*, 20(2), 169-178.

TOPLUMSAL HAREKETLER BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA ARŞİVLERİNİN TOPLUMSAL BELLEĞİN İNŞASINDAKİ ROLÜ

Aysun EYREK¹, Belgin ÇETİN²

Öz

İnternet ve sosyal medya, bireylerin bilgi edinmek, etkileşimde bulunmak ve toplumsal olaylar karşısında tepkilerini dile getirmek için kullandıkları bir alan haline gelmiştir. Her gün, sosyal medya hesapları, web siteleri gibi dijital medya platformlarından sayısız bilgi üretilmekte ve paylaşılmaktadır. Bu bilgilerden bazıları teknik ve ekonomik sorunlar nedeniyle silinmekte ve bilgilere erişilememektedir. Erişilmeyen bilgiler arasında bugünün tarihini gelecekte aydınlatacak bilgilerin de olabileceğini, bu nedenle bu bilgilerin korunması ve uzun süre saklanması gerektiğini savunan dijital arşiv aktivistleri, geliştirdikleri uygulamalarla sosyal medya ve internet arşiv çalışmalarını toplumsal bellek açısından önemini tartışmaya açmışlardır. Bu çalışmanın amacı da dijital bellek kavramından hareketle, sosyal medya arşivlerinin toplumsal belleğin inşasındaki rolünü ortaya koymaktır. Çalışmada dijital aktivist oluşumu Documenting the Now (DocNow) detaylı incelenmiş, arşiv çalışmaları toplumsal bellek açısından analiz edilmiştir. Dijital etnografi yönteminin kullanıldığı çalışmada, sosyal medya arşivlerinin, toplumsal belleğin inşasında önemli bir parçası olduğu, bugünün toplumu gelecekte anlaşılmasında potansiyel taşıdığı ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Dijital Aktivizm, Sosyal Medya Arşivleri, Dijital Arşiv Aktivizmi, Toplumsal Hareketler, Dijital Bellek

Jel Sınıflaması: Z00, Z10, Z19.

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA ARCHIVES IN THE CONSTRUCTION OF COLLECTIVE MEMORY WITHIN THE CONTEXT OF SOCIAL MOVEMENTS

Abstract

Internet and social media have become a sphere that individuals use to obtain information, interact with each other, and express their grievances to the social events. A vast amount of information is created and shared each day on digital media such as social media, websites. Some of this information is deleted or not accessed due to technical and economic reasons. Digital archive activists claim that there may be historical documents among the inaccessible information. Hence, these would enlighten on today's history in the future, and therefore the information should be preserved and stored for a long time. These are characterized with the recording of data created on the internet, the storage of information by gathering it, long-term storage, and the ensuring future use of collected data. The aim of this paper is to explain the role of social media archives in the construction of collective memory, based on the concept of digital memory. The study focuses on social media archives of social movements, Documenting the Now (DocNow) that is a digital archival activist. This study investigates the role of their archival works on collective memory of social movements. The study in which the digital ethnography was used, concludes that the social media archives are significant of part of construction of collective memory, have the potential to serve understanding today's society at the future.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Fenerbahçe Üniversitesi, İletişim Fakültesi, aysune.eyrek@fbu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9898-6271

²Kütüphane Direktörü, Fenerbahçe Üniversitesi, belgin.cetin@fbu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7696-3012

Keywords: Digital Activism, Social Media Archives, Digital Archival Activism, Social Movements, Digital Memory

Jel Classification: Z00, Z10, Z19.

1. Giriş

Yeni medya, geleneksel medyanın aksine bireylere içerikleri üretmelerine ve üretilen içeriklerin yayılmasında etkili olmalarını izin vererek, onların pasif ve edilgen konumdan aktif ve etken konuma gelmelerini sağlamıştır. Henry Jenkins, bireylerin bu yeni medyadaki etken konumunu, “katılımcı kültür” kavramıyla açıklamaktadır. Jenkins’e göre (2006:3), yeni medya, insanların ağ üzerinde diğerleri ile karşılaşmasını, herhangi bir konuda kolektifler oluşturmasını, içerikler üretmesini ve bu içerikleri diğerleriyle paylaşılmasına olanak sağladığı için katılımcı kültürü pekiştirir. Manuel Castells de yeni medya ortamlarının (internet ve ağ teknolojilerinin) ilk defa çok sayıda insanın diledikleri zaman, küresel ölçekte iletişim kurmalarına izin veren alan olduğunu, bu alanın insanların toplumsal olaylar karşısında eyleme geçme, bilgilen(dir)me, yeni katılımcılar bulma, örgütlenme, karşıt kamusal alanlar yaratma gibi amaçlar için kullanılan ayrıcalıklı bir alan olduğunu belirtir (2020: 195).

Her yıl internet ve sosyal medya kullanımına dair rapor yayımlayan WeareSocial ve Hootsuite’in 2020 yılında yayımladıkları “Digital in 2020” adlı rapora göre; dünya çapında 4,54 milyar (%59) kişi internet, 3,8 milyar (%49) kişi ise sosyal medya kullanmaktadır (Wearesocial, 2020). Türkiye’de ise 62,7 milyon (%75,3) internet kullanıcısı (TÜİK, 2019), 54 milyon (%64) sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır (Wearesocial, 2020).

Bu istatistiki verilere bakıldığında, Dünya ve Türkiye nüfusunun yarısından fazlasının internete (ağlara) bağlı olduğunu söylemek mümkündür. Ağlara bağlı olan insanlar, bireysel yaşamlarını içeren anılardan, toplumsal olaylara kadar gündelik aktivitelerini sosyal medyadan bir diğeriyle ağ üzerinden paylaşmaktadır. Dünya’da en çok kullanılan web siteleri arasında 7. sırada olan Facebook’un 2,70 milyar kullanıcısı bulunmakta ve Facebook’ta her gün 350 milyon fotoğraf paylaşmaktadır (Alexa, 2021; Aslam, 2021). Facebook yönetimi, paylaşılan hikayelerin sayısını açıklamasa da bu hikayelerin %36’sının en az bir politik konu ile ilgili olduğunu belirtmiştir (Aslam, 2021). Facebook’a ait olan görsel içeriklerin öne çıktığı 1,74 milyar kullanıcı bulunan Instagram’da ise günde ortalama 500 milyon kullanıcı hikayesini; politik konuların daha çok tartışıldığı, 2020 yılında dünya çapında 340 milyon kullanıcısı bulunan Twitter da ise her gün ortalama 500 milyon tweet paylaşmaktadır (Mohsin, 2021; Sehl, 2020; Raffi, 2013). Bu rakamlar sadece öne çıkan sosyal medya platformlarına aittir. Tiktok, Snapchat, Youtube, WhatsApp gibi sosyal medya platformlarından, web sitelerinden, blog sayfaları gibi ağlar üzerinde her gün ölçülmeyecek kadar yoğun içerik akışı gerçekleşmektedir.

Jenkins’in katılımcı kültürle vurguladığı gibi paylaşılan içeriklerin üreticisi olan bireyler, aynı zamanda bu içeriklerin dağıtımında da aktif rol oynamaktadır. Bireylerin, sosyal medyadan paylaştıkları, bireysel duygu ve düşünceleri, örneğin bir aile yemeğinde çekilen fotoğrafları, ziyaret ettikleri bir yerin videosu ya da kimlerin bu geziye katıldığı gibi pek çok bireysel yaşamdan kesitleri içeren, ağlar üzerinden paylaşılan bu içerikler birer veri olarak ele alınmaktadır.

Sosyal medya verilerinin yanı sıra akıllı telefonların sensörlerinden edinilen bireylerin konumları, güvenlik kameralarından elde edilen görüntüler, sağlık bilgileri gibi pek çok bilgi/veri bugün teknoloji ve hükümetler tarafından kayıt altına alınarak “büyük veri”, “metadata” olarak adlandırılmakta, toplumun analiz edilmesinde kullanılmaktadır (Inmon ve Linstedt, 2015: 52).

Verilerin analizi; bir partinin alacağı oy, seçmenlerin davranış değişiklikleri, tüketicilerin neyi tercih edip etmeyecekleri, doğal afetler sırasında insanların duyguları gibi sosyal olguların nasıl şekilleneceğine dair tahminlerde bulunulmasını sağlamaktadır.

Bu veriler, “şirketler, hükümetler ve öteki hissedarlar önceleri belirsiz tahminlere güvenmek durumundayken, enformasyon yoluyla insanın belirsiz olan tahminlerini verilere dayandırmasını” sağlamıştır (Puschmann ve Burgess, 2020: 96).

Teknoloji şirketlerinin elinde bulunan ve izin verdikleri ölçüde üçüncü kişilerle paylaşılan bu verilerin toplumsal olguları tahmin etmede kullanılmasının yanı sıra, araştırmacılar bu verilerin toplumsal bir fayda olarak, toplumun erişimine açık olması gerektiğini belirtir. Araştırmacılar tarafından, “özellikle ana akım medya yer almayan ancak tarihi öneme sahip toplumsal olaylar sırasında, insanların o olaya ilişkin tepkilerini içeren sosyal medya içerikleri ya da protestolar sırasında orada bulunan kişiler tarafından çekilen görüntüler, canlı yayınlanan videolar, gelecekte bugünün tarihine ışık tutan birer belge olarak ele alınabilir mi?”, “Bu veriler, toplumsal belleğin inşasında/şekillenmesinde nasıl rol oynar?” soruları tartışmaya açılmış ve bu alanda çalışmalar yapılmaya başlanmıştır.

Bu çalışmanın amacı, sosyal medya arşivlerinin, toplumsal belleğin inşasındaki rolünü, toplumsal hareketlerin sosyal medya arşiv çalışmalarını yürüten, bu konuda alanın öncülerden olan DocNow üzerinden ortaya koymaktır.

Bunun için çalışmanın birinci bölümünde, çalışmanın kavramsal zemini olan “dijital bellek” kavramı ele alınarak, dünyada internet ve sosyal medya arşivleri örnekler üzerinden açıklanmaya çalışılacaktır. İkinci bölümde, toplumsal hareketler ile sosyal medya arşivleri arasında bağlantılı kurulacak, arşiv aktivizmi ele alınacaktır. Üçüncü bölümde dijital arşiv aktivisti DocNow’un çalışmaları detaylı incelenerek, analiz edilecektir. Sonuç bölümünde DocNow örneklemeden dijital etnografi yöntemiyle elde edilen bilgiler ışığında, yeni bir arşiv çalışması olan sosyal medya arşivlerinin toplumsal bellek inşasında rolü ortaya konulacaktır.

2. Toplumsal Bellek Olarak İnternetin Arşivlenmesi: Dijital Bellek Çalışmaları

İnternet ortamında her gün sayısız bilgi üretilmekte, yeni olan her bilgi daha eskimeden yerine bir başka yeni eklemektedir (Jacoby, 1996: 19). Her yeni bilginin diğerini bastırma hali, internette yer alan bazı bilgilerin ortadan kaybolması ve yitirilmesi sonucunu getirir. Paul Connerton, “geçmişte gerçekleştirilen tüm insan etkinliklerinin bilgisi ancak onların bıraktığı izlerden yola çıkılarak edinilebilir.” demektedir (2014: 27). Connerton’ın izinden gidersek, günümüz toplumunu gelecekte anlamak için bireylerin internet ve sosyal medyada bıraktığı izler bugünü anlamlandıran hatırlama araçları olarak değerlendirilebilir.

Her gün yenisi eklenen internet siteleri, blog sayfaları ve sosyal medya iletileri gibi internet ortamında oluşturulan verilerin kaydedilmesi, bu bilgilerin bir araya getirilerek, uzun süre saklanması, bu verilerin gelecekte kullanımının sağlanması dijital bellek olarak tanımlanmaktadır (Niu, 2012). Dijital verilerin saklanması ve uzun süre korunmasının dijital bir miras olarak önemi üzerine, hükümetler ve kütüphaneler 1990'ların sonu 2000'li yılların başında dijital bellek çalışmalarına başlamıştır. Günümüzde dünya çapında 27 ülkede bilinen 42 adet internet arşivleme sistemi mevcuttur (Müngen ve Karağaçlı, 2015).

Dijital teknolojilerdeki gelişmeler bilginin üretimi, işlenmesi, arşivlenmesi, erişimine yönelik kuralları ve uygulamaları etkilemiş ve dönüştürmüştür.

Dijital bellek çalışmaları, sadece basılı dokümanların internet ortamında aktarılmasını kapsamamakta, internette yer alan her türlü bilginin, web sitelerinin arşivlenmesini içeren “internet arşivlemesi” ile konusuna göre tasnif edilmiş, sosyal medya verilerinin arşivlenmesini içeren “sosyal medya arşivleri”ni de kapsamaktadır.

İnternet arşivleme işlemi; internette kaydedilen verilerin depolanması, bir arşivde tutulması ve bu toplanan verilerin gelecek araştırmalarda kullanılabilmesini sağlayan bir veri toplama işlemi olarak açıklanmaktadır (Niu, 2012). İnternet arşivlemede süreklilik saptanarak, bir toplumun belleğinin kaybolmamasına karşı bir eylem olarak değerlendirilmektedir (ISO, 2013: 15).

İnternet arşivlemesinin ilk örneklerinden birisi, 1996 yılında kurulan Internet Archive (*İnternet Arşivi*) adlı sanal kütüphanedir. Kütüphane, internette yer alan bilgilerin bir belge olarak ele alınmadığı için kütüphaneden önce kimsenin bu bilgileri arşivlenmediğini belirtir (Internet Archive, 2021). Sanal kütüphanede, web sitelerinin yanı sıra basılı belgeler, televizyon programları, müzik arşivi gibi görsel-işitsel pek çok dokümanı arşivlenmektedir (Toyoda ve Kitsuregawa, 2012). Bugün Internet Archive'ın veri tabanında toplamda 25 yıllık bir web sitesi arşivi bulunmaktadır. İnternet arşivlemesinin diğer bir örneği de Avrupa Birliği tarafından desteklenen, EuropArchive (*Avrupa Arşivi*) adlı arşivdir (2021).

2004 yılında Amsterdam merkezli kurulan arşiv, her ay Avrupa bölgesinde yer alan web sitelerini arşivlemekte ve bugün veri tabanında terabayta varan web arşivi bulunmaktadır. 2010 yılında açık kodlu kaynak kullanarak, herkesin erişimine sunulan arşiv, “Medyanın belleğe hizmet ettiğine inanıyoruz. İnternetteki bilgi kasırgası içinde önemli ve değerli parçaları korumak için internetin büyük ölçekli, herkese açık bir internet belleğinin gerekli olduğuna inanıyoruz.” (EHPS, 2011) diyerek, çalışma amaçlarını açıklamıştır. EuropArchive, internette yer alan bilgilerin, bellek inşasından yerini vurgu yaparak, çalışmalarını “dijital bellek” olarak adlandırmaktadır.

Bağımsız ve fonlarla desteklenen dijital arşiv çalışmalarının yanı sıra Dünya’da bazı ülkelerin de internet ve sosyal medya arşiv çalışmaları bulunmaktadır. Yeni Zelanda hükümeti 2003 yılında (National Library of New Zealand (*Ulusal Yeni Zelanda Kütüphanesi*)), 2003 yılında İngiltere hükümeti (Legal Deposit Libraries Act (*Yasal Mevduat Kütüphaneler*)), 2004 yılında Kanada (the Act to Establish the Library and Archives of Canada (*Kanada Arşiv ve Kütüphane Kurma Girişimi*)) ulusal kütüphanelerinde internet arşivlerine ayrı bir yer vererek, dijital bellek çalışmalarını hükümet tarafından destekleyen ilk örneklerindendir (Toyoda ve Kitsuregawa, 2012).

Bu arşivlerden öne çıkan dünyanın en büyük kütüphanelerinden olan British National Archives (*İngiliz Ulusal Kütüphanesi*), bin yıllık tarihi arşive sahiptir. Kütüphane, İngiliz hükümetine bağlı bakanlık, büyükelçilik gibi resmi kurumların web sitelerini (yaklaşık 700 milyon web sayfası) arşivlemiş ve arşivlemeye devam etmektedir (Maynard ve Greenwood, 2012: 3487). 2014 yılında sosyal medya verilerini de arşivleyen kütüphanede, 2006 yılından günümüze toplamda 877 bin tweets, 119 bin 600 Flickr fotoğrafı, 39 bin 900 Youtube videosu arşivlenmiştir (British National Archives, 2020).

Kütüphane, sosyal medya arşiv çalışmasında, İngiltere'nin 2000 yılından sonra öne çıkan toplumsal olaylar sırasında (2016 yılı Brexit, Londra Olimpiyatları gibi) sosyal medyada bu olaya ilişkin açılan etiketlerin altında paylaşılan tüm içerikleri arşivleyerek, araştırmacıların erişimine sunmuştur (British National Archives, 2020). Başkanlık ve ona bağlı birimlerin sosyal medya hesaplarıyla, web sitelerini arşivleyen diğer bir ülke ABD'dir.

ABD'de başkanlığa bağlı sosyal medya hesaplarıyla, web siteleri, resmi bir belge olarak tanınmış ve bunun üzerine başkan, başkan yardımcısı, başkan eşi gibi resmi makamlar adına açılmış hesaplar 2017 yılından itibaren düzenli olarak arşivlenmektedir. National Archives (*Ulusal Arşivler*) altında yer alan başkanlık arşivlerinde, internet arşivlemesi ve sosyal medya arşivleri Barack Obama yönetimi ile başlamıştır (Barack Obama Presidential Library, 2021).

Ulusal arşiv çalışmalarının yanı sıra sosyal medyadaki verilerin akademik çalışmalar için kullanma ihtiyacı duyan üniversitelerin ve bağımsız araştırma merkezlerinin geliştirilmiş oldukları açık kaynak kodlu uygulamalar bulunmaktadır. İnternet ve sosyal medya verilerine ulaşılması belli teknik ve yazılım bilgisi gerekmektedir. Araştırmacılar için bu yazılımlar ya da uygulamalar karmaşık ve anlaşılması zor gelmektedir. Sosyal ağlardaki verilerin amaca uygun olarak arşivlenmesi, araştırmada ve akademik çalışmalarda kullanılabilir ve erişilebilir olması kütüphane, vakıf, arşiv aktivistleri tarafından çeşitli yazılımlar ve araçlar geliştirilerek, arşiv çalışmalarının geniş kesime ulaşması hedeflenmektedir. İlk örneklerinden birisi George Washington Üniversitesi Kütüphanesi tarafından geliştirilen ve Twitter'dan araştırmacıların talebine uygun veri kümelerini çekebilen Social Feed Manager (SFM-Sosyal Akış Yöneticisi) yazılımıdır.

Yazılım, herkesin erişimine açık, GitHub platformu üzerinden, amacına uygun kullanabileceği bir olanak sunmaktadır. George Washington Üniversitesi Kütüphanesi standart hizmetlerine “sosyal medya veri danışmanlığı” olarak adlandırdığı bu olanağı da ekleyerek, akademik kütüphane iş tanımını genişletmiştir. Güncel sosyal medyayı kullanarak, içerikleri bir araya getirmek, uzun vadeli korunmasını sağlamayı hedefleyen, diğer yazılımlara örnek olarak Mukurtu, Open Archive, Archives Unleashed, Webrecorder verilebilir.

İnternet ve sosyal medya arşivlerini kapsayan dijital bellek çalışmaları, hükümetlerden kütüphanelere, arşiv ve bellek araştırmacılarından aktivistlere kadar, bu verilerin korunması önemli görülmektedir. İnternet ve sosyal medya yer alan bilgilerin uzun süre korunması, tarihi belge olarak gelecek nesillere aktarılması, üzerinde düşünülmesi ve tartışılması gereken bir konudur. Türkiye'de sosyal medya içeriklerinin arşivlenmesine yönelik bir bilimsel çalışma/projeye rastlanılmamıştır (Yalçınkaya, 2020: 34).

3. Toplumsal Hareket Arşivlerine Dijital Arşiv Aktivizminin Etkisi

20. yy.'nın ilk on yılında, dünyanın çeşitli yerlerinde ekonomik ve sosyal eşitsizliğe, iklim krizine, ayrımcılığa, insan hakları ihlallerine karşı toplumsal hareketler yaşanmış, yaşanmaya devam etmektedir.

Arap Baharı (Tunus'ta başlayıp Libya, Mısır, Yemen, Suriye ve Bahreyn'e yayılan), Gezi Hareketi (Türkiye), Occupy (İşgal) Hareketi (ABD), Metoo (Bende) hareketi (ABD), Indignados (Öfkeliiler) Hareketi (İspanya), gibi tüm bu toplumsal hareketler sırasında sosyal medyanın, toplumsal muhalefeti güçlendirici, insanlar arasındaki iletişimi sağlayan bir araç olduğu ve hareketlerin küresel ölçüğe yayılmasında itici bir güç olduğu yapılan araştırmalar ile ortaya konulmuştur (Castells, 2015; Gerbaudo, 2012; Bennett vd., 2014).

Sosyal medyanın toplumsal hareketler üzerindeki etkisini anlamak için yakın dönem örneklerinden Floyd eylemlerine³ bakmak, sosyal medya arşivleri ve toplumsal hareketler arasındaki ilişkiyi anlamak için yol gösterici olabilir.

2020 yılı Mayıs ayında ABD'de başlayan Floyd eylemleri ülke sınırlarını aşarak, tüm dünyada siyah ayrımcılığına karşı kitlesel bir protestoya ve tepkiye dönüşmüştür. Silahsız siyah adamın (George Floyd) polis tarafından tutuklanmasını içeren, görgü tanıkları tarafından çekilen video, sosyal medyada geniş çapta paylaşılmış, tüm dünyada siyahilerin polis şiddetine maruz kalmasına, öldürülmesine karşı – çevrim içi ve çevrim dışı- protestolarda büyük bir rol oynamıştır (McLaughlin, 2020; Richmond, 2020). PEW Araştırma Merkezi verilerine göre, gösterilerin başladığı 26 Mayıs'tan 7 Haziran'a kadar, "BlackLivesMatters (Siyahilerin hayatı önemlidir)" etiketi altında toplamda 47,8 milyon tweet gönderilmiştir (Anderson vd., 2020).

Floyd olayının, küresel boyutta toplumsal muhalefete dönüşmesinde görgü tanığının olay anına dair çektiği videonun da etkili olduğu söylenebilir. Videonun sosyal medyada paylaşılması, konunun ulusal sınırlar içinde ve dışında geniş kitlelere ulaşarak, gündemde yer almasını ve bireysel siyasal katılımı arttırarak, insanların kolektif eylem üretmelerini sağlamıştır (Bennett vd., 2014:233). Tutuklama anına ilişkin videoyu izleyenler dolaylı yoldan olaya tanık olmuşlardır. Bu tanıklık hali, izleyiciyi iletişimsel anıların yardımıyla tarihsel ve kültürel belleğin inşasında aktif bir katılımcıya dönüştürmüştür (Başaran İnce, 2014: 24). Floyd eylemlerinde de görüldüğü gibi, sosyal medya ana akım medyada yer almayan bilgilere ulaşmada, insanların bir araya gelmesini sağlamada, toplumsal muhalefetin oluşmasında alternatif bir araç olmuştur.

Toplumsal olaylar sırasında insanların tepkilerini içeren sosyal medya içeriklerini belgelemek, arşivlemek toplumu anlama ve o topluluğun belleğine sahip çıkılması bakımından arşivcilere, araştırmacılara ve aktivistlere birincil kaynak sunmaktadır. Özellikle, Twitter'in, aktif ve

³ 25 Mayıs 2020 tarihinde George Floyd adından siyahî, ABD'nin Minneapolis eyaletinde polis tarafından tutuklanmasının ardından yaşamını yitirmiştir. Tutuklama sırasında, görgü tanıkları tarafından çekilen görüntülerde, beyaz polis memurunun dizini Floyd'un boğazına bastırarak, onu nefessiz bıraktığı ardından Floyd'un öldüğünü göstermektedir. Bu videonun dolaşıma girmesinin ardından önce ABD'de sonra dünyanın çeşitli yerlerinde ırkçılığa karşı protestolar düzenlenmiştir (Hill vd., 2020; Dakss, 2020). 2012 yılında siyahî genç Trayvon Martin'in polis tarafından öldürülmesinin ardından sosyal medyada "BlackLivesMatter (BLM)" etiketi ile siyahî yönelik ayrımcılığa karşı bir hareket başlatılmıştır (Clayton, 2018: 2). 2012 yılında beri siyahî ayrımcılığın karşı sosyal medyada BLM etiketi kullanıldığı görülmektedir.

yayılmacı kullanımının bir yan etkisi olarak, toplumu anlamak için zengin ayrıntılar sunmaktadır (Risse vd., 2020: 290). Sosyal medya verilerinin, büyük teknoloji firmalarının elinden çıkararak, toplumsal faydaya dönüştürmek, unutmaya karşı hatırlamayı öne çıkaran, alternatif bir arşiv yaratma biçimi olarak “dijital arşiv aktivizmi” hareketi ortaya çıkmıştır.

Arşiv aktivistleri, topluluk arşivleri yaratarak, toplumsal hareketlerin konularına göre, toplumda dezavantajlı grupların, marjinalize edilmiş toplulukların (feministler, çevre hareketi, siyah karşıtlığı gibi) ve belli bir topluluk tarafından yürütülen toplumsal hareketlerin yeni bir formu olarak değerlendirilmektedir. “BlackLivesMatter” hareketinden doğan 2015 yılında kurulan “Baltimore Uprising Archive Project (*Baltimore Ayaklanması Arşiv Projesi*) ve “Documenting Ferguson (*Ferguson’u Belgelemek*)” topluluk arşivlerine örnek verilebilir.

Topluluk arşivi kavramı ilk kez 1942 yılında “Library Journals” dergisinde ABD literatüründe kullanılmıştır (Poole, 2020: 658). 1960-1970 yıllardaki toplumsal olayların yükselişiyle birlikte sözlü tarih, halk tarihi çalışmalarında kullanılmaya başlanmıştır (Poole, 2020:658). 21. yy.’ın sonlarında topluluk arşivlerinin büyümesi ve görünürlüğünün artması, kişisel ve aile geçmişine olan ilginin artması, tarihsel kayıtlardaki eksiklikler, önyargılarla ilgili artan farkındalık ve hayal kırıklığı, ötekileştirilen grupların kendi kimliklerini ifade etme istekleri yönünde oluşmuştur (Flinn, 2010: 51; 2007: 160). Arşiv alanında, "Aktivist arşivler" kavramı, son yıllarda hem bilimde hem de uygulamada ilgi görmüştür. Arşiv akademisyenleri Andrew Flinn ve Ben Alexander, “aktivist arşiv” kavramını arşiv kayıtlarının erişim hakları ya da katılımcı haklar gibi konularda kampanya yapan, aktivist grupları ve sosyal adalet amaçlarını desteklemek için arşiv koleksiyonlarının yayılmasını sağlamak olarak tanımlamaktadır (Cifor vd., 2018: 70). Topluluk arşivleri, toplumsal belleğin, gelecek nesillere aktarılmasında topluluk kimliğini ve belleğini belgelemek için önemli bir alandır. Topluluk arşivleri hakkındaki güncel tartışmalar, genellikle bu arşivlerin varoluşunun, bir topluluğun kendi kimliğinin ve belleğinin kayıt altına alınması, kontrol edilme ihtiyacı tarafından yönlendirildiğini açıklamaktadır (Flinn, 2007:160; Gilliland ve Flinn, 2013). Topluluklar kendilerini nasıl ve neden belgelediği, neden arşiv oluşturdukları, hala gelişmekte olan bir araştırma alanıdır. Bu nedenle, ortaya çıkan topluluk arşivleri, amaca uygun görünen teknolojiyi kullanarak kimliği ve belleği canlı tutmak ve paylaşmak için oluşturulan dış mekanlar olarak kavramsallaştırmıştır (Gibbons, 2019).

Aktivizm, toplumsal hareketlerin sosyal medya ile bağlantısı, sosyal medyanın toplumsal hareketler için kayıt altına alınması gereken arşiv oluşturma potansiyeli topluluk arşivlerini yeniden gündeme getirmiştir. Topluluklar, kendi arşivlerini, belleğine sahip çıkmak için bağımsız, gönüllü kişiler tarafından ya da vakıf, kuruluşlardan fonlar alarak arşiv çalışmaları yapmaktadır. Yazılımsal ve teknik bilgi gerektiren sosyal medya arşivlemenin önündeki bu engelin aşılması yine aktivistlerin kendi içlerinden olmuştur. Dijital arşiv aktivistleri, toplulukların kendi arşivlerini oluşturması için arşiv hareketine önem vererek, sosyal medya verilerinin yitip gitmesine karşı yeni bir hareket başlatmışlardır.

4. Araştırma Yöntemi

Sosyal medya arşivlerinin toplumsal bellek inşasındaki rolünü ortaya koymayı hedefleyen bu çalışmada, araştırmannın sorularına ve amacına uygun olarak nitel araştırma yöntemlerinden dijital etnografi yöntemi uygulanmıştır.

Dijital etnografi, klasik etnografiden farklı olarak araştırmacıya, katılımcıları çevrimiçi takip etme, sosyal davranışlarını ve etkileşimlerini çevrimiçi gözleme olanağı sunmaktadır (Anbarlı, 2020: 98).

Dijital etnografinin sahası internettir ve araştırmalarda veriler internet dolayımıyla gözlem, web siteleri, blog sayfaları, dijital video, dijital resim gibi içeriklerin incelenmesiyle elde edilir (Anbarlı, 2020: 98). Araştırma konusunun sosyal medya arşivleri olması, internette üretilen içeriklerin arşivine odaklanması, araştırma yönteminin dijital etnografiye uygun olmasını sağlamıştır.

Bu araştırmada toplumsal hareketlerin sosyal medya arşivlerine odaklandığı için örneklem olarak DocNow seçilmiştir. Sosyal medya arşiv çalışmalarını dünyada yürüten DocNow'un dışında Hatelab, Cosmos gibi araştırma merkezleri, oluşumlar bulunmaktadır.

Bu çalışmada DocNow'un seçilmesinin nedeni; DocNow'un diğerlerinin aksine arşiv çalışmalarında toplumsal hareketlerin sosyal medya arşivlerine odaklanmasıdır. DocNow'u detaylı incelemek, çalışmalarını gözlemek için DocNow tarafından Ocak-Nisan 2021 tarihleri arasında düzenlenen toplantı, sempozyum ve atölyelere "pasif katılımcı" olarak katılmıştır. Dijital etnografide pasif katılımcı yöntem, araştırmacının, incelediği olay ve olguyu uzaktan takip ettiği ancak eylem sahnesinde bulunduğu ve diğer insanların ise takip edildiğini bilmedikleri durumlarda kullanılmaktadır (Baltacı, 2019: 376; Anbarlı, 2020: 99). Katılımcı gözlem yöntemi, araştırmaya araştırdığı konuyu, olayı doğrudan deneyimlenmesine olanak tanıdığı ve olaylara dışarıdan değil içeriden bakmasını sağladığı için araştırmada yöntem olarak seçilmiştir (Spradley, 1980:50). Araştırmada veriler; pasif katılımcı gözlemin yanı sıra DocNow'un web sitesinden, sosyal medya hesaplarından, video kayıtlarından, basın haberlerinden elde edilmiştir.

Verilerin çoklu ve geniş tutulmasının nedeni; araştırma güvenilirliği ve geçerliliğini sağlamak, araştırma hakkında zengin bir veri tabanı oluşturmak ve ulaşılan sonuçların daha geniş bir açıyla analiz edilmesini sağlamaktadır (Subaşı ve Okumuş, 2017: 423).

Çalışmanın araştırma soruları aşağıda gibidir:

- 1.Sosyal medya arşivleri, dijital arşiv aktivistleri tarafından nasıl oluşturur?
- 2.Sosyal medya arşivlerin toplumsal belleğin şekillenmesinde/inşasındaki rolü nedir?

Bu sorulara yanıt bulmak için dijital arşiv aktivist oluşumu ve Dünya'da sosyal medya arşiv çalışmalarına öncülük edenlerden biri olan DocNow çalışmada detaylı incelenmiş, çalışmaları toplumsal bellek açısından analiz edilmiştir. Araştırmada elde edilen verilerin analizinde çeşitli veri toplama teknikleri ile elde edilen verilerin, araştırma sorusuna uygun olarak temalara ayrılarak özetlenmesi ve yorumlanmasını olanak verdiği (Özdemir, 2010: 336) için betimsel analiz kullanılmıştır.

Bu araştırmanın sınırlığını, internet ve sosyal medya arşivlerini kapsayan dijital bellek çalışmalarından, toplumsal hareketlerin sosyal medya arşivlerine odaklanmasıdır. Ayrıca çalışmada, arşiv çalışmalarında öne çıkan tek bir oluşum üzerinden analiz yapılarak, araştırma kapsamı sınırlandırılmıştır.

4.1. Bulgular

Araştırma sonuçları “Sosyal medya arşivlerinin dijital arşiv aktivistleri tarafından oluşturulması” ve “Sosyal medya arşivlerin toplumsal belleğin şekillenmesinde/inşasındaki rolü” iki başlık altında verilmiştir. Araştırma sonuçları paylaşılmadan önce araştırmanın örneklemini DocNow kısaca tanıtılacaktır.

4.2. Dijital Arşiv Aktivist Oluşumu Docnow

Toplumsal hareketlerinin sosyal medya içeriklerinin arşivlenmesi konusunda çalışmalar yapan DocNow, Society of American Archivists’in (*Amerikan Arşivciler Topluluğu*) Washington’daki yıllık toplantısında, bir araya gelen arşivciler tarafından 2014 yılında geliştirilmiştir (Galarza, 2018: 792).

Proje olarak başlayan oluşum, daha sonra proje sınırları aşarak bugün bağımsız çalışmalar yürüten, içerisinde arşiv aktivistleri, akademisyenleri barındıran topluluk arşivleri arasında yerini almıştır. Proje, The Andrew W. Mellon Foundation (*Vakfi*) fon olarak 2015 yılında başlamıştır. Projenin destekçiler arasında University of Maryland, University of Virginia ve topluluk arşivlerine destek veren Shift Collective de bulunmaktadır (DocNow, 2021a). DocNow’un kurulmasında, 2014 yılında ABD’nin Missouri eyaletine bağlı Ferguson kabusunda 18 yaşındaki siyahi genç Michael Brown’un beyaz bir polis tarafından öldürülmesine, siyah ayrımcılığına karşı başlayan toplumsal hareketin sosyal medyada yarattığı etkinin, sosyal adalet duygusunun korunması ve bu içeriklerin korunması edilmesi gerekliliği fikri etkili olmuştur (Summers, 2016).

4.2.1. Sosyal Medya Arşivlerinin Dijital Arşiv Aktivistleri Tarafından Oluşturulması

Documenting the Now, Türkçe “Şimdiyi Kayıt Altına Al” anlamına gelmektedir. Şimdi kayıt altına alınarak, dijital ortamda üretilen içeriklerin ve toplumsal hareketlere ilişkin bilgilerin korunması toplumsal belleği koruma çalışmalarının bir ürünü olarak görülebilir. DocNow’un dijital arşiv çalışmaları, iki ana konu üzerine odaklanmıştır.

Birincisi, sosyal medya verilerinin kayıt altına alınmasındaki teknik sorunların çözümüne yönelik, verilere herkesin erişimi kolaylaştıracak yazılımsal araçlar geliştirerek, teknik destek vermek, ikincisi ise verilerin kullanımı ve arşivlenmesindeki etik konu ve sorunlarla ilgilenenler arasında (kütüphaneci, arşivci, öğrenci, akademisyen, aktivist, yazılımcı vb.) topluluk yaratarak, birbirleri arasında iletişimi sağlamak (Galarza, 2018: 792). DocNow’un yaratmak istediği, arşiv çalışmalarını teknik bir konu olmaktan çıkarmak ve verilere herkesin erişimini kolaylaştırmaktır. Bunu yaparken, aktivistlerin kendi arşivlerini oluşturmalarını sağlayarak, arşiv aktivizmi geniş kesimlere yaymayı amaçlamaktadır. DocNow, kuruluş amacını tarihi öneme sahip toplumsal

olaylar sırasında sosyal medyada paylaşılan fotoğraf, video, ses gibi iletileri arşivleyerek ilgilerin erişimine sunmak olarak açıklar (DocNow, 2021a). Verilerin arşivleme çalışmasında, web sitelerinde bulunan veri setleri (dashboard) kendilerini arşiv aktivisti olarak tanımlayan, gönüllü arşivcilerin katkılarıyla kolektif olarak yapılmaktadır. DocNow'un sloganlarından birisi de “Archiving protests, protecting activist (Protestoları arşivlemek, aktivistleri korumak)’tır.

DocNow, sosyal medya arşivleme yazılımları geliştirmenin yanı sıra, arşiv aktivistleri (topluluk) arasındaki iletişimi sağlamak için “Slack” isimli mobil uygulamayı kullanmaktadır (DocNow, 2021a). Ayrıca Twitter sayfaları ve blog yazıları, belirli aralıklar ile düzenledikleri atölyeler aktivistler için sosyal medya verilerini arşivleme konusunda yayınlar üretmekte, arşiv aktivistlerini bilgilendirmektedir. Floyd eylemlerinden sonra “arşivciler aktivistleri destekliyor (archivist supporting activist)” sloganıyla arşivcilere çağrı yaparak, arşiv oluşturmak isteyen aktivistlere arşivcilerin destek vermelerini istemişlerdir (DocNow, 2021b). Çağrıya web sitesi adı satın alma, yazılım geliştirme, web/video arşivleri oluşturma gibi konularında aktivistlere gönüllü destek sunmak isteyen ABD, Kanada, İngiltere, Almanya, Meksika, İskoçya, İsveç’ten toplamda 262 arşivci yanıt vermiştir (DocNow, 2021b). DocNow, arşivcilerin bilgilerini ve hangi konuda destek vereceklerini yazdıkları listeyi web sitesinden yayınlamıştır (DocNow, 2021b). Bunun nedeni arşivciler ile aktivistler arasındaki bağı kurarak, dayanışma ve yardımlaşmayı pekiştirmek ve dijital içeriklerin korunması konusunda farkındalık yaratarak, topluluk arşivlerini genişletmektir.

4.2.1.1. Docnow Geliştirdiği Araç Nasıl Çalışır?

DocNow özellikle çalışmalarında Twitter’a odaklanmaktadır. Twitter’ın kişilerin siyasi görüşlerini ifade etmesinde bir araç olarak kullanılması, onu diğer sosyal medya platformlarından ayırmaktadır. Twitter’da bazı durumlarda tweetlerin silinmesi, Twitter hesaplarının askıya alınması, teknik problemler nedeniyle içerikler bir süre sonra kaybolmaktadır. DocNow ve onun gibi araçlar geliştiren arşiv aktivistleri sayesinde araştırmacılar dataların kaybolmasına karşı bellek arşivi oluşturmaktadır.

DocNow tarafından geliştirilmiş arşivleme araçları/yazılımları (twarc, hydrator vs.) GitHub platformu üzerinden herkesin erişimine açıktır (DocNow GitHub, 2021). DocNow araçları/yazılımları ile Twitter’dan veri çekme süreçleri aşağıda açıklanmaya çalışılmıştır; “Twitter API’nin Hizmet Koşulları, Web’de büyük miktarlarda bulunan Twitter verilerinin kullanıma sunulmasına izin vermez. Twitter verileri (TweetID’ler), araştırmalar için kullanılabilir ve yerel kullanım için arşivlenebilir, ancak kamuya açık olarak paylaşamaz. Ancak, bu veri setleri tamamen tweet ID lerinden oluşacağı için son kullanıcı için bir anlam ifade etmez.” (DocNow GitHub, 2021).

Twitter'dan veri çekebilmek için API⁴'ler kullanılmaktadır. Çekilen verilerde coğrafi konum, zaman, resim ve diğer ekli bilgiler yer almamaktadır.

Araştırmacılar, Twitter API'sinden sadece tweet kimliklerinden oluşan bir düz metin dosya çekilebilmektedir (DocNow GitHub, 2021).

DocNow'un geliştirdiği komut satır aracı olan "tware"; Twitter API'sinden veri toplanırken kullanıcı tarafından yönetebilen veri hız akışı ve arama limit seçenekleri sunarak, çekilen tweet kimliklerinin JSON (Javascript Nesne Gösterimi) formatında tutulmasını sağlar ve sonra araştırmacılar bu tweet kimliklerini, ilişkili orijinal Twitter verisini görüntüleme işlemi olan "Hydrator" yazılım aracı ile yapabilmektedir.

Bu, Twitter kimlik dosyasını, bilgisayarın masaüstüne ".cvs" uzantılı bir dosya olarak indirilmesini sağlar. "DocNow Hydrator", Twitter gizlilik şartları gereği Twitter API aracılığıyla çekebilene tweet kimliklerinin orijinal içeriğini görüntülenmesini sağlayan açık kaynak kodlu bir yazılımdır. ".cvs" dosyası tweet kimliklerine karşılık gelen orijinal ilgili tüm Twitter verilerini içermektedir. Ayrıca, API aracılığıyla çekilmiş tweet kimlikleri istenirse yine DocNow'un geliştirmiş olduğu ve internet ortamında herkese açık olan katalog uygulamasına eklenebilmektedir. "Catalog" tweet veri setleri kayıt defteri olarak adlandırılabilir. Kullanıcılar bu katalogta bulunan konulara ve araştırmalarına kaynak olabilecek diğer Twitter veri kümelerini yukarıda bahsi geçen "DocNow hydrator" aracı/uygulaması aracılığıyla .cvs formatında masa üstüne indirebilir veya API'den toplamış oldukları bireysel veri setlerini diğer kullanıcılarının faydalanmaları için yine bu kataloğa ekleyerek katkı sunabilirler.

4.2.2. Sosyal Medya Arşivlerin Toplumsal Belleğin Şekillenmesinde/İnşasındaki Rolü

Aktivizm, toplumsal hareketlerin sosyal medya arşivlenmenin gerekliliği ve önemini anlamak için DocNow oluşumu fikir vericidir. Proje olarak başlayan DocNow, bugün arşivcilerden yazılımcılara, akademisyenlerden öğrencilere kadar toplumsal hareketlerin arşivlenmesi konularıyla ilgilenen bu konuda çalışmalar üreten kişileri bir araya getirmiştir. 2000'li yıllardan sonra dijitalin gündelik yaşamın içinde giderek daha fazla yer bulması, sosyal medyanın artık siyasi katılımın sağlandığı bir alan olarak değerlendirilmesi, sosyal medya ve toplumsal bellek arasında nasıl bir ilişki bulunur sorunu tartışmaya açmıştır. Bellek çalışmaları, pratikleri, kültürel araçlar ve teknoloji ile şekillenen, geçmişin şimdiki zamanda şekillenmesi ve inşa edilmesi ile geleceğe taşınan bir süreçtir. Gelecekte şimdikiyi hatırlamak için belgeleme ve kayıt altına almak, tarihsel olayların, figürlerin bilinçli olarak arşivlenmesi toplumsal bellek formları olarak değerlendirilir (Lohmeier ve Pentzold, 2014: 780).

⁴ API (Application Programming Interface Uygulama Programlama Arayüzü), farklı uygulamaların birbiriyle etkileşime geçmelerine olanak sağlayan ve veri alışverişi yapmasını sağlayan ara yazılımdır (Acker ve Kreisner, 2020:117). Ancak, API'ler tarafından toplanan veriler sadece ham veri olduğu için doğrudan görsel bir görüntüleme işlemi yapılamamaktadır. Bunun yanında sosyal medya içerikleri orijinal metin ve görselleri değil, veri kümeleri olarak toplanmaktadır. Yani API aracılığıyla elde edilen verinin saklanması ve görselleştirilmesi için farklı araçlara ihtiyaç vardır (Acker ve Kreisner, 2020:117).

Toplumsal hareketlerin hatırlatıcı imgeleri ya da formları arasında bir fotoğraf, bir cümle ya da ana ilişkin ileti zamanın şimdiki anını temsil eder ve belirli anlatılar, kişisel öyküler bellek çalışmalarını içerir (Gerbaudo, 2012; Smit, vd., 2018: 3120).

Ocak-Nisan 2021 tarihleri arasında düzenlenen toplantılara katınıldığında, DocNow'un ABD merkezli olmasından kaynaklı, arşiv çalışmalarında siyahi toplulukların belleğine yoğunlaştığı gözlenmiştir.

DocNow, etrafında bir araya gelen arşivciler, ABD'nin çeşitli eyaletlerinde siyahi topluluğun belleğini güçlendirecek kütüphaneler kurularak, arşiv çalışmaları yapmaktadır (ATBW, 2021).

29 Nisan 2021 tarihinde Zoom üzerinden gerçekleşen "Archiving the Black Web (Siyah Web Arşivlenmesi)" başlıklı forum iki gün sürmüş ve programda siyahi toplulukların arşiv çalışmalarını yürüten arşivci, akademisyen, aktivistleri bir araya gelerek, arşiv tartışmaları yürütmüşlerdir. DocNow çalışmalarını, toplumsal hareketlere ilişkin arşiv çalışmalarını, bellek çalışmalarının bir parçası olarak değerlendirmektedir (Summers, 2016). Sosyal medya, özel ve kamusal alan, bireysel ve kolektif anıların birbirine bağlandığı, birleştiği bir alan olarak işlev görür. Andrew Hoskins, bu birleşimden doğan belleği "bağlantılı bellek (connective memory)" olarak kavramsallaştırarak, toplumsal belleğin insan ile dijital teknolojiler, medya arasındaki bağlantıların akışı yoluyla elde edildiğini belirtir (2011: 272).

DocNow arşiv aktivistlerinden olan Ed Summers, sosyal medyanın insan hareketlerini temsil eden, geçmiş dönemde şimdi yaşanan tarihi olayları anlamak için bir rehber olduğunu belirtmektedir (2019). Sosyal medyada yer alan veriler, bazı durumlarda silinmekte, hesaplar askıya alınmakta ya da şirketlerin veri politikalarındaki değişiklikler nedeniyle verileri ulaşılmamaktadır. DocNow oluşumun amacı da bu verilerin uzun süre korunarak, bellek çalışmalarına katkı sunmak ve toplulukların belleğini canlı tutmak ve sosyal medya arşivlerinin toplumsal bellek inşasındaki etkisi hakkında farkındalık yaratmaktır. Dijital arşivciler, sosyal medyanın bir gün tarihçiler, araştırmacılar için muazzam bir materyal sunacağını belirtir. Stephanie Kingsley, "23. yy.'da yaşayan, 21.yy. çalışan bir tarihçi olduğunu hayal edin. 21. yy.'daki toplumsal hareketleri anlamanız için sosyal medya verilerine bakmanız gerekecek. Tweetler, videolar, fotoğraflar, resmi açıklamalar gibi pek çok dokümanı bulmanız için sosyal medya arşivlerini o tarihe zengin bir arşiv sunacaktır." diyerek sosyal medya arşivlerinin gelecekte taşıyacağı potansiyeli açıklamaktadır (2016).

DocNow temsilcilerinden Bergis Jules de sosyal medya arşivlerini, geçmişe nasıl bakacağımızı önceden düşünme girişimi olarak tanımlamakta ve belleğe işaret etmektedir (2019). DocNow'un web sitesinde, "BlackLivesMatter", "Trump", "Hurricane (Kasırğa)", "metoo movement" gibi yakın dönem tarihi olaylara ilişkin Twitter veri setleri arşivi bulunmakta, herkesin erişimine sunmaktadır. Jenna Wortham, insanlık tarihinin hayal bile edilemeyecek sayıda küçük hikayelerin bir araya gelerek, büyük hikayeyi oluşturduğunu belirterek, dijital teknolojiler sayesinde küçük hikayelerinden hepsini kaydetme yeteneğine sahip olduğumuzu, ve tarih yazımın tamamen başka bir şeye dönüşebileceğini, farklı seslerin, görünmez olan toplulukların tarih içinde dijital arşivler ile bulabileceğini belirtmektedir (2016).

DocNow ve onun gibi dijital arşiv aktivistleri, yaptıkları arşiv çalışmaları ile tarih yazımını yeniden şekillendirmekte, toplumsal belleği bugünden inşa etmektedir.

5. Sosyal Medya Arşivlerinde Karşılaşılan Sorunlar ve Zorluklar

Dijital içeriklerin arşivlenmesinde, arşivlenecek içeriğin belirlenmesi, dezenformasyon, mahremiyet, arşiv alanı gibi çözülmeyi bekleyen sorunlar bulunmaktadır. DocNow, belirli aralıklar düzenledikleri atölye, seminer, konferanslar ile bu alanda çalışan kişileri bir araya getirerek bu konularda çözüm üretmeye çalışmaktadır. DocNow'un yanı sıra kütüphaneciler, tarihçiler, akademisyenler dijital bellek olarak internet ve sosyal medya arşivlerin oluşturulmasında tıkanan konularda fikir üretmekte, çözüm yolları aramaktadırlar.

Dijital içeriklerin arşivlenmesinde en büyük sorunlardan birisi sosyal medyada ya da internette yer alan içeriklerden hangilerinin arşivlenmesi gerektiğidir. Bu içeriklerin arşivlenmesinde karar verici kimler olacaktır? sorusu yanıt aranması gereken sorulardandır. DocNow'dan Bergis Jules, Ferguson protestosunu örnek vererek, bu olayda atılan her tweeti arşivlemenin mümkün olmadığını ancak insanların olabildiğince bu olayı çok perspektifli hatırlamasına olanak sağlayacak kadar tweetin arşivlenmesi gerektiğini belirtmiştir (Pretlove, 2018: 2). Jules, DocNow gibi teknik yazılımlar sağlayan oluşumların, verilerin arşivlenmesinde, toplulukların ve arşiv aktivistlerin belirleyeceği anahtar kelimelerin topluluklara arşivlemede yardımcı olabileceğini belirtir (Pretlove, 2018:2).

Sosyal medya verilerinde hangilerinin arşivlenmesi konusu gelecekte yazılan tarihi etkileme potansiyeli taşıdığından üzerinden dikkatli durulması, tartışılması gereken bir konudur. Internet Archive direktörü Jefferson Bailey, bu konunun arşivler için bir sorun oluşturduğunu ancak dijital arşivlerin, tarihsel kayıtlar içinde benzeri görülmemiş bir çoğunluk temsiliyetine izin verdiğini ifade eder (2013).

Dijital içeriklerin arşivlenmesi konusunda tartışmaların sürdüğü bir konuda etik konudur. Toplumsal hareketleri kayıt altına alırken, protestolara katılan kişilerinde güvenliği ve bilgilerinin korunması gerekir (Jules, 2020). Bir kişi tweet attığında ya da Facebook'a yorum yaptığında, o kişinin "unutulma hakkı" var mıdır? Kişilerin, sosyal medya içeriklerinin arşivlenmesi konusunda bilgilendirilmesi ve onayı alınması gereklidir. Twiter ve diğer sosyal medya platformlarında, hesap açılırken kişilerden, verilerini üçüncü kişilerle paylaşacaklarına dair onay alınmaktadır. Ancak bu rıza metinlerinin çoğu kişinin tam olarak okumadan onay verdiğini bilinmektedir. Arşivcilerin bir kısmı kişilerin onay vermemesinin, tarihsel kayıtların bütünselliğini engelleyeceğini belirtir.

2018 yılında Ferguson Public Library'de (*Ferguson Halk Kütühanesi*) bir araya gelen arşiv aktivistleri, sosyal medya verilerinin etik konularını tartışmış ve "Günümüz toplumsal hareketleri tarafından oluşturulan sosyal medyayı arşivlemek için etik konular: zorluklar, fırsatlar ve öneriler" başlıklı rapor yayınlamışlardır (Jules vd., 2018). Rapor, arşivciler için zorluklar ve fırsatlar dahil olmak üzere, sosyal medya içeriğini arşivlemek için etik hususlar ve gelecek hedefler ile ilgili önerileri kapsamaktadır (Bardini vd., 2019).

DocNow, sosyal hareketleri, topluluklar ve çevrim içi kullanıcıları belgelemenin etik konularını teorileştirme ve araştırma süreçlerindeki bilimsel etik konularına ve arşiv topluluğuna liderlik etmeye devam etmektedir (Acker ve Kreisberg 2020: 117). Yeterince temsil edilmeyen seslerin ve anlatılmamış hikayelerin temsilliyetinin sınırlandırılmasının yanı sıra geçmişte şeffaf temsil etmek için çalışan tarihçilerin, etik konularında bir araya gelerek, çözüm yolları araması gerekmektedir (Kingsley, 2016).

Sosyal medya arşivlerinin diğer bir sorunu da verilerin boyutlarının çok fazla olması, kurum ve kuruluşların verileri depolamasında yer ve teknik bilgi konusundaki engellerdir.

6. Sonuç ve Tartışma

2000’li yıllardan sonra internet, sosyal medya kullanımının artmasıyla, sosyal medya bireylerin gündelik aktivitelerin sergilemede, toplumsal bir olaya karşı tepkilerini dile getirmelerini sağlamada kullandıkları bir araç haline gelmiştir. Web siteleri, blog sayfaları ve sosyal medya gibi dijital platformlarından her gün sayısız bilgi paylaşılmaktadır. Dijital teknolojilerde yer alan bilgilerin kalıcı olacağına, bireylerin diledikleri zaman bu bilgilere erişilebileceğine dair genel bir kanı bulunmaktadır.

Ancak zamanla teknik ve ekonomik sorunlar, hukuki düzenlemeler gibi nedenlerle web sitelerine kapanmakta ya da sosyal medya hesaplarının askıya alınması, silinmesi nedeniyle dijitalde önemli olan bazı bilgilere erişilmemektedir. Yaklaşık olarak her gün web sitelerinin %75’i inaktif olmakta, alan adları ekonomik nedenler ile yeniden alınmadığı için kapanmaktadır (Wortham, 2016). Kaybolan bilgiler arasında, bugünün toplumunun gelecekte anlaşılmasını ve toplumsal olayların ileride hatırlanması sağlayacak bilgilerinde bulunmaktadır.

Bu bilgileri uzun süre saklanması, arşivlenmesi gerekliliği arşivciler, araştırmacılar, tarihçiler gibi araştırmacılar tarafından tartışmaya açılmış ve bu konu dijital bellek çalışmaları olarak adlandırılmıştır.

Dijital etnografi yönteminin kullanıldığı bu çalışmada örneklem olarak dijital arşiv aktivist oluşumu DocNow ele alınmıştır. DocNow’un toplumsal hareketlerin sosyal medya arşiv çalışmalarını destekleyerek, sosyal medyada yer alan içeriklerin kaybolmamasına, unutulmamasına karşı hatırlamayı öne çıkarmayı hedeflemektedir. Pasif katılımcı gözlem ile edinilen verilere göre, DocNow’un arşiv çalışmalarının özellikle ABD’deki siyahi toplulukların arşiv çalışmalarında etkili olduğu, geliştirdiği yazılım ve uygulamaların bugün University of Washington, University of Maryland, University of Virginia gibi ABD’nin çeşitli üniversite kütüphanelerinde, araştırmacıların kullanımına sunulduğu gözlemlenmiştir. DocNow’un tartışmaya açtığı konular, özellikle siyahi topluluğun arşiv çalışmalarını etkilemiş ve sosyal medya arşivlerini oluşturan topluluklar ortaya çıkmıştır. Bunlardan birisi, DocNow içinde yer alan aktivistler tarafından oluşturulan siyahi hareketin sosyal medya içeriklerini arşivleyen sanal arşiv projesi ATBW (Archiving The Black Web)’dur.

DocNow, çalışmaları ve düzenlediği geniş katılımlı toplantılar ile arşivcileri, bellek çalışanlarını etkilemekte ve toplumsal belleğin inşasında sosyal medya arşivlerinin gelişmesine destek vermektedir.

ATBW arşivcileri, yaptıkları arşiv çalışmaları ile siyahilerin internette yer alan bilgilerini koruma altına alarak, toplumsal belleğe katkı sunduklarını belirtmişlerdir. Bu çalışmada, DocNow'un çalışmalarından ve bu çalışmaların etkisi ile oluşan arşivlerden yola çıkarak, araştırmada toplumsal belleğin inşasında sosyal medya arşivlerinin önemli bir parçası olduğu ortaya konulmuş, ayrıca sosyal medya arşiv oluşturulması için öneriler getirilmiştir.

Türkiye'de sosyal medya arşiv çalışmalarına dair literatürde yapılan araştırmaya göre henüz bir bilimsel proje/çalışma bulunmamaktadır.

Türkiye'de sosyal medya arşiv çalışmalarının oluşturulması için internet ve sosyal medya arşivlerinin toplumsal bellek inşasındaki rolünü ortaya koyan araştırmaların yapılarak bu alanda fark yaratılması gerekmektedir.

Arşiv çalışmalarının oluşturulması için teknik ve yazılımsal konularda atölyelerin düzenlenmesi, eğitimler verilmesi ve hükümet ve ulusal kütüphanenin bu konuda daha fazla sorumluluk alması gerekmektedir.

Sosyal medya arşivlerinde, arşivlenecek içeriğin belirlenmesi ve buna kimin karar vermesi gerektiği, dezenformasyon, mahremiyet, arşiv alanı gibi karşılaşılan ve çözüm bekleyen sorunlar bulunmaktadır. Bu sorunların çözümü için arşivcilerin, iletişim bilimcilerin, bellek ve araştırmaların bir araya gelerek çözüm üretmesi ve tartışması gerekmektedir.

Sosyal medya arşivlenmesinde gelecekte şimdiki anlamak için, sosyal medya verilerinin arşivlenmesi, topluluk arşivlerinin genişletilmesi bir kültürel miras olarak ele alınması gereken bir konu olarak değerlendirilmelidir. Giderek dijitalleşen yaşamda, sosyal medya arşivlerinin gelecekte bugünün toplumunu anlamada ve toplumsal olayları hatırlamada, geleneksel arşivlerden farklı olarak daha önemli hale gelecektir. Çalışma, sosyal medya arşivlerinin toplumsal bellek inşasında önemi gündeme getirmesi bakımından literatüre katkı sağlaması ve bu alanda yapılacak olan çalışmalara referans olması amaçlanmıştır.

Kaynakça

- Acker, A. ve Kreisberg, A., (2020). Social media data archives in an API-driven World, *Archival Science*, 20, s. 105-123.
- Alexa (2021). The top 500 sites on the web, 1 Mayıs 2021 tarihinde <https://www.alexa.com/topsites> adresinden alındı.
- Anbarlı Özbaş, Züleyha (2020). Dijital Etnografi: Dijital Uzamı Anlamak için Bir Yöntem, *Global Media Journal TR Edition*, 10(20), 87-113.
- Anderson M., Barthel, M., Perrin, A. ve Vogels, A. E., (2020). #Blacklivesmatter Surges on Twitter After George Floyd's Death, 2 Mayıs 2021 tarihinde <https://www.pewresearch.Org/Fact-Tank/2020/06/10/Blacklivesmatter-Surges-On-Twitter-After-George-Floyds-Death/> adresinden alındı.
- Androutsopoulos, Jannis, (2008). Potentials and Limitations of Discourse-Centred Online Ethnograph, *Language@internet*, 5(8), 13 Mayıs 2021 tarihinde <https://www.languageatinternet.org/articles/2008/1610> adresinden alındı.

- Aslam, Salman, (2021). Facebook by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts, 17 Nisan 2021 tarihinde <https://www.omnicoreagency.com/facebook-statistics/> adresinden alındı.
- ATBW (Archiving The Black Web) (2021). About, 14 Mayıs 2021 tarihinde <https://archivingtheblackweb.org/about/> adresinden alındı.
- Bailey, Jefferson, (2013). Disrespect des Fonds: Rethinking Arrangement and Description in Born-Digital Archives, *Online Archive Journal*, 8 Mayıs 2021 tarihinde <https://www.archivejournal.net/essays/disrespect-des-fonds-rethinking-arrangement-and-description-in-born-digital-archives/> adresinden alındı
- Baltacı, Ali, (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır?, *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2). 368-388.
- Barack Obama Presidential Library (2021). About Us, 15 Nisan 2021 tarihinde <https://www.obamalibrary.gov/about-us> adresinden alındı.
- Başaran İnce, Gökçen, (2014). Digital Culture New Media and the Transformation of Collective Memory, *İleti-s-im, Galatasaray Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 21, 9-29.
- Bennett, W. L., Segerberg, A. ve Walker, S., (2014). Organization in the crowd: peer production in large-scale networked protests, *Information, Communication & Society*, 17(2), 232-60.
- Berdini, A., Bernier, R., Johnson, V., McNeely, M. ve Tang, L., (2019). Archiving Student Activism Toolkit, 9 Mayıs 2021 tarihinde <https://standarchives.com/project-stand-toolkit/> adresinde alındı.
- British National Archives (2020). The social media archive is now fully searchable, 15 Nisan 2021 tarihinde <https://www.nationalarchives.gov.uk/about/news/the-social-media-archive-is-now-fully-searchable/> adresinden alındı.
- Castells, Manuel, (2015). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. UK: Polity Press.
- Castells, Manuel, (2020). *İnternet Galaksisi*. T. Asrak Hasdemir (çev./ed.), İstanbul: Phoenix Yayınevi.
- Cifor, M., Caswell, M., Migoni Allina, A. ve Geraci, N., (2018). What We Do Crosses over to Activism, *The Public Historian*, 40(2), 69-95.
- Clayton, Dewey. M., (2018). Black Lives Matter and the Civil Rights Movement: A Comparative Analysis of Two Social Movements in the United States, *Journal of Black Studies*, 49 (5), 1-33.
- Connerton, Paul, (2014). *Toplumlar Nasıl Anımsar?*, A Şenel (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Dakss, Brian, (2020). Video shows Minneapolis cop with knee on neck of motionless, moaning man who later died, 2 Mayıs 2021 tarihinde <https://www.cbsnews.com/news/minneapolis-police-george-floyd-died-officer-kneeling-neck-arrest/> adresinden alındı.
- DocNow GitHub (2021). Documenting the Now, 22 Nisan 2021 tarihinde <https://github.com/DocNow> adresinden alındı.
- DocNow, (2021a). About us, 17 Nisan 2021 tarihinde <https://www.docnow.io/> alındı.
- DocNow, (2021b). Archivists Supporting Activists, 17 Nisan 2021 tarihinde <https://www.docnow.io/archivists-supporting-activists/> adresinden alındı.
- EHPS (2011). Internet Memory Foundation, 12 Nisan 2021 tarihinde <http://primary-sources.eui.eu/website/internet-memory-foundation> adresinden alındı.
- EuropArchive (2021). About, 12 Nisan 2021 tarihinde <http://europarchive.org/> adresinden alındı.

- Flinn, Andrew, (2007). Community histories, community archives: some opportunities and challenges, *Journal of the Society of Archivists*, 28(2), 151-176.
- Galarza, Alex, (2018). Documenting the Now, *The Journal of American History*, 105 (3), 792-793.
- Gerbaudo, Paolo, (2012). *Tweets and the Streets*. Londra: Pluto Press.
- Gibbons, Leisa, (2019). Connecting personal and community memory-making: Facebook Groups as emergent community archives. 2018 RAILS - Research Applications Information and Library Studies Konferansı Tam Metin Bildiri, Faculty of Information Technology, Monash University, 28-30 Kasım 2018, Information Research, 24(3), 10 Nisan 2021 tarihinde <http://informationr.net/ir/24-3/rails/rails1804.html> adresinden alındı.
- Gilliland, A. ve Flinn, A. (2013). Community archives: what are we really talking about?, 2013 CIRN Prato Community Informatics Konferansı Tam Metin Bildiri, 10 Nisan 2021 tarihinde https://www.monash.edu/data/assets/pdf_file/0007/920626/gilliland_flinn_keynote.pdf adresinden alındı.
- Hill, E., Tiefenthäler, A., Triebert, C., Jordan, D., Willis, H. ve Stein, R., (2020). How George Floyd Was Killed in Police Custody, 2 Mayıs 2021 tarihinde <https://www.nytimes.com/2020/05/31/us/george-floyd-investigation.html> adresinden alındı.
- Hoskins Andrew, (2011). 7/7 and connective memory: interactional trajectories of remembering in postscarcity culture, *Memory Studies*, 4 (3), 269–280.
- Inmon, W. H. ve Linstedt, D., (2015). *Data Architecture: A Primer for the Data Scientist*, Waltham, MA: Morgan Kaufmann Pub. Inc.
- Internet Archive (2021). About, 12 Nisan 2021 tarihinde <https://archive.org/about/> adresinden alındı.
- ISO (International Organization for Standardization), (2013). PD ISO/TR 14873:2013(E) Information and documentation: Statistics and quality issues for web archiving. Raporu, 1-54, 4 Nisan 2021 tarihinde <https://www.iso.org/standard/55211.html> adresinden alındı.
- Jacoby, Russell, (1996). *Belleğini Yitiren Toplum*, H.Atalay (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yay.
- Jenkins, Henry, (2006). *Convergence Culture- Where Old and New Media Collide*. NY: New York Uni. Press.
- Jules, B., Summers, E. ve Mitchell, V., (2018). Documenting the Now White Paper, 8 Mayıs 2021 tarihinde <https://www.docnow.io/docs/docnow-whitepaper-2018.pdf> adresinden alındı.
- Jules, Bergis, (2019), Towards Building Community-Based Archives of Activism, 8 Mayıs 2021 tarihinde <https://news.docnow.io/towards-building-community-based-archives-of-activism-87584f03d6db> adresinden alındı.
- Jules, Bergis, (2020). Archiving Protest Protecting Activists Konferans Kaydı, (19 Haziran 2020), DocNow Youtube Sayfası, 17 Nisan 2021 tarihinde https://www.youtube.com/watch?v=03xcilNQTx0&t=2290s&ab_channel=DocNow adresinden alındı.
- Kingsley, Stephanie, (2016). Archiving The Internet: How Historians Can Help #Savetheweb, 8 Mayıs 2021 tarihinde <https://www.historians.org/publications-and-directories/perspectives-on-history/summer-2016/archiving-the-internet-how-historians-can-help-savetheweb> adresinden alındı.
- Lohmeier C. ve Pentzold C., (2014) Making mediated memory work: Cuban-Americans, Miami media and the doings of diaspora memories, *Media, Culture and Society*, 36(6), 776-789.

- Maynard, D. ve Greenwood, M.A., (2012). Large Scale Annotation, Indexing, and Search at The National Archives, 8. International Conference on Language Resources and Evaluation (LREC' 2012) Tam metin bildiri, İstanbul, Türkiye, 3487-3494, 12 Nisan 2021 tarihinde http://www.lrec-conf.org/proceedings/lrec2012/pdf/122_Paper.pdf adresinden alındı.
- McLaughlin, Eliott .C., (2020). Three videos piece together the final moments of George Floyd's life, 2 Mayıs 2021 tarihinde <https://edition.cnn.com/2020/06/01/us/george-floyd-three-videos-minneapolis/index.html> adresinden alındı.
- Mohsin, Maryam, (2021). 10 Instagram Stats Every Marketer Should Know In 2021, 17 Nisan 2021 tarihinde <https://www.oberlo.com/blog/instagram-stats-every-marketer-should-know> adresinden alındı.
- Müngen, A. A. ve Karaağaçlı, E. S., (2015). Büyük Veri Araçları ile Türkçe Dili için Özelleşmiş İnternet Arşivleme Sistemi, 10 Nisan 2021 tarihinde <https://ab.org.tr/ab16/bildiri/88.pdf> , adresinden alındı.
- Niu, Jinfang. (2012). An Overview of Web Archiving. Online D-Lib Magazine, 18(3-4), 20 Nisan 2021 tarihinde <http://www.dlib.org/dlib/march12/niu/03niu1.print.html> adresinden alındı.
- Özdemir, Murat, (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.
- Poole, Alex H., (2020). The Information Work of Community Archives: A Systematic Literature Review, *Journal of Documentation*, 76(3), 657-687.
- Pretlove, Lee J., (2018). Archives, activism and social media: building networks for effective collaboration and ethical practice, *Archives and Manuscripts*, 46(2), 1-3.
- Puschmann, C. ve Burgess, J., (2020). *Twitter Veri Politikaları*, E. Erbatur (çev.), K. Weller, A. Burns, J. Burgess, M. Mahrt, C. Puschmann (der.), Twitter ve Politika içinde. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 96-110.
- Raffi (2013). New Tweets per second record, and how!, 17 Nisan 2021 tarihinde https://blog.twitter.com/engineering/en_us/a/2013/new-tweets-per-second-record-and-how.html adresinden alındı.
- Richmond, Todd, (2020). Who was George Floyd? Unemployed due to coronavirus, he'd moved to Minneapolis for a fresh start, 2 Mayıs 2021 tarihinde <https://www.chicagotribune.com/nation-world/ct-nw-george-floyd-biography-20200528-y3l67rrmfnb3dh4x3i5iipneq4-story.html> adresinden alındı.
- Risse, T., Peters, W., Senellart, P. ve Maynard, D., (2020). *Twitter'daki Geçerli Enformasyonu Koruyarak Çağdaş Toplumu Belgelemek*, E. Erbatur (çev.), K. Weller, A. Burns, J. Burgess, M. Mahrt, C. Puschmann (der.), Twitter ve Politika içinde, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 289-304.
- Sehl, Katie, (2020). Top Twitter Demographics That Matter to Social Media Marketers, 26 Nisan 2021 tarihinde <https://blog.hootsuite.com/twitter-demographics/> adresinden alındı.
- Smit, R., Heinrich, A. ve Broersma, M. (2017). Activating the past in the Ferguson protests: Memory work, digital activism and the politics of platforms, *New Media & Society*, 20(9), 3119-3139.
- Spradley, P. James, (1980). *Participant Observation*. USA, FL: Harcourt Brace Jovanovich Inc.
- Subaşı, M. ve Okumuş, K., (2017). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Durum Çalışması, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 419-426.
- Summers, Ed, (2016). Introducing Documenting the Now, 24 Nisan 2021 tarihinde <https://mith.umd.edu/news/introducing-documenting-the-now/> adresinden alındı.

- Summers, Ed, (2019). A Twitter ToS Deep Dive with Justin Littman, 7 Mayıs 2021 tarihinde <https://news.docnow.io/a-twitter-tos-deep-dive-with-justin-littman-728feb54c0fd> adresinden alındı.
- Toyoda, M. ve Kitsuregawa, M., (2012). The History of Web Archiving 2 Nisan 2021 tarihinde, <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=6182575> adresinden alındı.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu), (2019). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2020 (Basım Bülteni), 17 Nisan 2021 tarihinde <https://www.turkiye.gov.tr/tuik-haber-bulteni> adresinden alındı.
- Wearesocial, (2020). Digital in 2020 Raporu, 4 Nisan 2021 tarihinde <https://wearesocial.com/digital-2020> adresinden alındı.
- Wortham, Jenna, (2016). How an Archive of the Internet Could Change History, 8 Mayıs 2021 tarihinde <https://www.nytimes.com/2016/06/26/magazine/how-an-archive-of-the-internet-could-change-history.html> adresinden alındı.
- Yalçınkaya, Bahattin, (2020). Geleceğin Arşivlerinin İnşası: Sosyal Medyanın Arşivlenmesi Hakkında Bir Değerlendirme, *Bilgi Yönetimi Dergisi*, 3(1), 25-38.

THE MEDIATING ROLE OF EMPLOYEE PERFORMANCE IN THE RELATIONSHIP BETWEEN MOBBING PERCEPTION AND FLIGHT SAFETY CULTURE

Bekir DEMİRÖREN¹, Halil ŞİMŞEK²

Abstract

Today, employees can be exposed to psychological violence for different reasons. This can cause damage to concept such as organizational culture and performance. In this context, the results of mobbing applied in the air transport industry were focused on. Within the framework of the research model, the relationship between mobbing perception and flight safety culture was examined, and the mediating role of employee performance in this assumed relationship was investigated. The hypotheses of the research in which the causal research design was used were tested by correlation, regression and structural equation modeling within the framework of the model established regarding the theoretical structure. In this context, the research data collected using the convenience sampling method with the participation of a total of 378 flight personnel working in the airline companies operating in Turkey were analyzed with SPSS and AMOS programs. As a result of the research, it has been determined that the perception of mobbing negatively affects the flight safety culture and that employee performance has a partial mediating role in this interaction.

Keywords: Mobbing, Organizational Culture, Flight Safety Culture, Employee Performance.

JEL Classification: M0, M1, M12, M14.

MOBBİNG ALGISI İLE UÇUŞ EMNİYET KÜLTÜRÜ ARASINDAKİ İLİŞKİDE ÇALIŞAN PERFORMANSININ ARACILIK ROLÜ

Öz

Günümüzde çalışanlar farklı nedenlerden ötürü psikolojik şiddete maruz kalabilmektedirler. Bu ise örgütsel kültür ve performans gibi kavramların zedelenmesinde neden olabilmektedir. Bu kapsamda çalışmada havayolu taşımacılığı sektöründe uygulanan mobbingin sonuçları üzerinde durulmuştur. Araştırma modeli çerçevesinde mobbing algısının uçuş emniyet kültürü ile olan ilişkisi incelenmiş, varsayılan bu ilişkide çalışan performansının aracılık rolü araştırılmıştır. Nedensel araştırma deseninin kullanıldığı araştırmanın hipotezleri, teorik yapıya ilişkin kurulan model çerçevesinde korelasyon, regresyon ve yapısal eşitlik modellemesiyle sınanmıştır. Bu kapsamda Türkiye’de faaliyet gösteren havayolu işletmelerinde görev yapan toplam 378 uçucu personelin katılımıyla kolayda örneklem yöntemi kullanılarak toplanan araştırma verileri SPSS ve AMOS programlarıyla analiz edilmiştir. Araştırma neticesinde mobbing algısının uçuş emniyet kültürünü negatif yönde etkilediği ve bu etkileşimde çalışan performansının kısmi aracılık rolünün olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Mobbing, Örgütsel Kültür, Uçuş Emniyet Kültürü, Çalışan Performansı.

JEL Sınıflandırması: M0, M1, M12, M14

¹ bfbademiroren@gmail.com, ORCID: 0000-0001-6533-0076

² Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi Havacılık Yüksekokulu, halilshimsek@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8775-1688

1. Introduction

Today, aviation industry is the locomotive of the country's economies. The aviation industry, which has its own dynamics although similar to other industries, is extremely fragile, but it is also governed by strict rules. Because it is known that even the smallest mistake will result in irreparable damages, especially human life. In Turkey, depending on technology and subsequent global integration, the number of aviation companies, which gradually increased in 2003, has carried international trade to a different dimension. The industry, which stands out with its need for qualified human resources, has attracted attention with a new development day by day, and this acceleration has brought social handicaps with it. The pressure exerted on the employees as a result of commercial concerns reached high levels from time to time, reaching the points that came to the fore in collective bargaining with the termination of unilateral contracts. The necessity to prioritize safety in flight operations, regardless of the level of commercial concern, has focused attention on employees (Küçükönel and Korul, 2002: 77). The difficulty of high-level qualifications peculiar to volatiles in personnel substitution has made employees stronger against the management. Because they are employed by being tested in more than one subject, from psychomotor abilities to science (Carretta and Ree, 1994). However, despite all these advantages, the scarcity of sectoral alternatives indicates the existence of an environment in favor of managers. Job loss, even for a temporary period, gives employees a disadvantage in the face of the pressure they are exposed to. With such a balance, the aviation industry has always been the shining star of the countries.

Aviation, which gives a feeling of freedom at first sight, has mechanisms in which the discipline is operated at an extremely advanced level. The aviation industry, which is the industry with the most variability with its structure that can be affected by all kinds of positive or negative developments in a very short time, can put stress on its employees as well as the feeling of pleasure. However, both the training provided and the quality of the personnel are the most fundamental factors in overcoming this difficulty. On the other hand, it is observed that the psychological violence that employees are subjected to increases especially in times of crisis. The fact that the need of workforce under normal conditions decreases in times of crisis can be seen as the main reason for this. The historical process shows that the level of institutionalization has an impact on company policies, even though the conditions are challenging. Businesses that have not yet fully completed their institutionalization see mobbing as an element of pressure. This behavior can result in long-term cultural destruction. It is important for the development of the industry to investigate the negative effects of mobbing in a scientific framework and to reveal its antecedents and outcomes. The flight safety culture, which will be provided especially in the aviation industry, where a critical job such as flight is performed, will allow more profitable jobs to be done with the performance that improves with positive psychology.

As a result of the literature review, it has been seen that no study has been done on the relationship between these concepts. Considering the importance of the variables within the scope of the research in the aviation industry, the results of the mobbing perception felt by the flight personnel draw attention.

Determining the effect of mobbing perception on flight safety culture and the role of employee performance in the relationship between these two variables will contribute to the literature in the aviation industry sample. Compared to others, it is known how important psychological factors are in the aviation industry. Because even the slightest mistake to be made in this area can have irreparable results.

2. Mobbing

The word Mobbing, which comes from the English word "mob", means that it is illegally associated with crowd and excessive violence (Öztürk et al., 2015: 28). The concept of mobbing was first used by the Australian scientist Lorenz (1991) in the 19th century to describe the behavior of birds flying around the attacker with the motive to protect their nests. While using this word, Lorenz aimed to describe the behaviors of animals to kidnap a foreign animal or an enemy being hunted (Leymann, 1996: 167). The first remarkable research on the concept of mobbing was done by Peter Paul Heinmann. Working on bullying and harassment by students against each other in school life, Heinmann revealed that the concept of "mobbing" is an obstacle to healthy communication (Çetin and Kurt, 2008: 112). With regard to the concept of mobbing in today's sense, the generally accepted definition belongs to Leymann. According to Leymann, mobbing is a kind of psychological terror applied by one or more people to another person by using a systematic hostile and immoral communication (Leymann, 1990: 120). Mobbing in the workplace is a destructive social process in which individuals, groups or organizations aim to mock, humiliate and remove a person from the workplace (Duffy and Sperry, 2014: 1). Similar to this definition, "mobbing" is defined as the behavior of forcing employees to leave their jobs by systematically pressuring employees by employers to avoid paying compensation (Erdem & Parlak, 2010: 262). Mobbing harms the exposed employee or the employees' personality values, social relations, professional status or health; it can also be expressed as the totality of malicious, deliberate, hostile, negative attitudes and behaviors (Şimşek, 2013: 37).

According to Duffy and Sperry, as mobbing is not a common phenomenon, victims and their family members and friends cannot make sense of this situation and are generally unable to help. Mobbing can destroy the belief that the world is a fair place, as well as damaging the sense of identity and belonging with a sense of safety and security. Physical and mental health deterioration are possible consequences of mobbing (Duffy and Sperry, 2014: 1). As a result of interviews conducted by BjoÈrkqvist et al. in 1994 with 17 psychological abuse victims working at the University of Finland, it was found that all subjects experienced problems such as insomnia, various nervous symptoms, melancholy, apathy, lack of concentration and socio-phobia (Einarsen, 1999: 17). Mobbing can be associated with a variety of factors, including discrimination and socio-economic reasons based on gender, religion, ethnicity, age, nationality, disability, background, sexual orientation and other diversity. (Cassitto et al., 2013: 11). Self-confidence problems occur in victims who are exposed to mobbing. There will not be a productive working environment in institutions where mobbing is dominant. In such a working environment, it is not possible for employees to perform the jobs specified in their job descriptions with the desired performance in a positive organizational culture (Yiğit, 2018: 35). However, it cannot be said that every negative behavior is a source of mobbing.

There are a number of conditions required for the emergence of mobbing, which is also called psychological harassment in the literature, in the work environment. Some of these conditions are that it is done systematically and deliberately, with the aim of intimidation and results in both physical and mental exhaustion. In addition, it is not true that mobbing is done only by superiors. There may also be mobbing pressures against employees of the same level or from bottom to top.

The prejudices created by mobbing against the victim with the effect of the problems in the balance of power can cause the organization to see the victim as a problem (Einarsen, 1999: 19). Mobbing is different from occasional negative or even abusive experiences in the workplace.

Because most adult employees are conscious enough to understand that occasional intense and difficult interactions with colleagues and supervisors are possible, and mature enough to tolerate and deal with these situations. However, mobbing is different from daily conflicts of this kind. Repetitive and negative actions carried out both openly and secretly over time, reducing the self-confidence of employees and their ability to fight (Duffy and Sperry, 2014: 2). The concept of mobbing mentioned within the scope of the research is evaluated only within the framework of the workplace environment, situations outside the workplace are ignored. Therefore, it is recommended to consider psychological violence in social settings in a different category.

Although research shows that each employee may be exposed to mobbing, it has been revealed that people who are distinguished by their honesty, intelligence and creativity in their working lives are more likely to be exposed to mobbing. Mobbing practitioners, on the other hand, were found to be jealous, inadequate managers or individuals who fear losing their status, who do not have emotional intelligence (Duman and Akdemir, 2016: 32). The mobbing practices of these people can be explained as an effort to cover up their inadequacies regarding both work and social relations.

3. Flight Safety Culture

Flight safety culture is a unified term in which safety and culture components can be defined independently from various perspectives. Culture has been studied by anthropologists, social scientists and organizational scientists. Generally, anthropologists examine culture to describe a particular group of people in terms of their habitats, languages, traditions, legends, heroes, food, clothing, interactions within the community, and interdependence with other communities (Bernard and Spencer, 2010: 168-173). Social and organizational science, on the other hand, examined culture from the perspectives that emphasize the quality of life, organizational effectiveness and safety performance (Patankar and Sabin, 2010: 98). When these two different perspectives are examined together, the definition of "organizational culture" emerges, which includes the values that explain how things are done in the organization, the beliefs, behaviors, symbols and rituals shared among employees (Jahanian and Salehi, 2013: 89). Organizational culture is an integrative element that strengthens communication by improving interpersonal interaction and also helps to understand the symbolic values of the organization.

However, it is possible to say that it is not easy to establish a shared organizational culture as well as to destroy it.

According to the Safety Management Manual (SMM) Doc 9859 published by ICAO, safety in the aviation context is defined as the situation in which the risks related to the operation of aircraft are reduced and controlled at an acceptable level (ICAO, 2018: 2-1). Safety culture, which is a combination of both concepts, can be defined as the values, beliefs and norms that govern people's safety behavior (Stolzer et al., 2011: xlvi). Safety culture is the sum of individual and group values, attitudes, competencies and behavior patterns that reflect an organization's commitment to safety programs, style and competence (Tullo, 2019: 68). Safety culture in aviation stands out as the sum of different cultures, each of which has important roles, based on understandable and rigorous principles and doctrines, given the complexity and outputs of the field (Iordache and Balan, 2016: 137). A strong safety culture is one of the most effective and systemic ways to reduce accident and incident levels within an organization. However, to make a safety culture truly effective, safety promotion activities must be carried out in a way that promotes and reinforces this culture throughout the organization.

Although it cannot be shown to senior managers how many accidents are prevented by a strong safety culture, when an accident occurs, flaws in the safety culture of the organization emerge (McCune et al., 2011: 135). The remarkable aspects of the top management in the organization where a successful flight safety culture has been created are listed below (McCune et al., 2011: 137);

Priority given to safety,

- High sensitivity to dangers that may occur in the workplace and flight operations,
- The level of behavior at which criticism is accepted and open to opposing views,
- Encouraging feedback and reporting,
- To prioritize communication in matters concerning safety,
- Promoting realistic and applicable safety rules,
- Trainings to understand the consequences of unsafe actions.

A successful and effective safety culture has been examined in four sections by Dr. James Reason (Ustaömer and Şengür, 2020: 99). These;

- Information culture, which is the acquisition of the correct information from the right sources, which is necessary for the organization to have and maintain a healthy safety culture.
- Trust-based "reporting culture" where employees are encouraged to report safety issues.
- An acceptable humanitarian situation where employees know that they will be treated fairly when they express their opinion.
- Taking the precautions against the repetition of the mistakes by taking advantage of the past experiences, it is a "learning culture" (Iordache and Balan, 2016: 137). Learning culture can also be considered as a part of the reporting culture. Because while similar measures are put forward in both concepts, the results are also similar.

4. Employee Performance

Employee performance, which plays a central role in determining organizational performance, is the point reached as a result of the work done with the simplest definition (Jagannathan, 2014: 309). Almost every organization needs high-performing employees to gain competitive advantage (Anna, 2020: 33). Individual performance is the achievement of individual results at the desired quality and level by combining the knowledge, skills and abilities of a person with his personal effort and behavior (Pekdemir et al., 2014: 336). Employee performance includes the quality and quantity of the output obtained as a result of the work done, the presence of the employee in the workplace, the compromising, helpful and positive behaviors displayed in the work environment and the elements of completing the work on time (Shahzadi et al., 2014: 161). It is known that performance, both in individual and organizational terms, is an indicator of all business processes rather than results. The degree to which outputs meet pre-determined criteria explains only part of the performance. Because the real evaluation is possible with a holistic point of view to the subject.

Almost every organization needs high-performing employees to gain competitive advantage. The main reason for this is that individuals with high business performance are more effective in achieving the strategic goals of the organization and creating sustainable competitive advantage (Anna, 2020: 34).

The main success in the aviation industry is explained by the ability to gain a competitive advantage in the long term by achieving strategic superiority. Therefore, management approaches focused on employee performance will be effective in the establishment of organizational culture and long-term strategies can be adopted instead of short-term practices.

5. The Relationship of Mobbing, Flight Safety Culture and Employee Performance

In the aviation industry, flight safety is considered a prerequisite for every activity. When it comes to safety, the first thing that comes to mind is the set of rules applied to prevent possible accidents. At this point, it is necessary to evaluate the aviation industry differently from all other fields in terms of organizational culture. Because the result of any unsafe situation can lead to consequences such as human life, which cannot be recovered. Establishing a flight safety culture is critical in the aviation industry, where the human factor is so important. Studies on this relatively new subject in aviation literature are not yet at a sufficient level. The use of the Commercial Aviation Safety Survey, developed by Wiegman et al., stands out as the measurement criteria (Wiegmann et al., 2003). Because with CASS, flight safety culture is evaluated in a broad framework with 5 components: organizational commitment, management support, empowerment of employees, rewarding and reporting system. Research results for pilots reveal the importance of flight safety culture (Thaden et al., 2006: 30). However, it is seen that there is not enough research on the premises of flight safety culture.

From an individual and organizational perspective, it is considered that psychological violence in the workplace is one of the factors affecting flight safety culture.

However, studies conducted directly associate flight safety culture with performance and safety climate issues (O'Connor et al., 2010). Mobbing, which occurs on an individual basis but turns into organizational behavior in terms of its results, can have devastating consequences on employees. The impact of individual performance on the flight safety culture, which decreases with the loss of self-confidence, also has a negative effect. The research model, in which the perception of mobbing is constructed as the cause, the flight safety culture as the result, and the performance as the intermediary variable, aims to determine the direct and indirect effects by examining the relations of all three variables with each other.

6. Methodology

The main assumption of the study in the context of the variables considered as a result of the literature review is that there is a relationship between the perception of mobbing and flight safety culture, and that employee performance plays a mediating role in this assumed relationship. In this context, firstly, the purpose of the research was mentioned, and then models and hypotheses, population and sample, data collection tools and analysis and findings were included.

6.1. Purpose and Model of the Study

The "Flight Safety Culture", which has existed since the first flight in the field of Civil Aviation, is the most critical element for aviation companies to reach their vision. Unlike other industries, the fact that even the smallest mistake can cause irreparable results requires that all activities be carried out with safety awareness.

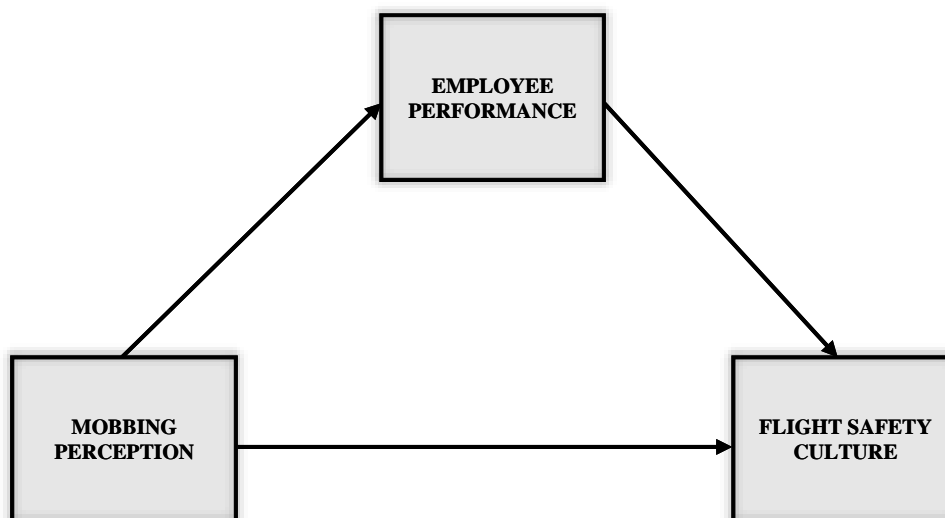
However, studies show that the perception of mobbing that develops within the organization due to commercial concerns negatively affects both employee performance and corporate culture (Duman and Akdemir, 2016; Gürbüz and Gürdal, 2019; Divincova and Sivakova, 2014). In the study, it is aimed to determine the flight safety culture and its antecedents, which are thought to be in need of improvement in the aviation field that has a global structure, and to present suggestions that can benefit the industry by revealing the relations between the concepts.

In this context, the relationship between perception of mobbing and flight safety culture and the role of employee performance in this relationship has been investigated. The established model and the related hypotheses are presented below.

Figure 1. Research Model

The hypotheses determined to be tested within the framework of the research model are as follows;

H₁: Mobbing perception negatively affects flight safety culture.



H₂: Mobbing perception negatively affects employee performance.

H₃: Employee performance positively affects flight safety culture.

H₄: Employee performance has a mediating role in the relationship between mobbing perception and flight safety culture.

6.2. Population and Sample

The research population is composed of personnel working in the different airline companies as pilot and flight attendant. Since it is not possible to reach the entire population, the sampling method, which is systematically selected from among the units in the population and accepted to represent the population, was used. In this context, the convenience sampling technique was used to obtain the maximum number of data, taking into account time and cost savings, and data were collected using a questionnaire method by mail from employees who agreed to express their opinion on mobbing and flight safety culture and individual performances, which they consider to be applied in the aviation industry.

The sufficient amount of data for factor analyses performed to ensure data model fit for the scales used is 5 to 10 times the number of items in the scale (Alpar, 2011). The research was carried out with 378 data collected between 01 February and 31 March 2021.

6.3. Data Collection Tools

The questionnaire form used to collect research data consists of 4 parts. In the first part, there are questions about the participants' gender, age, educational status, marital status, position and industry experience. In the second part, there is the mobbing perception inventory. The scale developed by Leymann (1993) as "Leymann Inventory of Psychological Terrorization (LIPT)" was adapted into Turkish by Fettahlioğlu (2008) and took its final form by Korkmaz (2012). Following the removal of 15 questions that were deemed unsuitable within the scope of the sample, the scale included in the study with 4 sub-dimensions and 22 questions in total was used with a 5-point Likert-type rating scale measuring between "1=Strongly Disagree" and "5=Strongly Agree".

In the second part, the flight safety culture scale is used. The scale, consisting of 5 dimensions and a total of 46 questions, was developed by Terzioğlu (2018) using the CASS (Commercial Aviation Safety Survey) scale used by Wiegmann et al. (2003) in their studies. The scale was used with a 5-point Likert-type rating scale measuring between "1=Strongly Disagree" and "5=Strongly Agree".

Employee performance scale was used in the third and last part of the questionnaire form. Developed by Kirkman and Rosen (1999) and adapted to Turkish by Gürbüz and his friends (2010: 72), the scale consists of a single dimension and a total of 4 questions. The scale was used with a 5-point Likert-type rating scale measuring between "1=Strongly Disagree" and "5=Strongly Agree".

The application of the questionnaire created within the scope of our study was approved by the decision of Süleyman Demirel University Social and Human Sciences Ethics Committee, dated 11.01.2021 and numbered 101/5.

6.4. Data Analysis and Findings

Analyses regarding the research methodology were made using Microsoft Excel, Statistical Package for the Social Sciences-SPSS 23.0 and Analysis of Moment Structures-AMOS 26.0 statistical package programs. In this context, firstly, demographic variables were subjected to frequency analysis, then descriptive statistics of the scales were evaluated. The scales whose factorial structures were tested in previous studies were subjected to confirmatory factor analysis (CFA) for measurement validity. Reliability levels of the scales whose measurement validity was provided as a result of CFA were determined with the Cronbach Alpha (α) coefficient.

Following the validity and reliability analysis, the hypotheses established within the framework of the research model were tested with correlation and regression models. In order to determine the mediator variable effect, the four-step regression model proposed by Baron and Kenny (1986) was used. In addition, the mediation effect was confirmed by the structural equation modeling.

6.5. Findings Regarding Demographic Variables

The demographic distributions of the research sample group are presented in Table 1.

Table 1. Findings Regarding Demographic Variables

Gender	Freq.	Percent	Marital Status	Freq.	Percent
Female	105	27.8	Married	231	61.1
Male	273	72.2	Single	147	38.9
Total	378	100.0	Total	378	100.0
Age	Freq.	Percent	Position	Freq.	Percent
18-25	7	1.9	Captain pilot	119	31.5
26-35	189	50.0	Second pilot	154	40.7
36-45	119	31.5	Cabin crew	105	27.8
46 and over	63	16.7	Total	378	100.0
Total	378	100.0	Sectoral Experience	Freq.	Percent
Education	Freq.	Percent	5 years or less	175	46.3
Bachelor's Degree	322	85.2	6-10 years	140	37.0
Graduate Study	56	14.8	11 years or more	63	16.7
Total	378	100.0	Total	378	100.0

Participants;

- 27.8% (N: 105) female, 72.2% (N: 273) male.
- 1.9% (N: 7) 18-25, 50% (N: 189) 26-35, 31.5% (N: 119) 36-45, 16.7% (N: 63) age range of 46 and over.
- 85.2% (N: 322) bachelor's degree, 14.8% (N: 56) graduate level.
- 61.1% (N: 231) married, 38.9% (N: 147) single.
- 31.5% (N: 119) captain, 40.7% (N: 154) second pilot, 27.8% (N: 105) cabin crew.
- 46.3% (N: 175) 5 years or less, 37% (N: 140) 6-10 years, 16.7% (N: 63) 11 years or more.

The fact that 72.2 percent of the participants are men, shows that the human resources working in the aviation industry, especially in the volatile position, are not yet in balance in terms of gender. Efforts to increase women's employment in aviation are important. In terms of age, it is striking that the weight is in the middle age group. Spread of flight personnel training, which is quite difficult, over long periods and the time-consuming accumulation of experience required for safe flight operations reduce the weight of young people in the industry. Similarly, the reason for the low intensity in the older age group is that the loss of performance as a result of occupational fatigue triggers the transition to passive tasks. The intensity of undergraduate education can be explained by the employment criteria of the companies. Job and professional experience percentages reflect the industry employment averages.

6.6. Validity and Reliability Analysis

In this section, validity and reliability analyses of the factorial structures of the scales used in the study are carried out. In this context, first of all, a total of 401 data were checked for missing values and outliers. 23 data were excluded from the research sample due to incomplete and incorrect coding. As a result, research analyzes were made with 378 data. Then descriptive statistics belonging to the mobbing perception inventory consisting of 4 dimensions: mobbing

towards self-expression and preventing communication, mobbing towards social relations, mobbing towards work and duty, and mobbing for personality and reputation are examined.

The analysis results show that the mobbing perception of the air transport industry employees is below the average with a score of 2.61. In the context of the scale and its sub-dimensions, skewness and kurtosis statistics ($< \pm 2$) calculated between 571 and -,828 indicate that normal distribution conditions are provided for the mobbing perception scale (George and Mallery, 2010). As a result of DFA; the measurement validity of the 4-factor mobbing perception scale with $\chi^2/sd=3,94$, RMSEA=0,062, CFI=0,92, AGFI=0,90, SRMR=0,05 (Meydan and Şeşen, 2015: 37) The reliability coefficient is calculated as 955.

In the continuation of the study, descriptive statistics belonging to the flight safety culture scale from 5 dimensions: the commitment of the organization, the participation of the management, the reward system, the participation of the employees and the reporting system are checked. Analysis results show that the flight safety culture level established in the airline transport industry is above the average with a score of 3.81. The skewness and kurtosis statistics calculated between -1.052 and 799 in the context of scale and its sub-dimensions indicate that normal distribution conditions are provided for the flight safety culture scale. As a result of DFA; questions 2 and 21 with low factor loadings (Pilots are expected not to push the weather limits- Being involved in an accident or incident adversely affects the careers of aviation workers) is removed from the scale and the analysis was repeated. The reliability coefficient of the 5-factor flight safety culture scale, whose measurement validity is provided with goodness of fit values such as $\chi^2/df=2.94$, RMSEA=0.054, CFI=0.97, AGFI=0.91, SRMR=0.06. The reliability coefficient is calculated as 976.

Finally, descriptive statistics of employee performance scale consisting of one dimension is examined. The results of the analysis show that the performance level of the air transport industry employees is above average with a score of 4.30. Skewness and kurtosis statistics calculated with 328 and -,911 values indicate that normal distribution conditions are met for the employee performance scale. As a result of DFA; the reliability coefficient of the single factor employee performance scale, whose measurement validity is provided with goodness of fit values such as $\chi^2/df=4.32$ RMSEA=0.078, CFI=0.98, AGFI=0.93, SRMR=0.03. The reliability coefficient is calculated as 903.

In order to confirm the measurement validity of the scales with structural changes, combined reliability levels and convergent validity are measured. Accordingly, in order to determine the convergence validity of the scales, the convergent validity values (AVE: Average Variance Extracted) expressing the average explained variances of the scales are expected to be 0.40 and above (Hair et al., 2017) and the combined reliability values (CR: Composite Reliability) to be 0.70 and above. (Fornell and Larcker, 1981). The relevant statistical results calculated within the limits are presented in Table 2.

Table 2. AVE and CR Values of the Scales

MOBBING PERCEPTION			
Factors	Number of Items	AVE	CR
F1	5	0,45	0,80
F2	4	0,50	0,80
F3	3	0,73	0,88
F4	11	0,52	0,92
FLIGHT SAFETY CULTURE			
Factors	Number of Items	AVE	CR
F1	9	0,57	0,92
F2	10	0,70	0,96
F3	5	0,49	0,82
F4	10	0,44	0,88
F5	10	0,65	0,95
EMPLOYEE PERFORMANCE			
Factors	Number of Items	AVE	CR
F	4	0,71	0,91

Regarding the scale and its sub-dimensions; Average, standard deviation, skewness, kurtosis and reliability (Cronbach alpha) statistics are presented in Table 3.

Table 3. Analysis Results of Research Scales

SCALE	Mean	Standard Deviation	Skewness	Kurtosis	Cronbach Alpha
F1	2,7519	,71268	,409	-,269	,792
F2	2,3472	,91080	,505	-,276	,803
F3	2,4533	,99558	,561	-,828	,858
F4	2,6919	,75644	,420	,122	,922
MOBBING PERCEPTION	2,6139	,73702	,469	-,229	,955
F1	3,8601	,83098	-,725	-,274	,892
F2	3,8130	,88666	-1,052	,629	,958
F3	3,7741	,73738	-,614	,799	,727
F4	3,9000	,63388	-,518	,429	,878
F5	3,7205	,88687	-,918	,521	,941
FLIGHT SAFETY CULTURE	3,8144	,74526	-,788	,341	,976
EMPLOYEE PERFORMANCE	4,2963	,45723	,328	-,911	,903

6.7. Hypothesis Tests

As a result of the verification of the scale structures as measurement models together with the confirmatory factor analyzes, hypothesis tests are started. In this context, Pearson correlation analysis is applied primarily for scales with normal distribution. Analysis results are presented in Table 4 below.

Table 4. Correlation Table

	Mean	S.D.	F1	F2	F3	F4	MA	F1	F2	F3	F4	F5	FSC
F1	2,75	,712											
F2	2,34	,910	,747**										
F3	2,45	,995	,654**	,700**									
F4	2,69	,756	,835**	,799**	,738**								
MP	2,61	,737	,896**	,888**	,826**	,968**							
F1	3,86	,830	-,491**	-,559**	-,450**	-,534**	-,565**						
F2	3,81	,886	-,463**	-,690**	-,607**	-,601**	-,648**	,859**					
F3	3,77	,737	-,435**	-,573**	-,508**	-,524**	-,561**	,722**	,789**				
F4	3,90	,633	-,490**	-,549**	-,487**	-,553**	-,578**	,784**	,798**	,864**			
F5	3,72	,886	-,490**	-,673**	-,651**	-,635**	-,674**	,823**	,936**	,804**	,853**		
FSC	3,81	,745	-,511**	-,663**	-,593**	-,620**	-,659**	,913**	,959**	,871**	,914**	,964**	
EP	4,29	,457	-,292**	-,295**	-,185**	-,352**	-,330**	,424**	,334**	,461**	,448**	,333**	,416**

When the correlation table between variables is examined;

203

Between perception of mobbing and flight safety culture $-.659$ ($p<0,01$); between perception of mobbing and employee performance $-.330$ ($p<0,01$); there is a $.416$ ($p<0,01$) relationship between employee performance and flight safety culture.

In addition, the relationships of all scale sub-dimensions with each other are parallel to the main scales. The negative relationship between the perception of mobbing with both the flight safety culture within the framework of the first hypothesis of the research and the employee performance confirms the expectations regarding the model.

After the correlations the hypotheses of the research are tested with four-stage regression models established to determine the mediation effect. In this context, the first regression test explains both the first hypothesis result and the first stage of the mediation effect process. The conditions to be met in order to test the mediation effect are as follows (Baron and Kenny: 1986);

- There should be a statistically significant relationship between independent and dependent variables.
- There should be a statistically significant relationship between the independent and mediator variables.
- When used together with the independent variable in the model, there should be a statistically significant relationship between the mediator and dependent variables.
- When all variables are included in the regression analysis, the loss of significance of the relationship between the independent variable and the dependent variable indicates the existence of full mediation effect, while the decrease in the level of the relationship indicates the presence of partial mediation effect.

When the analysis results are evaluated, it is seen that the regression models established are statistically significant ($P<0,01$) at all stages. The regression analysis performed at the first stage shows that the perception of mobbing predicts the flight safety culture at level $\beta=-.659$ level ($P<0,01$) and 43% of the change in flight safety culture is explained by the perception of mobbing. Accordingly, the hypothesis of the study "**H₁**: Mobbing perception negatively affects flight safety culture" is supported.

This result also indicates that the first assumption about the mediation effect has been met. As the 2nd and 3rd phases met the assumptions regarding the testing of the mediating effect. As seen in the table below second and third hypotheses of the study "**H₂**: Mobbing perception negatively affects employee performance" and "**H₃**: Employee performance positively affects flight safety culture" are supported. The final step was carried out in which the performance of the employee with the perception of mobbing was included in the analysis as an independent variable and the flight safety culture as the dependent variable. The significant relationship between dependent and independent variables decreased as a result of the multiple regression analysis performed at the last stage ($P<0,01$; $\beta=-.585$) indicates the presence of a partial mediating effect in the model. Therefore, it is possible to say that the perception of mobbing affects flight safety culture both directly and indirectly through employee performance.

Accordingly, the hypothesis of the study, "H₄: Employee performance has a mediating role in the relationship between perception of mobbing and flight safety culture" is partially accepted.

Table 5. Regression Analysis Results on Hypothesis Tests

Stages	Regression Coefficient			Model Statistics
	B	Std. Err.	Beta	
1st Stage Independent Variable: Mobbing Perception Dependent Variable: Flight Safety Culture	-,666	,039	-,659**	R ² = ,434 F=288,694 t=-16,991 **P<0,001
2nd Stage Independent Variable: Mobbing Perception Dependent Variable: Employee Performance	-,205	,030	-,330**	R ² = ,109 F=45,958 t=-6,779 **P<0,001
3rd Stage Independent Variable: Employee Performance Dependent Variable: Flight Safety Culture	,679	,076	,416**	R ² = ,173 F=78,828 t=8,879 **P<0,001
4th Stage Independent Variable 1: Mobbing Perception Independent Variable 2: Employee Performance Dependent Variable: Flight Safety Culture	-,592 -,364	,040 ,064	-,585** ,223**	Adjusted R ² = ,476 F=172,167 t=-14,821/5,649 **P<0,001

The significance of the model established for the mediation effect was evaluated with the Sobel test. In this context, the test performed by entering non-standardized regression coefficients and standard error values into the relevant calculation program (Baron and Kenny, 1986: 1177) shows that the decrease in Beta values is significant and within limits.

Mediation test performed with multiple regression analysis is verified with the help of structural equation modeling in order to provide stronger statistical results to crosscheck. In the structural equation model, interactions between variables are measured with path coefficients, and standardized regression coefficients for direct and indirect effects are interpreted. The table containing the results of the relevant structural equation model analysis is presented below.

Table 6. Mediation Model Coefficients and Goodness of Fit Values

Mediation Effect	Regression Weights		Bootstrap Estimates		Two Tailed Sig.
	Std. Direct Effect	Std. Indirect Effect	Lower Band	Upper Band	
Performance <--- Mobbing	-,345	-,058	-,404	-,263	,016
Model Fit					
$\chi^2/sd=3,93$	RMSEA=0,060	CFI=0,95	AGFI=0,89	SRMR=0,04	

The coefficients emerging with the presence of partial mediation effect are shown in Table 6. Accordingly, it is evaluated that the perception of mobbing affects flight safety culture both directly and indirectly through employee performance, and this effect may occur within the boundaries of -,404 and -,263.

7. Results

In this study, aviation industry employees who are the locomotive of the country's economies today were investigated. The stress factors in the industry, which continues its activities in an extremely fragile structure, are also reflected on the employees. This reflection is like a snowball effect. The impact of each development, both positive and negative, on employees is felt exponentially.

The most obvious example of this is changing employment policies in the slightest crisis. The industry, which maintains its existence with almost all of its qualified human resources, is faced with difficulties from time to time in terms of supply and sometimes demand.

The internal dynamics of the aviation industry, which often goes through turbulent times, is more subject to academic research than in the past. In this context, the concept of mobbing, one of the most problematic issues of today, was investigated in aviation. The global crises that take place put the aviation companies in a difficult position in commercial terms, and the financial chaos experienced in the following reflects on the human factor and causes negative results in sociological terms (Oprea, 2010: 52). It is observed that psychological violence, which is defined as systematic mobbing behaviors applied in the workplace by its nature, is getting worse every day in the industry. Flight safety culture, another variable of the study, is measured in the context of the sample and it is revealed that it is related to mobbing perception. Flight safety culture, which was not known enough in the past, but came to the forefront in the new world order, where social relations gained importance even in technical affairs, has become another element that scientists emphasize. This emphasis is so much that aviation companies attach special importance to this issue. Performance, which is the last variable of the research, is evaluated in the intermediary role in the model. It is known that employee performance is the most critical element not only in aviation but also in all industries in the business world. Because employee performance means organizational performance and subsequently sectoral performance.

In this context, a three-variable mediation model is presented in the study. In the model, the perception of mobbing is defined as independent, flight safety culture dependent, and employee performance as mediator variable. The research has been carried out in the airline transportation industry, where mobbing practices, which are the subject of complaints, have increased recently due to the impact of regional and global crises. During these periods when flight operations are a source of great stress on both management levels and flight personnel, an intense pressure is observed on employees. It has been determined that the perception of mobbing measured in the context of the research universe is felt below the average. It has been determined that employee performance with the flight safety culture is also relatively high, with values above average. Before the research hypotheses established regarding the model, the validity and reliability analyses of the research scales are performed. Together with the scales whose validity and reliability are confirmed, the hypotheses are tested with correlation and regression models.

It was assumed that mobbing, the premises of which should be investigated in different studies, is related to the business culture, and the hypotheses established confirmed this assumption in the context of the research sample. For those working in the aviation industry, where business alternatives are limited, exposure to mobbing is more likely than other industries.

However, considering that each employee has a certain qualification, it is possible to say that personal interests can be protected to a certain extent. Because despite the difficult conditions we are in, the low perception of mobbing is a positive situation for the industry. Although there are both working conditions and technical difficulties, the positive picture in terms of mobbing perception, flight safety culture and employee performance is promising for the future of the industry.

When the relationships between variables were examined, it was seen that the perception of mobbing negatively affected the flight safety culture in parallel with the expectations.

Therefore, the most fundamental duty of aviation industry managers at this point is to implement practices that can reduce the pressure on employees to the lowest levels as soon as possible. Similarly, considering that employee performance changes depending on the perception of mobbing, the negative effects of mobbing become clear. Research results show that employee performance plays a partial mediator role in the relationship between mobbing perception and flight safety culture. In other words, it can be said that mobbing has both direct and indirect effects on flight safety culture.

The fact that the research data were collected instantly within a certain period and with a limited sample size presents a disadvantage in terms of generalizability of the results. The coherence of the research model established in the conceptual framework with the theoretical model has facilitated the researchers in the interpretation of the hypothesis results. It is considered that testing the relevant model in different industries or universes and developing it together with the inclusion of different variables such as leadership, motivation, organisational stress and conflict management into the model will contribute to the literature.

References

- Alpar, R. (2011). *Çok değişkenli istatistiksel yöntemler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Anna, K. (2020). The influence of staff turnover on work motivation and job performance of employees in IT sector. *Forum Scientiae Oeconomia*, 8(1), 29-48.
- Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Bernard, A. & Spencer, J. (2010). *The routledge encyclopedia of social and cultural anthropology*. (2nd ed.). Routledge.
- Carretta, T. R. and Ree, M. J. (1994). Pilot-Candidate selection method: Sources of validity. *The International Journal of Aviation Psychology*, 4(2), 103-117.
- Cassitto, M. G., Fattorini, E., Gilioli, R., Rengo, H. & Gonik, V. (2013). *Raising awareness of psychological harassment at work*. R. Gilioli, M. A. Fingerhut, & E. Kortum-Margot (Eds.). 4th ed. World Health Organization.
- Çetin, C. & Kurt, N. B. (2008). Mobbing ve çalışan sağlığı. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 25(2), 111-126.
- Divincova, A. & Sivakova, B. (2014). Mobbing at workplace and its impact on employee performance. *Human Resources Management & Ergonomics*, 8(2), 20-34.

- Duffy, M. & Sperry, L. (2014). *Overcoming mobbing: A recovery guide for workplace aggression and bullying*. Oxford University Press.
- Duman, M. Ç. & Akdemir, B. (2016). Mobbing ve çalışan performansı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7(2), 29-52.
- Einarsen, S. (1999). The nature and causes of bullying at work. *International Journal of Manpower*, 20(1/2), 16-27.
- Erdem, M. R. & Parlak, B. (2010). Ceza hukuku boyutuyla mobbing. *TBB Dergisi*, 88, 261-286.
- Fettahlıoğlu, Ö. O. (2008). *Örgütlerde psikolojik şiddet (Mobbing): Üniversitelerde bir uygulama*. Dokuz Eylül University Institute of Social Sciences, İzmir, (Unpublished Phd Thesis).
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- George D. & Mallery, P. (2003). *SPSS for windows step by step: A simple guide and reference*. 11.0 Update (4th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Gürbüz, H. & Gürdal, H. A. (2019). *Çalışanlarda mobbinge maruz kalma*. Ankara: İksad Yayınevi.
- Gürbüz, S., Erkuş, A. & Sığı, Ü. (2010). İş tatmini ve iş performansının yeni öncülü: Temel benlik değerlendirmesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 2(1), 69-76.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. (2nd ed.) Thousand Oaks: Sage.
- ICAO. (2018). Doc 9859, *Safety management manual (SMM)*. In Doc 9859 AN/474 (4th ed.). ICAO.
- Iordache, V. M. & Balan, C. V. (2016). Safety culture in modern aviation systems – Civil and military. *Incas Bulletin*, 8(2), 135-142.
- Jagannathan, A. (2014). Determinants of employee engagement and their impact on employee performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 63(3), 308-323.
- Jahanian, R. & Salehi, R. (2013). Organizational culture. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, 2(3), 84-96.
- Kirkman, B. L. & Rosen, B. (1999). Beyond self-management: Antecedents and consequences of team empowerment. *The Academy of Management Journal*, 42 (1), 58-74.
- Korkmaz, H. (2012). Kamu kurumlarında yıldırma (Mobbing) etkisi: Kahramanmaraş il merkezinde bir inceleme. Unpublished Master Theses, Kahramanmaraş Sütçü İmam University Institute of Social Sciences.
- Küçükönel, H. & Korul, V. (2002). Havayolu işletmelerinde insan kaynakları yönetimi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 67-90.
- Leymann, H. (1990). Mobbing and psychological terror at workplaces. *Violence and Victims*, 5(2), 119-126.
- Leymann, H. (1993). *Mobbing-physicterror at work and how one can defend oneself*. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Leymann, H. (1996). The content and development of mobbing at work. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 5(2), 165-184.
- Lorenz, K. (1991). *Hier bin ich-Wo bist du? Ethologie der grauganz (Here I am-Where are you? The behaviour of geese)*. (New ed.). München: Piper.
- McCune, D., Lewis, C. & Arendt, D. (2011). *Safety culture in your safety management system, Chapter of implementing safety management system in aviation (135-160)*. ASHGATE.

- Meydan, C. H. & Şeşen, H. (2015). *Yapısal eşitlik modellemesi AMOS uygulamaları*. (2. Basım) Ankara: Detay Yayıncılık.
- Oprea, M. G. (2010). The effects of global economic crisis on the air transport of passengers in Europe and in Romania. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 1(5), 52-61.
- O'Connor, P., O'Dea, A., Kennedy, Q. & Buttrey, S. E. (2010). Measuring safety climate in aviation: A review and recommendations for the future. *Safety Science*, 49, 128-138.
- Öztürk, H., Eke, E. D., İpek, N., Müdüroğlu, A. & Faikoğlu, R. (2015). Mobbing (psikolojik yıldırma), örgüt üzerindeki etkileri ve çözüm önerileri. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 2(1), 27-33.
- Patankar, M. S. & Sabin, E. J. (2010). The safety culture perspective. In E. Salas & D. Maurino (Eds.), *Human Factors in Aviation*, 2nd ed. (95-122). Elsevier Academic Press.
- Pekdemir, I., Koçoğlu, M. & Gürkan, G. Ç. (2014). Özerklik ve ödüllendirme algılarının çalışan performansı üzerindeki etkisinde çalışanın inovasyona yönelik davranışının aracılık rolüne yönelik bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 43(2), 332-350.
- Shahzadi, I., Javed, A., Pirzada, S. S., Nasreen, S. & Khanam, F. (2014). Impact of employee motivation on employee performance. *European Journal of Business and Management*, 6(23), 159-166.
- Stolzer, A., Halford, C. & Goglia, J. (2011). *Implementing safety management system in aviation*. ASHGATE.
- Şimşek, A. S. (2013). Mobbing kaderimiz midir? *Barış Araştırmaları ve Çatışma Çözümleri Dergisi*, 1(2), 36-45.
- Terzioğlu, M. (2018). *Ekip kaynak yönetiminin uçuş emniyet kültürüne etkileri: Pilotların tutumları üzerine bir alan araştırması*. İstanbul University Institute of Social Sciences (Unpublished Phd Theses).
- Thaden, T.L. von, Li, Y., Feng, L., Li, J. & Lei, D. (2006). *Validating the commercial aviation safety survey in the chinese context*, "Technical report HFD-06-09. Human Factors Division Institute of Aviation, Federal Aviation Administration Atlantic City International Airport, NJ Contract DTFA 01-G-015.
- Tullo, F. J. (2019). *Team work and organizational factors*. In B. G. Kanki, José Anca & Thomas R. Chidester (Eds.), *Crew Resource Management*, 3rd ed. (111-133). Elsevier Academic Press.
- Ustaömer, T. C. & Şengür, F. (2020). Havacılıkta emniyet kültürü: Reason'ın emniyet kültürü modelinin incelenmesi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 95-104.
- Yiğit, B. (2018). Mobbing kavramı: Kavramsal bir çerçeve. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 5(1), 32-42.
- Wiegmann, D. A., von Thaden, T. L., Mitchell, A. A., Sharma, G. & Zhang, H. (2003). *Development and initial validation of a safety culture survey for commercial aviation (Tech. Rep. AHFD-03-3/FAA-03-1)*. Washington, DC: Federal Aviation Administration.

ULUSLARARASI DENİZYOLU TAŞIMACILIĞINDA YAŞANAN TEHDİTLER VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Gonca Reyhan AKKARTAL¹

Öz

Bu çalışmanın amacı, küresel ticaretin yaklaşık %90 gibi önemli bir kısmının gerçekleştiği uluslararası denizyolu taşımacılığında önemi her geçen gün artan tehditlerin belirlenmesi ve bu tehditlerin yönetilmesi konusunda firmalara önerilerde bulunulmasıdır. Çalışmada yüz yüze mülakat tekniğine bağlı olarak katılımcılara önceden belirlenmiş olan denizyolu taşımacılığında karşılaşılan tehditleri yönetebilmeleri ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Mülakatın sonunda elde edilen veriler ışığında bu tehditleri yönetebilmek için tercih ettikleri metodlar kategorize edilerek önerilerde bulunulmuştur. Yapılan mülakatlar sonucunda elde edilen bulgular arasında uluslararası deniz ticareti yapan firmaların dış tehditlerle daha çok karşılaştıkları, içsel tehditlerle başa çıkmanın daha kolay olduğu çünkü kendi bünyelerinde karşılaşılan tehditlerle başa çıkabilmenin maliyet olarak daha düşük olduğu saptandı.

Araştırma sonucuna göre Dünyada denizyolu ulaşımının tehditlerin arasında en büyüğünün korsanlık ve haydutluk olduğu ve uluslararası Kuruluşların gemilerin güvenliğe yönelik daha çok çalışma yapması gerektiği ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Denizyolu Taşımacılığı, Lojistik Yönetimi, Uluslararası Taşımacılık

JEL Sınıflandırması: F18, F23, L91, L92

THREATS IN INTERNATIONAL SEA TRANSPORT AND SUGGESTIONS FOR SOLUTIONS

Abstract

The aim of this study is to identify the increasingly important threats in international maritime transport, where approximately 80% of global trade takes place, and to make recommendations to companies to manage these threats.

In the study, based on the face-to-face interview technique, questions were asked to the participants about their ability to manage the threats encountered in sea transport, which was previously determined. In the light of the data obtained at the end of the interview, their preferred methods to manage these threats were categorized and recommendations.

Among the findings obtained as a result of the interviews, it was determined that companies engaged in international maritime trade face external threats more, and it is easier to cope with internal threats because the cost of dealing with threats faced within their own bodies is lower.

Discussion – According to the results of the research, it has been revealed that the biggest threats of maritime transportation in the world are piracy and banditry and international organizations should do more work for the security of ships.

Keywords: Maritime Transportation, Logistics Management, International Transportation

JEL Classification: F18, F23, L91, L92

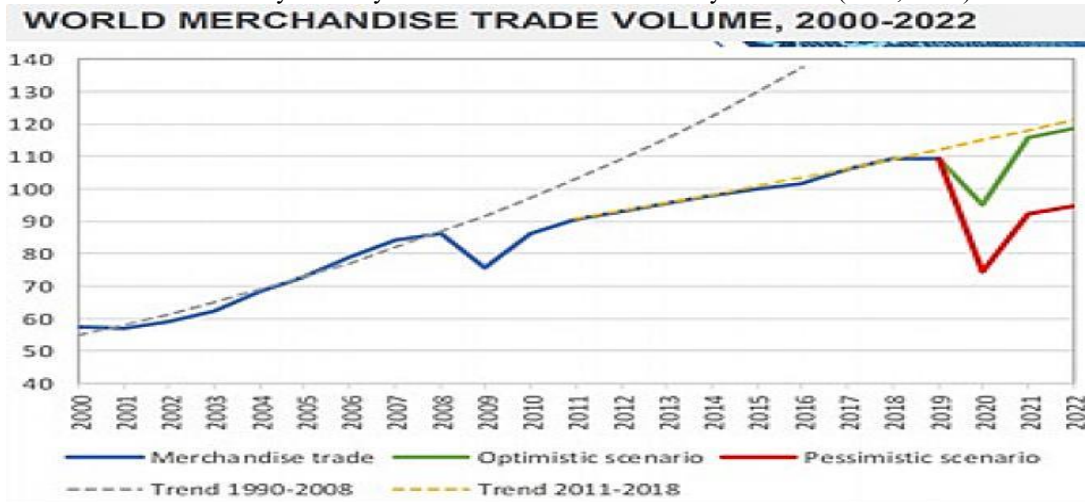
¹ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Medipol Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, Lojistik Yönetimi Bölümü, gonca.akkartal@medipol.edu.tr, ORCID : 0000000151168434

1. Giriş

Dünya ticaretinin ortalama %90'lık kısmının gerçekleştirildiği denizyolu ulaşımı aynı zamanda küresel ekonomik sistemlerin entegrasyonunu sağlayan önemli bir ulaştırma sistemidir. Özellikle büyük hacimde taşınması gereken ürünlerin düşük maliyetle, kara ve hava yolu ulaştırmasına göre daha çevreci bir yaklaşımla gerçekleştirilmesi ve dünyanın 3/4'nün sularla kaplı olmasını da eklersek denizyolu taşımacılığının tercih sebepleri arasında sıralanabilir. Ayrıca dünya petrol ulaştırmasının %90'ı denizyolu ulaşımı ile gerçekleştirilir. Ersönmez ve İncaz çalışmalarında uluslararası deniz taşımacılığının önemi hakkında dünya ticaretinin yaklaşık %86'nı oluşturduğunu belirtmekte ve bunun sebeplerinden birinin de diğer taşımacılık modellerine göre hem kitle taşımacılığına uygundur hem de maliyet ve tonaj açısından en avantajlı taşıma modeli olduğunu belirtmiştir (Erdönmez ve İncaz, 2016).

Pandemi döneminin yaşanmasıyla birlikte özellikle ürün ulaştırmasına duyulan önemin daha da artması ve bunun sonucunda lojistiğin temel faaliyetlerinden biri olan ulaştırmanın da önemi giderek artmıştır. Buna rağmen özellikle Çin'de pandemi dolayısıyla limanlarda yaşanan aksaklıklar, dünya ticaretini olumsuz yönde etkilemiştir. Bununla beraber denizyolu ulaşımında yaşanan tehditler ve kazalar da aynı oranda artmıştır. Bu tehditler arasında ihracatta yaşanan konteyner sıkıntısı, korsan saldırıları, tehlikeli madde taşımacılığında yaşanan sorunlar genel olarak, doğal olaylardan kaynaklanan kazalar, petrol ve navlun fiyatlarında artış gibi tehditlerdir. Mert ve Çetinyokuş (2020), denizyolu ulaşımında yaşanan tehditleri tehlikeli madde taşımacılığı yapan gemileri ele alarak, Denizyolu ile taşınan yükler arasında herhangi bir kaza meydana gelmesi durumunda çevreye ve insanlara onarımı imkânsız zararlar verebilecek tehlikeli kimyasallar ve malzemeler içerdiğini belirtmektedir. Bunun bir sonucu olarak taşıyıcı ve taşıtan firmaların maliyetleri artacak ve sektörde diğer rakip firmalara olan rekabet avantajını azaltacaktır. Bu tehditlere çözüm önerisi olarak tehlikeli malzemelerin denizyolu ile taşınması sırasında karşılaşılabilecek olası tehditleri ortaya koyabilmenin oldukça önemli olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca bu tehditleri yok edecek ya da gerçekleşmesi durumunda etkisini azaltabilecek önlemler alabilmek son derece önemli olduğunu belirtmişlerdir (Mert ve Çetinyokuş, 2020).

Tablo 1. Dünya Konteyner Ticaret Hacmi 2000-2022 yılları arası (Türe, 2020)



2. Literatür İncelemesi

Uluslararası denizyolu ulaştırmasında yaşanan başlıca sorunlar arasında kazalar literatürde yer almasına karşın, korsanlık, doğal afetler, ihracatta yaşanan konteyner sıkıntılarına çözüm önerileri literatürde yeterince yer almamaktadır. Bu çalışma, literatürde bulunan bu boşlukları doldurmaya yönelik olarak hazırlanmıştır. Şenol ve Duru ve arkadaşları çalışmalarında Türkiye'yi yarımadaya benzeterek coğrafi yapısı ile kombine taşımacılık açısından avantajlı bir ülke konumunda olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca yatay taşıma rotalarında direkt olarak karayolu yerine deniz yolunu tercih edilebileceğini veya denizyolu ve demiryolu ağırlıklı kombine taşımacılık yapılması sağlanabileceğini vurgulamıştır (Atar vd., 2013). Diğer bir çalışmada ise Şipal (2016), maliyetleri düşürmek isteyen üreticilerin ulaşımı da mümkün olan en kısa zamanda ve en az maliyetle gerçekleştirmek istediklerinden bahsetmiştir. Ayrıca deniz taşımacılığı bütün dikkatleri üzerinde toplamış, alternatif kanallara göre üstünlüğü ile tercih edilen bir yol olmuş olduğunu da vurgulamıştır (Şipal, 2016). Weng, Yang ve Du (2018) çalışmalarında son yıllarda, denizcilik güvenliği akademiden çok sayıda ilgi gördüğünden ve birçok nakliye kazalarının meydana gelme olasılığını ve sonuçlarını ele alan belgelerin birçok akademik dergide yer aldığından bahsetmişlerdir. Bu dergiler arasında Journal of Seyrüsefer, Güvenlik Bilimi, Denizcilik Politikası ve Yönetimi gibi dergiler yer almaktadır (Weng vd., 2018). Denizyolu ulaşımında karşılaşılan tehditler arasında literatürde sıkça yangınlar ve patlamalardan bahsedilmiştir. Bunlardan biri Baalisampang Abbasi ve arkadaşları (2018) çalışmalarında küresel olarak genişleyen denizcilik endüstrisi için, çarpışma, alabora olma, batma, topraklama, karaya oturma, yangın ve patlama gibi çeşitli tehlikelere sahip olduğundan bahsetmişlerdir. Bununla beraber kazalara genellikle karmaşık etkileşim yoluyla birden fazla katkıda bulunan faktör neden olur şeklinde açıklamışlardır (Baalisampang vd., 2018). Başka bir çalışmada ise küresel ticaretin artmasıyla birlikte lojistik faaliyetlere olan talebin de artmasıyla birlikte yaşanan kazalarla ilgili bir çalışma mevcuttur. Çalışmada Wang ve arkadaşları (2018) küresel ticaretin hızla gelişmesiyle birlikte, hastalıklar veya halk sağlığı acil durumu gibi kazalar sıklıkla meydana gelir ve bu da çok fazla ölüme ve ağır ekonomik kayıplara neden olduğundan bahsetmişlerdir (Wang vd., 2018).

3. Kavramsal Çerçeve

3.1 Denizyolu Taşımacılığının Avantajları

Ulaştırma kavramı tedarik zinciri yönetiminde yer alan temel lojistik faaliyetlerin başında yer alır. Bununla beraber tedarik zincirinde hammaddenin tedarikinden başlayarak müşterilerin ihtiyaçları doğrultusunda ürünlerin ulaştırılması tamamen ulaştırma sistemlerine bağlıdır. Deniz ulaştırması ise, uluslararası ticaret ve küresel lojistik ve tedarik zincirine göre gerçekleştirilir. Ulaştırma maliyetleri kara ve havayolu ulaşımına göre daha düşüktür. Deniz yolu ile taşımacılığın ucuz olmasının yanı sıra çok miktarda ve hacimdeki yüklerin uzun mesafesinde taşınmasında elverişli bir ulaşım yöntemi olmasının yanında ayrıca deniz yolu ulaştırmasında kitlesel taşıma kapasitesi maksimum seviyededir, bu nedenle taşımanın birim maliyeti son derece düşüktür.

Yüksek güvenlik olanaklarına sahip olan bu sistem ayrıca enerji tüketimi açısından diğer taşıma yöntemlerine göre daha az düzeydedir.

Farklı ulaştırma yöntemlerine göre gerçekleşme süresi uzun olsa da kıtalararası taşımacılıkta büyük miktarda yüklerin taşınabilmesi ve ekonomikliği çok büyük bir avantaj olmaktadır.

Denizyolu ulaştırma sistemi denizcilikte müşterilerin gereksinimlerini karşılamak amacıyla ürünlerin, hizmetlerin ve ilgili bilgilerin menşe noktasından tüketim noktasına kadar verimli bir şekilde akışını ve depolanmasını planlayan, uygulayan ve kontrol eden tedarik zinciri sürecinin bir parçasıdır. Bununla beraber deniz ulaştırması küresel ekonomide rekabetçi ve sürdürülebilir olmak için sürekli olarak geliştirilecek ve uygulanan bir sistemdir Küresel tedarik zincirine başarılı entegrasyonun anahtarıdır. Bununla birlikte denizyolu ulaşımı, karayolu ulaşımından tam 7 kat daha ucuzdur. Yakıt tüketimi açısından ise karayolundan 4 kat daha ucuzdur. Güvenilirliği yüksektir. Deniz yolu taşımacılığı, uluslararası sularda daha emniyetlidir. Sebebi ise, özellikle karayolu ve havayolu taşımacılığında, ülkeler arası ulaştırma esnasında başka ülkelerin karayolu ve havayolu sahasının kullanılması, bu ülkelerde olası gerginlik ve problemlere neden olmaktadır. Bu da ticareti olumsuz etkilemekte ve sekteye uğratmaktadır.

Denizyolu taşımacılığı dünyada en çok tercih edilen ulaştırma sistemlerinden biri olmasında özellikle yüksek tonajlı ürünlerin ulaştırma sistemleri arasında yer almasından kaynaklanmaktadır. Denizyolu ulaşımın küresel ekonomilere olduğu kadar ülke ekonomisine de çok olumlu katkıları vardır. Bunların başında deniz işletmelerinin yurt dışından elde ettikleri navlun gelirleri, yurtdışına deniz sigortacılığı hizmeti sunan ulusal sigorta şirketlerinin edindiği gelirler, ulusal gemi sahiplerinin gemilerini kiralayan yabancı denizcilik şirketlerinin ödedikleri kira gelirleri buna örnek olarak verilebilir.

3.2 Denizyolu Ulaşımının Dezavantajları

Bütün bu avantajlarının yanı sıra denizyolu ulaşımın bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Bunların başında yakın geçmişte Süveyş kanalında karaya oturan gemi verilebilir. Dahası fırtına, dolu, kar, dev dalgalar (Tsunami) gibi doğal afetlere karşı son derece duyarlıdır. Denizyolu ulaşımın dezavantajları arasında iskele ve liman gibi altyapı maliyetlerinin yüksek olmasıdır. Tonaj tutturamama ve limanda ürünlerin yükleme ve boşaltma operasyonları maliyetli ve zordur. Bunlarla birlikte taşıma süresi diğer taşıma sistemlerine daha uzundur. Karayolu ulaştırması gibi kapıdan kapıya ulaşım sağlayamaması ise beklentileri azaltmaktadır. Navlun endeksinin çok değişken olması nedeniyle ürünlerin ulaştırılması konusunda alternatif ulaştırma sistemlerinin tercih edilmesi rekabet avantajı açısından dezavantaj yaratır.

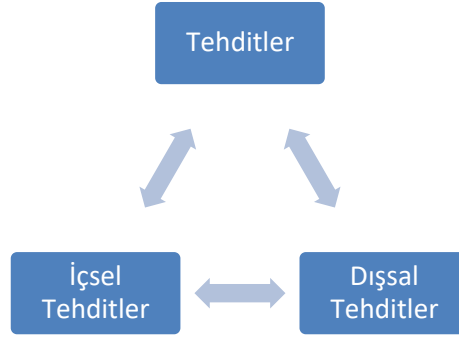
3.3 Denizyolu Taşımacılığında Yaşanan Tehditler

Tehdit kavramı sözlük anlamı itibarıyla nerede ne zaman ve ne şekilde gerçekleşeceği öngörülemeyen olaylardır. Tedarik zincirinde gerçekleşen tehditler 2 gruba ayrılır. İçsel ve dışsal tehditler. Denizyolu ulaştırmasında da İçsel ve dışsal tehditler olarak değerlendirilebilir. İçsel tehditler şirketlerin kendi bünyelerinde ve kendi hataları sonucu gerçekleşen tehditlerdir, bunlara örnek olarak çalışanlardan meydana gelen hatalardan kaynaklanan tehditler, rotalamada verilen yanlış kararlar, donanım eksikliğinden kaynaklanan risklerdir.

Özellikle küresel ticarete petrol taşımacılığının %90'lık bir kısmı denizyolu ulaşımı ile gerçekleşmektedir. Bununla birlikte Uluslararası navlun indeksinde gerçekleşen navlun fiyatlarındaki artış, üretimde petrol hammaddesi kullanan üretici bir tehdit haline gelmektedir.

Bununla birlikte tehlikeli madde taşımacılığında personelin ihmali sonucu gerçekleşen tehditler ise içsel tehditlere girmektedir.

Dışsal riskler ise şirket dışında gerçekleşen tehditler ise tamamen firmanın dışında gelişen olaylardan kaynaklanan tehditlerdir. Bu tehditler arasında, korsan (haydut) saldırıları, uluslararası navlun endeksinde yaşanan fiyat dalgalanmaları, doğal afetler, karaya oturma, çarpışmalar olarak gösterilebilir.



Şekil 1. Tehdit türleri

3.3.1 Dışsal tehditler

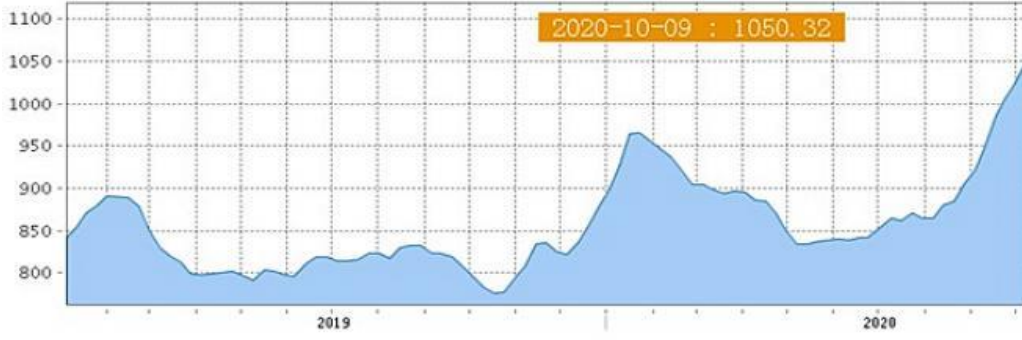
3.3.1.1 Korsanlık (Haydutluk)

Uluslararası denizlerde yaşanan tehditler arasında başlıca olanı korsanlık tehdididir. Tabu ve arkadaşları çalışmasında “denizyolu taşımacılığının, farklı taşıma sistemlerine göre tek seferde en fazla taşıma kapasitesine ve en düşük maliyete taşımaya olanak sağlaması, küresel ticareti büyük ölçüde deniz yollarına bağımlı hale getirmiştir. Öte yandan yirmi birinci yüzyılın ileri teknolojilerini kullanan günümüz deniz haydutları, gerçekleştirdikleri haydutluk ve silahlı soygun faaliyetleriyle, denizyolu taşımacılığı için ciddi bir tehdit teşkil etmekte, küresel ekonomiye yıllık 13-16 milyar dolar ek maliyet ortaya çıkarmakta olduklarını üzerine durmuşlardır” (Tabur vd., 2016).

3.3.1.2 Uluslararası Navlun Endeksi Fiyat Dalgalanmaları (Finansal Tehditler)

Uluslararası navlun endeksinde belirlenen navlun fiyatları özellikle ihracat yapan firmalar için finansal yönden tehdittir. Finansal tehdit olarak ayrıca Erol ve Dursun’unda belirttiği gibi “Denizyolu taşımacılığı sektörü için finansman ve finansmana dayalı tehdittir yönetimi üzerinde titizlikle durulması gereken bir konudur. Çünkü sektörün finansal açıdan mevcut yapısı sektör paydaşları için sürdürülebilirlik açısından tehdit oluşturmakta, bu durumda risk yönetimini zorunlu kılmaktadır” (Erol ve Dursun, 2015).

Tablo 2. Çin Konteyner Navlun endeksi (2019-2020 yılları arası)



Kaynak: (Uğurlu, 2020)

Tablo 2 de görüleceği üzere 2019 yılı ve 2020 yılı arasında Çin Konteyner fiyatlarındaki dalgalanma çok ani ve hızlı gelişmiştir. Bunun sonucu olarak, hammadde ithalatı yapan firmaları ekonomik olarak olumsuz etkilemektedir.

3.3.1.3 Doğal Afetler

Uluslararası denizyolu ulaştırmasında dışsal tehditlerin başında deprem sonrası meydana gelen dev dalgalar, fırtına gibi doğal afetler yapıyı son derece hassas bir duruma getirmektedir. Özellikle nem ve rutubete karşı duyarlı olan ürünler (elektronik cihazlar, ahşap ürünleri vb.) dev dalgalar, fırtına gibi olumsuz hava koşullarından son derece fazla etkilenmektedirler. Geçtiğimiz günlerde Süveyş kanalında karaya oturan gemi örnek gösterilebilir.

3.3.1.4 Tehlikeli Madde Taşımacılığında Kaynaklanan Tehditler

Petrol ticaretinin gerçekleştirilmesinde Denizyolu ulaşımının büyük bir katkısı vardır. Özellikle petrol ve petrol ürünlerinin tehlikeli madde sınıflamasına girmesi, ulaştırma esnasında özel muamele gerektirmesi anlamına gelmektedir. Bununla birlikte bu ürünlerin yarattığı en büyük tehditlerden biri doğaya yarattığı tehditlerdir. Ilgar çalışmasında bu durumu “Petrolün deniz yolu ile taşınması potansiyel önemli çevresel riskleri beraberinde getirmektedir. Petrol taşımacılığında kaza sonucu denize petrol dökülmesi tehlikesi mevcuttur. Boğazlar ve Marmara Denizi ekosistem özellikleri ile riski yüksek hassas bölge olarak tanımlanmaktadır. Denize dökülen petrol ve bunun sonucu olarak ortaya çıkan bileşikler, ekosistem içerisindeki tüm organizmaları az veya çok etkilemektedir” şeklinde açıklamıştır (Ilgar, 2018).

3.3.2 İçsel Tehditler

İçsel tehditler, şirket ve gemi çalışanlarından meydana gelen, dışsal hiçbir etkene bağlı olmaksızın gerçekleşen tehditlerdir. Bu tehditlerin başında gemi çalışanların hatalarından kaynaklanan tehditler (kazalar, yaralanmalar, ürünlerin kırılması, ezilmesi, dağılması vb.) limanda gecikmelerden kaynaklı olarak konteynerlerin bekleme süresi, konteyner başına kesilen ücretlerdir. Elektronik cihazlarda yaşanan sorunlar da içsel tehditler arasındadır.

3.3.2.1 Çalışanlardan Meydana Gelen Hatalar

Denizyolu taşımacılığında meydana gelen tehditler arasında özellikler tehlikeli maddelerin yükleme ve boşaltma esnasında elleçlenen ürünlerin kimyasal ve fiziksel özelliklerini yeteri kadar bilmemelerinden kaynaklanan tehditlerdir.

İlgili personelinin geminin, limanın ve çevrenin güvenliğini sağlamak amacıyla elleçleme, depolama, istifleme, boşaltma ve yükleme yapılırken meydana gelebilecek tehditler (düşme, vinç kazaları, ürünlerin ezilmesi, kırılması, limanda yaşanan kazalar, çeşitli kimyasalların doğaya bulaşması vb.). Bu işlerden sorumlu olan personelin insan ve doğa faktöründen kaynaklanan riskleri önlemek amacıyla çeşitli eğitimlerden geçmesi gerekmektedir.

“Denizyolu ile taşınan yükler arasında herhangi bir kaza/olay anında çevreye ve insanlara telafisi mümkün olmayan zararlar verebilecek tehlikeli kimyasallar ve malzemeler de bulunmaktadır. Bu nedenle tehlikeli malların denizyolu ile taşınması esnasında karşılaşılmaması muhtemel riskleri ortaya koyabilmek ve bu riskleri ortadan kaldırmak ya da gerçekleşmesi durumunda etkisini azaltabilecek önlemler alabilmek oldukça önemlidir” (Mert ve Çetinyokuş, 2020).

4. Uygulama

4.1 Amaç ve Yöntem

Bu araştırma ile denizyolu ticaretinde faaliyet gösteren firmaların dışsal ve içsel tehditlere karşı ne gibi önlemler aldıklarının araştırmasına yönelik sonuçlar elde etmek amaçlanmaktadır.

Mülakat yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen araştırmada katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda, firmalara çözüm önerilerinde bulunulacaktır.

4.2 Araştırmanın Bulguları

Bu çalışmanın amacına ulaşılabilmesi için uluslararası arenada faaliyet gösteren denizyolu taşımacılığı yapan firmaların kaptanlarıyla yüz yüze mülakat gerçekleştirilmiştir.

Mülakat sonucunda kaptanların büyük bir bölümü 1. Soruda yöneltilen “Denizyolu ticaretinde karşılaştığınız tehditler en çok içsel mi yoksa dış kaynaklı mı? Sorunun cevabına en çok dışsal tehditlerle karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Bu tehditlerin başında ise siyasi ve ekonomik sebeplerden kaynaklanan döviz kuru dalgalanmaları, navlun ücretleri terör saldırıları ve korsanlık, doğal afetler gelmektedir.

2. soruda yöneltilen “Bu tehditlerden en çok hangileriyle karşılaşıyorsunuz?” sorusuna ise kaptanların yine büyük bir çoğunluğu yükleme ve boşaltma sırasında konteynerlerin ezilmesi ve zarar görmesi, kur hareketliliği ve diğer ülkelerle olan politik ilişkiler şeklinde cevap verirken bazıları ise yakıt fiyatlarındaki değişiklik, navlun endeksindeki değişimler ve korsanlık olarak cevaplamışlardır. Özellikle korsanlıktan kaynaklanan tehditler Somali, Malakka Boğazı ve Doğu Afrika Güneydoğu Asya bölgelerinde ekonomik nedenlerle olmasa da ideolojik nedenlerle de saldırılarda buldukları belirtildi.

Bununla beraber Covid-19 pandemisinin de denizyolu ulaşımını etkileyen önemli bir dışsal tehdit olduğu belirtildi. Ayrıca kuru yük navlunlarının son 3 ayda inanılmaz yükseldiği verilen cevaplarda yer almaktadır.

3. Soruda katılımcılara yöneltilen soruya “Karşılaştığınız bu tehditlerle baş edebilmek için neler yapıyorsunuz?” verilen cevapların bir kısmı döviz kurundaki dalgalanmalara karşı esnek kapasite kullanımı ve finansal önlemler alınmıyor derken bir kısmı ise belirsizliğin yoğun olduğu bu dönemde Reaktif olmaktan çok proaktif çözümler üretilmeye çalışıldığını belirtti. Katılımcılardan bazıları ihracat yönlü taşımalarda “Dummy Booking” denilen blok halde yapılan yükleyicisi belli olmayan rezervasyonlarla ekipman sağlamaya çalıştıklarını belirttiler. Bir kısmı ise ithalat- ihracat dengesizlikleri limanlarda kapasite sorununu öne çıkarmaktadır. Liman kapasitelerini artırmak üzere çalışmalar yapılırken limanlardaki yüklerin bekleme sürelerini azaltmaya yardımcı prosedürel ve organizasyonel iyileştirmeler yapmaktadırlar. Bir kısmının verdiği cevap ise gemi çalışanları ile sürekli iletişim halinde olarak görev ihmallerini en aza indirmeyi sağladıklarını belirtirken, özellikle yükleme ve tahliye limanlarındaki P&I sörveyör atayarak şüpheli yük eksiklik iddialarına karşı tedbir alıyor. Bunun dışında kötü hava şartlarının olmadığı bölgelere bağlantılar yaparak rota planını bu çerçevede oluşturmaya çalışıyor. Bu tehdidi bertaraf etmek için ise mümkün mertebe gemilerini 6 aylık period zaman çarterine bağlamayı tercih ediyorlar.

4. Soruda sorulan “Bu tehditler maliyetlerinizi ve rekabet avantajınızı nasıl etkiliyor?” soruya ise katılımcıların bir kısmı gemilerde yaşanan güvenlik sorunu nedeniyle ilave güvenlik önlemi masraflarına katıldıklarını bir kısmı ise bu durumun müşterilerin rekabet avantajını daha çok etkilediğini belirtmiş. Navlunlar konusunda ise bu durumun daha çok uzun vadede müşteri memnuniyetini etkileyen bir durum olduğunu ve aynı şekilde yüksek navlunlar yüzünden bazı kiracılar, yük sahipleri yüklerini satmama ve bekletme veya fabrika durdurma kararı da alabiliyor. Katılımcıların bir kısmı ise bu tehditlerin, ülkenin rekabet avantajını etkilediğini belirtirken bir kısmı maliyetler tüm pazar için yükseldiğinden rekabet avantajı veya dezavantajı yaratmadığını belirtmiş. Başka bir katılımcı ise ihracat- ithalat dengesizliğinin kontrol edilemediği noktada sefer iptalleri yapılmaktadır. Bu durum gerek ihracatçılar gerekse Deniz yolu işletmecisi olan şirketler için finansal kayıplara sebep olmaktadır. Özellikle yakıt fiyatlarındaki artış maliyetlerini artırırken, rekabet avantajını azalttığını belirtmiştir.

Diğer bir katılımcının verdiği cevapta yine ciddi oranda maliyet artışına neden olabileceği gibi aynı zamanda rakiplerine aralarında olan rekabette kendilerine ciddi oranda olumsuz yansıdığını belirtmiş. Buna örnek olarak PSC denetimlerinde gemi personelinin ihmalden kaynaklanan eksiklikler resmi kayıtlara geçiyor ve artık kiracılar tarafından önemli seçim kriterleri arasında yer aldığını belirtiyor. Diğer bir katılımcı ise maliyetlerin marketle örtüştüğünü ve mevcut durum düzeline kadar büyüme beklenen bazı servislerde maliyetleri düşürerek satışı artırmak hedeflenmiştir.

5. Soruda yöneltilen “Gelecekte bu tehditlerin ne şekilde değişeceğini öngörüyorsunuz?” sorusuna verilen cevaplar genellikle olumlu yönde. Katılımcıların çoğunluğu sektördeki dalgalanmanın pozitif yönde olacağını öngörüyorlar. Bazı katılımcılar ise gemi sayısı ve talep dengesizliğinin düzelmesi ve makul seviyelere gelmesini beklerken, bazıları bulunduğumuz coğrafyadan kaynaklı Avrupa ile olan ticaretimizin her geçen yıl arttığını belirtmiş.

Bu durumun devam etmesi beklentisi yüksek olduğu düşünülüyor. Artan ticareti desteklemek için düzenli olarak sefer sayılarını artırdıklarını belirtiyorlar. Covid-19 öncesi döneme dönüş beklentisi var.

5. Sonuç ve Değerlendirme

Denizyolu ulaşımında faaliyet gösteren firmaların kaptanları ile yapılan mülakat sonucunda Covid-19 sürecinin denizyolu ulaşımında karşılaşılan tehditlerin değerlendirilmesi üzerine 5 adet aşağıda yer alan sorular sorulmuştur.

Denizyolu ticaretinde karşılaştığınız tehditler en çok içsel mi yoksa dış kaynaklı mı? (İçsel tehditler: şirket çalışanlarının ihmal ve bilgisizliği, finansal yetersizlik, operasyonlarda ve rotalama da yapılan hatalar, yükleme ve boşaltma kaynaklı tehditler, kazalar. Dışsal Tehditler: Korsan saldırıları, dev dalgalar fırtına gibi doğal afetler, navlun endeksinde sürekli değişen fiyatlar, döviz kurunda yaşanan değişimler, diplomatik ve gümrük krizleri vb.)

1. Bu tehditlerden en çok hangileriyle karşılaşıyorsunuz?
2. Karşılaştığınız bu tehditlerle baş edebilmek için neler yapıyorsunuz?
3. Bu tehditler maliyetlerinizi ve rekabet avantajınızı nasıl etkiliyor?
4. Gelecekte bu tehditlerin ne şekilde değişeceğini öngörüyorsunuz?

Çalışmada verilen cevaplar dışsal ve içsel tehditlerin süreçlere olan etkisi üzerine yapılan değerlendirme sonucunda firmaların doğal afetler, korsanlık ve haydutluk, değişken navlun endeksinden kaynaklanan arz ve talep oynaklığı gibi dışsal tehditler firmalar için önemli tehditlerin başında yer almaktadır. Bu tehditlerle başa çıkma noktasında ise ülkelerin uyguladıkları politikaların uluslararası ticaret yapan firmaların güvenlik sorunlarını ele alarak oluşturulması gerekliliği ortaya çıkıyor.

Yapılan mülakatlar sonucunda elde edilen bulgular arasında uluslararası deniz ticareti yapan firmaların dış tehditlerle daha çok karşılaştıkları, içsel tehditlerle başa çıkmanın daha kolay olduğu çünkü kendi bünyelerinde karşılaşılan tehditlerle başa çıkabilmenin maliyet olarak daha düşük olduğu saptandı. Katılımcılar uluslararası sularda en çok karşılaştıkları tehditlerin başında korsanlık ve haydutluğun geldiğini ayrıca bu tehdidin en yoğun olduğu bölgeler olan Somali, Malakka Boğazı, Doğu Afrika ve Güneydoğu Asya bölgesindeki korsanlık olaylarının ekonomik sebeplerden çok ideolojik nedenlerle de karşılaşıldığı belirtilmiştir.

Yapılan değerlendirmeler sonucunda dünya ticaretinde yaşanan dalgalanmalarının bir kısmının Covid-19'dan sonra gerçekleştiği, özellikle navlun endeksinin dalgalı seyretmesi ihracat ve ithalatta oynaklığa sebep olduğunu, reaktif durumlardan çok proaktif davranmanın çözüm üretmede daha faydalı olduğu, maliyet ve kar marjının dış kaynaklı olaylardan daha çok etkilendiği tespit edilmiştir.

Dünya ticaretinin %90 gibi önemli kısmının denizyolu ile yapıldığı ve küresel ekonominin âdete yön belirleyicisi olan denizyolu ulaştırmasının önemi bir kez daha vurgulanmıştır.

IMO (International Maritime Organization) gibi uluslararası deniz yolu ulaşımın yasal düzenli ve çevreye duyarlı şekilde gerçekleşmesini sağlayan organizasyonların, denizyolu ulaşımının güvenliğinin uluslararası sularda sağlanması amacıyla yeni çalışmalar yürütmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Herkesin normalleşme beklentisinde olduğu sektör, üç tarafı denizlerle çevrili ülkemizde önemi ve değeri her geçen gün artmaktadır. Bu sebeple organizasyonların ve firmaların konuyla ilgili çalışmalarını artırmaları gerekmektedir.

Tablo 1. Denizyolu Ulaşımında Karşılaşılan Tehditler

Firma	Çalışan	Denizyolu Ticaretinde karşılaşılan tehditler: İçsel veya Dışsal	Bu tehditlerin çok hangisiyle karşılaşıyorsunuz	Bu tehditlerle baş edebilmek için neler yapıyorsunuz?	Bu tehditler maliyetlerinizi ve rekabet avantajınızı nasıl etkiliyor	Gelecekte bu tehditlerin ne şekilde değişeceğini düşünüyorsunuz
1	KAPTAN A	İçsel Tehditler: bilgisayarların sabotaja uğraması Dışsal tehditler: Olumsuz hava koşulları	Yükleme ve boşaltma esnasında konteynerlerin hasar görmesi, korsan saldırıları	ISM code IMO' nun A. 741(18) sayılı kararı, ISM kodu, CSI	İlave güvenlik önlemi masrafları, Yükselen nakliye ücretleri, ticaret yollarının değişmesi şeklinde etkiliyor.	DTDM uluslararası alanda ilgili kurum ve kuruluş ve sektörlerle toplantılar yapılması, bu konuda yapılan uluslararası toplantılara katılmak, silahlı özel güvenlik personelin gemide bulundurulmasına imkân verilmesi
2	KAPTAN B	Dışsal risklerle daha çok karşılaşılmaktadır. Bunlar döviz kurundaki dalgalanmalar, jeopolitik tehditler	En çok kur hareketleri ve diğer ülkelerle olan politik ilişkilerden etkileniliyor.	Döviz kurundaki dalgalanmalara karşı esnek kapasite kullanımı ve finansal önlemler alınıyor.	Müşterilerin rekabet avantajını daha çok etkiliyor. Döviz hareketleri buna örnek verilebilir.	Orta vadede bu tehditlerin devam edeceği düşünülüyor.
3	KAPTAN C	Daha çok dışsal tehditlerle karşılaşıyor. Bunlar Dünya ticaretindeki dalgalanmalar, hava koşulları.	En çok pandemi gibi dünya marketini domino etkisi altına alan daralma talep azalmasına bağlı direkt ve dolaylı etkiler.	Reaktif olmaktan çok proaktif çözümler üretilmeye çalışılıyor.	Maliyetler ve rekabet avantajları kar marjının düşmesiyle olumsuz etkileniyor	Sürdürülebilir hizmet vermeyi başaranların uzun dönemde ayakta kalarak, marketteki arz talep dengesinin yeniden oluşması ve tüketim alışkanlıklarının artmasıyla, tehditlerin değişip avantaj ve fırsatlar yaratacak.

Firma	Çalışan	Denizyolu Ticaretinde karşılaşılan tehditler: İçsel veya Dışsal	Bu tehditlerin çok hangisiyle karşılaşıyorsunuz?	Bu tehditlerle baş edebilmek için neler yapıyorsunuz?	Bu tehditler maliyetlerinizi ve rekabet avantajınızı nasıl etkiliyor?	Gelecekte bu tehditlerin ne şekilde değişeceğini düşünüyorsunuz?
4	KAPTAN D	Dışsal tehditlerde: Ro-Ro taşımacılığındaki halat-ihracat dengesizliği. Bu dönemde limanlarda bekleyen yük sayısında yaşanan artış ticareti aksatabilmektedir.	Yakıt fiyatlarındaki değişimler	Liman kapasitelerini artırarak limanlarda yükün bekleme süresini azaltmak. Ek olarak müşteri davranışlarını değiştirmek.	İthalat – ihracat dengesizliğinin kontrol edilemediği noktada sefer iptalleri yapılmaktadır. Bu durum finansal kayıplara neden olmaktadır.	Avrupa ile ticaret her geçen gün artmakta. Artan ticareti desteklemek için düzenli olarak sefer sayıları artıyor ve yeni tren hatları açılıyor. Covid-19 salgınında yaşanan %35'lere varan ve ilk birkaç ay süren hacim azalmasına rağmen bölgedeki potansiyel sayesinde hacim tekrar eski seviyesine ulaşacaktır.
5	KAPTAN E	Genel olarak dışsal risklerle karşılaşılıyor. Doğa olayları, korsanlık bunların başında yer almakta.	Navlun değişimleri ve diplomatik durumlar ve vize problemi.	Müşteriler kiracıları olduğu için kiracıların haklarını savunan sözleşmeler yapılıyor	Yüksek navlunlar, uzun vadede müşteri memnuniyetini etkileyecektir.	Tamamıyla dijital çağa giriş yapıyoruz. Otonom limanlar ve insan faktörünün en aza indiren yazılımlar piyasaya Hâkim olacak.
6	KAPTAN F	En çok dışsal tehditler var. Covid-19 nedeniyle ticaretten çekilen gemi sayısındaki azalma ve dolaşımdaki konteyner sayısının düşmesiyle navlun belirsizliği	Dışsal tehditler baskın durumda. Döviz kuru dalgalanmaları, ithalatta azalma.	Dummy Booking denilen, blok halde yapılan yükleyicisi belli olmayan rezervasyonlarla ekipman sağlamaya çalışılıyor.	Maliyetler tüm pazar için yükseldiğinden rekabet avantajı veya dezavantaj yaratmıyor.	Covid-19 öncesi döneme dönüş temennisi var. Çalışma saatlerinin daha esnek olduğu, adaptasyon hızının yüksek, evden çalışma sürelerinin artacağı öngörülüyor ticaret adaptasyonu yüksek firmaların yeni iş modelleri kurduğu gözlemleniyor.

Firma	Çalışan	Denizyolu Ticaretinde karşılaşılan tehditler: İçsel veya Dışsal	Bu tehditlerin çok hangisiyle karşılaşıyorsunuz?	Bu tehditlerle baş edebilmek için neler yapıyorsunuz?	Bu tehditler maliyetlerinizi ve rekabet avantajınızı nasıl etkiliyor?	Gelecekte bu tehditlerin ne şekilde değişeceğini düşünüyorsunuz?
7	KAPTAN G	Daha çok dışsal tehditlerle karşılaşıyor.	Navlun endeksinin değişkenliği, döviz kuru dalgalanmaları, beklenmedik doğal veya doğal olmayan olaylar (Covid-19, Süveyş Kanalı tıkanıklığı vs.)	Şirket içi değerlendirmeler sonucu müşteri/yük öncelik verilmelidir.	Maliyetler marketle çoğunlukla örtüşmektedir ancak büyüme beklenen bazı servislerde maliyetleri düşürerek satışı artırmak gerekmektedir.	Geleceği öngörmek mevcut şartlarda mümkün görünmüyor ancak dalgalanarak pozitif veya negatif yönde seyredeceği öngörülmektedir.
8	KAPTAN H	Her iki tehdit de yapılan işin bir parçası. Tehditlerin nitelikleri zaman zaman değişiyor.	Son bir senede Covid-19 oldu. Bunun sonucu olan finansal değişimler, yakıt fiyatlarındaki artış ve döviz kurundaki değişimler	Tehditlere karşı hazır olunmaya çalışılıyor, önceden yaşanan tehditlerden ders çıkartılıyor, değişimlerle başa çıkabilme gücü çok önemli.	Yaşanan tehditler maliyetleri ve buna bağlı olarak rekabet avantajını direkt etkiliyor. Maliyetler arttıkça müşterilere yansıyor ve bu durum karayolu taşımacılığına olan talebi artırıyor.	Deniz ulaştırması, ülkenin ekonomik ve siyasal durumu ile çok yakından ilişkili ve bu konulardaki değişimlere karşı çok hassas. Türkiye ekonomisinin ilerleyen yıllarda gelişeceği öngörülmüyor.
9	KAPTAN I	Hem içsel hem dışsal tehditler var ama en ciddi boyutta olan dışsal tehditler.	Gemi çalışanlarının ihmalleri, yükleme ve boşaltmada yaşanan kazalar, kötü hava koşulları, navlun endeksinde yukarı aşağı oynamalar	Gemi çalışanları ile sürekli iletişim halinde olmak, kötü hava koşullarına karşı rota planı yapmak.	Tehditler maliyet artışına sebep olmakta. Aynı zamanda rekabet avantajı kaybetmeye neden olmakta	Gemi sayısı ve talep dengesizliğinin düzelmesi ve makul seviyelere inmesi bekleniyor.

Kaynakça

- Atar, F., Aydoğdu, Y. V., Duru, O., and Şenol, Y. E. (2013). Kısa mesafe deniz taşımacılığının avantajları ve kombine taşımacılıktaki önemi üzerine bir çalışma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 5(1), 77-93.
- Balisampang, T., Abbasi, R., Garaniya, V., Khan, F., and Dadashzadeh, M. (2018). Review and analysis of fire and explosion accidents in maritime transportation. *Ocean Engineering*, 158, 350-366.
- Erdönmez, E. S., and İncaz, S. (2016, Kasım). 2018 yılına kadar AB denizyolu taşımacılığının stratejik hedefleri ve önerilerinin Türkiye'ye yansması. *Journal Of Emerging Economies And Policy*, 1, 111-125.

- Erol, S., and Dursun, A. (2015, Eylül). Denizyolu Taşımacılığında Riskler ve Riskden Korunma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 7(2), 172-201.
- Ilgar, R. (2018, Haziran). Çevresel Duyarlılık Açısından Petrol Sektörü, Çanakkale Boğazının Pazardaki Yeri ve Önemi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 23(39), 25-44.
- Mert, A., and Çetinyokuş, S. (2020). Denizyolu Tehlikeli Madde Taşımacılığına Yönelik Kazaların Analizi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10(1), 41-54.
- Şipal, Y. Z. (2016). Türkiye'de ticari deniz taşımacılığı ve gemi fiyatlarında arz- talep dengesizliği, navulun fiyatlarına yansımaları. *International Multidisciplinary Conference* (s. 641-648). Antalya: İMUCO.
- Tabur, İ., Tağ, M. N., and Demirhan, N. A. (2016, Haziran). Korsanlık ve deniz haydutluğu ile mücadele :Somali örneği ve Türkiye'nin katkıları. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(1), 1-20.
- Türe, I. (2020, ekim 4). *Konteyner taşımacılığında yeni normaller neler getirecek*. nisan 3, 2021 tarihinde 7deniz.net: <https://www.7deniz.net/m-haber-35600.html> adresinden alındı
- Uğurlu, U. (2020, Kasım 11). *2020 Yılı ilk 3 Çeyreğinde Konteyner Piyasası*. Nisan 1, 2021 tarihinde Denizbülten.comn: <https://www.denizbulten.com/yazar-2020-yili-ilk-3-ceyreginde-konteyner-piyasasi-104.html> adresinden alındı
- Wang, W., Huang, W., and Liang, X. (2018). On the smulation based Reliability of complex emergency logistics networks in Post- accidents resques. *Journal of nvironmental Reasearch and public helath*, 15(1).
- Weng, J., Yang, D., and Du, G. (2018). Generalized F distribution model with random parameters for estimating property damage cost in maritime accidents. *The flagship journal of international shipping and port research*, 45(8), 963-978.

KUŞ İMGESİNİN SÖYLENBİLİMDE VE SANATTA TEMSİLİ ANAERKİLLİK-ATAERKİLLİK İKİLİĞİ BAĞLAMINDA KUŞ İZLEĞİ

Füsun Deniz ÖZDEN¹

Öz

Mitoloji-Söylenbilimde kuşlar ve sfenks-kuş ile birkaç farklı hayvanın birlikte gösterildiği fantastik yaratıklar-, hem uçma eylemiyle insanları özendiren bir varlık olarak hem de sanat ve edebiyatta bir mesaj vermek için daima etkili olmuştur. Kuş betimi, aynı zamanda kadın ve erkek arasındaki güç mücadelesini göstermek için kullanılan birçok metafordan biridir. Tarihin erken dönemlerinde-anaerkil- şahin gibi güçlü bir kuşun kadınla özdeş olması dışında, kadınlar sanatın birçok dalında günümüzde olduğu gibi tarih boyunca genellikle güzel, narin ve kırılgan varlıkların sembolü olan kuşlarla özdeş tutulmuştur. Kadınlara isim verilirken de aynı yaklaşım söz konusudur; narin bir kuş türü olan kumru, “Kumru” olarak kadın ismiyken güçlü bir kuş türü kartal, “Kartal” olarak erkek ismidir. Bunun yanında birçok dönüşüm-metamorfoz- mitosunda da özne, Leda-Kuşu örneğinde olduğu gibi kadındır ve çok bilinen bir yapıt olan “Kuğu Gölü” balesinde de kuğu kadınla özdeştir. Sfenksler söz konusu olduğunda, sanatta temsillerinde kadın ile ilişkili- özdeş olduğu görülmektedir. Çalışma, sanatsal yaratımın fantastik ürünü olan sfenks ile Antik Yunan Mitolojisinden başlayarak, kadın tanrıçalar ve kuş ilişkisinin, mitoslar aracılığıyla sanatta ve edebiyatta nasıl yansıtıldığını, kuş imgesinin görsel temsilleri ve edebiyattaki temsillerini seçilmiş örneklerle ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Söylen-Mitos, Kuş, Tanrıça, Sfenks, Anaerkillik, Ataerkillik

JEL Sınıflaması: Z01, Z11, Z13

REPRESENTATION OF THE BIRD IMAGE IN MYTHOLOGY AND ART BIRD THEME IN THE CONTEXT OF MATRIARCHY-PATRIARCHY DUALITY

Abstract

In Mythology, birds and sphinxes-fantastic creatures in which bird and several different animals are shown together- have always been effective both as a being that encourages people with the act of flying and to give a message in art and literature. The bird image is also one of the many metaphors used to show the power struggle between men and women. In the early periods of history - matriarchal - except that a strong bird such as a falcon was identified with a woman, women were often identified with birds, which are the symbol of beautiful, delicate and fragile beings, throughout history, as in many branches of art today. The same approach applies when naming women; Dove, a delicate bird species, is a female name as “Dove”, while a strong bird species eagle is a male name as “Eagle”. In addition, in many transformation-metamorphosis-myths, the subject is woman, as in the example of Leda-Swan, and in the well-known ballet “Swan Lake”, the swan is identical with woman. In the case of sphinxes, it is seen that they are related to women in their representations in art. The study aims to reveal how the relationship between female goddesses and bird is reflected in art and literature through myths, the visual representations of bird image and its representations in literature, starting with the sphinx, which is the fantastic product of artistic creation, and Ancient Greek Mythology, with selected examples.

Keywords: Myth-Myth, Bird, Goddess, Sphinx, Matriarchy, Patriarchy

JEL Classification: Z01, Z11, Z13

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Beykoz Üniversitesi, Sanat Tasarım Fakültesi, fusundenizozden@beykoz.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4568-6838

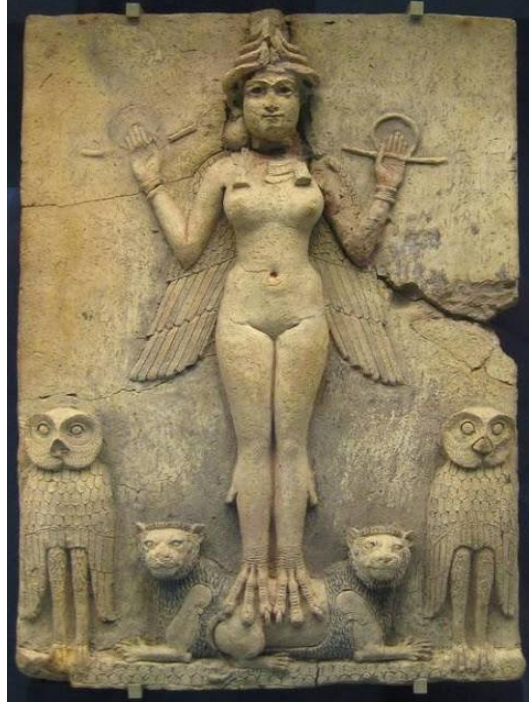
1. Giriş

Tarih boyunca kadınlar hakkındaki algıları yansıtan sembolizme göre, söylenbilimde pagan dünyanın tanrı ve-veya tanrıçalarla ilişkisi bağlamında kuşlar daha çok tanrıçalar ile ilişkili olarak gösterilmiştir. Diğer bir deyişle kadınlar genellikle güzel, narin ve kırılğan varlıkların sembolü olan kuşlarla özdeş tutulmuştur. Kuğu Gölü balesine kaynaklık eden tema, Asya'da geniş bir coğrafyada yaygındır (Roux, 2005: 338).

Mitlerle benzer özellikler taşıyan masallar söz konusu olduğunda, bir dönüşüm-tavil olma durumunda bir genç kızın seçeceği kuş kumrudur; üvey annesine yağ götürürken şişesini kıran kızın, tanrıya yalvarırken kumru olmayı dilediği masal, bizim masallarımızdan güzel bir örnektir (Aksel, 2016: 348). Söylenlerdeki kadın-kuş figürü zamanla periye dönüşmüştür. Türklerin İslam dinine geçmeleriyle gökten geldiğine inanılan kuş ya da periler, yeni inançlarında zamanla kötü olayların nedeni olarak yorumlanmıştır. Geleneksel kültürde, kuşa dönüşen kız figürü masallarda varlığını sürdürmüştür. (Özer, 2012: 96)

Doğuda birçok efsanenin “Gül ile Bülbül” ve onun kaynağı denilebilecek “Hayat Ağacı ve Can Kuşu” örneğinde olduğu gibi bir ölçüde değişse de halkın ortak hafızasında yeri önemini hala korumaktadır. Müjdeleyici bir varlık olarak, Saba Melikesi Belkıs ve Hazreti Süleyman'ın haberleşmesi Hut hut kuşu aracılığıyla olmuştur. Evrensel bir felaket olan Nuh Tufanı'nın sona erdiğini müjdeleyen, ağzında zeytin dalı tutan bir güvercindir. Kuşlar ve sfenks, mitoloji-söylenbilimde, sanat ve edebiyat tarihinde mesaj vermek için daima etkili bir konu olmuştur. Kuş betimi, kadın ve erkek arasındaki güç ilişkisini gösteren birçok metafordan biridir. Neolitik-Anaerkil Dönemde ana tanrıça yırtıcı bir kuş olan Şahin ile gösterilmektedir. Anadolu'da Çatalhöyük'ten başlayarak, Kybele olarak anılan, adı Babil'de İnanna, İştâr, Girit'te Rhea olan ana tanrıça, birçok ada sahiptir. Kybele kültü, geniş bir coğrafyada, doğuda İç Asya'ya kadar, batıda ise Akdeniz ve Avrupa'ya yayılmıştır. Ege-Phokeia'dan Marsilya'ya uzanan yolculuğu önemlidir. Kybele'nin şehri Pessinus, Eskişehir yakınında Sivrihisar'a bağlı olan Ballıhisar Köyü'ndedir. Doğurganlığın sembolü olarak doğurgan öğelerinin abartılarak gösterildiği idollerinde, genellikle iki yanında atribüsü² aslanla birlikte betimlenen Kybele, bereketle ilişkilendirilmiştir.

² Antik Sanatta bir heykelin hangi tanrı ya da tanrıçaya ait olduğunu gösteren ayrıntı, nesneye verilen ad.



Fotoğraf 1: Akad Tanrıçası İştâr

Ana tanrıçanın atribüsü olarak anaerkil³ dönemde şahin ve kartal gösterilebilirken, anaerkil düzenden ataerkilliğe⁴ geçildiğinde kartal gibi güçlü ve yırtıcı bir kuş sadece Zeus-baş tanrı ile birlikte gösterilmektedir. Kartal Zeus'un atribüsüyken baykuş Athena'nın, tavus kuşu Hera'nın ve güvercin de Aphrodite'nin atribüsüdür.

Bu kuşlar atribüsü olduğu tanrı ya da tanrıçanın tanınırlığını sağlayan temsil görevi taşımaktadırlar.

Görünüleriyle insanlara sanatta esin veren kuşlar, bilimde de uçuş eylemleri nedeniyle pek çok buluşa kaynaklık eden, insanlar tarafından özenilen varlıklardır. Masallarda, destanlarda insanların da kuşlar gibi uçtukları görülmektedir. Örneğin; Firdevsi'nin (940-1020) Sehnamesi'nde; Keykavus'un uçtuğu ve sonrasında düştüğünde Rüstem tarafından kurtarıldığı anlatılır. Antik Yunan'da ise Girit'li mimar Daidalos'un oğlu Ikaros, dünyada ilk uçan adam olarak bilinmektedir.

Bu mitosa göre, kral Minos'un emriyle Labyrinthos'a kapatılan baba ve oğul, oradan kaçıp kurtulmak için hem kendisi hem de oğluna birer çift kanat yapan Daidalos, onları balmumuyla omuzlarına yapıştırmıştır. Ikaros'a ne çok alçaktan uçmasını, ne de fazla yükselip güneşin ışınlarına yakın gelmemesini öğütse de havalandıktan sonra babasının sözünü unutan Ikaros, fazla yükselince, tanrı onun kanatlarını tutan balmumunu eritmiş, Ikaros denize düşerek boğulmuştur (Dürüşken, 2021: 47).

Ikaros'un uçuş serüveni her dönemde sanatçıları esinlemiştir. Bu mit ile ilişkili olarak Brueghel'in (1525-1569) resmi en etkileyici olanlardan biridir. Brueghel normalde klasik veya mitolojik konuları betimlemediğinden, bu kendi başına alışılmadık bir durumdur.

³ **Anaerkillik:** Kadının üstünlüğüne dayalı toplumsal örgütlenme düzeni, maderşahilik. Ananın egemen olduğu aile hayatı. <https://sozluk.gov.tr/>

⁴ **Ataerkillik:** Soyda, temel olarak babayı alan ve ailede çocukları baba soyuna mal eden düzen, pederşahilik. <https://sozluk.gov.tr/>

Hem Ikaros hem de Phaethon mitleri, babalarının uyarılarına rağmen göğe doğru fazla yükselerek güneşe yaklaşan ve felakete göklerden aşağı atılan aceleci genç erkeklerle ilgilidir. Brueghel'in bu mitosu canlandıran resminin diğer versiyonlarında olduğu gibi, öne çıkan yelkenli gemiler, suya düşme, insan-kuş dönüşümü ve ortaya çıkan dramın seyirci üzerinde farkındalık eksikliğine neden olmuştur. Ikaros mitosunun en detaylı anlatımı Romalı şair Ovidius'un (İ.Ö. 43- İ.S.17) *Metamorphoses (Dönüşümler)* adlı eserinde yazılmıştır. Benzer yazgıyı paylaşan, Eos'la Kephalos'un, ya da başka bir kaynağa göre, Güneş tanrı Helios'la Okeanos kızı Klymene'nin oğlu olan Phaethon mitosunda olduğu gibi, Ikaros'un babası Daidalos'un, sorumluluğu, bir çocuğun talihsiz düşüşüne- kaderine karıştığını gösteren mitoslardır (McCout: 2015).



Fotoğraf 2: Brueghel, Ikaros'un Düşüşü

2. Mitos-Söylen, İmge

Mitos'un-Söylen- söz; düşünce; hikaye; uydurma söz karşılığı anlamına gelmesi yanında; insanın doğayla konuşması, doğayı anlamaya çalışması-kendini anlamaya çalışması demek olması, Greimas'ın Göstergebilim anlayışına-dünya için insanın, insan için doğanın anlamı- uygundur. Ç. Dürüşken'in mitoloji ile ilgili söyledikleri ise adeta sanatın birçok dalı için esinlerle dolu soyut bir dünyanın tanımıdır; *"Zihnin sınırsız hayal gücünün keşfidir mitoloji; insanın hiç farkında olmadığı kendi büyüdü dünyasının keşfi. Daha özgür bir söylemle, insanın kendisinin, düşünce biçiminin ve kavrayış sınırlarının sonsuzca belirginlik kazanması. Mitolojinin çekim alanına giren insan, o ana kadar içinde yaşadığı bedenini, olayları anlamlandırılmasında etkili olan ruhunu ayna gibi görür karşısında; kendisiyle ve hiç bilmediği sırlarıyla yüz yüze gelir; sahiden kendisinin olanı bütün çıplaklığıyla görür. Birden bir yolculuk başlar ruhunun en ücra köşelerine, dışardaki doğanın bütün gizemli hallerinin, aslında kendi içinde yerleşik olduğunu hisseder aniden. Bir yanda akıl ve mantık, bir yanda aşk ve tutku karışır birbirine. İsyanlar başlar iç dünyanın en derin vadilerinde; göğün mavisi, güneşin kıvılcığı, ışığın sarısı, yaprağın yeşili birbirine geçer. Bu zıtlıklardan doğar ışık sızmayan ormanlar, sık dallı ağaçlar, kıvrıla kıvrıla akan dereler, hafifçe esen meltemler; yedi kat açan güller; ve bir ressamın tablosuna, bir heykeltıraşın heykeline, bir şairin dizelerine, bir hatibin sözlerine birer büyüdü renk olur katılır (Dürüşken, 2021: 48)".* Özellikle son cümlesi "Bir dilsel bildiriye sanat yapıtına dönüştüren nedir?" sorusuna yanıt arayan R. Jakobson'ı hatırlatmaktadır. Yazınsal işlevlerin ağır bastığı yazınbilimin konusu, Jakobson'a göre bu sorunun yanıtında yatmaktadır.

Yazınbilimin, incelediği yöntemlerin birçoğu dil sanatıyla sınırlı değildir.

Emily Bronte'nin (1818-1848) ünlü romanı Wuthering Heights-Uğultulu Tepeler-den bir film yapılabilir, Ortaçağ söylenleri duvar resmi ya da minyatüre dönüştürülebilir, Stéphan Mallarmé'nin (1842-1898) L'Après-Midi d'un Faune -Bir Kır Tanrısının Öğleden Sonrası-Faure'dan bir müzik parçası, bir bale, İliada ve Odyssea'yu çizgi roman yapmak, William Blake'nin (1757-1827) Divinia Commedia -İlahi Komedy- için çizdiği görüntülerin uygun olup olmadığı sorusunun sorulması, değişik türden sanatların karşılaştırılabilir olduklarını kanıtlamaktadır (Senemoğlu, 1983: 176).

Sözel sanat ile sözel olmayan sanat ulamında yer alan biçimlerin her birinin kendine özgü bir içeriği, içeriğin bir tözü ve bir yapılanma biçimi vardır. Saussure, Bakhtin, Bartley'in üzerinde çalışmalar yaptığı, Metinlerarasılık/Göstergelerarasılık; iki farklı gösterge dizgesi arasındaki alışveriş işlemini değişik gösterge dizgelerine ait yapıtlar arasındaki açık ya da kapalı ilişkileri belirtir.⁵ Kuşların konu olduğu mitosların, hem kuşların hem de gizemli kuş- insan karışımı imgelerin sanatçılara esin olması ve bu imgeler aracılığıyla yaratılan dünyanın-sanatın, insanları yönlendiren bir izlek olduğu görülmektedir; Edebiyat başta olmak üzere Görsel Sanatlar ve Gösteri Sanatlarında da bunun örneklerini bulmaktayız.

Söylen, söylenin anlamı ve işlevi, imgelem konusunda sanat yapıtının bilinç ve bilinçaltının etkinliğinin kimliğini bize yansıttığını düşünen Schelling'in (1775-1854) sanat felsefesi, aşkın ülküselcilik ve Alman romantik yazarlarının aşkın ülküselcilikle olan ilişkileri etkileyici açıklamalardır. Schlegel (1772-1829) ve Schelling, ruh-tin ve maddeyi, felsefe ile şiiri uzlaştırma çabalarını söylenbilim ve söylen konusunda yürüttükleri düşünceler aracılığıyla gerçekleştirmiş olmalıdırlar. Söylenlerin tarihselliği konusunda Schelling, onları eski, unutulmuş bir dönemin gözden düşmüş kalıntıları değil gerçekliğe giden yol olarak görmektedir (Aktulum, 2011: 214).

“Söylen, bilincin kendisinin bile ilk yarattığı olduğu arı yaratıcı güçlerin eylemi altında tamamlanan bir süreç olduğundan dolayı yalnızca dinsel bir anlamı bulunmayan sözlensel sürecin, ayrıca genel bir anlamı vardır, genel süreci yinelemekten başka bir şey yapmadığı için, bu süreç içerisindeki söylenin gerçekliği olan gerçeklik, evrensel gerçekliktir. Alışageldiğinin tersine söylenin tarihsel bir gerçeklik barındırdığı düşüncesi yadsınamaz; çünkü onu doğuran sürecin kendisi bile gerçek bir tarih, gerçek bir süreçtir.” (Aktulum, 2011: 217) Birçok söylenle –“Troya Efsanesi” örneğinde olduğu gibi- gerçek ve efsane ilişkilidir.

Postmodern olmayı ya da Gebser'in (1905-1973) “perspektifi olmayan” dünyasını kullanmayı (yeniden üretim) ve geçicilik (değişim) ikiliğinden kurtulmanın en iyi yolu olarak görmek mümkündür.

Gebser'in her zaman geçerli orijin hevesine benzer şekilde Peirce'in(1839-1914) “kişisel varoluş bir yanılsama ve pratik bir şakadır” deklarasyonu, sadece kolektif, ortak olana işaret etmez, manidarlık ve önem sürecinin açık, dinamik, yorumlanabilir ve şeffaf olduğunu da işaret eder. Gerçekte Peirce'in göstergebilim işaretlerini üçlü kavrayışı bizim değişim ve süreklilik algımızı tamamen açık, yorumlanabilir ve dolayısıyla şeffaf hale getirir. Peirce'in iddia ettiği üzere “kainat ... sadece işaretlerden oluşmadıysa eğer işaretlerle bezenmiştir “ve onun için gerçeklik işaretlerdir, birisinin de ifade edebileceği gibi *gerçeklik her zaman geçerli bir orijindir*.”

⁵ Bu ilişkiler iki şekilde gerçekleşir: İlki; sözlü bir sanat, sözsüz bir sanatı kelimelere dökerek kendi içine alır. İkinci olarak sözsüz bir sanat, açıkça sosyal olan bir sanatı temsil eder. Sözel olmayan sanatlar söz konusu olduğundan, bir sosyal sanat biçimine atıfta bulunan sözel olmayan bir sanat durumu, edebiyat eleştirisinin alanına girmez veya öncelikli olarak girmez. Sanat formları, estetik teoriler tarafından sözlü ve sözsüz olarak bir kategorize edilmiştir (Aktulum, 2011:43).

Pagan dünyanın birçok mitinin Hıristiyanlıkta dönüşerek ve daha sonra da Yeni Platoncu düşünce ile varlıklarının insanlığın ortak hafızasında devamlılığının sağlandığını görmek de sevindiricidir. Art Nouveau' nun özü olan geçmişle geleceği birleştirme 20. yüzyılın ilk on yılında sanatta belirleyici olmuştur. Düşünce dünyasında da benzer yaklaşımları görmekteyiz. Gebser, değişim, geçmişten üstün değildir. “Yeni” bütünleşerek “eski”yi kabul eder dediği, yeni ufuklar açan çalışması *The Ever-Present Origin (Her zaman geçerli Orijin)* adını almıştır. Sosyal değişme paradoksalıdır. Bununla beraber, kabul etmesek de paradoksal ilişkiler oldukça yaygındır.

Gerçekte insan deneyiminin temel doğal bir parçasıdır. Paradoksal bir şekilde yeni yenilikçi fikirler alışıldık geçmiş, sürekli olanı içerir. “İlham, tamamıyla yeni bir şeyin açığa çıkmasıdır, fakat aynı zamanda her zaman gerçek olan bir şeyin yeniden keşfidir”. Bu şeffaf ve eşzamanlı süreç, alışıldık olanı garip ve garip olanı alışıldık yapan sihirli ve hayali özellikleri bir arada barındırır. Ve bu yüzden bütün toplumlarda, göz ardı edilen alışılmamış olan şeylerin farkına varmak için alışıldık olana farklı gözle bakma fırsatı her zaman mevcuttur. Perspektifi olmayan bilinç yapısı ile Gebser'in bizlere hatırlattığı bütünü bilinci ya da “holos bilincidir”, yaşayan bir şimdiki zaman olarak bizim hem uzak geçmişimizi hem de arzulanan geleceğimizi kucaklamamıza yardımcı olur. Bunu bilinçli bir şekilde, “önceki bilinç yapısını” terk etmeden gerçekleştirmek için Gebser, “rasyonel olmamak adına rasyonelliği yenmek ve zihniyetten şeffaflığa geçmek” gerektiğini savunmaktadır. Bu görüş özellikle önemlidir çünkü perspektifi olmayan bilinç bütünü şeffaf bir şekilde algılanması ile ilgilendiğinden, mekan-zaman sınırlamasının ötesine giden eşzamanlılık özelliğini göz ardı etmez. “Sadece insan tarafından gerçekliğin bu karşılıklı algılanışı ve söylenişi ile dünya bizim için şeffaf bir hal alır”. Bunu dikkate alarak kültürel yenilemeye (değişim) ve sosyal yeniden üretime (devamlılık) giden yol sürekli anlamlandırma yolculuğunda tek ve aynıdır (Gebser 1985: 261, in Seif 2006).

Göstergebilimin nesnel olma konusunda yaptığı çabalar, gerçek bir bilim olma isteğiyle ilişkilidir. Gebser bir filozoftur ama düşünceleri ve anlama- anlamlandırma konusunda yaptığı çalışmaların göstergebilime katkısı yadsınmaz. Barthes'ın (1915-1980) bildirdiği gibi söylen karışık; söylen, atasözleri gibi etkindir; tutucu ve yenilikçi bir ideoloji arasındaki bu iki anlam arasında yer almaktadır. Antik Yunan tiyatrosu söz konusu olduğunda, İ.Ö.V. yüzyıl söyleni, birçok düzeltme gerektirecek bir imge üretmiştir.

Bu imgede en azından bir doğruluk payı vardır; Bu tiyatro, yapıtlar, kurumlar, protokoller ve tekniklerle düzenlenen bir bütünden oluşur ve bir yapısı vardır. Antik Yunan tiyatrosunu İ.Ö. V. yüzyılda dondurmakla tarihsel bir boyut kaybedilse de yapısal bir doğruluk yani anlamlama sağlanmıştır. Dionysos diniyle ilişkili olup olmadığı hakkında neredeyse tüm repertuar ve yüzlerce yapıt kayıp olduğu için kesin bir bilgi yoktur. Dithyrambos, Sicilya Komedyası, Epicharmos komedyası, satirik drama gibi türlerin tümünü gerçekleştiren dramatik yazar kuşağının repertuarından, sadece üç tragedya ve bir komedy ozanı bilinmektedir; Bunlar Aiskhylos (İ.Ö. 525-İ.Ö. 455), Sophokles(İ.Ö. 495-İ.Ö. 406), Euripides(İ.Ö. 480-İ.Ö. 406), Aristophanes'tir (İ.Ö. 446-İ.Ö. 386) (Barthes, 2017: 60).

Çağdaş edebiyatta Aragon (1897-1982), *Le Paysan de Paris*'te sürrealizmin öncülük ettiği temaları izleyerek imge ve mit gibi rüyaya ve ilgili unsurlara geniş yer vermiştir. Bu unsurlarla ilgili kendine özgü bir felsefe ortaya koyan Aragon, felsefenin önemli isimlerine atflar yaparak rüyalar, imgeler ve mitlerle ilgili araştırmalarını sürdürmüştür.

Aragon imgeden yola çıkarak felsefeye ilişkin düşüncelerini, “sözcükler dışında hiçbir düşünce ya da gerçeklik yoktur” diye açıklamıştır. Sözcüklerden, dolayısıyla gerçeklikten ve düşünceden oluşan dilin, gerçeği ele veren sınırlarını genişleterek, sonsuz bir alanın, yani gerçeğin kapısını aralamak istedi. Gerçeküstü bulduğu yeni gerçekliğin adını verir. Raslantı, imge, yanılsama, fantezi, rüya ve imgeyi içerdiği söylenebilecek gerçeküstü, tanımlanması zor bir kavramdır. Gerçeküstücülük tanımını imgeden yola çıkarak yapan Aragon, *Le Paysan de Paris*'te gerçeküstücülüğün mucizevi imgenin düzensiz ve tutkusal kullanımını olduğunu, gösterim alanında çalkantı ve dönüşümler yarattığından her defasında evreni yeniden gözden geçirmeye zorlar demiştir (Aktulum, 2011: 205).

Aragon, bu düşünceleriyle, duyuların yanıltıcı olduklarını düşündüğü için duyumlardan sakınan, Descartes (1596-1650) felsefesinin us konusunda ileri sürdüğü ilkeyi tersine çevirmiştir. Ona göre; duyuların oluşturdukları görüntüler “kaba tuzaklardan başka şeyler değillerdir, ancak onlardan başka hiçbir şeyin karşısına çıkaramayacağı bir amaca giden merak uyandırıcı yollardır.”.

“Algıların her türden yanılgısına uzun garip çiçekleri denk düşer ben düşüncemi yalnızca küçümşenen bu dönüşümlerle doldurmak istiyorum artık.” diyen Aragon kitabının önsözünde yanılsamanın “karanlık krallığını” aşmak istiyor. Işığı tanımlamak ve betimlemek karanlık veya gölge ile gerçekleştirilebilir. Şair, operada karanlık bir geçide girdiğinde -Opera pasajındaki- bir detay, onun bu düşüncesini kesinleştirmiştir; bir anda pipo ve baston satılan bir mağazanın vitrininde seiren gördüğündeki tepkisi, şaşkınlığından, daha iyi bir sözcük bulamadığı için “İdeal olanı! diye bağırarak olmuştur.” İmge-seiren, algısının bulanıklaştığı bir anda ortaya çıkar, ulaşamayacağını düşündüğü kişiye ulaşmayı beklediği anda yoğunlaşır. “.. Seiren'i 1919'da la Sarre sahilinde tanıştığı la Lisel isimli bir kadına benzetmiştir. Bulanıklığın kaynağı da kişiseldir. Duyum sanrıları -burada görsel halüsinasyon (sanrı)- ama aynı zamanda hayal gücünden daha derin bir gerçeklik olarak gerçeğe giden bir yoldur (Aktulum, 2011: 212-216).

Aragon'un imgeleminde etkisini yoğun bir biçimde görülen, bizim de duyumsadığımız Seirenler, Yunan Mitolojisinin efsane yaratıkları arasında günümüze dek gelen ve başka mitolojilerin etkisi altında değişime uğrayan deniz kızlarıdır. İlk olarak Odysseia'da sözü geçen Seirenler kadın gövdeli, kuş kanatlı ve güzel sesli olarak tanımlanmaktadır. Bir kıyı boyunca kayalara tünemeleri ve bir gemi geçtiğinde denizcilere baştan çıkarıcı bir şekilde şarkı söylemek onların geleneğiydi. Büyüleyici melodileri ile etkilenen denizcilerin gemileri kayalara çarpardı.

Diğer efsanelere göre ise sirenlerin sesleri onlarla birlikte ölmez, yine de belirli mevsimlerde belirli kara rüzgarlarına takılıp kalır ve hala denizcileri ölüme çağırılmaktadır. (Erhat, 1978: 292) Ünlü Romalı edebiyatçı Publius Ovidius Naso (İ.Ö.43-İ.S.17-18) Yunan Mitolojisinin dönüşüm öykülerini topladığı ünlü yapıtı, *Metamorphoses*'te, mitolojik doğa anlayışını *omnia mutantur nihil inherit* (her şey değişir, hiçbir şey yok olmaz) diyerek birkaç kelimeyle açıklamıştır. Bu tek satırın önemi açıktır; o çağın doğa ve insan ve diğer canlıların gizemi çözümlendiğinde ki bu ancak anlamlandırma ile gerçekleştirilebilir (Dürüşken, 2021: 50).

Klasik kaynaklarda; Odissea, XII, 1; Igiōno; Fabulae, 125, 141; Apollonio Codio, Argonautiche, N, 891; Ovidio, Metamorfosi, V, 512.'de yer almaktadır. Seirenlerle ilgili olarak, doğanın stilize gösterildiği bir fonda her iki elinde müzik aletiyle birlikte betimlenen, Robinet Testard'ın 1496-98 tarihli seiren minyatürü, Paris Biblioteque Nationale'dedir (Ausoni 2005:97).



Fotoğraf 3: Robinet Testard, Seiren minyatürü, Paris Biblioteque Nationale

3. Sfenks İzleği İçeren Yapıtlar – Kadın Kuş Figürü

İnsan kafasına sahip olan bedeni aslan, kanatlara sahip mitolojik bir yaratık olan sfenks, Mısır, Yunan ve birçok kültürde görülen sfenks sanatsal bir yaratımdır ve Pagan dönemle ilişkilidir. İnsanın imgelemine yarattığı fantastik bir yaratım olan sfenks ile ilgili tek tanrılı dinlerde doğrudan bir bağlantı görülmemektedir.

Bazı araştırmacılar *keruvlar* ile sfenks arasında bağlantı kurmaktadır. Tanrıya tapınma ve övgü ile meşgul meleksele varlıklar olarak değerlendirilen keruvlar için, Arkeolog W.F. Albright “*keruvlar aslında sfenkstir*” demiştir; özellikle Asur ve Babil kültüründe ilgi çekici olduğundan söz etmiştir. Güneş ile ilişkilendirilen ve kutsal mekanları koruma görevi verilen sfenksler de keruvlar gibi tanrı katındadır. W.F. Albright bunu üç kıtada yaptığı kapsamlı sfenks çalışmalarından sonra yazarak, keruvların çok büyük ihtimalle sfenks oldukları görüşünü öne sürmüştür (Saydam, 2019: 19-20). Keruvlar Aden bahçesini korumaktaydı.⁶

Ezoterik inançlarda da sfenks simgesi önemli bir yer tutmaktadır. Sfenks bilmesinin Pisagorcunun sayılar teorisiyle ilişkili olan başka bir cevabı daha vardır; insanın ve alt alemlerin sayısı olarak bilinen “9” rakamıdır. Sfenks dolayısıyla doğa gizemi, gizli öğretinin cisimleşmesidir, onun bilmesinin çözemeyen herkes yok olacaktır. Sfenksi geçmek ölümsüzlüğe ulaşmaktır.

Antik Dönemde trajedi yazarı olan Sophokles, Oidipous’un öyküsünü anlatmıştır ama sfenksin sorduğu bilmeceye⁷ yer vermemiştir. Muhatap oldukları kitlenin bilmeceyi zaten bildiği gerçeğinden hareketle, Seneca (4-MS 65), Corneille (1606-1684), Voltaire (1694-1778) oyunlarında yer vermedikleri sfenksin sorduğu bilmeceyi, farklı biçimlerde yorumlamışlardır. Seneca’da bilmece sahnesi dramatik yönü ile seslendirme olarak yansıtılır. Sfenks, mide bulandırıcı kemiklerle dolu yolda yürürken kanlı çenesini gıcırdatıyor ve kanatları ve pençeleri saldırmaya hazır.

⁶ Nitekim Mukaddes Kitap şöyle der: “...hayat ağacına giden yolu korumak için Aden bahçesinin doğusuna Keruvlar ve her yöne dönen alevli bir kılıç yerleştirdi. Genel olarak kanatlar, ayaklar ve ellerle betimlenen Keruv, iki hatta dört yüze sahip olmak gibi çeşitli biçimlerde tanımlanır. Kutsal şeyleri koruyan melekler olarak düşünülen Keruvlar’ın, Tekvin 3:24’te, ahit sandığının üzerindeki başış tahtında buldukları yaşam ağacını koruduklarını görebiliriz (Saydam, 2019: 21).

⁷ Sfenks denilen canavar Thebes şehrinde korku salmakta, sorduğu bilmecelere cevap veremeyenleri parçalayıp yemektedir. Sorular da şunlardır: Kimi zaman iki, kimi zaman üç, kimi zaman dört ayak üstünde yürüyen ve doğal yasalara karşıt olarak en çok ayağı olduğu zaman en güçsüz olan yaratık hangisidir? İki kız kardeşirler, biri ötekisini doğurur ve ikincisi birincisinden doğmadır? Oidipus birinci bilmeceye insan, ikincisine de Gün ve Gece diyerek doğru cevap vermiştir. Sfenks kendini tünediği kayadan aşağı uçuruma atarak öldü (Hard, 2004:310-311).

Muhtemelen böyle bir durumda bilmecenin sahnenin dramatik yönünü olumsuz etkileyeceği düşünülmüş hareket yoktur.

Bilmecenin görsel temsili ilk olarak İ. Ö. 470-460 dolaylarında yapılmış, kırmızı figürlü kylix-krater biçimli Antik Yunan çanağında görülmektedir.



Fotoğraf 4: Oidipus ve Thebes Sfenksi, Vatikan Müzesi

Thebes şiiri Oidipoidia'dan aktarıldığı düşünülen altı ayaklı bir dize şeklinde görülen bir bilmecedir. Şiirde sfenks Oedipous'un mücadelesi yanında Oedipous'un annesi ve eşi Iocasta ile olan ilişkisi de ele alınmaktadır. Kaydedilen ilk örnek, Euripides'in (MÖ 480 - 406) iki parça halinde bulunan kayıp Oedipous oyunundandır. Tıpkı vazoda olduğu gibi bilmece, Euripides'in Phoenissae hakkındaki yorumlarıyla birlikte altı dizeli bir formdadır. Amerikalı şair Ralph W. Emerson'un (1803-1882) "Sfenks" adlı şiiri de sfenks-kadın ilişkisinin edebiyatta sürekliliğini göstermektedir.

*“...İçinden binlerce seslerin
Konuştu evrensel kadın;
“Kim ki anlamlarımdan birini söyler
Efendisi olur bütün anlamlarımın..”*

Yine Amerikalı yazar Edgar Allan Poe'nun (1809-1849) *Sfenks* adlı kısa hikayesi, edebiyatta kullanılan sfenks

betimlerinin varolduğu örneklerden biridir.” (Saydam, 2019: 23).

Emile Zola'nın (1840-1902) “Tazı Payı” adlı yapıtında, Renee'nin portresinde Antikite ile kurlabilecek en belirgin çizgi onun bir sfenkse benzetilmesidir: “Sırtüstü yatmakta olan genç adam, kendisine bakan bu enfes sevdalı hayvanın omuzlarının gerisinde, parlak butları ay ışığı ile aydınlanmış mermer bir sfenks gördü.

Renee tıpkı o kadın başlı acibe(canavar) vaziyetinde duruyor, tıpkı onun gibi gülümsüyordu; çözümlü etekliğinin meydana bıraktığı vücuduyla, bu siyah tanrının beyaz tenli kız kardeşi gibi gözüküyordu.” (Aktulum, 2011: 176).

Felsefede ise sfenksi önemli bir sembol olarak ele alan Hegel’e (1770-1831) göre; sembol bir işaretir ve kendisinden farklı bir şeyi anlatmaya yönelik bir araç-gösterge. Sembolün anlatıldığı düşünce, bilinmeyen bir gösterge değil, anlamla belli bir yakınlık ilişkisi taşımaktadır. Sembolün temsil ettiği düşünce, anlamla belli bir yakınlığı olan, bilinen bir gösterge.

Sembolde, gösteren ile gösterilen arasındaki ilişki içseldir; Sembol ile temsil ettiği şey arasındaki ilişki, aslan ile güç arasında olduğu gibi benzetmeye dayanmaktadır. Sembolün, gerçek anlamı ile metaforik-eğretilmeli anlamı arasında bir gel-git ilişkisi vardır. Hegel'e göre en yüce simge olan sfenks, Mısır zihniyetini karakterize eden bir sembol olarak, sembolizmin simgesidir denilebilir (Saydam, 2019: 24).

Hegel, tarihsel nedenlerle sfenkse ilgi duymaktaydı; sfenks bedeninin tarihi konusunda sorunların olduğunu bulguladı. Wagner’in de benzer düşündüğü bu konuda Hegel’in söyledikleri onun sembolleri anlamaya ve netleştirmeye- şeffaflaştırmaya ilişkin çabalarını göstermektedir. “Hayvan vücudunun hareketleri ile süslenmiş bir insan yüzü. Birbirinden ayrılması çok zor.” Hegel’in “sembollerin sembolü” tanımı, sosyal bilimlerde sfenksin önemini anlatmayı sağlasa da, müzik, kimya, fizik, şiir gibi birçok alanda da varolan “sembol” tanımının anlaşılmasındaki karışıklık sürmüştür (Saydam, 2019: 25).

Schiller de (1759-1805) 1891 tarihli “Sfenks Bilmeceleri” yapıtında “Çarmıh”ın sembollerin en büyüğü olduğunu söyleyerek ardından Sfenks gelir demiştir. Hegel, sfenksi en başa koyarak sfenks imgesinin değerini artırmış ve popüler hale gelmesini sağlayarak sfenks imgesinin sonraki yüzyıllardaki gelişimini belirlemede etkili olmuştur.” (Saydam, 2019: 25-26). Tarihin erken dönemlerinden itibaren fantastik bir yaratım olarak hem sanatçıların hem de insanların ilgisini çeken ve bu nedenle Anadolu’da Alishar-Alacahöyük, Hattuşa ve başka yerleşimlerde de şehir girişlerinde anıtsal olarak karşımıza çıkan bu çok bilinen yapılar yanında İstanbul Eski Şark Eserleri Müzesi’nde bulunan, Gaziantep Zincirli’den çift sfenksli sütun kaidesi İ.Ö. 8. yüzyıla tarihlenir. 1226-1236 yıllarında yapılan Beyşehir Kubadabad Sarayı’ndan sfenksli çini, sfenksin figür olarak kullanımının Anadolu kültüründe sürekliliğini göstermek bakımından önemlidir. Anıtsal yapılardan başka halk sanatında yaygın olan, Anadolu mitolojilerinde akıllı ve iyilikle özdeş olarak tanımlanan, bileşenlerinde kuş kanadı olmasa da sfenks olarak da tanımlanabilecek, maran adı verilen belinden aşağısı yılan, üstü ise insan şeklindeki doğüstü yaratıkların başında “şahmeran” gelmektedir. Yunan Mitolojisinde şahmeran figürüne kaynak olabilecek bir diğer mitolojik yaratık da Perseus tarafından başı kesilen Medusa’dır. Şahmeran figürünün günümüzde hala beğeniliyor olması, insanların doğüstü varlıklara olan ilgisinin de bir göstergesidir. Avrupa resminde Neoklasik ressam Jacques-Louis David’in (1748-1825) bir öğrencisi olan Fabre (1766-1837), ölümcül Sfenks’in genç Oidipous’la bir bilmecayla karşılaştığı dramatik anı betimlemiştir (Fotoğraf 7: Baron François-Xavier Fabre (1766–1837)).

Oidipous, bir bebek olarak dört ayak üzerinde emekleyen, bir adam iki ayağı üzerinde duran ve yaşlılıkta üçüncü bir uzuv olarak bir değnek kullanan “İnsan” diyerek bilmecenin yanıtını doğru vermiştir.

Fabre, Oidipous'u neo-klasik bir manzaraya yerleştirip ona tipik Yunan kahraman prototipine benzeterек güzelce sahnelemiş ve bilmeceyi başarıyla cevaplayacağına dair hiçbir şüphe bırakmadan üç parmağını uzatarak dramatik bir şekilde hareket etmesini sağlamıştır.⁸ Bu konu neo-klasik dönemin bir diğer önemli ressamı Ingres (1780-1867) tarafından da resmedilmiştir. Fabre'nin eserinde hafif bir yüzey temizliği yapılırken sfenks'in arkasındaki küçük bir alanın aslında boyanmış olduğu fark edildi; insan kafatası ve altındaki bir iskeletin parçaları şimdi tekrar görülebiliyor. Sfenks, bilmeceyi çözemeyen herkesi yuttuğundan, bu grafik ayrıntı hikayenin mantıklı bir ögesidir. Büyük olasılıkla, kafatası, daha sonra onu kapatan önceki sahibine çok ürkütücü bir ayrıntı gibi görünmüş olmalıdır.



Fotoğraf 5: Zincirli, İ. Ö. 8.yüzyıl çift sfenksli sütun kaidesi



Fotoğraf 6: Beyşehir Kubadabad, sfenksli çini

⁸<http://www.daheshmuseum.org/portfolio/francois-xavier-fabreodipus-and-the-sphinx/#.Ya8O4EvP3IU>,
20.11.2021



Fotoğraf 7: Baron François-Xavier Fabre (1766–1837) Oedipus ve Sphinx, 1806–1810 yağlı boya

Nike

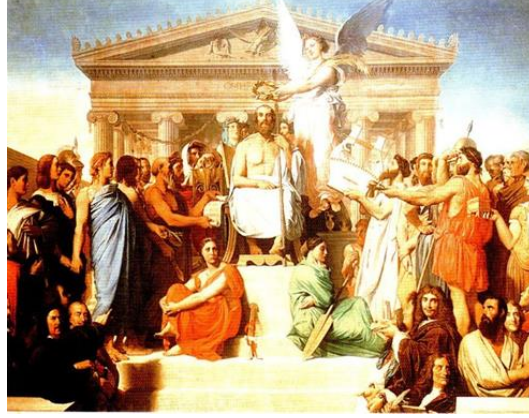
Pallas ve Stiks'in kızı olan, Nike'nin ana gövdesi, insan görünümünde olmasına karşın kolları yerine kanatları olduğu için, bir sfenks ya da grifon denilebilir. Klasik kaynaklarda kartal, zafer için bir gösterge olsa da, Louvre Müzesinde bulunan Samothrake Nike'si geminin pruvasında-baş tarafında duruşuyla, Nike, adeta Hellenler için zaferin tanrısal işareti olarak gösterilmiştir.



Fotoğraf 8: Samothrake Nike'si, Paris Louvre Müzesi

Ingres'in, Paris Louvre Müzesinde bulunan 1827 tarihli resimde "Homeros" taçlandırılırken; Homer'in Apotheosis'i, şimdi Louvre'da (INV 5417) olarak sergilenen Jean-Auguste-Dominique Ingres'in 1827'de yaptığı resmi, (Lodwick, 2005:62) simetrik bir kompozisyondur; Homeros'un zafer veya evreni kişileştiren kanatlı bir figür-Nike- tarafından taçlandırıldığını göstermektedir.⁹

⁹ Resimde kırk dört ek figür, bir tür klasik inanç çerçevesinde şaire saygı göstermektedir. Homeros'un, Antik Dönem sanatçıları olan Phidias, Apelles ve modern zaman sanatçıları; Shakespeare, Michelangelo, Mozart, Poussin ile birlikte gösterildiği, ideal güzelliğe, klasik dünyaya hayranlığını açıkça bu resimde açıkça vurgulayan Ingres, Romantik akım güçlenirken bile bu tutkusunu sürdürmüştür (Lodwick, 2005:62).



Fotoğraf 9: Ingres, Homer'in Apotheosis'i, Paris Louvre Müzesi

Victor Michajlovic Vasnevov'un (1848-1926) 1896 tarihli Alkonost ve Sirin resmi, Moskova Tretjakov Müzesindedir. Sirin ve Alkonost Romantik tarzda Neşe ve Hüzün Kuşları olarak yaratılmıştır (Ausoni, 2005:100).



Fotoğraf 10: Victor Michajlovic Vasnevov, Alkonost ve Sirin resmi, Moskova Tretjakov Müzesi

Griffonlar Farklı varlıkların birleştiği gerçeküstü-fantastik yaratıklara kuşlara Eski Yunancada "Gryps", batı dillerinde de "Griffon" adı verilir. Antik kaynaklarda; Aiskhylos'un Prometheus'unda (804) ve Herodotos tarihinde (III, 116 ve IV, 13) "Gryps" sözü geçmektedir. Aiskhylos'a göre Griffon'lar Zeus'un kutsal yaratıkları, başka bir geleneğe göre Apollon'un bekçi köpekleridir. Aiskhylos'un Prometheus'unda "havlamaz, uzun gagalı, kanatlı köpekler" olarak tanımlandığı bu yaratıkların başka bir söylenceye göre, gövdeleri aslan gövdesidir. Griffonlar, Hyperboreliler ülkesinde bulunan tek gözlü Arimaspes adlı boyun bu altınları almak için saldırılarına uğramışlardır, İskitlerin elinde bulunan kutsal altınların bekçileridirler. Başka bir efsaneye göre ise yuvalarını altın madenlerinin bulunduğu dağların eteklerine kurmuş olan Griffon'lar, Hindistan'ın kuzeyinde bulunan bu çöllerde altın arayıcılarına karşı koymuşlardır (Hall, 1995: 27-28).

Pegasus

Perseus ve Bellerophon'tes efsanelerinde önemli bir rol oynayan Pegasus, Medusa'nın kanından doğma kanatlı bir attır. Hesiodos, Theogonia'sında Pegasus'un doğuşunu anlatmıştır. (Theog. 270 vd) Adının, Yunanca "pege" kaynak anlamına gelen sözcükten türediği kabul edilmiştir. Pınar ve çeşme başlarında bulunmaktan hoşlanan Pegasus'un, bir gün ayağını yere vurarak Helikon dağı'nın eteğinde Hippokrene pınarını meydana getirdiği anlatılır (Erhat, 1978: 261).



Fotoğraf 11: Pegasus

Helikon Dağında bulunan Hippokrene pınarının Mousalar'ı da esinlediği bilinmektedir. Bu nedenle "şiiresel esin" ile özdeşleştirilen Pegasus beyaz rengi ve kanatlarıyla belirginleşen imgesiyle de sanatta önemli bir esin kaynağı olmuştur (Fotoğraf 11: Pegasus). Daha sonra Athena'nın kendisine verdiği altın dizgin yardımıyla Bellerophon'tes tarafından yakalandığı, Chimeralar ve Amazonlarla yapılan savaşlarda kendisine yardım ettiği söylenir (Hard,2004:61). Olimpos Dağı'na çıkararak ölümsüzlerle kaynaşmak isteyen Bellerophon'tes'i başından atan Pegasus, Olympos Dağı'na geri dönüp eski görevlerini sürdürdü. Pegasus'un Zeus'un gönderdiği dev bir at sineğinin ısırmasından korkup, Bellerophon'u üzerinden atmasının nedeni olduğu da efsaneler arasındadır. Aşırı hırsın zararlı olduğunun simgesi olarak gösterilen bu mit, Medusa, Perseus, Bellerophon'tes mitleriyle de ilişkilidir (Hard, 2004: 434). Pegasus gökte bir burç haline getirilmiştir.

Çift Başlı Kartal

Çift Başlı Kartal, sadece Yunan Mitolojisi'nde değil, birçok kültürde önemli bir yere sahiptir. Mezopotamya'da Sümer kenti Lagaş'ın simgesi çift başlı kartaldır. İ.O. 3000'lerin sonları ve 2000'lerin başlarından itibaren görülen çift başlı kartal figürü, Anadolu'nun ilk devleti olan Hititlerde ve 1000'li yıllardan sonra Geç Hitit Devletlerinde de kabartmalarda varlığını sürdürmüştür. Daha sonra ise bütün Orta Asya'ya yayılmış olan bu simgeyi, Selçuklular yüzyıllarca Orta Asya bozkırlarında koruduktan sonra, Anadolu'ya yeniden dönüşlerinde beraberinde getirmişlerdir.

Hem Bizans hem de Selçuklu sanatında birçok kuş motifi var ama egemenliği simgeleyen kartalın önemli bir yer tuttuğunu görmekteyiz. Nedenini anlayamadığımız bir biçimde Selçuklu kartalının başı geriye dönük olarak gösterilmiştir (Akerson, 2005: 118). Egemenliğin simgesi olarak, sembolik anlatımın en önde gelen kullanım biçimlerinden biri olarak kabul edilmektedir.

Bu nedenle tarih boyunca iktidar sembolleri ya da devlet armaları, antik çağdan itibaren tüm dünyada devletlerin oluşturdukları simgeler, onların görsel kimlikleri olarak birer iletişim aracıdır. “Çift başlı kartalın, Anadolu Selçuklularının devlet arması haline gelmesi ve bu sembolün neden iki başa sahip olduğu konusunda farklı görüşler vardır. Ögel’e göre; kartalın çift başlı yapılmasının sebebi, Türk sanatındaki simetri tutkusudur.

Arik, koruyan ve egemenlik kuran iki ruhun, iki iktidarın güç birliği durumlarında iki kez arttırılmış gücün, çift başlı kartalla simgelandiğini belirtmektedir. Öney ise, evlenme ve politik birleşmeyi sembolize etmesinin yanı sıra simetri geleneğinden kaynaklanabileceğini de düşünmektedir. Çift başlı kartal imgesi bu anlamından dolayı günümüzde de hala Pakistan’da evlenme sembolü kullanılmaktadır.” (Özel, 2018: 554).



Fotoğraf 12: Selçuklu Sanatında Çift başlı kartal, Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası

4. Kuş İzleği İçeren Yapıtlar

Yunan Mitolojisi’nde kuşlarla özdeşleşen tanrılarla ilgili bilgiler ilk olarak Homeros (İ.Ö. y.750-?) ve Hesiodos’un (İ.Ö. 8.yy.) eserlerinde verilmiştir. Daha sonra yazılan Ovidius’un *Metamorphoses*’inde detaylı bilgiler vardır. Bunun yanında Antik Yunan Çağ yazarlarından Arrianos (y. 86/89- y. 146/160) ve Ksenophon (İ.Ö. 431- İ.Ö. 354) yapıtlarında ilahi semboller olarak kuşlardan söz etmişlerdir. Kuşlarla ilgili olarak ilk edebi yapıt ise Aristophanes’e (İ.Ö.456-386) aittir. Aristophanes’in yaşamına ilişkin sınırlı bilginin tek kaynağı oyunlarıdır. İ.Ö. 414’de yazmış olduğu *Ornithes- Kuşlar*, fantastik bir komedyaya olması yanında ütöpik bir yapıttır. Atinalı iki yurttaş kuşların insanları yöneteceği bir kenti düşlemiştir. Bazı araştırmacılarca, Kuşlar Atinalıların yayımlacı politikasına karşı bir yergi olarak değerlendirilmiştir.

Sanatta ve edebiyatta, tıpkı La Fontaine Masallarında olduğu gibi, yazarın niyetini hayvanlar aracılığıyla ortaya koyması, tarih boyunca baskı dönemlerinde, yakın zamanlarda ve günümüzde de metafor-eğretileme kullanımı sıklıkla görülmektedir. Yazın başta olmak üzere sanat söyleminin daha da ötesi sanat/yazın işlevinin ayırıcı özelliklerinden biri ve de en önemlisi olan metafor Jakobson'a göre, "...bir bildiriye, bildirinin öğelerini seçme ya da bir başkasıyla yer değiştirme aracılığıyla koda sağlayan işleme karşılıktır." (Aynan, 1995: 26).

4.1. Görsel Sanatlarda Kuş Tanrıça Temsilleri

4.1.1. Tanrıça Hera- Tavus Kuşu

Cronus ve Rhea'nın kızı olan Hera'nın efsaneleri, onun inadına dayanan tanrılar ve kahramanlarla ilişkili kıskançlıklarının dramatik sonuçları nedeniyle kendi söyleni bir şekilde belirsiz hale gelmiştir. Zeus erkek kardeşidir ve onunla "Hieros Gamos" kutsal evlilik yapmıştır. Zeus'un soğuk bir kış gününde titreyen bir guguk kuşu biçiminde Hera'ya görünmesiyle başlayan kutsal evlilik söyleni, kuşu narin bir biçimde ellerine alan Hera'nın, bir anda gerçek kılığına bürünen Zeus'la karşılaşınca önce direniş göstermesi, ancak evlenme koşuluyla baş tanrıyla birlikte olmasıyla gerçekleşmiştir. O güzel, görkemli bir tanrıçaydı, Zeus'un-bütün dünyayı seçebileceği her zaman geri döndüğü seçilmiş karısıydı. Hera'nın kıskançlıktan farklı özellikleri de vardı; evli ve gebe kadınların koruyucusu olan Hera, kızı Eileithyia ile doğumlara gözcülük ederdi. Roma mitolojisinde Iuno olarak bilinen Hera, yine doğum sırasında kadınların ve evliliklerin koruyucusudur. İnek gözlü olarak anılan Hera'nın atribüleri, nar (bereket simgesi), zambak, inek ve en önemlisi tavus kuşudur.¹⁰ Hera'nın arabasını çeken kuş olarak resmedilir (Erhat, 1978: 146).

Zeus'un egemenliği ve sadakatsizliğinin gölgesinde tanrısallıktan çok insani niteliklere bürünmüş bir tanrıça olarak mitlerde konu edilmiştir. Jacques Louis Dubois (1768-1843) tarafından yapılan resimde, atribüleri olan guguk kuşlu asası, tavus kuşu ve tacı ile betimlenen Hera, Antik Yunan klasik dünyasının ölçülü güzelliğinin temsilidir.

Rubens (1577-1640) "İksion'un İhaneti" adlı yapıtını, 1615 yılında yapmıştır, Tanrıça Hera ve "sözde" Hera imgesinin birlikte gösterildiği bu resimde, sözde Hera, İksion'un kollarında gösterilmiştir. Tanrıça Hera'nın en önemli atribüsü tavus kuşu ile göstermekle "gerçek" olduğu anlatılmak istenmiştir ve Hera onları izlemektedir.¹¹

¹⁰ Çapkınlığı ile ünlü olan Zeus rahibelerden Io'dan hoşlanır. Bunu öğrenen kıskanç karısı Hera'ya böyle bir şey olmadığını söyler. Zeus, Io'yu beyaz bir ineğe çevirir. Zeus a inanmayan Hera, ineği ona hediye etmesini ister. Zeus ineği Hera'ya hediye eder. Hera ineği, yüz gözlü Argos'a emanet ederek ona göz kulak olmasını ister. Zeus, Hera'yı iyi bildiği için endişelidir ve Io'yu kurtarmak için Hermes'den yardım ister. Hermes, Hypnos'dan aldığı uyku ilacı otları ve Maia'nın oğlunun sihirli flütü ile Argos'u uyuşturarak uykuya daldırır ve Io'yu kurtarır. Bu duruma çok sinirlenen Hera, Argos Panoptes'i cezalandırmak için yüz gözünü alır ve onlarla Tavus Kuşu'nun eteklerini süsler. (Erhat, 1978: 171)

¹¹(Yüzgüller:253) http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/kulturelmiras_ao/stmitolojisi.pdf, 20.11.2021



Fotoğraf 13: Iuno – Jacques Louis Dubois (1768-1843)



Fotoğraf 14: Rubens, Iksion'un İhaneti, 1615

Paganların, etinin bozulmadığına inandıkları Hera'nın kutsal tavus kuşu, Hıristiyanlarda ölümsüzlük ve yeniden dirilişin sembolü olarak yer bulmuştur. Bizans kültürü ve Selçuklu kültüründeki ortak figürlerden biri olan kartal motifinde olduğu gibi tavus kuşu da Büyük Selçuklu dönemi çanaklarında karşımıza çıkmaktadır. Bazen tavus kuşunun küçüğü olan mezeldek kuşu, kartaldan tavusa, tavustan mezeldek kuşuna dönüşerek ağlayan bir kuş figürü olur; iki kültürden Bizans üstünde Selçuklu'nun egemenlik kurduğu 11. yüzyılda ağlayan kuş motifinin sıklıkla kullanılması sanatçı Adil Can'a göre Selçuklu'nun getirdiği kuşu küçülterek, ağlayan kuş haline sokup mizahi bir amaçla kullanılmış olmalıdır. Diğer yandan Hıristiyanlıkta bir efsaneye göre, İsa Peygamber öldüğünde dağ, taş, tüm hayvanlar ağladığında bu kuş da bunu simgeliyor olabilir. Ayrıca ağlayan kuşlar, bu konuda çalışan Naci Zeyrek'e göre Sophokles'in Antigone yapıtından bir öykü aracılığıyla açıklık kazanabilir. Öyküye göre Artemis tarafından kuşa çevrilmiş olan Meleagros'un kızkardeşlerinin-Hint Kuşları, onun ölümü üzerine döktükleri gözyaşları, Sophokles tarafından amber tanesi olarak değerlendirilmiştir. Ağlayan kuşlar motifinin arketipi olarak geleneğin ne kadar eskiye gittiğini de göstermektedir. Dönüşüm- eski dilde tavil olma, Hera'nın Argos Panoptes'in yüz gözüyle tavus kuşunun eteklerini süslediği gibi genellikle bir ceza olarak verilir, çaresizlik de ağlama nedeni olmalıdır (Akerson, 2005: 118).

4.1.2. Tanrıça Athena -Baykuş

Zeus'un kızı ve bilgelik tanrıçası Athena'nın annesi Titanların kızı Metis'tir. "Obrimopatre" babası güçlü sıfatıyla anılması, baştanrı Zeus'un kızı olduğundan dolayıdır. Yunan Mitolojisi'nde önemli bir yeri olan Athena, doğal olarak bilgelik tanrıçası, entelektüel faaliyetlerin hamisi ve adını taşıyan Atina'nın koruyucusudur.

Tanrıça, “Pallas Athena” olarak adlandırılmış ve Pallas sözcüğünün anlamıyla uyumlu olarak sonsuza kadar bakire kalmıştır. Tanrıça, her zaman bir miğfer ve göğüs zırhı takmış, mızrak ve kalkanyla betimlenmiştir.



Fotoğraf 15: Athena'nın Baykuşu

Aigis adıyla anılan kalkanını taşıyan “aigiokhos” (Aigis), gök gözlü, çakır gözlü “glaukopis” sıfatı tanrıçanın en sevdiği kuş olan “glauks”, baykuşla ilgili görülmüştür (Erhat, 1978: 71).

4.1.3. Tanrıça Athena -Karga

Tanrıça Athena ile birlikte olmak isteyen Hephaistos, efsaneye göre birgün Athena'yı yakalayarak, birleşmeden tohumlarını Athena'nın bacağına bırakınca, Athena tiksiner ve bir bez parçasıyla bunları siler ve toprağa atar. Bu tohumlardan doğan Erichon'u Athena'nın Atina Kralı Kekrops'un üç kızına emanet etmesiyle başlayan karganın trajik hikayesi şöyledir; karga Kekrops'un kızlarının Erichon'a iyi bakmadığını görünce, durumu Athena'ya anlatır. Athena öfkesiyle ilk başta kargayı vurur. Onu gece kuşluğu görevinden alarak yerine baykuşu getirir. Apollon kargayı sahiplense de bu kez Apollon'un sevgilisi Koronis'in davranışlarını beğenmez karga ve gider Apollon'a anlatır. Apollon kargayı dinleyerek, Lapith'ler kralı Phlegyas'ın kızı, hekim tanrı Asklepios'un annesi Koronis'i öldürür, sonra pişman olup beyaz kuşlar içerisinde yeri olmasın diye kargayı kara renkli yapmıştır (Hall, 1995: 18). Bir diğer söyleyişe göre, Thessalia kralı Phlegyas'ın Koronis adlı kızı Apollon'la sevişir ve ondan gebe kalmıştır. Koronis, Arkadya'dan gelen bir yabancıyı yatağına alınca bu olayı tanrıya kutsal kuşu kuzgun-karga haber vermiştir.

Apollon öfkesinden bembeyaz olan bu kuşun tüylerini karaya boyamıştır (Erhat, 1978: 64).

4.1.4. Tanrıça Aphrodit- Güvercin

Homeros'a göre, Aphrodite Zeus ile Okeanos'un kızı Dione'den doğmuştur. Hesiodos'ta ise dalgaların köpüğünden doğan tanrıçanın atribüleri, kuşlardan güvercin ve serçe, çiçeklerden gül ve mersindir. Aphrodite kadar şairleri esinleyen başka bir tanrıça yoktur. (Erhat, 1978: 47)

Homeros'a göre Zeus'un kızları olan nymphalar kırlarda, sularda, ormanlarda yaşayan doğal ve tanrısal varlıkların dışı olanlarına verilen addır. Nymphalardan biri Aphrodite'nin simgesel kuşu olan güvercinlerin çektiği arabası ile Aphrodite yolculuklarını yapar. Güvercine, pagan dönemde Aphrodite'yle birlikte sevgi ve aşk gibi anlamlar yüklenirken, Hıristiyan sembolizminde güvercin kutsal ruhu temsil etmektedir.

D. G. Rossetti'nin, Londra Tate Galerisi'nde yer alan "Bakire Meryem'in Genç Kızlığı", Pre-Raphaelitler'in ilk büyük yapıtı sayılır.¹² Rossetti resmin sembolizmini açıklamak için yazdığı iki soneden birini bilerek arkaik çerçevede süslemiştir. Kitaplar üç dini erdemi; ümit, iman, merhamet ve onların birleştiği renkler mavi, yeşil ve beyaz renkte gösterilmişlerdir. Masumiyetin sembolü zambak, bakirenin işinin sıkıcılığında çok sabır için model olarak gösterilmiştir. Dışarıdaki güvercin, olacak müjdeyi temsil eder; lamba dindarlığı, gül Madonna'nın çiçeğidir, şarap İsa'nın doğumunu, üç noktalı çüppe tanrıya ulaşırken şehvet anındaki ile benzeyen kendinden geçiş ve üçlemeyi göstermektedir. Eski org ise Katolik kilise müziğindeki çağdaş canlılık demektir. Bütün çalışma kızın kutsal doyum ve ödüle seçilmeden önceki kaçınılmaz durumunda odaklanmıştır (Humphreys, 2001: 126).



Fotoğraf 16: D. G. Rossetti,, "Bakire Meryem'in Genç Kızlığı" Tate, Londra

Rossetti, eşi Elizabeth'in ölümünden sonra 1863'te yaptığı "Beata Beatrix", Londra Tate Galerisindedir. Rossetti'nin en az altı yıl üzerinde çalıştığı bu resim Dante'nin "Yeni Hayat"ındaki Kutsanmış Beatrice'i göstermektedir. Elizabeth'i Dante'nin sevgilisi olarak resimlediği genç Beatrice Portinari'nin acısını yansıtan resimde Beatrice, Floransa manzaralı balkonda duruyor üzerinde gri ve yeşil bir elbise vardır. Bu renkler ümit, aşk, üzüntü ve yaşamın göstergeleridir. Bilinmezlik içinde gösterilmiştir. Beatrice bu dünya ve gelecek arasındadır.

¹² Rossetti, resmi birlikte çalıştığı Hunt yönetiminde 1849 yılında gerçekleştirmiştir. 1848 sonbaharında, Londra'da West End'de Halam caddesindeki aile evinde bu resme çalışırken ona eşlik eden bir sone yazdı; 1849 Mart'ında Hyde Park'da sergilenmesi için zamanında bitirdi ve bu arada 2. bir sone yazmıştır. Resim sergilendiğinde bu iki sone bir altın varak parçası üzerinde resmin çerçevesine yapıştırılmıştır. (Humphreys, 2001: 126)

Gözleri pembe, kapalıdır. Barışı sembolize eden haleli bir güvercin vardır, afyon çiçeği (Laudanum'un kaynağı) ölümün sembolü ellerindedir. Laudanumun geri kalanları kucağındadır. Lizzie için lakap (takma isim) olduğu kadar kutsal ruhun da sembolü olan güvercin aşk ve ölümün habercisi olarak gelmiştir (Humphreys, 2001: 142-43).



Fotoğraf 17: D. G. Rossetti,, “Beata Beatrix”, Londra, Tate

Bilginin kökleri geçmişte olduğu gibi gerçek imgelerden türetilmiştir. Picasso'nun, 1937'de yaptığı ünlü “Guernica” tablosu metaresim olarak görüntüleri gerçek olmasa da soyutlamasıyla hiper enformatiktir (Bevington, 2014: 2). Sembolik anlamları barındıran bir resimdir; resmin sağ tarafı bir siyah duvarla (özgürlüğe engel olan) sonlanırken, orta kısmında beyaz rengeyle, çağdaş sanatta barışı temsil eden fark edilmesi oldukça zor olan güvercinin görülmektedir.



Fotoğraf 18: Picasso, Guernica

4.2. Tanrı temsili

4.2.1. Tanrı Zeus-Yunan Mitolojisi'nde Kartal



Fotoğraf 19: Zeus ve Kartalı

Zeus'un Kartalı Kronos ve Rheia'nın oğlu, baş tanrı Zeus, kuşkusuz gökyüzünün tanrısıdır; Göklerin tüm doğal güçlerini kişileştiren varlıktır. Yunan insanının evrene ve tanrıya bakışının destanlarla bize aktarıldığı çağlarda, doğa güçlerinin oldukları gibi değil, insan biçiminde semboller olarak betimlendiği bilinmektedir. Başka bir ilkel evren görüşüne göre Zeus-Uranos, Gök Tanrı olarak bilinen doğanın kendisi değil, doğayı insana benzer bir düzene sokarak yönetimi devralan insan biçimli tanrıdır. Bunun yanında Zeus savaşla ilgili olarak da belirleyicidir; Troya savaşında büyük bir rol oynayan Zeus'un, İda dağının tepesi, Gargaros' dan yönettiği savaş da, onun istemi doğrultusunda olmuştur; kimi zaman Akhaların, kimi zaman Troyalıların yüzüne gülen talihin yönetimini Zeus insanlara işaretler vererek gerçekleştirmiştir. Zeus'un kuşu kartalın görevi, tanrının buyruklarını insanlara ulaştırmaktır; kartalın uçuşuna göre işaret iyi ya da kötü olarak yorumlanmaktadır. Akhalar kötü durumda olduğunda, Agamemnon baş tanrı Zeus'a yakarmıştır (İl. VII, 245 vd.):

“....

*gönderdi kartalı, kuşların en şaşmaz olanını,
bir yavru geyik vardı kartalın pençesinde,
kartal attı onu Zeus 'un güzel sunağı önüne,
orada Akhalar her şeyi bilen Zeus 'a kurban keserlerdi.
Anladılar Zeus 'tan geldiğini görünce kuşu,
saldırdılar Troyahlara
doludizgin hepsinin savaştaydı aklı, fikri.”*

(Erhat, 1978: 322)

4.3. Phoenix-Simurg

Birçok Doğu kültüründe farklı adlarla anılan, benzerliği yanında farklı özellikleri de taşıyan bir kuş olan simurg, Yunan mitolojisinde Phoneix olarak bilinmektedir. Phoenix'in, Etiyopya'da yaşadığı kabul edilir, kartal büyüklüğündedir ve başında bir sorguç taşımaktadır. Kuşun yaldızlı boyun tüyleri dışında bedeni kırmızı, güneş ışığı kadar kör edici beyaz, gözleri ise deniz yeşilidir. Çok uzun ömürlü olan, ebeveynsiz ve yavrusuz efsanevi kuş, kendini güneş ve deniz suyu ile beslemiştir. Ölmek üzereyken, ateş ve suyun ilk elementlerinden yeni bir hayat olarak yenden doğmuştur.

Yuvasını cenaze ateşi şeklinde yapması, yuvayı ateşe vermesi ve daha sonra tüketildiğinde kendi küllerinden doğması olarak tanımlanır. (Hall, 1995:38) Pagan dönem sonrası, Hıristiyanlıkta da Phoenix, öldükten sonra dirilmenin sembolüdür. Simurg'u konu alan, Kuşların Konferansı, *Manîq-uṭ-Ṭayr*, *Maqāmāt-uṭ-Ṭuyūr* olarak da bilinmektedir.

Nişabur Attar'ı olarak tanınan Farid ud-Din'in Farsça bir şiiridir. Şiirin konusu; dünyanın kuşları kimin egemen olacağına karar vermek için bir araya geliyorlar. Simurg'u bulmak için yapılacak zorlu yolculuk için kuşlar bu vadilerin tarifini duyduklarında başlarını üzerek eğiyorlar; hatta bazıları korkudan ölüyorlar. Endişelerine rağmen başladıkları büyük yolculukta yolda birçok kişi susuzluk, ısı ya da hastalık nedeniyle yok olurken, diğerleri vahşi hayvanların, panik ve şiddetin kurbanı olmuştur. Sonunda, Simurg'un meskenine ulaşan sadece otuz kuş, kendilerinin Simurg olduğunu öğrenirler. Bu konu minyatürlerde de işlenmiştir.¹³



Fotoğraf 20: Pers Minyatürü 1177

¹³ https://stringfixer.com/tr/The_Conference_of_the_Birds (15.11.2021)



Fotoğraf 21: Osmanlı Minyatürü, 1717

Borges, Simurg'u Batılı kaynaklardan Eniada'dan korkunç yaratığa, Leviathan'dan deve benzeyen garip yaratığa benzetmiştir. "Birçok bileşeni olan bir yaratık, hem kendisi hem de daha özel bir ayrımla birçok kuştan oluşan bir yaratık kavramının, yazına ne tür bir katkısı olabilir" sorusunun yanıtı, Borges'e göre Batı edebiyatında simurg'un bir benzeri olan, "phoenix"tir. Dante'nin Cennet'inde de anlatılan kartalın değişimini kutsal ruhun tasarımı olarak değerlendiren Borges, simurg'a benzediği gerçeküstü yaratığa ait öyküleri Batılıların tanınmasını ister. Bu amacından hareketle Borges, araştırmasında ilerlemeye başladığında, inanılmazlığı temsil eden kartal ile sonsuzluğu temsil eden simurgun birbirlerinden çok farklı özellikleri içerdiğini bulular; kartal anlık bir imge olsa da, kendisini oluşturanlarla birbirlerine dönüşmekteyken, simurg'a bakan kuşlar simurgun kendisidir ve gizimini koruyan bir bilmecedir. De Quincy, "bilmecenin çözümü tüm insanlık değil, Oidipous'un kendisidir" diyerek, arayış ve yolculukların sebebinin aslında kendini arayış olduğu yolunda, Oidipous mitindeki Sfenks bilmecesine farklı bir yorum getirmiştir.¹⁴

Simurg gibi "Kuşların Konferansı"nda kendini bulan Borges, arkasındaki gizli tümtanrıçılığa rağmen, Simurg'un arayışını da buna benzetir. Bu benzetmeler hepimizin ortak hafızasında derinliklerinde yer alan anıları tetikliyor; Hikayeler hayal gücünde yaşar ve zamanla yavaş yavaş bilgelikleri kalbe sızar. Özümseme süreci, her bireyin yolculuğunda olduğu gibi bireye özgüdür. Biz hikayedeki kuşları; kendi gerçekliğimize tutunurken, hepimizin kendi fikirleri ve idealleri, kendi korkularımız ve endişelerimiz vardır. Bu hikayenin kuşları gibi, hep birlikte uçabiliriz, ancak yolculuğun kendisi herkes için farklı olacaktır.

¹⁴ <https://m.bianet.org/biamag/kultur/106400-borges-ten-siirsel-denemeler-simurg-ve-kartal>, 25.11.2021(Çevrimiçi)

Attar bize gerçeğin durağan olmadığını ve her birimizin kendi yeteneğine göre biz geliştikçe ilerleyen bir yol izlediğini belirtir.

Kendi dogmalarına sıkışan, katı inançlara bağlı olanlar, El Attar'ın Büyük Okyanus dediği akıl almaz İlahi'ye doğru yolculuktan yoksun kalırlar.¹⁵

5. Sonuç

Kuşların tanrıçaların atribüleri olarak temsillerinde, onların tanınırlığını sağlamak yanında sembolik olarak derin anlamlar taşıyan varlıklar olduğu görülmektedir. Anaerkillikten Ataerkilliğe evrildiğinde verilen örnekler, güç dengelerinin nasıl değiştiğinin de temsilleridir. Kuşlarla daha çok kadın tanrıçalar özdeş tutulduğu için, kadın- kuş ilişkisi bağlamında sanat yapıtlarından örnekler, mit- imge, metinlerarasılık ve düşünsel boyutun da katkılarıyla derin anlamın çözümlenmesini sağlamaktadır. Ele alınan sfensk ve diğer fantastik yaratıklar “kadın-kuş” birlikteliğini gözler önüne sermektedir. Bağımsız olarak, başlı başına fantastik yaratım olarak çift başlı kartal ve simurg, imgelemin gücünü gösteren sanatsal formlardır. Baş tanrı olarak, Zeus kartalıyla zarif kuşlarla ilişkilendirilen tanrıçalar arasında yerini almıştır. Zeus'un ilgilendiği tanrıça ya da ölümlü kadınlara biçim değiştirerek yaklaştığı bilinir. Bu nedenle birçok dönüşüm mitinin bir parçası olarak bu çalışmada yer almıştır. Ovidius'un Metamorphoses'i ile, doğa ölüm ceza ve ödül kavramlarını anlamak, mitolojide dönüşümün ne anlama geldiğini çözümlenerek, o dönemin hem doğa hem de ahlak kurallarını- anlayışını değerlendirmek olasıdır. Zeus tarafından kartala çevrilmek bir ceza gibi görülse de ödül olarak da değerlendirilebilir. Tanrısal gidişe karşı olmak onlar tarafından cezalandırılmak için bir nedendir ama kimi cezalar tanrı tarafından değil, Phaethon ve Ikaros mitosunda olduğu gibi, iki çocuğun düşüşüne- kaderine karıştığını gösteren babaları Helios ile Daidalos'un, sorumlu olduğu, kadere karşı olmayı cezalandıran bu iki mitos suçu tanrılarda aramak yerine kendi hatalarımızın sorumluluğunu almamızı gösterdiği için çok önemlidir.

Yunanlıların Etiyopya-Afrika'da yaşadığına inandıkları Phoenix-Simurg kuşunun Hellenlerin doğuya doğru yayıldığı İskender döneminin Yunan kültür dağarcığına kattığı pek çok şeyden biri olduğunu söylemek mümkündür. Hellenistik dönemi, farklı unsurları kültürlerine katma konusunda Hellenlerin daha esnek oldukları bir dönem olarak niteleyebiliriz. Buna rağmen görsel sanatlarda Antik Yunan sanatında ve Avrupa sanatında mitolojik kuş Simurg temsiline rastlanmamıştır. Birçok ismi olan ve birçok farklı hikayesiyle, küllerinden yeniden doğan ve ölümsüzlüğün simgesi olan bu ilginç kuş, aslında evrenin gizli labirentlerinde kaybolan insanın-insanlığın kendini bulma hikyesidir. Phoenix ile Simurg doğu ile batının kendini ötekinde bularak birbirini anlamının yolu-simgesi de olabilir.

İnsana dair kutsal değerlerin temsilinde önemli olan kavramlar- göstergeler olarak, kadın- kuş ilişkisinin bedenlendiği Nike'nin zaferle, baykuşun bilgelikle, güvercinin ise kutsal ruh ve başarıyla anılması, kuşun insanlığın ortak imgesel yapıtlarını oluşturmadaki rolünü açıklar niteliktedir. İnsan imgeleminin esin kaynaklarından olan kuşların, tanrıçalarla ilişkisi savaşla da anılan tanrıça Athena'nın kuşu baykuş-yırtıcı- ve yine Athena ile ilişkili karga-çirkin- dışında genellikle narin ve güzel kuşlarla özdeş olan -güvercin, kuğu, kumru, tavus kuşudur. Bunun yanında,

¹⁵ <https://m.bianet.org/biamag/kultur/106400-borges-ten-siirsel-denemeler-simurg-ve-kartal> , 25.11.2021(Çevrimiçi)

fantastik varlık-sfenksin yüzü de genellikle kadındır; tıpkı esinleyici kuşlar ve esin perileri musaların da kadın olması gibi, sanatta gerçek esin perisinin aslında kadınlar olduğu, farklı alanlarda birçok sanat yapıtının içinden seçilmiş örnekler aracılığıyla gösterilmeye çalışılmıştır.

KAYNAKÇA

- Akerson, F. E. (2005). *Göstergebilime Giriş*, Multilingual, İstanbul.
- Aksel, M. (2016). *Masal ve Resim*, Kapı Yayınları, İstanbul.
- Aktulum, K. (2011). *Metinlerarasılık- Göstergelerarasılık*, Kanguru Yayınları, Ankara.
- Ausoni, A. (2005). *La Musica, Dizionari dell'Arte*, Milano: Electa.
- Aynan, R. E. (1995). Mimarlık-İletişim Dil Bağlamında Mimarın İşine Bir Yaklaşım, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi.
- Barthes, R. (2017). *Görüntünün Retoriği, Sanat ve Müzik*, YKY.
- Dürüşken, Ç. (2021). *Antikçağ Felsefesi*, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Erhat, A. (1978). *Mitoloji*, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Evslin, B. (2012). *Gods, Demigods and Demons: An Encyclopedia of Greek Mythology*, Open Road Young Readers.
- Hall, J. (1995). *Hall's Illustrated Dictionary of Symbols in Eastern and Western Art*, The University Press, Cambridge.
- Hard, R. (2004). *Greek Mythology*, Routledge, London.
- Humphreys, R. (2001). *The Tate Britain Companion to British Art*, Tate Publishing, London.
- Lodwick, M. (2005). *The Gallery Companion*, Singapore: Thames and Hudson.
- Krantz, W. (1994). *Antik Çağda Felsefe*, Çev. Y. S. Baydur, Sosyal Yayınları, İstanbul.
- McCout, P. (2015). Bruegel's Icarus and The Perils of Flight, *Journal of Art in Society*, 25 Kasım 2021 tarihinde <http://www.artinsociety.com/bruegels-icarus-and-the-perils-of-flight.html> adresinden alındı.
- Özel, N. (2018). Grafik Bir Sembol Olarak Anadolu Selçuklularında Çift Başlı Kartal, *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*, 8(3), 551-559.
- Özer Pınarbaşı, S. (2012). Türk Kültüründe Kuşa Dönüşen Kadınlar, *Acta Turcica*, (2-1).
- Roux, J. P. (2005). *Orta Asya'da Kutsal Bitkiler ve Hayvanlar*, Kabalcı Yayınları, İstanbul.
- Saydam, Y. (2019). Batı Resim Sanatında Sfenks Betimi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı.
- Senemoğlu, O., R. Jacobsen (1983). *XX. Yüzyıl Dilbilimi*, TDK Yayınları, Ankara.
- Seif, F.Y. (2006). Social Change in The "Aperspectival World": The Paradox of Social Reproduction and Cultural
- Innovation, *TRANS: Internet-Zeitschrift für Kulturwissenschaften* (16), 25 Kasım 2021 tarihinde http://www.inst.at/trans/16Nr/01_2/seif16.htm adresinden alındı.
- Kızırlarlan, Y. (2008). Borges'ten Şiirsel Denemeler: Simurg ve Kartal, 25 Kasım 2021 tarihinde

<https://m.bianet.org/biamag/kultur/106400-borges-ten-siirsel-denemeler-simurg-ve-kartal> adresinden alındı.

Özgan, R. (2020). Antik Çağ dan Günümüze Çift Başlı Kartal: Anlamı, Yorumu ve Propagandası, *Arkhaia Anatolika Anadolu Arkeolojisi Araştırmaları Dergisi*, 20 Kasım 2021 tarihinde

https://www.researchgate.net/publication/341190875_Antik_Cag_dan_Gunu_muze_Cift_Basli_Kartal_An_lami_Yorumu_ve_Propagandasi adresinden alındı.

Bevington, W. M. (2014). Big Data Visualization and Knowledge Discovery through Metapictorial Modeling, (14), 20 Kasım 2021 tarihinde

http://piim.newschool.edu/media/pdfs/Big_Data_and_Knowledge_Discovery_Metapictorial_Visualization_Parsons.pdf adresinden alındı.

Danish Museum of Art, Baron François-Xavier Fabre, 20 Kasım 2021 tarihinde

<http://www.daheshmuseum.org/portfolio/francois-xavier-fabreodipus-and-the-sphinx/#.Ya8O4EvP3IU> adresinden alındı.

Kuşların Konferansı, 15 Kasım 2021 tarihinde
https://stringfixer.com/tr/The_Conference_of_the_Birds adresinden alındı.

Yüzgüller, S., *Sanat Tarihi ve Mitoloji*, 20 Kasım 2021 tarihinde

http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/kulturelmiras_ao/stmitolojisi.pdf adresinden alındı.

KÜRESEL HAVAYOLU İTTİFAKLARININ HAVAYOLU İŞLETMELERİ ÜZERİNDE YARATTIĞI DEĞİŞİM ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Murat ESİN¹, Murat DÜZGÜN²

Öz

Günümüzde en hızlı gelişim gösteren sektörlerden birisi olan hava taşımacılığı sektörü de çok boyutlu bir kavram olan küreselleşme sürecinden payını almış, zaman içinde büyük değişimler göstermiştir. Havayolu sektöründe faaliyet gösteren işletmeler de sektörün geçirdiği değişimi yaşamışlar artan rekabet unsurları, artan dışa açılma ve küresel bir havayolu olma baskıları ile karşı karşıya gelmekte ve bu etkenlere karşı yeni çözümler geliştirip, yeni yönetim teknikleri ile bu çözümleri hayata geçirmeye çalışmışlardır. Bu bağlamda, söz konusu sürecin havayolu taşımacılığında ve havayolu işletmelerinde yarattığı en önemli değişimler ise, maliyet politikalarının değişimi, işletmelerin toplam kalite yönetimi felsefesini benimsemeleri, işletmelerin iş birliklerine gitmeleri ve işletmelerin düşük maliyetli havayolu kimliğine bürünmek istemeleri olarak karşımıza çıkmıştır. Havayolu işletmelerinde bilhassa Uçak Filo Sigorta Primleri işletme maliyetinin önemli bir unsuru olmaktadır. Çalışmanın uygulama bölümünde ise, görev tanımına göre belirlenen 500 konu ile ilgili havayolu çalışanından amaçsal örnekleme yolu ile seçilen en az 50 kişiye önceden yapılandırılarak anket uygulanmıştır. Elde edilen verilerle yapılan analizler, küresel havayolu ittifaklarının havayolu işletmeleri üzerinde yarattığı önemli değişimleri, yönetim yapılarını, stratejilerini, kurumsal itibarlarını, pazar paylarını, ürün ve/veya hizmetlere olan bakışlarını nasıl etkilediğini açıklamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Havayolu İşletmeleri, Küresel Havayolu İttifakları, Uçak Sigortaları

JEL Sınıflaması: L93, F6, F55

A FIELD STUDY ON THE CHANGE IN AIRLINE COMPANIES AND OPERATIONS CREATED BY GLOBAL AIRLINE ALLIANCES

Abstract

The air transportation as one of the fastest growing sectors today, has taken its share from the globalization process which is a multi-dimensional concept, and has shown major changes in the time. Enterprises operating in the airline industry have also experienced those changes in the sector, faced with pressures from increasing competition, from demand to be more active abroad and becoming a global airline and they have tried to develop and implement new solutions for such problems with new management techniques. In this context, the most important effects of this globalization process on airline transportation and airline companies are; the change in costing/pricing policies, the adaptation of the total quality management philosophy in operations, the cooperation and marriages of the companies and the desire of the companies to become low-cost airline. Aircraft Fleet Insurance Premiums is particularly an important element of the operational cost of the airline companies. In the application part of the study, a pre-structured questionnaire was applied to at least 50 people selected by purposive sampling among 500 airline employees related to the subject determined according to the job description. Analyzes made with the data obtained explain how the important changes created by global airline alliances on airline businesses affect their management structures, strategies, corporate reputation, market shares, and their view of products and / or services.

Keywords: Globalization, Airline Businesses, Global Airline Alliances, Aviation Insurance

JEL Classification: L93, F6, F55

¹İstanbul Medipol Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Doktora Programı. muratesin59@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-7408-2745

²Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Medipol Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fak., Havaacılık Yönetimi Bölümü, mduzugun@medipol.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-8683-8925

1. Giriş

Ekonominin küresel ölçekler ile ifade edildiği bir dünyada sigortanın yeri, ticarete verdiği katkı ve aldığı riskler açısından büyük önem arz etmektedir. Hava Taşımacılığı sektörünün çok aktif bir sektör olması hareket halindeki ve risk altındaki değerler kıymetinin çok yüksek olması havayolu işletmelerinin önemli maliyet unsurlarından sigortanın önemini sektörde daha da arttırmaktadır.

Bu sektörde sigorta kapsamındaki riskler daha çok kaza yapma oranı ile orantılıdır. Ancak hava taşımacılığında kullanılan araçların teknoloji yoğun ve maliyetli olmaları sigorta gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca, Ulusal ve Uluslararası mevzuatlar gereği birçok teminatın alınmasını zorunlu hale getirmektedir.

İşletmeler arasındaki ticari anlaşmalar karşılıklı yaptırımlar içermektedir. Örneğin zamanında teslim edilmeyen bir siparişin anlaşmaya uyulmadığı için yaptırımlar söz konusu olacaktır. Ya da buna benzer küreselleşme ile oluşan yeni ekonomik çevre ve uzak pazarlarda olumsuz sonuçlar doğabilmektedir. Bu nedenle işletmeler bu tür faaliyetlerde sigortaya ihtiyaç duyacaklardır. Özellikle de ilgili anlaşmaların takibi, sigorta kapsamlarının tespiti, fiyatlandırma ve ödeme şekilleri gibi uzmanlık isteyen faaliyetler hava taşımacılığı sektöründe sigorta açısından önemli unsurlardır. En iyi teminatların en iyi fiyatla alınması gerekmektedir.

Uçak değerlerinin çok yüksek olması nedeniyle uçak filo sigortaları yurt dışında ve tarifede gösterilmiş primler üzerinden değil, her sigorta dönemi sonunda yapılan müzakereler neticesinde oluşan primler üzerinden yaptırılmaktadır.

Sivil hava taşımacılığında meydana gelen süratli gelişmeye paralel olarak uçakların maruz kaldıkları rizikolar da zaman perspektifi içinde çeşitlenerek ve sınıflandırılarak ortaya çıkmış ve bunlara göre uçak sigorta poliçeleri oluşmuştur. Ancak her havayolu kendi özel durum ve ihtiyaçlarına göre poliçeyi oluşturan klozlara ilaveler ve çıkarmalar yapmak suretiyle teminatı azaltıp çoğaltabilmekte ve böylece risk yönetimi sağlanmaktadır. Uçak değerlerinin çok yüksek olması ve uçak satın alma ve kiralama anlaşmaları gereği uçak filo sigortalarının yurtdışında yaptırılmasını zorunlu hale getirmektedir. Bu alanda gelişmiş ülkeler, havacılık sigortası konusunda büyük adımlar atmış iken ülkemizde bu konudaki eksiklikler sektörel anlamda karşımıza çıkmaktadır.

Dolayısıyla, hiçbir işletme sigorta maliyetlerinden kaçarak elindeki sermaye yoğun kaynakları riske atmak istememektedir. Havayolu sektöründe faaliyet gösteren işletmeler de sektörün geçirdiği değişimi yaşamışlar küreselleşme sonrası bir takım yeni düzenlemelere gitmişlerdir. İşletmeler, artan rekabet unsurları, artan dışa açılma, maliyet unsurlarını minimize etme isteği ve küresel bir havayolu olma baskıları ile karşı karşıya gelmekte ve bu etkenlere karşı yeni çözümler geliştirip, özellikle de yeni yönetim teknikleri ile bu çözümleri hayata geçirmeye çalışmaktadırlar. Bu bağlamda, küresel havayolu ittifaklarının havayolu işletmeleri üzerinde yarattığı değişimler büyük önem arz etmektedir.

Sonuç olarak dünyanın önde gelen sektörlerinden bir tanesi olan havayolu taşımacılığının gelecek 10 yıl içerisinde çok daha farklı yapılarla karşımıza çıkacağı ve dolayısıyla sektör içerisinde bulunan ya da yer almayı planlayan işletmelerin dikkat etmesi gereken noktalara bu makalede yer verilmiştir. Bu anlamda elde edilen araştırma sonuçları havayolu işletmelerine ışık tutacaktır.

2. Havacılık Sigortalarına Genel Bakış

2.1 Tarihsel Süreç ve Genel Teminatlar

Havacılığın tarihinin temelleri 15. Yüzyıla dayanırken Havacılık sigortalarının da temelleri 16.Yüzyıla dayanmaktadır. İngiltere’de biri gemilerin diğeri de paranın dünyası olan ve genişleyen liman olarak Londra, bilgi alışverişi için ideal bir merkez olmuştur. Denizciler, gemi sahipleri ve tüccarlar, anlaşmalar yapmak veya sadece görüş alışverişinde bulunmak için ortak sorunları tartışmak üzere bir araya gelirlerdi (BIBA:3).

İlerleyen yıllarda Lloyd’s a adını verecek olan Edward Lloyd, 1691 yılında iş adamlarının bulunduğu mekanların merkezi olan Lombard caddesinde gemi sahiplerinin tek uğrak yeri olan ve özellikle denizlerdeki olaylardan kaynaklı haberlerin alındığı bir kahvehane işletiyordu. Lloyd’ un ölümünün ardından sigorta teminatı veren Underwriter’lar tarafından Llyod’s adında bir sigorta topluluğu kurulmuştur (Brown,1988:17).

Lloyd’s’un havacılık alanındaki ilk poliçeleri 1911 yılında yazılmıştır. İlk başlarda Underwriter’lar uçakların büyük riskler taşıyabileceğini düşünmüşlerdir. Bu bağlamda ilk sigorta slip ve poliçelerinde zirai planlama kapsamında tarlalara zorunlu iniş yapmak durumunda kalan uçakların mahsullere verebileceği zararlar teminata alınmaya başlanmıştır. İlerleyen yıllar içerisinde uçakların birçoğu sigortalanmaya başlamıştır. Ancak o dönemde sigorta şirketleri kötü hava koşulları nedeniyle meydana uçak kazalarının poliçelerde teminata dahil edilmediğini beyan etmişlerdi.

İlk uçak sigorta poliçelerine örnek olarak 1911 tarihli, Londra üzerinde gösteri uçuşu gerçekleştiren 50 beygirlik Farman çift kanatlı uçağını gösterebiliriz. Ancak, bu uçuş sadece stadyum üzerinde uçuşu şartına bağlı olarak sınırlandırılmıştı. Diğer bir örnek ise, 1912 yılında Broker Bray Gibb tarafından, sahibi Bayan Trehawke-Davis olan ve J.Valentine isimli pilot tarafından kullanılan 70 hp Gnome motorlu tek kanatlı Bleriot uçağının sigortalanmasıdır. Söz konusu sigorta teminatının koşulu 50 milden daha uzak mesafeye yapılacak uçuşların saatte 15 milden daha yüksek rüzgar hızlarında başlatılmamasıydı (Brown,1988:18).

Günümüzde de havacılık rizikolarının sigorta değerlerinin çok yüksek olması nedeniyle merkezi Londra’da bulunan Lloyd’s piyasasında sigortalanmaktadır. Her havayolu tarafından tayin edilen bir broker vasıtasıyla tüm gerekli bilgi ve belgeler Londra’da bulunan lider sigortacılarla (Lider Underwriter) takdim edilir.

Lider Underwriter’ın genel piyasa durumunu dikkate alarak tesbit etmiş olduğu fiyat tüm dünya piyasasındaki diğer sigorta şirketlerine plase edilir. Lider sigortacının tesbit etmiş olduğu fiyat uygun bulunmazsa plasman %100 olarak gerçekleşmez. Bu durumda da desteklenmeyen Lider Underwriter prestij kaybeder ve liderlik yapamaz. Plasman yapılırken, güvenilir sigorta şirketleriyle temas kurulması önem arz eder. Çünkü hasar tahsil edilirken bu husus çok önemlidir (Hayes,Flouris & Walker,2006:5).

Lloyd’un 2025 vizyonunda, uluslararası ağını genişletmeye devam ederek Mexico City, Bogota, Dubai, Kazablanka ve Mumbai’de yeni ofisler açılması planlanmaktadır (Lyod’s Update,2019).Havacılık sigorta primleri 1950 yılında 15 milyon USD., 1978 yılında 300 milyon USD.’a ulaşmıştır (Theobald,1982). Günümüzde ise söz konusu meblağ 549 milyon Pound’a ulaşmış bulunmaktadır. Ancak bu meblağlar Dünya’daki majör hasarlara göre değişiklik gösterebilir. (Lyod’s Annual Report, 2018)

Havacılık endüstrisinde ve Sivil Hava taşımacılığında meydana gelen gelişmeler ve bunların yanında Dünyada da yer yer ortaya çıkan gelişmeler ve bunların havacılık ve sigorta hukukunda olan etkileri de dikkate alınarak azami teminatı sağlayacak şekilde yaptırılmakta olan ana sigorta teminatları ise Uçak Gövde Sigortaları, Uçak Gövde Harp Sigortaları, Uçak Mesuliyet Sigortaları, Uçak Muafiyet Sigortaları ve Uçak Yedek Parça Sigortalarıdır.

2.2 Dünya Sigorta Marketinde Yaşanan Başlıca Önemli Olaylar (Kırılma Dönemleri)

2.2.1 Körfez Krizinin (1990 – 1991) Etkileri

1990'lı yıllara yaklaşırken, dünya ticareti ve turizminin gelişmeyi sürdürmesi ve akaryakıt fiyatlarının belli bir dengeye oturmasıyla, sivil havacılık yeniden karlı bir trend yakalamıştı. Ancak sektör canlanmayı beklerken, 1990 yılında patlak veren Körfez Krizi, havayolu şirketlerini yeni bir kriz dönemine soktu (75.Yıl THY 2009:176).

Bilindiği gibi, Irak, 1980-88 yılları arasında İran ile yaptığı savaşta ekonomik yönden ağır zararlara uğramıştı. Bu zararları karşılamak için 2 Ağustos 1990 yılında Kuveyt'i işgal etti.

Bunun üzerine Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi, Irak'ın Kuveyt topraklarını 15 Ocak 1991 tarihine kadar boşaltması için karar aldı ve aksi taktirde güç kullanılacağını duyurdu. Irak bu süre içinde Kuveyt'i terk etmedi ve ABD öncülüğündeki çok uluslu hava güçleri Ocak 1991'de Irak üzerine harekete geçti. 6 Nisan 1991'de Irak BM'in şartlarını kabul ettiğini açıkladı.

Körfez Krizi olarak adlandırılan bu süreçte, dünyanın hemen hemen tüm sektörlerini negatif yönde etkilemiştir. Ancak Dünya Sivil Havacılık Sektörü krizden en büyük etkilenen sektör olmuştur. 1989 yılında toplam olarak 2.3 milyar dolar kar eden IATA havayolları krizin etkisi ile 1990 yılında 2 milyar dolar civarında zarar edilmiştir. Bu arada dünyada ve özellikle Amerika'da birçok havayolu konkordato ilan ederken, faaliyetlerini durduran ve iflasın eşliğine gelen havayolları olmuştur (75.Yıl THY 2009:197).

Havayolu işletmelerinde fiyat artışları içinde en önemli kalem yüksek sigorta oranlarıydı. Körfez krizi nedeniyle Underwriter'lar Broker'lar vasıtasıyla tüm havayollarına savaş riski sigorta primlerini önemli ölçüde artırdıklarını bildirmişlerdir (USGAO, 1994).

Havayolları için çok sancılı geçen bu dönemde Ağustos 1990'da Körfez krizinin havayolu işletmeleri üzerinde yarattığı bu finansal çöküntü Körfez Savaşı ve müteakip ekonomik durgunluğun bir sonucu olarak 1990'dan 1993'e kadar art arda 4 yıl 22 milyar doları aşan kayıplar yayınladıktan sonra, 1990'ların sonlarında kayıplar telafi edilmeye başlanılmıştır (GAI Program).

Körfez krizi nedeniyle havayollarının ödediği ilave prim tutarı 1991 yılında ise, 141 milyon USD'lik toplam primin 30 milyon USD'ı. 1993 yılında toplam prim bir önceki yıla göre 30 milyon USD ya da % 22.5 artışla 166 milyon USD'a yükselmiştir. 1994 yılında da toplam prim bir önceki döneme göre 5 milyon USD ya da %2.89 artışla 172 milyon USD'a yükselmiştir. (10.Airline Insurance Conf.,1995:278-279).

2.2.2 Terörist Saldırıların (11.Eylül.2001) Etkileri

Bilineceği üzere, ABD'de meydana gelen terörist saldırılar havacılık sigorta piyasasında olumsuz gelişmelere yol açmış ve özellikle Uçak Mesuliyet Sigortalarının harp, terörist faaliyetler ve uçak kaçırma sonucu 3. Şahıslara karşı sağladığı teminatlar 50 milyon USD ile sınırlandırılmıştı.

Havayolu işletmelerinin uçak filo büyüklüğüne göre genelde 1.5 milyar USD olan poliçe üst limitinin bir anda sigortacılar tarafından 50 milyon USD indirilmesi konunun önemini açık olarak ortaya koymaktadır (Gleave, 2012 : 33).

Ayrıca yolcu başına 1.25 USD ilave prim getirilmiş olup, bazı sigortacılar 50 milyon USD-1 milyar USD arası mesuliyet limiti için yolcu başına 1.85 USD prim talep etmişlerdir. Uçak sahibi finansörlerin ve havaalanı işletmecilerine yönelik sözleşmelerden doğan yükümlülükler gereği, mevcut sınırlanan 50 milyon USDlik limitten daha yüksek düzeyde bir sorumluluk limitinin uygulanmasını gerektiriyordu (Liedtke ve Courbage, 2002:191).

Dolayısıyla, bu hususta ülkemizde faaliyet gösteren havayolları için diğer birçok ülkelerin yaptığı gibi, Türkiye Cumhuriyeti Devleti tarafından verilen güvence ile söz konusu tutarlar teminata alınmıştır.

Ancak devlet güvencelerinin ortadan kalkması halinde söz konusu mesuliyet teminatlarının güvence altına alınabilmesini teminen sigorta piyasasında yeni oluşumlar için çalışmalar yapılmıştır. Bu gelişmelere paralel olarak sigorta pazarında %100'lerin üstünde artışlar meydana gelmiştir.

Yalnızca 2000 ile 2001 yılları arasındaki 22 milyar \$ 'lık gelir düşüşünü (%6) telafi etmek üç yıl sürmüştür. ABD havaalanlarında 10 Eylül 2001'de 38.047 uçuş, 12 Eylül'de 252 ticari uçuş gerçekleştirilmiştir. Sektör, 11 Eylül 2001 sonrası 2008 Küresel mali krize kadar, ilk yıllık karını 2006'da (5 milyar dolar) kaydetti ve 2007'de 14.7 milyar dolar kazandı (Hohnholz 2011).

Maalesef, 2001 yılının ortalarında havayolu sektörünün trafik büyüme oranları beklentilerin altında ve gerilemenin zirvesindeyken 11 Eylül 2001 olayları yaklaşan krizi felakete çevirmişti (Doganis, 2006). Patricia Grossi makalesinde meydana gelen bu büyük zararın 41.1 milyar USD.lık Katrina Kasırgası kaybının ardından ikinci sırada yer aldığını belirtmiştir (Grossi,2009).

3. Küresel Stratejik İttifaklar

3.1. Tanım ve Kavramlar

Stratejik bir ittifak "çevresel türbülans ve çeşitliliğin yüksek, organizasyonun beceri ve kaynak boşluklarının yüksek olduğu bir pazarda rekabet avantajı elde etmenin bir yolu" olarak tanımlanmaktadır. Stratejik bir ittifak, "ortakların uzun vadeli bir iş birliği çabası ve bireysel ve karşılıklı hedeflerine yönelik ortak yönelim geliştirmek için önemli yatırımlar yaptıkları bir tür örgütler arası ilişki" olarak da tanımlanmaktadır (Kakeesh,2016:72).

Havayolu taşımacılığı gibi çok türbülansa meyilli bir sektörde ittifak dinamiklerini değerlendirmek çok zordur (Kleyman ve Seristo, 2001:303). Bu tür ikili anlaşmalarda, ortak varlıkları oluşturmak ve geliştirmek için benzer veya tamamlayıcı kaynakları paylaşarak belirlenen görevlerde tüm tarafların sürekli iş birliğini gerektirir. Birçok seviyede iş birliği yaptıkları ve anlaşmaya göre farklılık gösteren en yüksek işbirliği seviyesi düzeyinde karşılıklı hedeflerin peşinden gitmeyi amaçlayan ortak işbirliği düzenlemeleri olarak da tanımlayabiliriz (Kakeesh,2016:73).

IATA ise bir "havayolu ittifakını" şu şekilde tanımlar: üç veya daha fazla havayolunun ticari ilişki veya ortak girişime katılmasıdır. Burada ortak olarak tanımlanabilir ürün, tek bir ticari isim veya marka altında pazarlanmasıdır.

Bu ticari isim veya markanın havayolları aracılığıyla halka tanıtılarak ittifaka katılması ve yaratılan markanın havalimanlarında ayrıca diğer hizmet noktalarında ittifak hizmetlerini yerine getirilmesi bağlamında söz konusu tanım kullanılır. İkili anlaşmaların mevcut olduğu durumlara örnek olarak da kod paylaşım anlaşması verilmektedir (Iatrou ve Alamdari, 2005:127-134).

Küreselleşmenin de etkisiyle, sınırların ortadan kalkması ve Kanada'lı yazar Marshall Mc.Luhan ile anılan bir kavram olan küresel köy metaforu ile birlikte stratejik iş birlikleri yeni bir boyut kazanmaya başlamıştır.

Stratejik İttifaklara ilişkin diğer bir tanım da ortakların, tek veya ortak iş hedeflerini takip etmek için varlıklarını bir araya getirmeleriyle ilgilidir. Şöyle ki; bu birleşik varlıklar, terminal tesisleri, bakım üsleri, uçaklar, personel, trafik hakları veya sermaye kaynakları olabilir. Bunlar da ortak bir marka ve tek tip bir hizmet standardı sunan iki veya daha fazla havayolunu kapsayacak şekilde genişletilmiştir (Goel, 2003: 17).

Bir araştırmacı tarafından da stratejik bir ittifak, aslında ortakların, kurumsal kimliklerini birleştirmeden ve kaybetmeden, faaliyetlerini farklı derecelerde entegre ettikleri belirli bir iş birliği türüdür şeklinde ifade edilmiştir (Bissessur, 1996:20). Bazı araştırmacılar tarafında da havayolu ittifaklarının, havayollarının birleşmesini engelleyen yasal çerçeve altında küreselleşmeye verdiği yanıt olduğu şeklindedir (Chanpayom, 1997:43). Şöyleki; tarihsel sürece baktığımızda uluslararası havayolu taşımacılığı yapılabilmesi için çok taraflı anlaşma gereği 1944 yılında Şikago'da 52 ülke bir araya gelmiştir. Uluslararası havayolu taşımacılığı pazarlarına erişim hakkı, bilet ve kargo ücretlerinin kontrolü ile uçuş sıklığı ve kapasite kontrolü konularında anlaşma zemini aranmıştır.

ABD'nin kapasite ve ücret üzerinde kısıtlama olmaması tezine karşılık, başta İngiltere olmak üzere diğer Avrupa ülkeleri de sıkı düzenlemelerin olması görüşünü savunmuşlardır. Dolayısıyla, çok taraflı anlaşma sağlanamamış olup, ülkelerin bu konuları kendi aralarında müzakere etme yolunu doğurmuştur. Buradaki temel amaç, pazara giriş, kapasite ve fiyatın nasıl belirlenebileceğini düzenlemek idi (Gerede,2015:52-54).

1944 yılındaki Şikago Konvansiyonunu müteakiben 1945 yılında IATA'nın kurulması ikili anlaşmaların yapılması hususunda önemli bir rol oynamıştır. Ülkemizde de 12.02.1946 tarihinde Birleşik Krallık ile ilk ikili hava taşımacılığı anlaşmasını yapması, uluslararası havayolu taşımacılığının düzenleyici ekonomik yapısını oluşturmuştur (Gerede,2015:178). İlerleyen yıllarda da Serbestleşme ve Liberalleşmenin artması havayolu taşımacılığının ufkunu genişletmiştir.

3.2 Dünde Bugüne Küresel Stratejik İttifaklara Giden Yol

Havayolu ittifaklarının ikili anlaşmalar temeli 1919 yılında çok taraflı olarak imzalanan Paris Konvansiyonu'na dayanır. Bu anlaşma, anlaşmaya taraf ülkelere kendi kara sınırları üzerindeki hava sahalarında ulusal egemenlik hakkı tanımıştır. Böylece, ticari bir amaç ile hava sahasının kullanılması ülkelerin iznine bağlı hale gelmiştir. Bu durum da ülkelerin uluslararası havayolu pazarlarındaki düzenleyici rollerinin önünü açarak söz konusu ülkeleri iki ya da çok taraflı anlaşmalar doğru yönlendirmiştir (Gerede, 2015:51-52).

Küresel ittifaklara giden yolda Serbestleşme ve Liberalleşme kavramları Dünyanın önemli Uluslararası sektörlerinden biri olan havayolu taşımacılığında önem kazanarak odak noktası olmaya başlamıştır.

İkili havayolu taşımacılığının temeli her ne kadar 1919 yılında yapılan Paris Konvansiyonu'na dayansa da iki taraflılığın kısıtlayıcı karakterinin ortaya çıkması ile birlikte 52 üye devlet 1944 yılında Şikago'da üç kritik açıdan çok uluslu bir anlaşma zeminini oluşturmaya başlamışlardır. Bunlar;

1. Hava Trafik haklarının değişimi,
2. Bilet ücretleri ve kargo tarifelerinin kontrolü ve
3. Uçuş sıklığı ve kapasitesinin kontrolüdür (Doganis, 2010:89).

Havayolu Taşımacılığı sektörünün temel bileşenlerini belirleyen önemli unsurlar olması büyük önem arz etmekteydi. Bu nedenlerle, Şikago görüşmeleri sırasında iki önemli konu vurgulanmıştır. Amerika Birleşik Devletleri (ABD) özellikle fiyat ve kapasite kısıtlamalarının kaldırılarak pazara erişimin tüm ülkelere daha kolay hale gelmesini savunmuştur (Gerede,2015:52).

Bu bağlamda, liberalleşme eğilimleri çerçevesinde 1978 yılında A.B.D. ile Hollanda arasında ilk ikili anlaşma imzalanmıştır. Söz konusu anlaşma kod- paylaşımını (Code-Share) içeriyordu (Hedlund, 1994:269). Bu gelişmelerin ardından 1986 yılında Air Florida Londra- Amsterdam arasında yolcu kaynağı sağlamak için British Island ile kod-paylaşımı (Code-share) anlaşması imzaladılar. Dolayısıyla, bu tür anlaşmalar dünya çapında havayolu ittifaklarının temelini oluşturmaya başlatmıştır (Kakeesh,2016:78).

KLM ile Nortwest Havayolları arasında 1989 yılında WINGS adı altında ittifak oluşturuldu. Daha sonra gruba Alitalia ve Continental Airlines dahil oldu. Söz konusu grup kod-paylaşımına (Cod-Share) dayalı ve tüm Atlantik uçuşlarında gelir ve maliyet paylaşımını hedeflemişti (Lin, 2013:38).

Ancak, 2000 yılında KLM ve Alitalia gruptan ayrıldılar. İki havayolu da Dünya'daki üç büyük Küresel Havayolu ittifakından Skyteam'e katıldılar. Böylece grubun dağılması ile Continental Airlines ve Alitalia havayolları da yine üç büyük Küresel Havayolu ittifakından Star Alliance'a katılmışlardır.

Grubun dağılması ile ilgili olarak ise araştırmacılar genel olarak önceki ittifakların ortak sorunları olan güven eksikliği ile başarılı uzun vadeli strateji oluşturma eksikliği yönünde görüş belirtmişlerdir (Lin, 2013:40).

Bir sonraki girişim olarak 1994 yılında Alkazar ittifakı kurulmuştur. Avrupa'da başarılı olma hedefiyle kurulan ittifakın üyeleri SAS, Finair, Swissair, KLM ve Austrian havayolları idi. Grup Görüşmelerinin ana motivasyonu SAS Havayollarının CEO'su Jan Carlson tarafından yapılan açıklamada Avrupa Birliği'nde hava taşımacılığı pazarının liberalleşmesi ile birlikte kapasite fazlası yaratılacağı yönündeki inancını belirtmiştir.

Ancak Finair gruptan ayrılan ilk havayolu olup, diğer havayolları da birer birer ayrılınca proje olumsuz sonuçlanmıştır. Başarısızlığın temelinde ise, bazı yasal ve siyasi engellerin olduğu vurgulanmıştır (Gudmundsson, 2018:5). Bazı alan yazınlarında da gruba üye havayollarının ABD'li bir ortakla ilgili anlaşmazlıkları nedeniyle başarısız olduğu vurgulanmaktadır (Morrish ve Hamilton, 2002:402).

Daha sonra, dağılan gruba üye havayolları üç büyük küresel havayollarına üye olmuşlardır. Söz konusu Küresel Havayolu ittifakları da kuruluş sırasıyla Star Alliance (1997), Oneworld (1999) ve Sky Team (2000) dir.

Uluslararası liberalleşme ve onu karakterize eden açık semalar politikasının 1990'lı yılların başlarından itibaren, daha fazla ileri gitmediği ve daha fazla liberalleşme ihtiyacı belirgin olmaya başlamıştır. Uzmanlar tarafından Havayolu sektörünün artık büyük Uluslararası sektörler gibi faaliyet göstermesine izin verilmesi gerekliliği vurgulanmıştır. Bu da zaten sistemin dünya çapında da olsa doğası gereği kısıtlayıcı olduğundan uçuş ağlarının küreselleşmesi gerektiği anlamına geliyordu.

Ayrıca, ülkeler arasında sık sık ikili anlaşmalardan ortaya çıkan ve çoğu zaman iki ülkeden birinin kendisini bir şekilde dezavantajlı hissettiğini göstermesiydi. Bunların yanı sıra önemli faktör de söz konusu dönemlerden önceki on yılda havayolu sektörünün yapısal değişiklikler geçirerek olgunlaşmış olması idi (Doganis, 2006: 38-39).

Dolayısıyla, küresel ittifaklar küresel ekonominin talebine yanıt olarak gelişmiştir. Üç büyük küresel havayolu ittifakları konsolidasyonun yavaş ama kesinlikle ivme kazandığı hususunda hem fikir olmuşlardır (Iatrou, 2006:9). Söz konusu ittifaklarda temel amaç, bölgeselden ziyade coğrafi olarak farklı kıtalarda faaliyet gösteren ikiden fazla havayolunun (özellikle majör havayolları) kapsamlı bir sinerji ile birbirine bağlanarak kapasite ve maliyet ekonomilerinin faydalarını elde etmektir. Küresel ittifaklar aynı zamanda çok sayıda kod paylaşımını da içermektedir.

Bununla birlikte, program koordinasyonunu, ortak satış ofislerini, yer hizmetlerini, ortak bakım faaliyetlerini kapsayacak şekilde geliştirebilirler (Goel, 2003:18).

Sivil Havacılık Otoriteleri tarafından havayolu işletmelerine pist park ve terminal alanından oluşan kapasitesinin iniş-kalkış yapan uçaklara tahsisi olan slot hakkı da bu süreçte küresel ittifaklara üye havayollarına sunulan temel stratejik avantajdır. Bunları yanı sıra, ittifaka katılan her üye için genel avantajları da bulunmaktadır. Şöyle ki; Yolcuların sadakati ve onları elde tutma perpektifinden bakıldığında diğer ittifaka üye havayolları ile daha fazla ağ erişimi sağlayıp genişletilerek yolculara daha fazla seçenekler sunulmaktadır.

Havayollarının yolcularını elde tutma çabalarında özellikle check-in, bagaj taşıma, öncelikli rezervasyon ve havalimanındaki bekleme hizmetlerinde uygulanan öncelik statüsü önem arz etmektedir. Örneğin Star Alliance'ın uçuş ağında 2000 yılında 500 civarı olan dinlenme salonları günümüzde 1100'ü geçmiştir (Goh ve Uncles, 2002:3-5). Günümüzde, 3 büyük küresel havayolu ittifaklarının birleşik pazar payı %60'ın üzerindedir (Seo, 2020:139-145).

Böyle bir ortamda havayolu işletmeleri, büyüme hızı yavaşlamış olan kendi pazarları ile yetinmek yerine küresel bir ölçekte diğer pazarlara ulaşma ihtiyacı hissedebilirler. Küresel pazarlara erişim ve giriş olanakları ise daha çok liberalleşme ile elde edilebilir.

Bu konuda THY (Türk Hava Yolları) örnek olarak verilebilir. *“THY'nin kaynak ve kabiliyetlerini küresel pazarlarda kullanmak amacıyla küreselleşme stratejisi izlediği ve konuda başarılı olduğu düşünülmektedir. Diğer bir değişle, THY'nin küresel büyümenin avantajlarından yararlanmak istediği ve yararlandığı söylenebilir. Hem kendi kaynaklarını kullanarak hem de küresel nitelikli Star Alliance grubuna katılarak uçuş ağını önemli bir şekilde büyütmüş, genişletmiş ve sayede transit yolcu sayısını artırmıştır.*

Doğrudan doğruya ülkemizin yaratmadığı bir talebi bulup, yaratıp, taşımak birim gelirleri artıran, birim giderleri düşüren küresel ölçekte rekabetçi üstünlük getiren bir gelişmedir” (Gerede, 2015: 105-106).

Söz konusu büyüme sürecinde Türk Hava Yolları’ (THY) da Star Alliance Grubuna 20. üyesi olarak katılmıştır. Star Alliance'a tam üyelik, THY yolcularına mevcut olan 107 dış hat uçuş noktasını, 162 ülkede 965 noktaya çıkarmış oldu. Star Alliance'ın 19 üye havayolu şirketine ise 31 destinasyon açarak destek sağlamıştır. Star Alliance aynı zamanda, 20'nci üyesi olan THY için 5 milyon dolarlık tanıtım yapmıştır. Atılan imzalar ile birliğe üye 19 havayolu şirketlerinin uçaklarında THY logosu da yer almaya başlamıştır (Dünya Gazetesi, Nisan 2008).

THY'nin 1 Nisan 2008 tarihi itibarıyla Star Alliance ile tam üyelik anlaşmasını imzalaması öncesinde ANKA'ya özel bir demeç veren Genel Müdür Kotil, dünyada toplam yolcu pazarının yüzde 25'ini oluşturan ve "Yıldızlar İttifakı" olarak nitelediği 20 üyeli Star Alliance'a THY'nin girmesiyle beraber, İstanbul'un New York, Paris, Frankfurt, Londra, Singapur gibi dünyanın en önemli uçuş ve yolcu toplama merkezlerinden biri olacağını söyledi. Kotil, "THY'nin Star Alliance içinde Lufthansa'dan sonra ikinci büyük üye olacağını da vurgulamıştır (Sondakika.com, Mart 2008).

İttifakın doğrudan ve aktarmalı uçuşlarda hub (yolcu toplama merkezi) eksenli bir model içinde çalıştığını kaydeden Kotil sistemle ilgili şu bilgileri verdi: *"Sistem yolcuları uçuş rotaları üzerinde bir yere toplar ve oradan dağıtım anlamına geliyor. Bu dağıtım da en fazla 1 saat içinde olacak şekilde gerçekleştiriliyor. İstanbul şimdi dünya haritasında bir hub merkezi olacak ve İstanbul üzerinden İttifaka üye havayollarının yolcuları gidecekleri merkezlere THY ile uçacaklar. Kuzey Amerika'da toplama merkezi Montreal ve Chicago olacak. Avrupa'da ise Londra, Frankfurt, Kopenhag, Lizbon, Zürih, Viyana, Varşova, Mayorka ve İstanbul hub olacak. Asya Pasifik hattında ise Singapur, Bangkok, Pekin Şangay, Nagoya başlıca merkezler olacaktır."*

Temel Kotil, THY'nin İttifakın üyesi olmasının ardından oraya çıkan durumu şu benzetmeyle dile getirdi: *"Şimdiye kadar uçuş rotalarında kendi kurduğumuz otobanda gidiyorduk. Şimdi bu otobandan sadece bizim uçaklar değil üye havayolu uçakları da uçmaya devam edecek. Bir anlamda bizim otobanı diğer otobanlarla bağlayarak tüm dünyayı bir ağın içine almış oluyoruz. Hem THY hem de üye havayolu uçakları geçecek bu otobandan. Ben onların otobanına, onlar da bizim otobana yolcu verecekler, model bu."* (Sondakika.com, Mart 2008).

Daha önce de belirtildiği gibi, ABD ve Avrupa'da ticari havayolu sektörünün serbestleşmesi nedeniyle, yolcu seyahatlerinde sınırsız serbest rekabet yeni bir çağ başlattı. Aslında sürekli ekonomik gerileme ve 11 Eylül felaketiyle birlikte bütün bu olaylar, havayolu stratejik ittifakları geliştirme eğilimi için mükemmel bir çerçeve gibi görünüyordu. Söz konusu dönemde hem akademisyenler hem de sektör profesyonelleri, bir işletmenin uluslararası bir markete giriş şeklinin, işletme için geniş ve uzun süreli etkileri olan önemli bir karar olduğu konusunda hemfikir olmuşlardır (Jorge vd., 2011:2).

Bu arada, Havayolları ittifaklara girdiğinde, bir rakibin ittifaklarını zayıflatarak konumunu zayıflatmak için fırsatlar bulabilirler. Örneğin, Lufthansa ve United Airlines tarafından desteklenen Star Alliance üyesi Air Canada, Canadian Airlines'ı devralmayı başarınca ikincisinin üyesi olduğu "Oneworld" ittifakını zayıflatmış oldular (Chanpayom, 1997:53). THY Yönetiminin de Star Alliance havayolu ittifakına katılma kararının da ne kadar isabetli olduğu görülmektedir.

Aslında, literatürde İttifaklar oluşturmanın ana nedenleri, sinerji yaratılması ve riskin paylaşılması ile pazara ve teknolojiye ilişkin diğer nedenlerdir. İttifak yönetimi konusu da elbette önemlidir ve ortakların net organizasyonel düzenlemeler yapmak için uyumlu, çatışmayan hedefler üzerinde anlaşmaya varmaları gerektiğini ileri sürer. Ortaklar arasındaki sinerji, ittifakın başarısını güçlendirecektir. Bir ortağın görevleri yerine getirebileceğinden ve diğerinin daha rekabetçi bir ittifaka dahil olmayacağından emin olmak ittifak üyeleri açısından büyük önem arz etmektedir (Pitt vd.,2011:380-390).

Yukarıda açıklanan bilgilerin ışığında, araştırmacılara göre küresel havayolu ittifaklarına katılmayan havayollarının ciddi şekilde dezavantajlı duruma düşecekleri belirtilerek söz konusu ittifakların dışında kalan havayolu taşıyıcıların kendilerini niş oyuncular olmaya zorlanmış bulabileceklerdir (Goh ve Uncles, 2002:2).

4. Araştırma Yöntemi

4.1 Metod ve Metodoloji

4.1.1 Metod ve örneklem

Araştırma, bir anket düzenlenerek desteklenmiş ve anket, Betimsel ve Yordamsal İstatistik Metodolojileri ile analiz edilmiştir. 36 sorudan oluşan anket, görev tanımına göre belirlenen 500 konu ile ilgili havayolu çalışanından amaçsal örnekleme yolu ile seçilen en az 50 kişiye uygulanmıştır. Sorulara verilen yanıtlar Likert ölçeği ile ölçeklendirilmiştir. Yanıtlar; likert ölçek olan 1:Kesinlikle Katılıyorum, 2:Katılıyorum, 3:Kararsızım, 4:Katılmıyorum, 5:Kesinlikle Katılmıyorum (Mcperson, 2012) değerlendirmesine göre değerlendirilmiştir.

4.1.2 Metodoloji

Anket çalışmasında öncelikle Yordamsal İstatistik yöntemlerden Güvenilirlik Analizi ve örneklemin popülasyonu temsil gücü analizi yapılmıştır. Daha sonra pasta grafikleri içeren Betimsel İstatistikler ve son olarak detaylı Yordamsal analiz teknikleri kullanılmıştır. Analiz SPSS 25.0 paket programı ile yapılmıştır.

4.1.3 Araştırmanın Hipotezleri

Ankette her soru hipotezleştirilmiş ve, aşağıdaki listede bulunan hipotezlerin testi takip eden bölümlerde Ki-kare testi ile yapılmıştır.

Tablo 1: Hipotezler

1. Havayolu şirketleri arasında konumunuz üst segmenttir.	H1
2. Havayolu işletmelerinin Stratejik İşbirliğinin amacı, küresel bir ittifak içerisinde yer almaktır.	H2
3. İş birliği sürecinde karşılıklı güven ilişkisi önemlidir.	H3
4. İşbirliğinin temelinde imkanların paylaşımı söz konusudur.	H4
5. Ortakların arasında stratejik uyum bulunması gerekmektedir.	H5
6. Stratejik iş birliği, amaçlara ulaşma konusunda en uygun yapıdır.	H6
7. Coğrafi konum açısından, Star Alliance, diğer stratejik iş birliği yapan havayolları gruplarıyla karşılaştırıldığında en uygun ittifaktır.	H7
8. Stratejik İş birliği Antlaşmasının sağladığı en önemli işletme kaynağı uçak filo sigorta primleridir.	H8
9. Teknolojik kaynaklar, stratejik iş birliği antlaşmasının en önemli unsurlarındandır.	H9
10. İnsan kaynakları süreci, stratejik iş birliği antlaşmasının önemli bir unsurudur.	H10
11. Kurumsal itibar, stratejik iş birliği Antlaşması açısından önemlidir.	H11
12. Havayolları işletmelerini stratejik iş birliğine yönlendiren en önemli neden risk paylaşımıdır.	H12
13. Havayollarını stratejik iş birliğine yönlendiren en önemli neden, uçak sigorta primlerinde indirim sağlamaktır.	H13
14. Havayollarını stratejik iş birliğine yönlendiren en önemli neden bilgi paylaşımı sağlamaktır.	H14
15. Havayollarını stratejik iş birliğine yönlendiren önemli neden kalite kontrolü süreçlerinin optimal olmasıdır.	H15
16. Havayollarını stratejik iş birliğine yönlendiren en önemli neden çalışanlara deneyim ve yetenek kazandırmaktır.	H16
17. Havayollarını stratejik iş birliğine yönlendiren en önemli neden kurumsal itibarı arttırmaktır.	H17
18. Havayollarını stratejik iş birliğine yönlendiren en önemli neden diğer havayolları ile uzun süreli ilişkiler geliştirmektir.	H18
19. Havayollarını stratejik iş birliğine yönlendiren en önemli neden pazar payını arttırmaktır.	H19
20. Havayollarını stratejik iş birliğine yönlendiren en önemli neden başka alanlarda ortaya çıkan fırsatları değerlendirmektir.	H20
21. Havayollarını stratejik iş birliğine yönlendiren en önemli neden yeni ürün veya hizmet yaratılmasını hızlandırmaktır.	H21
22. Stratejik ittifak kararları ile ilgili olarak, stratejik önemi göz önünde bulundurularak tamamen üst yönetim tarafından ele alınmaktadır.	H22
23. Stratejik ittifakta süreklilik önemlidir.	H23
24. Ortakların bireysel hedefleri küçük olursa başarı şansı düşer.	H24
25. Stratejik ittifakın bireysel ortaklar için önemi farklı olduğunda başarı şansı düşmektedir.	H25
26. Pazarlık gücündeki büyük fark, daha az istikrarlı bir ittifaka katılmamaya yol açabilir.	H26
27. Yöneticiler için iş birliği ve entegrasyon başlangıçta yoğun bir çalışma gerektirmekte olup, ilk adım için önemlidir.	H27
28. İttifaka katılan havayollarının birbirlerine güvenmesi başarı şansını artırır.	H28
29. İttifaka katılan havayollarının kültürel farklılıkları katılmama konusunda havayolunu etkiler.	H29
30. İttifak üyelerinin bazı avantajlarda hemfikir olmaması durumunda eşit bölünme gündeme gelmelidir.	H30
31. İttifakın pazara daha yakın faaliyetler içermesi durumunda (Örn.:Pazarlama) başarısızlık riski düşer.	H31
32. Stratejik ittifakların başarısızlığına neden olabilecek en önemli faktör, hedeflerin belirsiz olmasıdır.	H32
33. Stratejik ittifakların başarısızlığına neden olabilecek en önemli faktör, kültürel ve kişisel sorunlardır.	H33
34. Stratejik ittifakların başarısızlığına neden olabilecek en önemli faktör, değişen şartlarda düzeltme yapılmamasıdır.	H34
35. Stratejik ittifakların başarısızlığına neden olabilecek en önemli faktör, ittifakın zayıf yönetilmesidir.	H35
36. Stratejik ittifakla birlikte grup avantajı kullanılarak havayolu uçak filo sigorta primlerinde önemli indirimler elde edilmektedir.	H36

4.1.4. Analiz

4.1.4.1. Güvenilirlik analizi

Güvenilirlik Analizi, anketi yanıtlayanların cevaplarının ne kadar güvenilir ve gerçekçi olduğunu gösterir. Hesaplanan Cronbach's Alfa istatistiği iç tutarlılık katsayısı olup yanıtlara olan güvenilirliğin göstergesi niteliğindedir. Bu anket için yapılan analizde Alfa göstergesi 0.949 olarak bulunmuştur (Tablo2.2.). Söz konusu değer 0,60 'ın üzerinde olmasından dolayı anket çalışmasının tutarlı olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 2: Cronbach Alpha Likert ölçek puanları (Tavakol & Dennick, 2011)

Güvenilirlik İstatistikleri	
Cronbach's	
Alpha	Örnek sayısı
,949	36

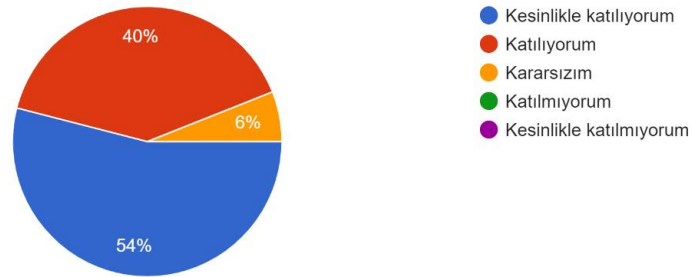
4.1.4.2. Örneklem yeterliliğinin belirlenmesi

Yapılacak tek yönlü z testi için gerekli örneklem büyüklüğünün hesaplanması için G Power 3.1 programı kullanılmıştır. %5 anlamlılık düzeyi, %95 güç elde etmek için gerekli minimum örneklem sayısı 30'dan fazla olarak belirlenmiştir.

4.1.4.3 Betimsel (tanımlayıcı) istatistikler

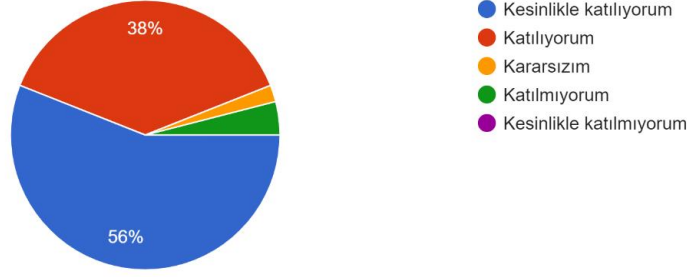
Sorulara verilen cevaplara ait sonuçlar yüzdelerle aşağıda verilmiştir.

2. Havayolu işletmelerinin Stratejik İşbirliğinin amacı, küresel bir ittifak içerisinde yer almaktır.
50 yanıt



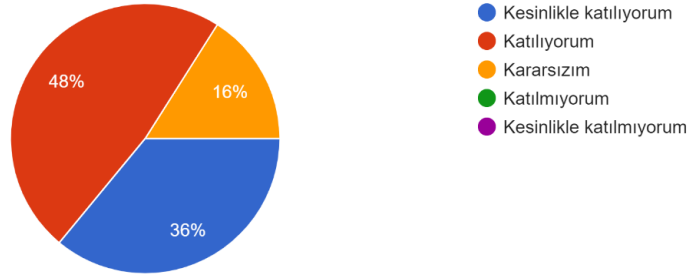
Grafik 1: Hipotez 2 / H2

3. İşbirliği sürecinde karşılıklı güven ilişkisi önemlidir.
50 yanıt



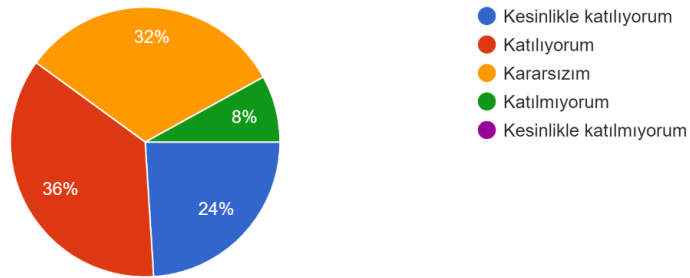
Grafik 2: Hipotez 3 / H3

7. Coğrafi konum açısından, Star Alliance, diğer stratejik işbirliği yapan havayolları gruplarıyla karşılaştırıldığında en uygun ittifaktır.
50 yanıt



Grafik 3: Hipotez 7 / H7

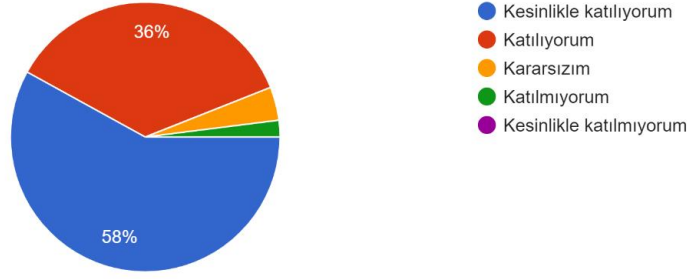
8. Stratejik işbirliği Antlaşmasının sağladığı en önemli işletme kaynağı uçak filo sigorta primleridir.
50 yanıt



Grafik 4: Hipotez 8 / H8

11. Kurumsal itibar, stratejik işbirliği Antlaşması açısından önemlidir.

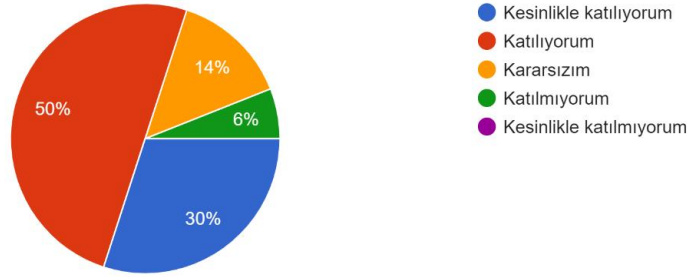
50 yanıt



Grafik 5: Hipotez 11 / H11

12. Havayolları işletmelerini stratejik işbirliğine yönlendiren en önemli neden risk paylaşımıdır.

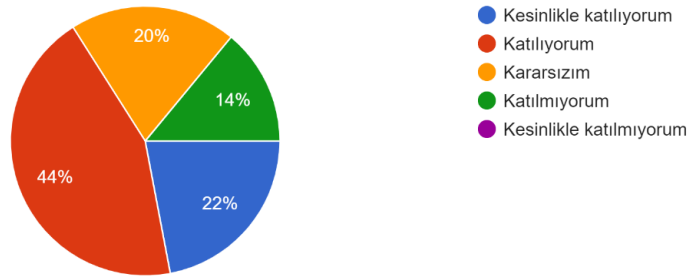
50 yanıt



Grafik 6: Hipotez 12 / H12

13. Havayollarını stratejik işbirliğine yönlendiren en önemli neden, uçak sigorta primlerinde indirim sağlamaktır.

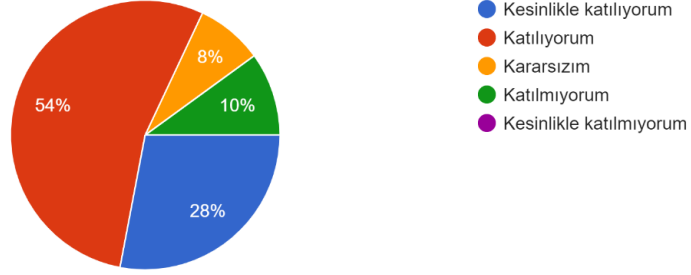
50 yanıt



Grafik 7: Hipotez 13 / H13

15. Havayollarını stratejik işbirliğine yönlendiren önemli neden kalite kontrolü süreçlerinin optimal olmasıdır.

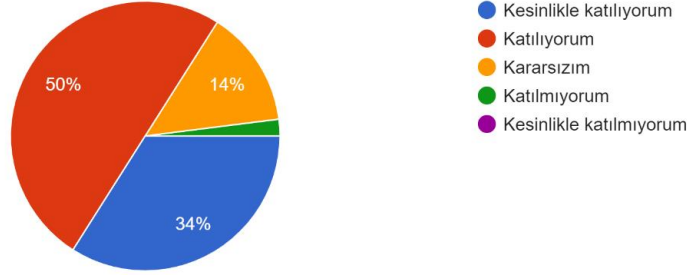
50 yanıt



Grafik 8: Hipotez 15 / H15

17. Havayollarını stratejik işbirliğine yönlendiren en önemli neden kurumsal itibarı arttırmaktır.

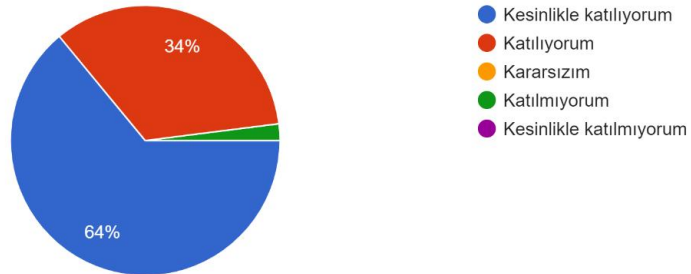
50 yanıt



Grafik 9: Hipotez 17 / H17

19. Havayollarını stratejik işbirliğine yönlendiren en önemli neden pazar payını arttırmaktır.

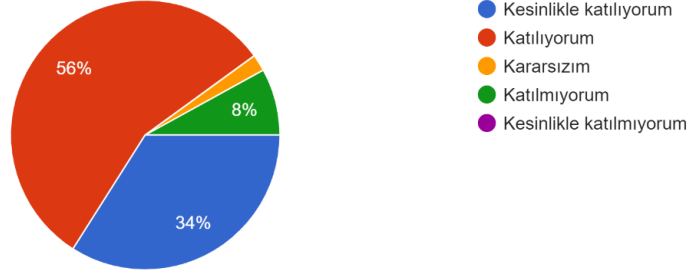
50 yanıt



Grafik 10: Hipotez 19 / H19

20. Havayollarını stratejik işbirliğine yönlendiren en önemli neden başka alanlarda ortaya çıkan fırsatları değerlendirmektir.

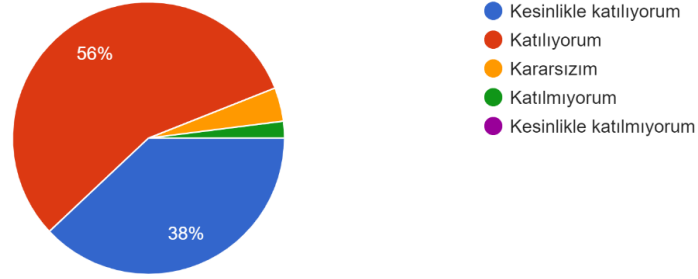
50 yanıt



Grafik 11: Hipotez 20 / H20

21. Havayollarını stratejik işbirliğine yönlendiren en önemli neden yeni ürün veya hizmet yaratılmasını hızlandırmaktır.

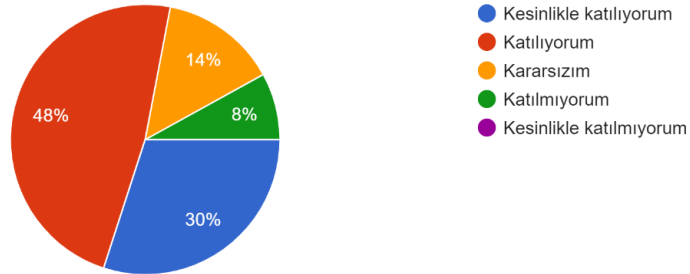
50 yanıt



Grafik 12: Hipotez 21 / H21

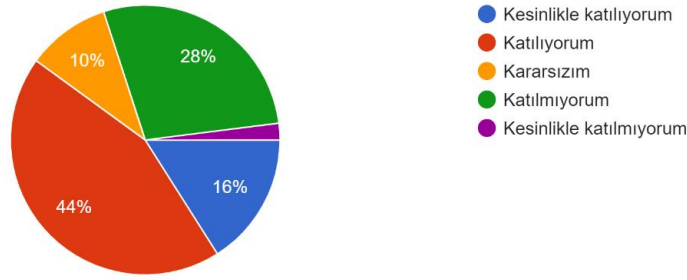
25. Stratejik ittifakın bireysel ortaklar için önemi farklı olduğunda başarı şansı düşmektedir.

50 yanıt



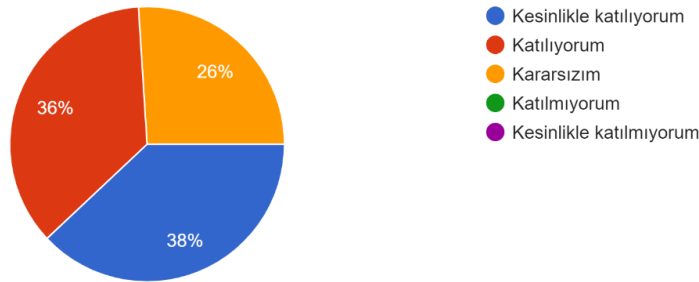
Grafik 13: Hipotez 25 / H25

29. İttifaka katılan havayollarının kültürel farklılıkları katılmama konusunda havayolunu etkiler.
50 yanıt



Grafik 14: Hipotez 29 / H29

36. Stratejik ittifakla birlikte grup avantajı kullanılarak havayolu uçak filo sigorta primlerinde önemli indirimler elde edilmektedir.
50 yanıt



Grafik 15: Hipotez 36 / H36

4.1.4.4 Hipotez testleri

4.1.3 maddesinde belirtilen hipotez testleri, sorulara verilen yanıtların gruplandırılmasıyla ortaya çıkan sonuçlar için: Normal dağılım kullanılarak, bağıl frekansın 0.5 değerinden büyük (anlamlı) olduğu alternatif hipotezleri ile, %5 anlamlılık düzeyinde tek taraflı olarak test edilmiştir. Anket yanıtlarına göre iki gruba ayrılmıştır. İlk grup: “Kesinlikle Katılıyorum” ve “Katılıyorum” cevaplarının yüzdelerinin toplanmasıyla, ikinci grup da “Kararsızım”, “Katılmıyorum” ve “Kesinlikle Katılmıyorum” cevaplarının yüzdelerinin toplanmasıyla elde edilmiştir. Sonuçlar aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 3: Hipotez Değerleri ve Sonuçları

	"Kesinlikle Katılıyorum" ve "Katılıyorum" (%)	"Kararsızım", "Katılmıyorum" ve "Kesinlikle Katılmıyorum" (%)	z-value	Ho
H1	88	12	8,268688658	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H2	94	6	13,10080935	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H3	94	6	13,10080935	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H4	98	2	24,24366107	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H5	88	12	8,268688658	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H6	92	8	10,94700674	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H7	84	16	6,557892373	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H8	68	32	2,728525782	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H9	90	10	9,428090416	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H10	76	24	4,30473016	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H11	94	6	13,10080935	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H12	80	20	5,303300859	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H13	66	34	2,388325736	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H14	76	24	4,30473016	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H15	84	16	6,557892373	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H16	74	26	3,868955281	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H17	84	16	6,557892373	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H18	94	6	13,10080935	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H19	98	2	24,24366107	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H20	90	10	9,428090416	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H21	94	6	13,10080935	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H22	84	16	6,557892373	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H23	98	2	24,24366107	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H24	90	10	9,428090416	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H25	78	22	4,779521194	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H26	66	34	2,388325736	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul

	"Kesinlikle Katılıyorum" ve "Katılıyorum" (%)	"Kararsızım", "Katılmıyorum" ve "Kesinlikle Katılmıyorum" (%)	z-value	Ho
H27	98	2	24,24366107	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H28	98	2	24,24366107	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H29	60	40	1,443375673	KABUL
H30	70	30	3,086066999	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H31	82	18	5,889681391	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H32	88	12	8,268688658	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H33	54	46	0,567504354	KABUL
H34	96	4	16,59882024	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H35	90	10	9,428090416	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul
H36	74	26	3,868955281	RED,Karşıt Hipotez (Anlamlılık)Kabul

Anket sorularına göre elde edilen bulgular aşağıda yer almaktadır:

1. Ankete katılanların %88'lik bölümü "havayolu şirketleri arasında konumlarının üst segmentte" olduğunu düşünmektedir.
2. Katılımcıların, %94'lük kısmı "havayolu işletmelerinin stratejik iş birliğinin amacı, küresel bir ittifak içerisinde yer almaktır" fikrine katıldıklarını ifade etmektedir.
3. Katılımcıların %94'lük bölümü, "iş birliği sürecinde karşılıklı güven ilişkisi önemlidir" olumlu yaklaşmaktadırlar.
4. Ankete katılanların %98'lik bölümü "iş birliğinin temelinde imkanların paylaşımı söz konusudur" ifadesine katıldıklarını belirtmektedirler.
5. "Ortakların arasında stratejik uyum bulunması gerekmektedir" ifadesine katılımcıların %88lik bölümü olumlu görüş bildirmişlerdir.
6. "Stratejik iş birliği, amaçlara ulaşma konusunda en uygun yapıdır" ifadesini, ankete katılanların %92'lik kısmı desteklemektedir.
7. "Coğrafi konum açısından, Star Alliance, diğer stratejik iş birliği yapan havayolları gruplarıyla karşılaştırıldığında en uygun ittifaktır" ifadesine, katılımcıların %84'ü katıldıklarını ifade etmişlerdir.
8. "Stratejik İş birliği Antlaşmasının sağladığı en önemli işletme kaynağı uçak filo sigorta primleridir" ifadesine, katılımcıların %68'i katılırken %32'si kararsız kalmıştır.
9. "Teknolojik kaynaklar, stratejik iş birliği antlaşmasının en önemli unsurlarındandır" ifadesine, ankete katılanların %90'luk bölümü olumlu cevap vermişlerdir.
10. "İnsan kaynakları süreci, stratejik iş birliği antlaşmasının önemli bir unsurudur" önermesine, katılımcıların %76'sı olumlu cevap verirken, kalan %24'lük bölüm bu ifadeye olumlu yaklaşmamışlardır.
11. "Kurumsal itibar, stratejik iş birliği antlaşması açısından önemlidir" ifadesine katılımcıların%94'lük bölümü katılmışlardır.

12. “Havayolları işletmelerini stratejik iş birliğine yönlendiren en önemli neden risk paylaşımıdır” ifadesine, ankete katılanların %80’i olumlu cevap vermişken %6’lık bölüm katılmamışlardır.
13. Ankete katılanların %66’lık bölümü “havayollarını stratejik iş birliğine yönlendiren en önemli neden, uçak sigorta primlerinde indirim sağlamaktır” ifadesine katıldıklarını belirtirken, kalan %34’lük bölüm bu ifadeye destek vermemişlerdir.
14. “Havayollarını stratejik iş birliğine yönlendiren en önemli neden bilgi paylaşımı sağlamaktır” ifadesine katılımcıların %76’sı destek verirken %24’lük bölüm bu ifadeye olumsuz yaklaşmışlardır.
15. “Havayollarını stratejik iş birliğine yönlendiren önemli neden kalite kontrolü süreçlerinin optimal olmasıdır” ifadesine ankete katılanların %82’lik kısmı olumlu cevap vermişlerdir. Ancak %18’lik bölüm ise bu önermeye katılmamışlardır.
16. Ankete katılanların %74’lük kısmı, “Havayollarını stratejik iş birliğine yönlendiren en önemli neden çalışanlara deneyim ve yetenek kazandırmaktır” ifadesine katıldıklarını belirtirken %26’lık bölümü bu ifadeye katılmamışlardır.
17. “Havayollarını stratejik iş birliğine yönlendiren en önemli neden kurumsal itibarı arttırmaktır” ifadesine katılımcıların %84’ü katılırken kalan %16’lık bölüm kararsız kalmıştır.
18. “Havayollarını stratejik iş birliğine yönlendiren en önemli neden diğer havayolları ile uzun süreli ilişkiler geliştirmektir” ifadesine katılımcıların %94’ü olumlu görüş bildirmişlerdir.
19. “Havayollarını stratejik iş birliğine yönlendiren en önemli neden Pazar payını arttırmaktır” ifadesine katılımcıların %98’i olumlu görüş ifade etmişlerdir.
20. “Havayollarını stratejik iş birliğine yönlendiren en önemli neden başka alanlarda ortaya çıkan fırsatları değerlendirmektir” görüşüne ankete katılanların %90’ı destek vermişlerdir.
21. Katılımcıların %94’ü “havayollarını stratejik iş birliğine yönlendiren en önemli neden yeni ürün veya hizmet yaratılmasını hızlandırmaktır” ifadesine katıldıklarını ifade etmişlerdir.
22. Katılımcıların %84’ü “stratejik ittifak kararları ile ilgili olarak, stratejik önemi göz önünde bulundurularak tamamen üst yönetim tarafından ele alınmaktadır” ifadesine katıldıklarını kalan %16’lık bölüm ise bu konu hakkında bir fikirleri olmadığını belirtmişlerdir.
23. Katılımcıların %98’i “stratejik ittifakta süreklilik önemlidir” görüşüne katıldıklarını belirtmişlerdir.
24. “Ortakların bireysel hedefleri küçük olursa başarı şansı düşer” ifadesine katılımcıların %90’ı katılmaktadır.
25. “Stratejik ittifakın bireysel ortaklar için önemi farklı olduğunda başarı şansı düşmektedir” önermesine katılımcıların %78’i katılırken %14’ü kararsız kalmış ve %8’lik bölüm ise olumsuz görüş bildirmişlerdir.
26. Katılımcıların %86’sı “pazarlık gücündeki büyük fark, daha az istikrarlı bir ittifaka katılmamaya yol açabilir” ifadesine katılırken %10’luk bölüm kararsız kalmışlardır.
27. Katılımcıların %98’i “yöneticiler için iş birliği ve entegrasyon başlangıçta yoğun bir çalışma gerektirmekte olup, ilk adım için önemlidir” ifadesine katıldıklarını belirtmişlerdir.

28. Katılımcıların %98’lik bölümü “ittifaka katılan havayollarının birbirlerine güvenmesi başarı şansını artırır” ifadesine katılmışlardır.
29. “İttifaka katılan havayollarının kültürel farklılıkları, katılmama konusunda havayolunu etkiler” ifadesine ankete katılanların %60’ı katılırken %30’luk bölüm olumsuz görüş bildirmişlerdir.
30. “İttifak üyelerinin bazı avantajlarda hemfikir olmaması durumunda eşit bölünme gündeme gelmelidir” ifadesine katılımcıların %70’i olumlu düşünce belirtirken katılımcıların %22’lik bölümü kararsız kalmıştır.
31. “İttifakın pazara daha yakın faaliyetler içermesi durumunda başarısızlık riski düşer” ifadesine katılımcıların %82’lik bölümü olumlu fikir bildirmişlerdir. Katılımcıların %14’lik bölümü ise kararsız kalmıştır.
32. “Stratejik ittifakların başarısızlığına neden olabilecek en önemli faktör, hedeflerin belirsiz olmasıdır” ifadesine katılımcıların %88’i olumlu görüş bildirmiştir.
33. “Stratejik ittifakların başarısızlığına neden olabilecek en önemli faktör, kültürel ve kişisel sorunlardır” ifadesine katılımcıların %54’ü katılırken %32’lik bölüm ise olumsuz görüş bildirmiş ve %14’lük bölüm ise kararsız kalmıştır.
34. “Stratejik ittifakların başarısızlığına neden olabilecek en önemli faktör, değişen şartlarda düzeltme yapılmamasıdır” ifadesine ankete cevap verenlerin %96’sı katılmıştır.
35. “Stratejik ittifakların başarısızlığına neden olabilecek en önemli faktör, ittifakın zayıf yönetilmesidir” ifadesine katılımcıların %90’ı destek vermiştir.
36. “Stratejik ittifakla birlikte grup avantajı kullanılarak havayolu uçak filo sigorta primlerinde önemli indirimler elde edilmektedir” ifadesine katılımcıların %74’ü destek verirken %26’sı ise kararsız kalmıştır.

5. Sonuç ve Değerlendirme

Dünya genelinde birçok havayolu işletmesi; küresel bir ittifak içerisinde yer almak amacıyla stratejik iş birliğine yönelmekte, stratejik iş birliğinin temelinde imkanların bölüşümü yer almakta, ortakların arasında uyuma önem verilmekte, amaçlara ulaşmak öncelikli bir kriter olarak yer almakta, önemli maliyet unsurlarından uçak sigorta primleri bu tür iş birliklerinde önemli bir kriter olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca, teknolojik kaynakların bölüşümü değer kazanırken kurumsal itibara ve uzun süreli ilişkilere, stratejik iş birliklerinde önemli ölçüde değer verilmekte, stratejik iş birlikleri pazar payını artıracak bir unsur olarak görülmekte, stratejik iş birlikleri bir fırsat olarak kabul edilmekte ve yeni ürün ve/veya hizmet yaratılması konusunda fırsat olarak değerlendirilmektedir. Söz konusu kriterler, küresel stratejik ittifakların kurulma ve dahil olma sürecinde ön plana çıkan ilkeler olarak ifade edilebilmektedir.

İttifakların kurulma aşamasında kültürel farklılıklar ya da benzerlikler sürecin ilerlemesini olumlu veya olumsuz etkileyebilmektedir. Pazara yakın faaliyetler ve hedeflerin net olarak belirlenmemesi, ittifakların başarısızlık riskini arttırabilir. Değişen koşullara adapte olunmaması ve ittifakın başarısız yönetilmesi bir başka başarısızlık nedeni olarak belirtilmektedir.

Araştırma kapsamında kullandığımız;

- “Stratejik iş birliği, rekabet gücünü arttırmaktadır”,
- “Gelir artışıyla birlikte karlılık ve müşteri memnuniyeti artar”,

- “Yolculara daha fazla noktaya uçuş imkanı sağlanır”,
- “Karlılığın artması ile birlikte havayolu filosu gelişir”,
- “Havayolu filosunun genişleyerek uçak sayısının artması özellikle uçak filo sigorta primlerini arttırır,”
- “Söz konusu ittifaklara dahil olduğunda sigorta prim maliyetleri makul düzeyde düşer”,
- “Bilgi, teknoloji ve tecrübe paylaşımı sağlanır”,
- “Ortak marka kullanımı sağlanır”,
- “Yolcuların diğer havayollarının lounge’larını kullanabilmeleri sağlanır” ve
- “Yolcunun tek bir havayolundan aldığı bilet ile bağlantılı uçabilmesi ve bagajının varacağı noktaya bağlanabilmesini kolaylaştırır” şeklinde belirlediğimiz hipotezler yaptığımız araştırma neticesinde doğrulanmıştır.

Bu bilgiler ışığında aşağıdaki önerilerde bulunulabilmektedir;

- Havayolları işletmelerinin küresel ittifaklara katılması kendilerine birçok avantaj sağlayacaktır.
- En önemli avantajlardan biri uçak filo sigorta primleri olacaktır.
- Küresel ittifaklara katılmak, havayolu işletmelerinin uyum ve güven içinde çalışmalarını sağlayacaktır.
- Stratejik iş birliği, işletmelere teknolojik kaynaklar, nitelikli insan gücü, kurumsal itibar, bilgi paylaşımı, kalite kontrolü, yeni hizmet ve/veya ürün yaratılması konusunda imkan yaratacaktır.
- Söz Konusu iş birliğine dahil olmak havayolu işletmelerinin pazar payını önemli ölçüde arttıracak yeni pazarlara ulaşma imkanları sağlayacaktır.
- Stratejik ittifakların başarılı olması için; hedefler net ve büyük olmalı, güçlü bir yönetim anlayışı ile yönetilmeli, risk planları olmalı ve değişen koşullara uyum sağlamalıdır.
- İttifakların içerisinde güven ikliminin sağlanması ittifakların uzun süreli varlığı açısından büyük önem arz etmektedir.
- İttifaklar arasında eğitim faaliyetleri aksatılmadan maksimum verim sağlanacak şekilde yürütülmelidir.
- Stratejik İttifakların karlılıklar ve maliyet azaltıcı unsurların etkisinin kısa vadeyle sınırlı olmadığı, uzun vadede arttığını vurgulamakta fayda vardır.
- Gerekli yapısal gereksinimler, sağlam ve dengeli ortaklık ilişkileri çerçevesinde sinerji yaratılması ittifakların başarıya ulaşmasında önemli olduğu görülmüştür. Burada değer yaratan bir planlama süreci de büyük önem arz etmektedir.
- Özellikle verimin artmasını ve büyümesini sağlamak için söz konusu ittifaklar desteklenmelidir.
- Ortaklık seçimi konusunda da sinerji ile birlikte fark yaratabilecek ortakların ittifaklara dahil edilmesi hedeflere ulaşmada önemli bir rol oynamaktadır.
- Küresel havayolu iş birlikleri konusunda yapılan araştırmaların daha da genişletilerek sektöre katılımın artması önerilmektedir.
- Rekabet koşullarının yoğun olarak yaşandığı sektörde yolcu beklentilerine yönelik ayrıntılı analiz çalışmalarının yapılması da literatüre olumlu katkılar sağlayacaktır.

Bu bağlamda yukarıda yapılan değerlendirmeler de göz önüne alınarak, daha önce de Goh ve Uncles'ın 2020 yılında yapmış oldukları çalışmada belirtildiği üzere, küresel havayolu ittifaklarına katılmayan havayollarının ciddi şekilde dezavantajlı duruma düşecekleri vurgulanarak söz konusu ittifakların dışında kalan havayolu işletmelerinin kendilerini niş oyuncular olmaya zorlanmış bulabileceklerini ifade etmişlerdir.

Kaynakça

- Bissessur, A. (1996). Cranfield University College of Aeronautics Department of Air Transport, Ph.D. Thesis, The Identification and Analysis of the Critical Success Factors of Strategic Airline Alliances, 27 Aralık 2020 tarihinde <https://dspace.lib.cranfield.ac.uk/handle/1826/5398> adresinden alındı.
- Brown, A. (1988). *300 Years of Lloyd's – A Lloyd's Special Supplement*, Lloyd's of London Press Ltd., 16.
- Cerny, B.A. and Kaiser, H. F. (1977). A study of a measure of sampling adequacy for factor-analytic correlation matrices. *Multivariate Behavioral Research* 12, 43-47.
- Chanpayom, B. (1997). The Airline Business: Global Airline Alliances, Lecturer of Faculty of Tourism and Hospitality Industries, Rangsit University, 43-53, 25 Aralık 2020 tarihinde <http://www.jba.tbs.tu.ac.th/files/Jba097/Article/JBA97Bhassakorn.pdf> adresinden alındı.
- Doganis, R. (2006). *The Airline Business*, second edition, Routledge, Taylor & Francis Group, London & New York, 2006, 8 Aralık 2021 tarihinde <https://meishka.files.wordpress.com/2011/12/the-airline-business-2006.pdf> adresinden alındı.
- Doganis, R. (2010). *Flying off Course*, Airline Economics and Marketing, 4th Edition, Routledge, 89, 20 Aralık 2020 tarihinde https://kupdf.net/queue/flying-off-course-airlineeconomicsrigadoganispdf_59f45f8be2b6f5830264b6c8_pdf?queue_id=1&x=1608454168&z=ODUuMTAwLjY1Ljg= adresinden alındı.
- Dünya Gazetesi, (2008). 10 Aralık 2020 tarihinde <https://www.dunya.com/ekonomi/thy-dogu-ile-bati039nin-bogaz-koprusu-oldu-haberi-35258> adresinden alındı.
- The British Insurance Brokers' Association (B.I.B.A.) *General Introduction to Insurance, Training Guide 1*, Info Link Publishing and Communications Limited, Colchester, Essex, 3., 1989
- Gerede, E. (2015). *Havayolu Taşımacılığı ve Ekonomik Düzenlemeler Teori ve Türkiye Uygulaması* Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara. 51-52.
- Gleave S.T., Mid-term evaluation of Regulation 785/2004 on insurance requirements of air carriers and aircraft operators, Final Report Report July 2012, 33, 1 Kasım 2020 tarihinde https://ec.europa.eu/transport/sites/transport/files/modes/air/studies/doc/internal_market/2012-07-insurance-requirements.pdf adresinden alındı.
- Global Airline Industry Program, *Airline Industry Overview*, 16 Kasım 2020 tarihinde https://web.mit.edu/airlines/analysis/analysis_airline_industry.html adresinden alındı.
- Goel, A, (2003). Strategic Alliances in the Global Airline Industry, 17, No WP2003-01-02, IIMA Working Papers from Indian Institute of Management Ahmedabad, Research and Publication Department, 5 Aralık 2020 tarihinde <https://core.ac.uk/reader/6814210> adresinden alındı.
- Goh, K. ve Uncles, M.(2002). The Benefits of Airline Global Alliances: An Empirical Assessment of the Perceptions of Business Travelers, School of Marketing,

Transportation Research Part A-policy and Practice ,UNSW, Sydney, 3, 8 Aralık 2020 tarihinde<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.515.8166&rep=rep1&type=pdf> adresinden alındı.

- Grossi, P. (2009). The Economic Impacts of The September 11,2001, *Peace Economics, Peace Science and Public Policy*, 15, (2), 30 Ekim 2020 tarihindehttps://forms2.rms.com/rs/729-DJX 565/images/terr_911_grossi_2009.pdf adresinden alındı.
- Gudmundsson, S.V. (2018). Mergers vs. Alliances: The Air France-KLM Story, 5, *SSRN Electronic Journal*, 16 Aralık 2020 tarihinde https://www.researchgate.net/publication/256033317_Mergers_vs_Alliances_The_Air_France-adresinden alındı.
- Hayes, P., Flouris, T ve Walker,T.(2006). Recent Developments in the Aviation Insurance Industry, *Annual Transportation Research Forum*, New York, 5, 21 Aralık 2020 tarihinde<https://ageconsearch.umn.edu/record/207945/> adresinden alındı.
- Hedlund, D. (1994). Toward Open Skies: Liberalizing Trade in International Airline Services, *Minnesota Journal of International Law*, 269, 5 Aralık 2020 tarihinde <https://scholarship.law.umn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1039&context=mjil> adresinden alındı.
- Hohnholz, L. (2011). The impact of September 11, 2001 on aviation, Editor in chief is Linda Hohnholz, *Global Travel Industry News*, 3 Kasım 2020 tarihinde<https://www.eturbonews.com/48850/impact-september-11-2001-aviation/> adresinden alındı.
- Iatrou, K. (2006). *Airline choices for the future: From alliances to mergers*, Ashgate Publishing, Ltd., Iatrou, Global Symposium on Air Transport Liberalization, ICAO Dubai, UAE, 9, 5 Aralık 2020 tarihinde,<https://www.icao.int/Meetings/LiberalizationSymposium/Documents/2006SymposiumDubai/AlliancesMergers.pdf> adresinden alındı.
- Iatrou, K. ve Alamdari, F. (2005). The empirical analysis of the impact of alliances on airline Operations, *Journal of Air Transport Management*, 11(3), 127-134.
- Jorge, V., Javier, T. ve Guozhu, J. (2011). Stratejic Airline Alliances Advantages For Major Airlines Being Aligned, *15th Air Transport Research Society world conference*", 29/06/2011 – 02/07/2011, Sydney, Australia. pp. 356-371.
- Kakeesh, D. (2016). The Impact of Strategic Airlines Alliances on Brand Management Practices: The Case of Royal Jordanian Airlines in One world Alliance, PhD thesis, University of York, 72, 6 Aralık 2020 tarihinde <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Impact-of-Strategic-Airlines-Alliances-on-Brand-Kakeesh/e73d4c3309248d4857cf8109b7e6a2bf9763b2da> adresinden alındı.
- Kleymanna, B. ve Seristo,H. (2001). Levels of airline alliance membership: balancing risks and benefits, *Journal of Air Transport Management*, 303.
- Liedtke, P. ve Courbage,C, (2002). Incurance September One Year After, Impact, Lessons and Unresolved Issues, The Geneva Association Route de Malagnou 53, CH-1208 Geneva, 191.
- Lin, B. (2013). The Effects of Joining a Strategic Alliance Group on Airline Efficiency, Productivity and Profitability, PhD thesis, Massey University, Palmerston North, New Zealand, 38-40.
- Lloyd's Annual Report 2018, 1 Ocak 2021 tarihinde <https://www.lloyds.com/~media/files/lloyds/investorrelations/2018/annuals/lloyds-2018-annual-results-analyst-presentation-final.pdf> adresinden alındı.

Lloyd's Update, Redefining the Future, September 2019, 24 Aralık 2020 tarihinde <http://thoughtleadership.aon.com/Documents/20190904-lloyds-update.pdf> adresinden alındı.

Michael, P., Marjolein van, W. ve Samantha, P. (2011). The developing use of strategic alliances in facilities management, *Journal of Retail & Leisure Property* 9(5), 380–390.

Morrish, S.C ve Hamilton, R.T.(2002). Airline alliances—who benefits? *Journal of Air Transport Management*, 8,402.

Seo, G.H. (2020). Competitive Advantages of International Airline Alliances: A Critical Reiew, *Holistica*, 11(1), 139-145. Sondakika.com, 27.03.2008, 10 Aralık 2020 tarihinde <https://www.sondakika.com/haber/haber-thy-genel-muduru-kotil-1-nisandan-sonra-turkiye/> adresinden alındı.

Tavakol, Mohsen. ve Dennick, Reg. (2011). Making Sense of Cronbach's Alpha. *International Journal of Medical Education*. doi:10.5116/ijme.4dfb.8dfd.

Tenth Annual Int.Airline Conference. (1995). Queen Elizabeth II Conference Centre Westminster London Presented by DYP in association with Barlow Lyde & Gilbert, Graveet & Tilling (Underwriter Agencies), Skandia Int., Sturge Aviation Syndicate Management 278-279.

Theobald, D. (1982). Aviation Insurance and Lloyd's of London, *Journal of Air Law and Commerce* Volume 47 | Issue 4 Article 6, 29.12.2020 tarihinde <https://scholar.smu.edu/jalc/vol47/iss4/6/> adresinden alındı.

Türk Hava Yolları 75.Yılında (1933- 2008), (2009.Kesişim Yayıncılık ve Tasarım Hizmetleri, 176, 2.Baskı,

US General Accounting Office, Aviation Insurance, Federal Insurance Program Needs Improvements to Ensure Success, , Report to Congressional Committees, July 1994, 17 Kasım 2020 tarihinde <https://www.gao.gov/assets/220/219891.pdf> adresinden alındı.

ANALYSIS OF THE DIMENSIONS OF SERVICE QUALITY IN LINER MARINE TRANSPORTATION BY STRUCTURAL EQUATION MODELING

Ayşe TAŞ¹, Murat YORULMAZ²

Abstract

The purpose of this study is to identify the dimensions that constitute the quality of the services offered in the liner maritime transport through the measurement model developed based on the ROPMIS model by Thai (2008), and to examine the reliability and validity of these dimensions with structural equation modelling. The data were obtained from 316 employees working at 52 businesses through questionnaire and analysed through SPSS v22 and AMOS v22 Statistics. The findings indicate that the dimensions of *resources, outcomes, process, management, image, and social responsibility* in the measurement model are sufficient to explain the quality of service and that the service quality measurement model can be used both as a first-level multifactorial model and a second-level model. Further, the analyses for convergent and discriminant validity performed based on the data from the confirmatory factor analysis show that the measurement model is structurally valid and reliable.

Key words: Liner Marine Transportation, Maritime Management, Service Quality Dimensions.

JEL Classification: M10, M16, M30

DÜZENLİ HAT DENİZ TAŞIMACILIĞINDA HİZMET KALİTESİNİ OLUŞTURAN BOYUTLARIN YAPISAL EŞİTLİK MODELLEMESİYLE ANALİZİ

Öz

Bu çalışmanın temel amacı, layner deniz taşımacılığında verilen hizmetlerin kalitesini oluşturan boyutların Thai'nin (2008) ROPMIS modeli esas alınarak hazırlanan ölçüm modeline göre belirlenmesi ve boyutların güvenilirliklerinin ve geçerliliklerinin yapısal eşitlik modellemesi ile incelenmesidir. Bu amaca yönelik olarak da Türkiye'de faaliyet gösteren 52 forvarder işletmesinin 316 çalışanından anket tekniği ile toplanan veriler SPSS v22 ve AMOS v22 paket programları kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz bulguları, ölçüm modelinde yer alan *kaynaklar, çıktı, süreç, yönetim, imaj ve sosyal sorumluluk* boyutlarının, layner deniz taşımacılığının hizmet kalitesini açıklamakta yeterli olduğu ve hizmet kalitesi ölçüm modelinin hem birinci düzey çok faktörlü hem de ikinci düzey olarak kullanılabileceğini göstermektedir. Ayrıca doğrulayıcı faktör analizi ile elde edilen veriler kullanılarak yapılan benzeşme ve ayrışma geçerliliği analizleri sonucunda, ölçüm modelinin yapısal olarak geçerli ve güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Layner Deniz Taşımacılığı, Deniz İşletmeciliği, Hizmet Kalitesi Boyutları.

JEL Sınıflaması: M10, M16, M30

¹ Lect. Dr., Kocaeli University, Maritime Faculty, Department of Maritime Business Administration, ayse.tas@kocaeli.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2457-7723.

² Asst. Prof. Dr, Kocaeli University, Maritime Faculty, Department of Maritime Business Administration, murat.yorulmaz@kocaeli.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5736-9146.

1. Introduction

Maritime transport, when its services are provided, is a fundamental factor for the development of the national economy of any maritime country. In terms of the continuity of service, maritime transport is categorized into two main sectors as liner and tramp transport (Haralambides, 2007); in particular, liner transport based on a tariff-based system has recently become the fastest growing transport type. As of 2018, the share of container transportation in liner transport, which includes both ro-ro transportation and container transportation, has been 16% equal to 1.87 billion tons (IMEAK, 2019). *“In 2018, the world's container fleet will exceed the increase in demand by only 6-7% by increasing by 9.2% and enhance surplus.”* This indicates that supply will exceed demand in the next years and competition between liner container lines in the maritime transport sector will become increasingly fierce (Tuan et al., 2018).

Due to the fierce competition in the liner transport market, the low profit margins because of the overcapacity problem, and the content of the services offered by the competitors being gradually similar, a liner transport company need to differentiate its services from its competitors. However, as liner transportation is based on standardization, differentiation in the market is quite a problem (Balci et al., 2018). Differentiation can be achieved by any feature valued by customers. This differentiation is that service features, which are of great important for customers, have a distinctive nature. And this depends on delivering quality services that create differentiation. A differentiated service leads to an increase in a company's revenues, its market share and the likelihood of repurchases by customers (Denne't et al., 2000).

Quality management in liner maritime transport entails the continuous improvement and development of quality factors in order to increase the competitiveness in the market (Samija et al., 2015). These quality factors are the dimensions that constitute service quality. It is thus necessary to identify these dimensions. Because it is essential that dimensions of service quality are known and service quality is measurable so that the customer using these services (users) can perceive quality.

Studies on the quality dimensions and quality measurement of the liner maritime transport services are limited, due to the large number of actors in the maritime transport chain and the uniqueness and complexity of this transport type (Samija et al., 2015). While there are numerous studies on service quality in other sectors, very few research directly addresses the dimensions and criteria (determinants) of quality in liner maritime services. Such dimensions and criteria are discussed in studies emphasizing mode or carrier selection criteria (Ho et al. 2017; Fanam & Ackerly 2019, Kannan, et al. 2011; Ding & Tsai, 2012). On the other hand, the analysis and discussion of the selection variables based on groups of factors allows for identifying the service- and performance-related attributes that are considered to be within the scope of dimensions of service quality (Thai, 2008).

There are also studies in the literature, conducted with the service quality measurement model SERVQUAL, which directly measure service quality in maritime transport identify its dimensions/factors (Durvasula et al., 1999; Chen et al., 2009; Kang & Kim 2009; Tuna 2001; Yüksel and Önaçan, 2018).

This model is a 5-dimensional (concrete elements, reliability, competence, trust, empathy) model that is most widely used for the evaluation of service quality, and the SERVQUAL scale is favoured as it offers flexibility for different sizes and factors of various service types (Seth et al., 2005). This scale has also some weaknesses and has been thus criticized by researchers (Erenkol, 2005). For this reason, some researchers stated in their studies with the SERVQUAL scale that the validity of this scale was not established (Chen, 2009; Durvasula, 1999; Kang & Kim 2009), whilst others confirmed the validity of this scale (Tuna, 2001).

Chen et al. (2009) drew on the 5-dimensional SERVQUAL scale with explanatory factors for 22 service features to measure the service quality in the container transport industry in Taiwan. Consequently, the validity of SERVQUAL was denied. The potential reason for this was reported the lack of some critical service features of the sector in the scale. In other words, the scale was perhaps denied because of the fact that it failed to address to a wide range of industry needs and requirements (Kang, & Kim 2009). This present study presented additional evidence to the controversy over the validity of this scale. The authors claimed that the SERVQUAL scale was developed from the perspective of end consumers. They noted that this perspective does not fit the maritime transport sector, which is a predominantly business-to-business (B2B) industry. All things considered, service quality management is more complex and attributed to a larger group of suppliers (customers) interacting with a service provider on a personal or functional level (Chen et al., 2009).

Researchers assessing the SERVQUAL model argued that the criticisms on the dimensions of the model were that the five dimensions of the SERVQUAL model were insufficient to generalize for all service sectors and cannot be applied universally, raising questions about its reliability as a scale (Durvasula et al., 1999). The reason why the five dimensions of the SERVQUAL model for service quality cannot be applied to service industry is perhaps that service businesses and their sub-sectors have unique (characteristics) structures and that the business strategies, cultures, customer portfolio, region, size etc. of these structures differ depending on various factors. Applying a standard scale or model to all service sectors, regardless of the differences they have, may lead to erroneous results or evaluations. As such, some models that will comply with the unique structure of the service sector are recommended.

One of them is the ROPMIS model proposed by Thai (2008) considering the unique structure of maritime transport. Thai criticized the content of the SERVQUAL scale and claimed that the five dimensions of this scale were insufficient to generalize to maritime firms and cannot be universally accepted.

The researcher further argued that the SERVQUAL model is geared towards the consumer market whilst the quality models of maritime transport services need to be geared towards B2B markets. Since the purchasing behavior of the end consumers and of B2B businesses are different, Thai stated that the dimensions and variables in the measurement model of the service quality of maritime transport businesses, which are one of the businesses involved in B2B markets, should reflect the structure and differences of the sector which they are in. One of the most comprehensive studies in this regard has previously attempted to comprehensively review all relevant literature and recommended and approved ROPMIS, which is an overall service quality model to define service quality for the entire maritime industry (Thai, 2008, Yuen et al., 2015).

Thai (2008) stated that the dimensions of management, social responsibility and image are lacking in maritime transport due to its unique features. He developed the ROPMIS model, which is a general conceptual model of maritime transport with a total of 6 dimensions (resources, management, process, results, social responsibility and image) and 24 factors that include these dimensions. The superiority of this model is that it is the result of the theoretical synthesis of many other models, primarily the SERVQUAL scale (Thai, 2008; Yuen et al., 2015; Thai, 2016; Yeo et al., 2015; Tuan, 2018). Compared to SERVQUAL, the ROPMIS model is more suitable for the maritime industry as it incorporates the critical elements of image and social responsibility (Thai, 2016).

The dimensions and variables of the service quality model in the mentioned study suggested that they can be generalized to maritime transport businesses and its variables can be revised based on the dimensions of other service organizations and used according to the characteristics of the service. In other words, although it is expected that the model is applicable to maritime transport services in general, the author argued that its factors can be easily revised for certain sub-sectors such as ports. For this reason, there are few studies in literature that revised the factors of the ROPMIS model (Yeo et al., 2015; Thai, 2016).

Thai (2008) used a sample of port operators, maritime transport companies, and forwarders/logistics service providers in Vietnam and administered a questionnaire consisting of 24 explanatory criteria under 6 dimensions in the ROPMIS service quality model to the companies in the sample. Thai analysed a total of 120 data sets through SPSS v13 statistics and thematic analysis technique and concluded based on the findings of the analysis that the ROPMIS measurement model for service quality is reliable and valid. To identify the service quality dimensions of the liner maritime transport in Turkey, an experimental study benefited from the six dimensions and factors of the ROPMIS model. The findings of an experimental study without using an academically-validated scale would not be considered reliable. However, there is a growing debate that the interpretation of service quality differs across industries, customer groups and countries/cultures (Eleren & Kılıç, 2007). As the interpretation and perception of service quality dimensions may differently affect customers, the results are likely to be valid only for Vietnam.

For these reasons, the purpose of this study is to identify the dimensions that constitute the quality of the services offered in the liner maritime transport through the measurement model developed based on the ROPMIS model by Thai (2008), and to examine the reliability and validity of these dimensions with structural equation modeling. To that end, a 31-item survey was administered to 316 employees in forwarder businesses, which are one of the two main customer groups as the shipper of the liner transport companies operating in Turkey. The obtained data were analysed through SPSS v22 and AMOS v22 software.

The 24 criteria in the 6 dimensions of the original ROPMIS service quality model developed by Thai were transformed into 31 questions considering the unique features of liner transport. The criteria in some dimensions, which were considered significant, were elaborated and increased (for example, the competitive freight application criterion under the dimension of outcomes was elaborated into reduction in the local costs of liner companies and flexibility in container free times; so, the number of criteria for this dimension increased.)

The results of the analysis indicate that the model can be used as a reliable tool to measure service quality in liner maritime transport.

The findings of this study can also offer meaningful inferences for managers in liner transport companies. The validated ROPMIS model in this study helps company managers understand which dimensions and aspects of service quality in liner maritime transport are prioritized and taken into account by customers. Understanding which factors can make a difference in order to compete with other companies will guide company managers while delivering their services. Based on this understanding, company managers can develop a standard service quality scale to measure customer satisfaction. In the long term, the use of such a standard measurement tool will facilitate the comparison between services of other liner businesses in terms of service quality performances, and thus, liner transportation will be able to apply the necessary solutions to increase the service quality.

2. Theoretical Framework

2.1. Service Quality

Service quality refers to an overview of the service delivery system and can also be defined as the customer's overall impression of the relative superiority or weakness of the company's performance (Zin, 2014: 3). One of the key elements that distinguish a service business from its competitors is producing and providing a better quality service than its competitors (Durvasula et al., 1999). Customers always compare the service they receive with the service they expect. Then, if customers find that the service they receive is above their expectations, they are more satisfied and continue to receive that service. Many service organizations outperform its competitors with the strategy of producing and offering distinct and desired quality services and maintain their profitability, thus gaining competitive advantage (Seth, 2005). It is challenging to define and measure services due to their characteristics such as abstraction, heterogeneity, synchronicity, and durability (Parasuraman et al., 1988).

Studies that were performed to measure service quality generally focus on conceptual models containing the definition and dimensions of service quality or on the measurement of service quality. In this regard, many researchers attempted to measure service quality using these two perspectives and drawing on different methods. There are many theoretical models for service quality in the literature (Seth et al., 2005). The model considered as the model of service quality in the literature is the technical and functional quality model of Grönroos (1984), which emphasizes that the expected service must match with the perceived service for a business to achieve customer satisfaction. The resulting perceived service quality is influenced by three factors: image, technical quality and functional quality (Seth, et al., 2005). These three factors are the dimensions of quality in the model that are used to determine the quality of the service provided and are taken into account by customers (Grönroos, 1984).

The SERVQUAL model was developed following this first model and the SERVQUAL model is a technique intended to measure the level of service quality of a business through the difference analysis method based on the needs of customers regarding service quality. As the most preferred scale in the above mentioned studies, the SERVQUAL scale is a research tool with 22 criteria that can measure the quality of services offered by all kinds of service businesses based on 5 dimensions, which are concrete features, reliability, enthusiasm, trust and empathy (Parasuraman et al., 1988). The fact that the SERVQUAL model is the most preferred scale has caused many positive and negative criticisms.

While some of the studies attempted to prove the validity of the SERVQUAL scale in different types of service sectors, others argued that SERVQUAL cannot be applied to every service sector (Chen et al., 2009; Durvasula et al., 1999). They mostly criticized the scale due to the difference score between "Perception - Expectation", the dimensions, applicability, and lack of validity of the model (Erenkol, 2005). Cronin and Taylor, which argued that the SERVQUAL model is not sufficient to measure the service quality, developed the SERVPERF based on performance. The authors put forth that service quality is only a function of perceived performance. Also, the authors claimed that the SERVPERF model consists of only one dimension rather than five dimensions as in the SERVQUAL model (Bülbül & Demirer, 2008). These are the basic quality models, and different quality models have been derived from these models. There are Service Quality Model for Banking Sector, Information Technology-based (IT) model, E-Service Quality Model, Internet Banking Model, Retailers Service Quality and Perceived Value Model. Besides, quality models for special services according to the originality of the service are available, such as LODGSERV for accommodation establishments, DINESERV for restaurant services, ECOSERV for the quality expectations of ecotourists, HISTOQUAL for historical houses and museums (Seth et al., 2005; Eleren, 2009). These models are different due to service design, customer expectations, customer needs and expectations, determination of the ideal and ideal service quality, and the change in service quality according to cultural differences (Seth et al., 2005; İkiz, 2010).

As with other service sectors, maritime transport services have their own unique quality models for quality management, such as the ROPMIS model proposed by Thai (2008).

The quality management process in maritime transport involves activities that are based on well-studied current and future needs of users who seek the design and implementation of everything necessary and that focus on providing market-based and market-appropriate services. The common goal of all these activities is to achieve optimal profitability, to secure the appropriate position in the transport market and to ensure sufficient competitiveness. This entails the continuous improvement and development of quality factors in order to increase the competitiveness of quality management in the market during the transportation process (Samija et al., 2015). Service quality in maritime transport has multiple dimensions on the aspects of the service assessed by customers. Thus, it is essential to identify these dimensions.

2.2. Dimensions of Liner Maritime Transport on Service Quality

Maritime transport is carried out in two main ways as scheduled (liner) transportation and non-scheduled (tramp) transportation; the nature and features of these transportations are different from each other. Tramp transport is a form of transport between any two ports with a load and without a specific schedule and route. On the other hand, liner transportation is a form of transportation that uses regular routes on fixed schedules. In liner transportation, ships operate along pre-determined ports of departure and arrival as well as transfer ports on predetermined dates and perform loading and unloading operations; liner ships are mostly container ships. Container transportation is one of the most favored type of transformation in liner transportation (Karsten, 2015: 11). In this type of transformation, which involves fierce competition, it is prerequisite to offer high-quality services to achieve competitive advantage. High-quality services are of importance for a carrier to differentiate itself from its competitors in order to gain competitive advantage.

For liner transport companies, “factors such as timely arrival of the ship, freight pricing, efficient cargo tracking, trip frequency, safety of the transportation, rapid response to customer needs, full compliance with itineraries, trip frequency to port of arrival, reliability of booking services are alternatives for differentiation in container transportation.” (Durvasula et al., 2002). All these factors are criteria that are included in as well as explain and define the dimensions of service quality. For that reason, it is of key importance to understand and manage service quality in liner transportation in order to identify which dimensions of service quality to address.

The dimensions of service quality must be clearly outlined in order for customers or users to recognize quality. Defining service quality and its dimensions is significant for revealing the strengths or weaknesses of the businesses and also for the effective use of organizational resources (Chen et al., 2009). Research on the dimensions and determinants of service quality in businesses offering liner transport is rather limited as well.

However, the dimensions and factors of service quality in businesses offering liner transport have been discussed in studies in the literature on services, transport modes, carrier selection criteria, logistics service quality and SERVQUAL service quality, ROPMIS service quality model.

As carrier selection criteria are related to service performances determined through various analyses in a number of studies, it is considered that these criteria are among the dimensions of service quality (Thai, 2008). For the purpose of evaluating the decision-making process related to carrier selection in linear transportation Fanam & Ackerly (2019) identified the following five dimensions regarding the selection of liner transportation lines: “*service fee, itinerary & freight network, door-to-door transport, corporate social responsibility*” They concluded that the most important criteria explaining these dimensions are “*the lowest possible freight rate, flexibility of freight rate, domestic and international service network, schedule reliability (on-time arrival and departure), schedule frequency, transit timeframe, perceived reputation of carrier, problem-solving capability*”

In their research on carrier selection of forwarder businesses related to liner transport, Ho et al. (2017) listed the following dimensions in the selection of liner transport lines: shippers’ needs, shippers’ costs, shippers’ communication and shippers’ convenience. They further determined that the most important criteria explaining these dimensions are “*transport reliability, integrated logistics, flexible freight tariffs, timely delivery, direct access, sailing frequency and custom clearance efficiency*” In other words, these are the dimensions and criteria that affect service quality in liner transport.

Zin et al. (2014) aimed to grasp an understanding of logistic service quality in maritime transport, to identify the dimensions that explain logistic service quality in maritime transport and to develop and test a scale with descriptive criteria that best represent these dimensions, to explore the relationships between service quality, customer satisfaction and loyalty; then, they identified seven dimensions regarding service quality in maritime transport: “*professional skills for logistics, resources, process, outcomes, service cost, image and environmental responsibility*” They stated that the most critical criteria explaining these dimensions are: “*physical infrastructure, expert human resources, financial stability, competitive pricing of services, efficient delivery of door-to-door transport services, reliability of cargo booking services, environmentally safe operations, good reputation in the maritime market, etc.*”

Tuan et al. (2018), who attempted to explore the factors affecting customer satisfaction (from export firms) while using liner transportation services, drew on the ROPMIS model. The researchers reported that the quality dimensions of their research model consist of five dimensions: *“resources, outcome, process, management and brand”*

Thai (2008) sought to enhance information available on the concept of service quality in maritime transport and to identify the dimensions that explain service quality in maritime transport and to develop and test a model with descriptive criteria that best represent these dimensions.

The researcher ascertained the following six dimensions: *“resources, outcomes, process, management, images and social responsibility”* The dimensions of this conceptual model of maritime transport service, which is also called ROPMIS in the literature, consist of 24 descriptive criteria.

The *“resources”* dimension of the ROPMIS model by Thai (2008) includes five criteria, which are *“equipment and facilities availability, equipment and facilities condition, financial stability, shipment tracing capability, physical infrastructure”* The *“outcomes”* dimension consists of six criteria, which are *“speed of service performance, reliability of service performance, providing service in a consistent manner, shipment safety and security, reliability of documentation, competitive price of service”* The *“process”* dimension includes four criteria, which are *“staff’s attitude and behaviour in meeting customer requirements, quick response to customers’ inquiries, knowledge of customers’ needs and requirements, application of IT and EDI in customer service”* The *“management”* dimension consists of six criteria, which are *“application of IT and EDI in operations, efficiency in operations and management, knowledge and skills of management and operators, understanding customers’ needs and requirements, feedback from customers, continuous improvement of customer-oriented operation processes”* As for the *“image”* dimension, only one criterion has been identified: *“company’s reputation for reliability in the market”* The *“social responsibility”* dimension has two criteria, which are *“socially responsible behaviour and concerns for human safety, environmentally safe operations”*

The 24 criteria in the 6 dimensions of the original ROPMIS service quality model developed by Thai were transformed into 31 questions considering the unique features of liner transport. For example, the competitive freight application criterion under the dimension of outcomes was elaborated into reduction in the local costs of liner companies and flexibility in container free times; so, the number of criteria for this dimension increased. Likewise, the criteria in the dimensions of image and social responsibility were also increased as they were considered significant. Further, some criteria, including expert human resources, accurate and efficient cargo booking services, which were notable regarding the operations related to maritime transport in the literature review on service quality in liner transport, were included as well. Appendix 1 presents the survey questions on the dimensions of the ROPMIS model for service quality in liner transport and the criteria that constitute these dimensions.

3. Research Method

3.1. Research Purpose and Significance

The research question is, does the ROPMIS model developed by Thai (2008) used to measure maritime transport service quality have structural validity and reliability in Turkish usage?. The primary purpose of this study is to identify the dimensions that constitute the quality of the services offered in the liner maritime transport through the ROPMIS model by Thai (2008), and to examine the reliability and validity of these dimensions with structural equation modelling. Bringing the ROPMIS model, whose dimensions, structural validity, and reliability were revealed in this study, to the Turkish maritime literature will fill an important gap.

3.2. Research Population and Sample

The research population consists of the forwarder businesses that operate in Turkey and use liner maritime transport services. Simple random sampling technique was used in the selection of the sample, and the data obtained from the surveys, which were sent back to the forwarder businesses registered with the İMEAK, constitute the data of the research. The data were obtained from 316 employees working at 52 businesses through questionnaire between November, 2019 and March, 2020, and analysed through SPSS v22 and AMOS v22 Statistics. According to Kline (2014), it is important that the sample size should be at least five or ten times more than the variables observed. Therefore, it can be claimed that a sample of 316 people is sufficient for a total of 31 items in the scale of service quality used in this study.

3.3. Measurement Tool

The questionnaire used in this study to collect the data consists of two sections. The first section presents questions to ascertain the demographic characteristics of employees in forwarder businesses. The second section presents the questionnaire with 31 items and 6 dimensions of resources (RES), outcomes (OUT), process (PRO), management (MAN), image (IMA) and social responsibility (SOR) intended to measure service quality in maritime businesses that carry out liner maritime transport; Appendix 1 shows the details of the questionnaire (dimensions, criteria and resources). All items in the scale were rated on the 5-point Likert-type scale. The participants were asked to mark the options suitable for themselves. The scale ranged from 1 = totally disagree to 5 = totally agree.

4. Findings

4.1. Demographic characteristics of the participants

52.8% of the participants stated that they work in the head office of the businesses whereas 47.2% reported that they work in a branch of the businesses. The businesses where the participants work offer various services other than forwarding services (i.e. organizing transportation), such as shipping agencies, road transportation, air cargo transportation, project transformation as well as maritime transportation services.

33.1%, 19.7%, 15.4%, 6.8% and 5.6% of the participants reported to have employees between 11-20, 1-10, 21-30, 41-50 and 31-40, respectively. 19.4% of the participants reported to have 51 or more employees. Further, 69.2% reported that they work in non-management positions whilst 30.8% work in management positions.

25.8%, 25.4%, 18.4%, 17.7% and 4% of the participants reported that they have been working in their current businesses for 11-15 years, 6-10 years, 25 years or more, 1-5 years and 21-25 years, respectively.

Besides, 37.5%, 36.5%, 18.1%, 5.4% and 2.5% reported to have experience in forwarding between 5-9 years, 1-4 years, 9-14 years, 5-9 years and 20 years or more, respectively.

4.2. Validity and Reliability Analyses

Structural equation modeling (SEM), which is preferred to determine structural validity and reliability, is a powerful method especially used in validation of complex models and path analysis. It is a method that has been used frequently in recent years because the relations between the variables are handled as a whole in the analyzes made with SEM and can be processed in the errors that may arise from the measurement (Hair et al., 2014). Confirmatory factor analysis (CFA) was conducted to determine the structural validity of and to identify the factor structure of the measurement model used in the study. Table 1 presents the standardized factor values, t values, average variance values (AVE), combined reliability (CR) coefficients and Cronbach's Alpha (CA) values of the variables observed in the findings of the measurement model from the CFA. Table 2 shows the maximum shared variance (MSV) values and average shared square variance (ASV) values. The standardized factor loads of the variables observed in Table 1 and the AVE values were greater than 0.50 and statistically significant ($p < 0.001$); besides, CR values were greater than both 0.70 and AVE values, and CR values were higher than 0.70, which is a threshold value. This, thus, confirmed that the dimensions of the measurement tool were convergently valid.

Table 1. Validity, Combined Reliability, Cronbach's Alpha, Skewness and Kurtosis Coefficients.

	Item	Std. β	SE	t-value	Skew.	Kurt.	AVE	CR	CA
R E S	RES1	0.588	-	-	-0.501	-0.404	0.609	0.885	0.874
	RES2	0.818	0.114	11.246***	-1.172	1.118			
	RES3	0.876	0.105	11.724***	-1.515	2.932			
	RES4	0.787	0.102	10.973***	-1.398	2.495			
	RES5	0.802	0.107	11.165***	-1.404	2.536			
O U T	OUT	0.803	-	-	-1.317	1.957	0.601	0.923	0.923
	OUT	0.811	0.064	16.554***	-1.240	1.419			
	OUT	0.828	0.053	17.045***	-1.558	2.974			
	OUT	0.774	0.060	15.520***	-1.442	2.781			
	OUT	0.834	0.059	17.216***	-1.378	2.604			
	OUT	0.781	0.058	15.728***	-9.307	2.497			
	OUT	0.708	0.074	13.803***	-0.997	0.489			
	OUT	0.646	0.072	12.312***	1.050	0.779			
P R O	PRO1	0.870	-	-	-1.338	1.653	0.747	0.947	0.947
	PRO2	0.860	0.047	21.058***	1.346	1.573			
	PRO3	0.837	0.046	20.113***	-1.359	1.990			
	PRO4	0.898	0.044	23.191***	-1.313	1.586			
	PRO5	0.879	0.043	21.993***	-1.312	1.849			
	PRO6	0.841	0.044	20.108***	-1.495	2.683			
M A N	MAN	0.899	-	-	-1.602	2.982	0.681	0.913	0.899
	MAN	0.866	0.040	22.662***	-1.433	3.007			
	MAN	0.861	0.041	22.364***	-9.451	2.359			
	MAN	0.576	0.067	11.834	-2.728	-0.774			

	MAN	0.880	0.041	23.763***	-1.445	2.697			
I M A	IMA1	0.808	-	-	-1.544	3.006	0.567	0.787	0.722
	IMA2	0.478	0.092	8.796***	-0.018	-1.125			
	IMA3	0.905	0.057	19.047***	-1.254	2.182			
S O R	SOR1	0.902	-	-	-1.270	2.025	0.779	0.934	0.932
	SOR2	0.905	0.038	25.099***	-1.481	2.960			
	SOR3	0.863	0.041	22.441***	-1.200	1.930			
	SOR4	0.859	0.041	22.466***	-1.303	2.363			

***p<0.001

Moreover, as seen in Table 2, MSV and ASV values were lower than AVE values, and the square root values of AVE were higher than the Pearson correlation coefficients, which were smaller than 0.85. These findings confirmed that the dimensions of the measurement tool were discriminantly valid (Fornell & Larcker 1981; Kline, 2005; Hair et al., 2014).

Both CR and Cronbach's Alpha (CA) coefficients of the measurement model, which was structurally considered a valid measurement tool with confirmed convergent and discriminant validity were calculated, as seen in Table 1. Further, Table 1 shows that both CR and CA coefficients of the measurement model were above 0.70, which is the critical value, and thus the model was considered as a reliable model (Hair et al. 2014). Also, the coefficients of skewness and kurtosis of the variables in the model were in the range of -3 and +3; it follows that the data were normally distributed (Kline, 2014).

Table 2. Mean, Standard Deviation, \sqrt{AVE} , MSV, ASV and Pearson Correlation Coefficients.

Dim.	Mean	SS	\sqrt{AVE}	MSV	ASV	2	3	4	5	6
1.RES	3.634	0.776	0.780	0.535	0.483	0.732**	0.633**	0.750**	0.689**	0.666**
2.OUT	3.813	0.844	0.775	0.579	0.485	1	0.667**	0.666**	0.653**	0.761**
3.PRO	3.646	0.871	0.864	0.473	0.427		1	0.688**	0.628**	0.673**
4.MAN	3.612	0.787	0.825	0.605	0.477			1	0.778**	0.753**
5.IMA	3.525	0.796	0.752	0.562	0.487				1	0.733**
6.SOR	3.743	0.819	0.882	0.605	0.515					1

**p<0.01

Table 2 points out a positive and statistically significant (p< 0.01) correlation between the dimensions of service quality and demonstrates that the averages of the dimensions were high. Table 3 presents the first-order multifactorial and second-order CFA fit indices of the measurement tool, which was already proved to be structurally valid and reliable.

Table 3. Confirmatory Factor Analysis Fit Indices

Measurement Model	χ^2	sd	χ^2/sd	CFI	TLI	RMSEA	SRMR
First Order CFA	410	1092.824	2.665	0.927	0.917	0.073	0.034
Second Order CFA	418	1117.500	2.673	0.925	0.917	0.073	0.037

As seen in Table 3, the first-order and second-order CFA fit indices of the measurement model were within the acceptable range (Anderson and Gerbing, 1998; Hu and Bentler, 1999; Hair et al., 2014).

5. Conclusion and Suggestions

With its each dimension explained by a set of descriptive factors, service quality in liner maritime transport consists of 31 variables and 6 dimensions, which are resources, outcomes, process, management, image and social responsibility (ROPMIS). This study, which seeks to identify the dimensions of the quality of services offered in maritime transport and to analyse the reliability and validity of these dimensions through structural equation modelling, drew on SPSS v22 and AMOS v22 Statistics to examine the data obtained from 316 employees working at 52 forwarder businesses through questionnaire. The validity of the measurement tool was confirmed through convergent and discriminant analyses and the reliability of the tool was tested based on combined reliability and Cronbach's Alpha coefficients; furthermore, the first-order and second-order CFA fit indices of the measurement model were within the acceptable range. These findings indicate that this 6-dimensional scale for service quality in liner maritime transport may be used dimensionally or completely as a whole under the name of service quality in liner maritime transport. In other words, the scale for service quality in liner maritime transport can be utilized either as one-dimensional or as six-dimensional, depending on the purpose of researchers. This study has academic results as well as administrative results to offer. It confirms the composition of service quality in maritime transport created from the generic model developed by Thai (2008) and thus contributes to the existing literature. It also seeks to fill a gap in the literature, which results from insufficient studies in the field of service quality management in the maritime sector in general and in liner transportation in particular. As this study was performed with a single sector, this may serve as an obstacle to generalization of the findings. For that reason, similar studies may be performed at intersectoral levels.

The primary limitation of this study is that the sample only consists of forwarder businesses that benefit from liner maritime transport services as carrier. It may be challenging to generalize the results obtained only from a single sector. Limiting the study to a single sector may lead to disregard issues related to the effects of sector differences. That is, the fact that the study sample did not include different organizations may serve as a lacking in the perception of the dimensions of service quality. This study suggests the use of the dimensions of service quality in liner transport not only in forwarders as customers but also import and export companies. Furthermore, in order to better understand service quality in liner maritime transport, future research need to be conducted to explore service quality not only in terms of the businesses (customers) receiving the service, but also in terms of those providing the service because the perceptions of those who provide and receive the service may differ. As for the demographic characteristics of the participants in this study, they not only work to offer forwarding services (i.e. organizing transportation), but also work in mostly shipping agencies, road transportation, air cargo transportation, project transformation as well as maritime transportation services such as brokering. In this regard, it is potential that the dimensions of service quality were assessed from the perspective of the people working in different sectors of maritime transport.

That is to say, it is possible that these dimensions may have been evaluated not only by the service provider, but also by the customers benefiting from transportation services. Similarly, future studies may consider other variables regarding the quality of services offered by liner businesses (customer satisfaction, behavioural intention) with the dimensions of service quality and determine which dimensions of service quality in liner transportation may have a mediator role between customer satisfaction and behavioural intention.

References

- Altan, Ş., & Ediz, A. (2016). Türkiye’de yüksek hızlı tren(yht) için hizmet kalitesinin ölçümü, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18/3, 695-720.
- Anderson, J., and Gerbing, D. (2017). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3).
- Balci, G., I.B., Cetin and Tanyeri, M. (2018) Differentiation of container shipping services in Turkey. *Transport Policy*, 61, 26–35.
- Bülbül, H., and Demirer, Ö. (2008). Hizmet kalitesi ölçüm modelleri servqual ve serperf’in karşılaştırmalı analizi, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 181-198.
- Chen, K.K., C.T Chang and Lai, C.S. (2009). Service quality gaps of business customers in the shipping industry, *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 45(1): 222–237.
- Denneft, C., E.M. Ineson, G.J. Stone and Colgate, M. (2000). Pre-bookable services in the chartered airline industry: increasing satisfaction through differentiation, *The Service Industries Journal*, 20(2), 82-94.
- Ding, J.F., and Tsai, P.P. (2012). Evaluating quality improvement of service recovery for ocean freight forwarders in Taiwan, *Information Technology Journal*, 11(11):1579-1587.
- Durvasula, S., S. Lysonski, and Mehta, S. (2002). Understanding the interfaces: How ocean freight shipping lines can maximize satisfaction, *Industrial Marketing Management*, 31(6), 491-504.
- Durvasula, S., S. Lysonski, and Mehta, S. (1999). Testing the SERVQUAL scale in the business-to-business sector: The case of ocean freight shipping service, *Journal of Services Marketing*, 13 (2), 199, 132 – 150.
- Eleren, A. and Kılıç, B. (2007). Turizm sektöründe servqual analizi ile hizmet kalitesinin ölçülmesi ve bir termal otelde uygulama, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (1), 235 – 263.
- Erenkol, A. D. (2005). Hizmet kalitesi ölçümünde kullanılan servqual modelinin zayıf olduğu ileri sürülen teorik ve uygulama yönlerine yönelik olarak yapılan değerlendirmeler, *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*.
- Fanam, Peter Dzakah and Leigh Ackerly (2019), Evaluating ocean carrier selection criteria: perspectives of Tasmanian shippers, *Journal of Shipping and Trade*, 4(5), 2-16.
- Fornell, C., and D. F Larcker. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 39–50.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Haralambides, H. E. (2007). *Structure and operations in the layner shipping industry*, Handbook Of Transport Modelling, Edi:2nd, Chapter: 40, Editors: K.J. Button and D.A. Hensher pp:607-621.
- Hair, J. F., W. C. Black, B. J. Babin, and Anderson R. E. (2014). *Multivariate data analysis*. 7th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Ho, T.C., R.H. Chiu, C. C. Chung, and Hsuan, S. L. (2017). Key influence factors for ocean freight forwarders selecting container shipping lines using the revised dematel approach, *Journal of Marine Science and Technology*, 25(3), 299-310.
- Hu, L. T., and Bentler, P. M. (1999). Cut off criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives, *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.

- Huang, S.T., E.Bulut & Duru, O. (2015). Service quality assessment in layner shipping industry: an empirical study on Asian shipping case, *Shipping and Transport Logistics*, 7 (2), 221- I.
- IMEAK Deniz Ticaret Odası (2019), *Denizcilik Sektör Raporu*, 1-329.
- İkiz, H.E. (2010). *Hizmet kalitesi modellerinin karşılaştırılması üzerine bir araştırma*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, s.1-146.
- Kannan,V., S.K. Bose and Kannan, N.G. (2011). An evaluation of ocean container carrier selection criteria: an Indian shipper's perspective, *Management Research Review*, 34(7), 754-772.
- Kang, G.D and Y.D. Kim (2009). An analysis of the measurement of the shipping service quality, *The Asian Journal of Shipping of Logistics*, 25(1), 41-55.
- Karsten, C.V. (2015). Competitive layner shipping network design, Technical University of Denmark DTU, *Management Engineering Management Science*, 1-281.
- Kline, P. (2014). *An easy guide to factor analysis*. New York, NY: Routledge.
- Kline, P. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling*. The Guilford Press, New York, NY.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988). SERVQUAL- A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*. 64 (1): 12-40.
- Samija, S., I. Kolanovic & Dundovic, C. (2015). Systematic approach to determining the factors of quality of maritime transport service, *Poslovna Izvrsnost Zagreb*, IX, 121-141.
- Seth, N., S.G. Deshmukh and Vrat, P. (2005). Service quality models: a review, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 22 (9), 913-949.
- Sürücü, E. and Sakar, G. D. (2018) . Sosyal medya aracılığıyla paydaş katılımının ölçülmesi: Türk lojistik hizmet sağlayan işletmeler üzerine bir inceleme, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 58.
- Thai, V.V. (2016), The impact of port service quality on customer satisfaction: The case of Singapore, *Maritime Economics & Logistics*, 18 (4), 458-475.
- Thai, V. V. (2008) Service quality in maritime transport: conceptual model and empirical evidence. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 20(4): 493-518.
- Tuan, L. A., Vu H. T. and Nhan N L. (2018), Study of satisfaction of customers for the quality of sea transport services: case in tan cang shipping joint stock company danang branch, *International Research Journal of Advanced Engineering and Science*, 3(4), 220-224.
- Tuna, Okan (2001), *Dimensions of service quality in container transportation: An empirical investigation, developments in maritime transport and logistics in Turkey*, ed. Mahmut Celal Barla, Osman Kamil Sag, Michael Roe and Richard Grey, London and Newyork, 26-34.
- Yeo, G.T., V. V., Thai and Roh, S.Y. (2015). An analysis of port service quality and customer satisfaction: the case of Korean container ports, *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 31(4), 437-447.
- Yuen, K. F. and V.V. Thai, (2015), Service quality and customer satisfaction in layner shipping, *International Journal of Quality and Service Sciences*, 7(2/3), 170-83.
- Yüksel, M., and Önaçan, M. B. K. (2018). Algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyetine etkisi: Türkiye'de deniz yolcu taşımacılığında bir uygulama. *Beykoz Akademi Dergisi*, 6(2), 20-38.

Zin, S. S., L., Sarawut and Chaowarat, M. (2014). An empirical assessment of maritime logistics service quality in Myanmar, *KMI International Journal of Maritime Affairs and Fisheries*, Volume 6(2), 001-028.

APPENDIX 1: Dimensions and Criteria of ROPMIS Service Quality in Liner Transportation

DIM.	CRITERIA	PREVIOUS STUDIES
RES	1. The liner company uses the latest technology, equipment and tools. 2. Containers provided by the liner company are always in good condition (clean, suitable for cargo and roadworthy). 3. The liner company has a very strong technological infrastructure for communication and information (its booking system, website and online load tracking system are functional). 4. The liner company has a very strong and stable financial position.	Adapted from Thai (2008)
	5. The liner company has human resources specialized in operations related to maritime transportation.	Zin (2014), Yuen & Thai (2015)
OUT	6. The liner company can always deliver the cargo without damage, loss and safely. 7. The performance speed of the services offered by the liner company (i.e. the voyages are carried out non-stop to the port of arrival and the transit time is short) is satisfactory. 8. The reliability of the service performance of the liner company (i.e. the ability to comply with the departure and arrival schedules announced in advance) is high. 9. The liner company offers freight pricing (reasonable freight offers) at more competitive rates than other companies.	Adapted from Thai (2008)
	10. The liner company usually make discounts on local costs (loading fee, terminal fee, temporary acceptance fee, etc.) (i.e. it is willing to negotiate on freight rates).	Ho et al., (2017) Fanam & Ackerly (2019)
	11. The liner company is flexible in container free time.	Kannan et al., (2011)
	12. The liner company has a high capacity to safely send the cargo to the desired geographically-specific points.	Kannan et al., (2011) Fanam & Ackerly (2019)
	13. The voyage frequency of the ships of the liner company is satisfactory.	Ding & Tsai (2012) Yuen & Thai (2015) Ho et al., (2017) Fanam & Ackerly (2019)

PRO	14. The liner company staff always provide consistent and reliable service. 15. The customer services of the liner company perform IT and EDI applications effectively. 16. The liner company provides fast and effective cargo (container) tracking and informs its customers. 17. The liner company staff are always willing to meet the needs of customers and perform their services in a friendly, courteous and helpful manner. 18. In case of customer complaints, the liner company quickly resolves the problem and offers fast solutions to the constantly changing demands.	Adapted from Thai (2008)
	19. The liner company makes freight bookings correctly, accurately and efficiently.	Zin (2014) Ho et al., (2017)
MAN	20. The liner company managers and staff are very effective in their operations and management. 21. The ability of the company managers to provide good emergency management and support in emergencies (the company comes up with measures for unexpected situations) is high. 22. The liner company efforts to continuously improve its customer-oriented operation processes. 23. The liner company regularly conducts surveys to receive feedback on customer satisfaction. 24. The liner company manages information technologies (IT, EDI etc.) in accordance with its business objectives.	Adapted from Thai (2008)
IMA	25. The liner company has a good image and reputation in the maritime community and is thus considered reliable.	Thai (2008)
	26. The liner company has no past-experience of loss and damage.	Ding & Tsai (2012) Zin et al., (2014),
	27. The liner company has a good reputation for its quality and customer-oriented services.	Fanam & Ackerly (2019) Ho et al., (2017), Zin et al., (2014)
SOR	28. The liner company performs its operations in an environmentally friendly (clean and green environment) manner (minimization of waste, conservation of resources, etc.). 29. The liner company acts socially responsible about human safety.	Adapted from Thai (2008)
	30. The liner company pays attention to compliance with internationally accepted standards of quality, environmental management, occupational health and safety (ISO 14001, OHSAS 18001 etc.).	Kannan et al., (2011) Zin et al., (2014)

	31. The liner company uses clean and low-sulfur fuels on its ships (to prevent ship-sourced pollution).	Yuen & Thai (2015) Zin et al., (2014)
--	---	--

EK 1: Layner Taşımacılığı ROPMIS Hizmet Kalitesi ile ilgili Boyutlar ve Kriterler

BOY.	KRİTERLER	ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR
KAY.	1. Layner firması, en son teknoloji, ekipman ve araçlar kullanır. 2. Layner firmasının sağladığı konteynerlerin durumları her zaman iyi (temiz, yüke ve yola elverişli) durumdadır. 3. Layner firmasının iletişim ve bilgilendirmeyi gerçekleştirecek teknolojik altyapısı oldukça güçlüdür (booking sistemi, internet web sitesi ve online yük takip sistemi işlevsel). 4. Layner firması oldukça güçlü ve istikrarlı finansal pozisyona sahiptir.	Thai'den (2008) uyarlanmıştır
	5. Layner firması deniz taşımacılığı ile ilgili işlemler hususunda uzman insan kaynaklarına sahiptir.	Zin (2014), Yuen & Thai (2015)
ÇIK.	6. Layner firması yüklerin daima hasarsız, kayıpsız ve güvenli bir şekilde teslim etme becerisine sahiptir. 7. Layner firması hizmetlerinin performans hızı (gemi seferlerinin varma limanına aktarmasız olarak gerçekleştirilmesi ve transitte geçen sürenin kısa olması) memnuniyet verici düzeydedir. 8. Layner firmasının hizmet performansının güvenilirliği (önceden ilan etmiş olduğu gemi kalkış ve varış sefer programlarına uyma yeteneği) yüksektir. 9. Layner firmasının diğer firmalara göre daha rekabetçi oranlarda navlun fiyatlandırması (uygun navlun teklifi) yapmaktadır.	Thai'den (2008) uyarlanmıştır
	10. Layner firmasının genel olarak lokal masraflarda (yükleme ücreti, terminal ücreti, geçici kabul ücreti v.b) indirim sağlamaktadır (navlun oranlarında pazarlık etmeye istekli).	Ho vd., (2017) Fanam & Ackerly (2019)
	11. Layner Firması, konteyner serbest sürelerinde (free time) esneklik sağlar.	Kannan vd., (2011)
	12. Layner Firmasının, istenilen coğrafik olarak spesifik noktalara güvenilir bir şekilde yük gönderebilme kapasitesi yüksektir.	Kannan vd., (2011) Fanam & Ackerly (2019)
	13. Layner Firması gemilerinin sefer sıklığı memnuniyet verici düzeydedir.	Ding & Tsai (2012) Yuen & Thai (2015) Ho vd., 2017

		Fanam and Ackerly (2019)
SÜR.	14. Layner firması personeli her zaman tutarlı ve güvenilir bir şekilde hizmet sunmaktadır 15. Layner firmasının müşteri hizmetlerinde IT ve EDI uygulamalarını etkin bir şekilde gerçekleştirirler. 16. Layner firması hızlı ve etkin yük (konteyner) takibi yapıp, müşterisini bilgilendirmektedir. 17. Layner firması personeli daima müşterilerin gereksinimlerini karşılamaya istekli ve samimi, nazik ve yardımsever bir şekilde hizmetlerini gerçekleştirirler. 18. Layner firması, müşteri şikâyetleri olursa, hızlı bir şekilde çözüme kavuşturması ve devamlı değişen taleplerine hızlı çözümler getirirler	Thai'den (2008) uyarlanmıştır
	19. Layner firması, yük rezervasyonlarını (booking) doğru, hatasız ve etkin bir şekilde gerçekleştirirler.	Zin (2014) Ho vd.,2017
YÖN.	20. Layner firma yöneticinin ve personelinin operasyon ve yönetimlerinde oldukça etkindirler. 21. Firma yöneticilerinin acil durumlarda, iyi bir acil durum yönetim ve desteği sağlayabilme yeteneği (firmanın beklenmedik durumlar için önlem geliştirmesi) yüksektir. 22. Layner firmasının müşteri odaklı operasyon süreçlerinde sürekli iyileştirme çabaları vardır. 23. Layner firmasının müşteri memnuniyeti ile ilgili geri bildirimler almak için düzenli olarak anket uygularlar. 24. Layner firması bilgi teknolojilerini (IT, EDI vb) iş hedeflerine uygun şekilde yönetirler.	Thai'den (2008) uyarlanmıştır
	İMAJ	25. Layner firmasının denizcilik camiasında güvenilirlik yönünden iyi bir imajı ve itibarları vardır. 26. Layner firmasının geçmişinde kayıp ve hasar deneyimi yoktur. 27. Layner firması kalite ve müşteri odaklı hizmetler konusunda iyi bir üne sahiptir.
SOS.	28. Layner Firması operasyonlarını çevreye duyarlı (temiz ve yeşil çevre) bir şekilde gerçekleştirmesi (atıkların minimizasyonu, kaynakların korunması vb) . 29. Layner firması insan güvenliği ile ilgili sosyal olarak sorumlu davranışlarda bulunması.	Thai'den (2008) uyarlanmıştır
	30. Layner firması, uluslararası kabul görmüş kalite, çevre yönetimi, iş sağlığı ve güvenliği (ISO 14001, OHSAS 18001 v.b) ile ilgili standartlara uyma konusunda oldukça hassastır.	Kannan vd., (2011) Zin vd., (2014)
	31. Layner firması gemilerinde temiz ve düşük kükürtlü yakıtları kullanır (gemi kaynaklı kirliliğin önlenmesi için).	Yuen & Thai (2015) Zin vd., (2014)

THE ROLE OF ECONOMIC FREEDOM, TRADE AND TECHNOLOGY ON TOTAL FACTOR PRODUCTIVITY GROWTH

Cumhur TAŞ¹, Veysel ULUSOY²

Abstract

There are many studies on Total Factor Productivity growth in the literature. These studies generally cover the pairwise correlation between total factor productivity growth and other variables. There is not multivariable study. This study examines relationship between economic freedom, human capital, intra-industry trade, foreign direct investment and their interaction effect on total factor productivity growth in natural resource rich and OECD countries. Panel data analysis is used in covering 20 Natural Resource Rich, 34 OECD countries between 1980 and 2014. Instrumental variables and Two Step Generalized Method of Moments are used to model relationship. There is a significant relation between total factor productivity growth and other variables in both models except foreign direct investment in natural resource rich countries.

Keywords: Intra Industry Trade, Foreign Direct Investment, Human Capital, Economic Freedom, Total Productivity Growth, Generalized Method of Moments (GMM).

JEL Classification: F13, F36, N30, D02, D24, C23

TOPLAM FAKTÖR VERİMLİLİĞİ BÜYÜMESİNDE EKONOMİK ÖZGÜRLÜK, TİCARET VE TEKNOLOJİNİN ROLÜ

Öz

Literatürde Toplam Faktör Verimliliği artışı ile ilgili birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalar genellikle toplam faktör verimliliği büyümesi ile diğer değişkenler arasındaki ikili korelasyonu kapsamaktadır. Çok değişkenli çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışma ekonomik özgürlük, insan sermayesi, endüstri içi ticaret, doğrudan yabancı yatırım arasındaki ilişkiyi ve bunların doğal kaynak zenginliği ve OECD ülkelerinde toplam faktör verimliliği artışı üzerindeki etkilerini incelemektedir. Panel veri analizi 1980-2014 döneminde 20 doğal kaynak zengini, 34 OECD ülkesini kapsamaktadır. İlişkiyi modellemek için araç değişkenler ve iki adımlı genelleştirilmiş momentler yöntemi kullanılmıştır. Her iki modelde de doğal kaynak zengini ülkelerde doğrudan yabancı yatırım dışında toplam faktör verimliliği artışı ile diğer değişkenler arasında bir ilişki olduğu görülmüştür..

Anahtar Kelimeler: Endüstri İçi Ticaret, Doğrudan Yabancı Yatırım, İnsan Sermayesi, Ekonomik Özgürlük, Toplam Faktör Verimliliği, Genelleştirilmiş Momentler Yöntemi (GMM).

JEL Sınıflandırma: F13, F36, N30, D02, D24, C23

¹ Dr. Yeditepe Üniversitesi, tas.cumhur@gmail.com ORCID: 0000-0003-2583-5744

² Prof.Dr.Yeditepe Üniversitesi, vulusoy@yeditepe.edu.tr ORCID: 0000-0001-7227-894X

1. Introduction

The increase in the production consumption volume within an economy over the time creates economic growth. Economic growth is important for each country at every level of development. Various views on productivity and economic growth are mainly based on Neo-classical and new growth (endogenous) theories. In neo-classical view, the short-term determinant of growth is capital accumulation. As approaching the steady state equilibrium, marginal rate of return of capital will decrease and the determinant of growth will be productivity which is exogenous and expressed as technological development in long run. Neo-classical theory, despite their flexibility, does not accept that per capita national income can continuously increase in an economy. These models are deficient in explaining the source of technological development, arguing that the key source of growth is technological development in the long-run. This deficiency has been solved by endogenous growth theories considering technological development which adds production function as a variable influenced by economic units decisions. Therefore; structural parameters such as savings rate, education and expenditure on R&D (research and development), commercial and financial openness, infrastructure, competitiveness, financial development and institutional structure have effect on Total Factor Productivity (TFP) growth in long-term. Thus, the endogenous theory suggests that technological development cannot be considered independent from the factors mentioned above, and that improvements in these factors can accelerate technological development (Blanchard, 2003).

Capital deepening is generally the main determinant of TFP, so that policies that will accelerate capital accumulation affects TFP growth positively. The definition of the capital has been expanded and importance has been attached to the human capital similar as the physical capital in the endogenous growth models. So, the knowledge and skills are put forward in the theory of endogenous growth. In endogenous growth theory, physical capital positively affects human capital, so the increase in physical capital also causes an increase in human capital (HC). The link between technological development and physical and human capital is important. Also HC creates a base for technological infrastructure and R&D work.

The main reasons for the gap in income growth and income between countries are the natural resources that the country have and the differences in capital per capita. However, their share can be smaller than expected. The main factor creating this income per capita gap among the countries is the variations in total factor productivity. TFP creates this difference by affecting labor productivity both directly and indirectly (Prescott, 1997). When the labor factor is considered as unqualified labor and educated labor, i.e. human capital, it is possible to establish relation between TFP and human capital. In Endogenous Growth Theory, human capital positively affect TFP growth.

When emerging market economies are taken into consideration, foreign direct investments (FDI) are the most important item in total private capital movements. Foreign direct investments flowing to developing countries are considered as key driver of economic development in general as well as increase in employment and national income. Benefits of direct investment vary by country and sector. The effect of direct investments on productivity is positive and stronger in developed countries and sectors with relatively high level of technology.

In developing countries, foreign direct investment supported by appropriate policies are expected to affect growth through specific channels and development and TFP in positive ways. According to report by United Nations Conference Trade and Development (UNCTAD) (1999), direct investment has complementary effects on transfer of new technology and effective use of technology.

Gwartney et al. (2004), states that “*economic freedom as a right granted to individuals; based on the laissez passer philosophy. In addition an economy to be free must reveal some qualities such as, public sector size, economic structures and markets use, monetary policy and stability of price, using alternative currencies in freedom, the existence of legal order and security of the private property, freedom of foreign trade, free exchange of capital in capital markets, freedom of enterprise, policies to protect the value of money*”

Economic freedom should be measurable both for determining the role of liberties in the development of countries and for comparative analysis of the freedom levels of countries. After 1990, calculations by international institutions - Heritage Foundation and the Fraser Institute-play an important role in making economic freedom quantitative to be measurable. After this, it can be predicted, whether or not changes in economic freedom level affect economic performance. According to these estimations made at the same time countries that are more liberal in economy than other countries seem to achieve faster growth, higher per capita income levels, lower unemployment rates, broader political and civil liberties and lower levels of corruption (Acar, 2010).

The more economic freedom the more economic growth is stated in the literature. Even when the results of these studies are examined, large number of studies reaching the conclusion that a positive and meaningful correlation between economic freedom and economic growth has been seen that is parallel to the theory, both domestic and foreign studies in the literature. However, some studies analyzing certain years and certain countries have found statistically insignificant or negative results using sub-indices of economic freedom. The reason is that, the institutional structure of developing countries has not progressed sufficiently.

The fact that the classical trade theories clarify the country and inter-country differences and that inter-industry change is accepted as the starting point of international trade is inadequate in explaining the process of globalization and new trade transactions in the 1960's. New trade theories are concentrating on firm and explaining foreign trade based on productivity differences. For this reason, a microeconomic approach is shown at the basis of the theories. Theories are developed considering Krugman's (1979) New Trade Theory, which emphasizes firm differences. This theory explains the increasing Intra-Industry Trade (IIT) and firm-based changes in the globalization process. In the model, the differences between the firms, sectors and countries explain foreign trade (Melitz, 2008).

New trade theories can be summarized as development that start with liberalization policies in foreign trade, increases welfare throughout the country by redistribution of resources to more productive firms. The microeconomic dimensions of the new trade theories are that output produced together with the increase in the sectoral production creates results considering whole economy (Melitz, 2008).

Macroeconomic aspects of new trade theories have been developed by Bernard et. al., (2006) and other studies. Wang and Xie (2008) created a new dynamic growth model to include heterogeneity and efficiency gains.

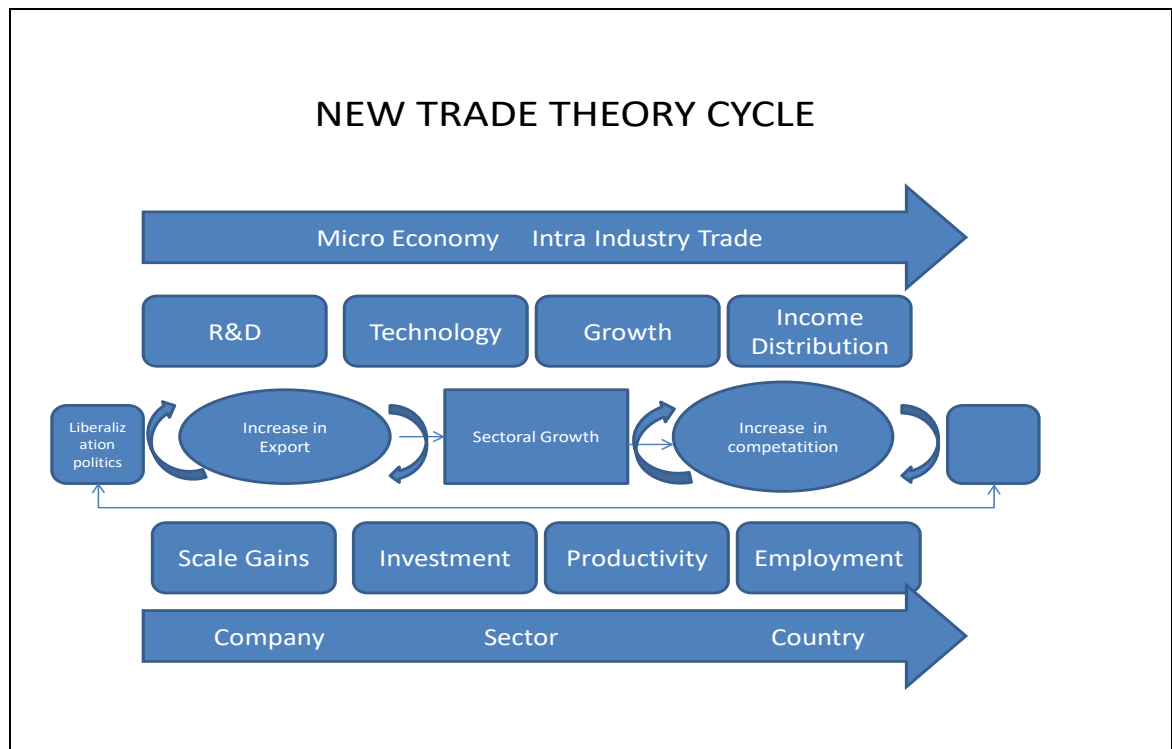


Figure1: New Trade Theory Cycle
Source: Bakkalcı (2013)

Figure 1 outlines the mechanism of microeconomic process affecting macroeconomics. As a result of liberalization policies, there are developments leading to productivity differences between firms, and with the effect of resource distribution, the most productive firms are starting to be influential in the market. It is known that the most productive exporting firms integrated into the global system. Companies entering the export market want to be permanent in the market. New R&D expenditures are made, new technologies are being developed and new investments are made. Developments of companies dealing with exports result in sectoral growth. As a result, sectoral developments reveal macro effects that have impact on the country's economy. When macro effects begin with competition, a new cycle is created that results in growth-income distribution-employment and productivity growth. The most important factor that can influence this cycle is foreign trade. As a result of these developments, the average productivity of countries making foreign trade increases. (Namini, 2007).

It is a widespread view that in natural resource rich countries (NRR Countries), natural capital supports the development of economy and increases growth performance. So far, the evidence shows that in natural resource rich countries, economic growth decelerates over the time. In many countries, natural resource richness can not be main support in the economic development. This is why it is the subject of interest of economists and although there is no agreement on, many theoretical explanations have been introduced on this subject.

This study examines relationship between economic freedom, intra-industry trade, foreign direct investment, HC and TFP growth which are the main components of the Total Factor Productivity in NRR and OECD Countries. The difference of this study from other studies is the analysis of interaction effect of the variables on TFP growth.

This study consists of 5 sections. In the second section, international studies on economic freedom index (EFI), human capital (HC), intra-industry trade (IIT) and foreign direct investment (FDI) on TFP growth are examined in detail and presented under separate headings. Followings are; methodology, data and empirical results.

This study develops the study by Ulusoy & Taş (2017) that examines the relationship between economic freedom and total factor productivity in oecd and nrr countries. In study, the general economic outlook of NRR countries, recourse curse hypothesis and their presence in these countries are investigated. Ulusoy & Taş (2017) discuss the link between natural resource rents, economic freedom, institutions, natural resource revenue and total factor productivity growth in above mentioned study. In this study, in addition to economic freedom index new variables are added in the model and interaction effect of these variables (i.e. IIT*EFI interaction effect estimates how the effect of intra industry trade on productivity growth depends on economic freedom) on TFP growth are analyzed.

2. Review of literature

The cases covering the effects of EFI, HC, IIT and FDI together on TFP growth are not observed through literature review. There are studies covering the relation between TFP and one of above variables. They examine their effects on TFP by individually.

2.1. Foreign Direct Investment (FDI) - Total Factor Productivity Growth (TFP)

FDI has important effects on economic variables. FDI means cross-border investment by getting control or management of an enterprise in host economy. FDI positively increases economic growth by new technology transfer and spillover efficiency.

FDI and economic growth relation occurs by two channels: capital accumulation and TFP. Through capital accumulation, Foreign direct investment results in an increase in total investment of domestic economy by means of a net addition created by superior technology spilling over to domestic firms' efficiency. Although FDI has positive impact on an economy, it can also crowd-out domestic investment and reduce competition. That's why the net effect of FDI is not obvious.

FDI and TFP relation literature is given on Table 1.

Table 1: FDI and TFP Literature

Authors	Country	Period	Method	Results
Azman-Saini et al. (2010)	85 Country	1975-2005	GMM System	No direct relation between FDI-TFP/economic freedom
Alfaro et al. (2009)	62 Country	1975-1995	Cross-country OLS regressions	No direct relation between FDI-TFP/well developed financial market
Baltabaev B. (2014)	49 Country (21 Developed, 28 developing countries including transition economics)	1974-2008	Dynamic panel GMM	Positive effect on TFP growth

<u>Authors</u>	<u>Country</u>	<u>Period</u>	<u>Method</u>	<u>Results</u>
Woo J. (2009)	92 Country (22 Developed, 70 Developing Countries)	1970-2000	OLS and fixed-effect panel regressions	FDI has positive effect on TFP growth.
De Mello L.R. (1999)	33 Country	1970-1990	Panel data analysis	Significant in developed countries. Not in developing countries (minus sign)
Wang & Wong (2009)	69 Countries (Developing)	1970-1989	Panel regressions (SUR)	No direct relation between FDI-TFP
Borensztein et al. (1998)	69 Developing Countries	1970-1989	SUR (Seemingly Unrelated Regressions)	No direct relation between FDI-TFP
Herzer& Donaubauer,J. (2018).	49 developing countries	1981-2011	Panel Cointegration, Causality	Negative effect of FDI on TFP growth in developing countries.

Source: Author

Conflicting results in empirical studies have been observed although net FDI creates benefits to the host country in theoretical literature. FDI increases growth on the host countries (De Mello, (1999), Woo, (2009), Baltabaev, (2013)). However, there are some studies demonstrating no relation or negative relation between FDI and TFP (Irاندoust and Ericsson (2001), Görg and Greenaway, (2004), Alfaro et al., (2009), Wang&Wong (2009), Azman Saini et al. (2010)). These studies confirm effect of FDI on TFP growth in developed countries. However it is hard to observe positive results in developing countries.

The effect of natural resources on FDI in terms of positive and negative impact is still in dispute. “Countries that rely heavily on extractive industries have seen large increases in natural resource rents, but their growth will not be sustainable unless they invest in productive assets, including human capital” (Bopkin et al.,2015).

Recent studies indicate that resource-poor countries have more FDI than some resource-abundant ones (Poelhekke &Van der Ploeg, 2013; Asiedu,2013). Moreover, there are capital inflows to especially gold, diamonds, oil, gas sectors in resource rich countries. However, unbalanced development may take place due to capital flows in the host countries. This may not constitute positive spill-over of FDI.

Bengoia and Sanchez-Robles (2003), study the effect of FDI and EFI on economic growth. They use panel data analysis covering 18 countries data in the period 1970-1999 and find that the volume of foreign direct investments increases as parallel to economic freedom expansion. Also this leads to rapid economic growth consequently.

Naanwaab and Diarrassouba (2016), discuss the effects of economic freedom on FDI in high and middle income countries. They observe positive and significant relation between EFI and FDI. Also it is observed that HC is an important determinant of FDI in all countries.

Akkaya (2019) analysis the relationship between direct foreign investment, economic freedom and economic growth in the 12 emerging market countries in the period of 1995-2016 by using dynamic panel data method.

According to the results of the analysis, there is a positive relation between FDI and economic growth. Also no relation with economic freedom has been observed. Moreover, high technological product exports and population affect FDI. There is no relation between FDI and trade openness, interest rates, unemployment rate and domestic consumption.

2.2. Human Capital (HC) and Total Factor Productivity Growth (TFP)

Schultz (1961) mentions that; *“I shall concentrate on five major categories of Human Capital : (1) Health facilities and services, broadly conceived to include all expenditures that affect the life expectancy, strength and stamina, and the vigor and vitality of people (2) On-the-job training, including old-style apprenticeship organized by firms (3) Formally organized education at the elementary, secondary, and higher levels (4) Study programs for adults that are not organized by firms, including extension programs notably in agriculture (5) Migration of individuals and families to adjust to changing job opportunities.”*

Lamfli (2010), proposes that HC increases productivity by enhancing average labor productivity and enriches the innovation capacity resulting in technological progress. Many economic theories suggest that HC has significant role on the total factor productivity growth (Nelson & Phelps, 1966; Romer, 1990a, 1990b; Aghion & Howitt, 1998). They also argue that this role takes place by facilitating technology spillover and accelerating domestic technological innovations.

Fleisher & Chen, (1996), Acemoglu et al., (2006), Vandenbussche et al., (2006), Fleisher et al., (2010), discuss HC effects on technological improvements. They conclude that the composition of labor determines the type of technological improvements: innovation or imitation. Skilled labor is driving force in innovation however unskilled labor results in imitation.

Empirical results related with human capital are mixed. Human capital is important for relatively rich countries. However it has negative impact for the relatively poor countries. Human capital literature is given at Table2

Table 2: HC and TFP Literature

Authors	Country	Period	Method	Results
Barro, R. J. (1991)	98	1960/1985		GDP growth rate is positively related to initial HC
Romer, P.M. (1990)	112	1960/1985	Least Square Regression	Initial literacy level effects indirectly the rate of growth
Benhabib and Spiegel (1994)	78	1965/1985		HC stock level determines the growth rate of TFP
Nelson and Phelps (1966)				Theoretically
Manuelli and Seshadri (2005)				Theoretically
Miller and Upadhyay (2000)	83	1960/1989	Fixed effect Panel	Positive effect of HC on TFP. Human capital with openness creates a positive effect in poor countries,

<u>Authors</u>	<u>Country</u>	<u>Period</u>	<u>Method</u>	<u>Results</u>
Aghion, Meghir, Vandebussche (2005)	19 OECD countries	1960/2000	Panel	Stronger growth-enhancing effect of skilled Hc on economies closer to the technological frontier
Loesler, Mies, Tapia (2015)	USA	1915/1939	Two-stage least squared regressions	Tertiary education's effects on R&D per worker or TFP growth.
Maria J. Freire Seren (2001)	72 (non-oil country), 65 (inter) and 22 (OECD) countries	1960/1990		Income level affects positively and significantly the process of human capital accumulation

Source: Author

2.3. Intra Industry Trade (ITT) and Total Factor Productivity Growth (TFP)

Ricardo's "Comparative Advantage Assumption" as the essence of classical foreign trade theories, is inadequate in explaining today's world international trade. So economists sought a new theory and a new model. These models are called "New Trade Theories". However, these models are not sufficient to explain world trade in multidimensional and complex structures alone. As increasing trade between countries whose factor endowment is close to each other can not be explained by Classical International Trade Theory, so Intra Industry Trade (IIT) approach has been developed.

IIT is a foreign trade style based on simultaneous export and import of goods that enter the same industry group but show some differences in terms of appearance, quality, usage characteristics and brand. Verdoorn (1960), is first to study on IIT. Grubel & Lloyd (1975), develop an index to measure IIT defining as "the simultaneous export and import of products in the same product categories" (Shahbaz and Lean, 2012).

Both import and export of goods at the same industrial level among countries of similar development level is defined as "Intra-Industry Trade" by Balassa (1979), Grubel and Lloyd (1975), as "Two-Way Trade" by Gray (1976), as "Trade Expansion" by Finger (1975), as "Cross (Pull) Transport" by Brander (1981), and as "Two-Way Trade in Similar Products" by Abd-El Rahman (1991). IIT usually depends on "scale economies" and "goods differentiation". However, some of the IIT's are not related to product differentiation but are made on homogeneous goods.

Countries get benefit from larger markets by means of IIT. While the product variety by a developing country on the one hand is decreasing, on the other hand the domestic consumers are able to consume more goods in a variety of ways. By producing fewer goods, countries can produce more efficiently, at lower cost, on a larger scale, and consumers have more product options. Intra-Industry Trade and TFP relation literature is given at Table 3.

Table 3: IIT and TFP Literature

Authors	Country	Period	Method	Results
Grubel, Herbert G. & Peter J. Lloyd (1975)	EU	1959-1967		The trade is mostly among countries with different factor endowments.
Loertscher,R. & Wolter,F. (1980)	OECD countries	1972		Countries where market size is big barrier to trade is low, market entry is easy, transaction cost is low and development level is high, there is intense intra-industry trade.
Helpman and Krugman (1985)				When countries become more similar in their level of development, more HIIT is conducted between them.
Balassa, B. (1986)	38 country (developed and developing)	1979		Economic development level (GNP), domestic market size, openness in economy mainly increase intra-industry trade.
Falvey and Kierzkowski (1987)				Factor endowment differences between countries results in Vertical intra-industry trade (VIIT)
Dalia Haakura & Florence Jaumette (1999)	87	1970-1993		Technology diffusion is easy in IIT and TFP growth is more in less developed countries if they trade with developed countries.
Faundez S. (2011)	28	1990-2008	GMM	Development in IIT increases labor productivity growth in natural resources industries.
Cabral,R.& Mollick, A.V. (2011)	Mexico	1984-2000	Panel Data	After entering NAFTA, IIT imports had positive effect on productivity and this effect mainly seen in labor intensive industries.
Lewrick, Mohler, Weder (2014)	Swiss	1997-2009		In swiss manufacturing, main factor in total TFP growth is IIT allocation.
Rasekhi S. and Ramezani M. (2017)	50 Developed and Developing Country	2001-2014	PVAR	They find a positive relationship between economic growth and intra-industry trade in the developed countries and negative in developing countries.

Source: Author

2.4. Economic Freedom (EF) and Total Factor Productivity Growth (TFP)

Economic freedom is old concept in literature. Since Adam Smith, economists believe that resource supply and choice, competition in the economy, freedom to protect trade and property rights are the result of economic development. After Smith, Ricardo defends free trade, which is a component of economic freedom. According to the classical liberal view, "*economic freedom*" means the absence of pressure or force in the realization of economic activities. Economic freedom allows individuals to engage freely in economic activities. Values possessed from these activities can be used freely without any external intrusions.

Economic Freedom Index provides a way to quantify economic freedom. Scully & Slottje (1991), developed academic measure of economic freedom. Two key economic freedom indice published by the Heritage Foundation and the Fraser Institute. These two institutions regularly update their indice.

The Heritage Foundation, a research firm based in Washington, has published "Economic Freedom Index" together with Wall Street Journal since 1994. According to Heritage Report (2008), if the individual has the freedom to produce, consume, work and invest in the place where he/she wants, and if this freedom is protected and not restricted by the state, then "that country is a free country in economy".

Fraser Institute is an important institution working on the concept and defines it as, "the individual who carry out economic activities without government intervention freely"³.

Economic freedom and TFP relation literature is given at Table 4 and details of Economic freedom and sub-indices also in Appendix C.

Table 4: EFI and TFP Literature

Authors	Country	Period	Method	Results
Mehlum et al. (2006)	87	1965-1990	OLS	In resource rich economies where property rights is weak, entrepreneurs are diverted from productive to unproductive activities.
Arezki et al. (2011)	129	1970-2007	OLS	Quality of political institutions moderates economic growth and macroeconomic stability.
Gwartney & Lawson, (2004).	99	1980-2000	OLS	The results of unsound monetary policies in an economy are the price level volatility, economic uncertainty, less investment by the entrepreneurs, productivity decrease and growth hindrance.
Ventura, J. (1997)				Theoretical
Cagetti & De Nardi (2006)				Theoretical
Limi (2006)	Botswana	1999-2002	OLS	Regulations on business, labor and credits decrease rent-seeking activities resulting in transferring the recourse curse.

³ <https://www.fraserinstitute.org/economic-freedom/economic-freedom-basics>

Authors	Country	Period	Method	Results
Campbell and Snyder (2012)	109	1990-2005	OLS	A negative relation between economic freedom and macroeconomic volatility .

Source: Author

3. Empirical framework

Panel regression model for natural resource rich Countries (NRR) is;

$$Tfp_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Efi_{i,t} + \beta_2 Itt_{i,t} + \beta_3 Fdi_{i,t} + \beta_4 Hc_{i,t} + \pi_i + \rho_i + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

Panel regression model for The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) Countries is;

$$d(Tfp_{i,t}) = \beta_0 + d(Tfp_{i,t-1}) + d(Tfp_{i,t-2}) + \beta_1 d(Efi_{i,t}) + \beta_2 Itt_{i,t} + \beta_3 Fdi_{i,t} + \beta_4 d(Hc_{i,t}) + \pi_i + \rho_i + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

In Equation (1&2), the subscripts ‘i’ and ‘t’ shows country and time respectively. $Efi_{i,t}$ indicates freedom index (EFI) (Appendix C), $Tfp_{i,t}$ indicates (TFP) growth (Appendix B), $Itt_{i,t}$ indicates intra industry trade (Appendix B), $Fdi_{i,t}$ indicates foreign direct investment, $Hc_{i,t}$ indicates human capital (Appendix B), π_i indicates country specific fixed effects, ρ_i indicates a time dummy and $\varepsilon_{i,t}$ indicates the random error term.

The models in equations is estimated by using 20 natural resource rich countries and 34 OECD countries between the period 1980-2014. The countries are listed Appendix A.

4. Methodology and data

4.1. Methodology

Panel data analysis is appropriate methodology to examine the relation between economic freedom, intra-industry trade, foreign direct investment, human capital and total factor productivity growth in natural resource rich and OECD countries.

Panel data analysis resulting from the combination of cross-sectional data and time series plays an important role in obtaining relationships that are difficult to identify with a particular cross-section or time series. Panel data analysis is an useful method because it has more degree of freedom than time series analysis and moreover it has more observations as well as eliminating the problem of multiple linear connections to a large extent.

Some assumptions should be tested before beginning panel data analysis. First assumption is cross-sectional dependency. Pesaran (2004) CD_{LM} test is applicable when (T>N or N>T.). Breusch-Pagan (1980) CD_{LM1} test is usable when T>N. If T = N, it is better to use Pesaran (2004) CD_{LM2} and Pesaran, Ullah and Yamagata (2008) CD_{LMADJ} tests.

It is better to apply first generation unit root test in the absence of cross-sectional dependency in the series. Mainly those are, Levin, Lin and Chu, Fisher and Breitung methodology. If series includes cross-sectional dependency, second generation unit root test must be used. Some of them are; MADF (Multivariate Augmented Dickey-Fuller) SURADF (Seemingly Unrelated Regression Augmented Dickey-Fuller) and PANKPSS (Lluís Carrion-i-Silvestre et al., 2005).

In the NRR data, Pesaran (2004) is used to test cross-sectional dependency. In the series, the cross-sectional dependency could not be seen. So, first generation unit root test is performed. No unit root is seen at level value of the variables. So the model is set up by the level values of variables. First, the model is tested for a fixed effect or a random effect and a fixed effect was seen. Heteroskedasticity and autocorrelation tests showed autocorrelation and no constant variance (heteroskedasticity) in series. Then, endogeneity test is performed. As a result of the test, it is found that only fdi is endogenous and other variables are exogenous. Since T is greater than N, Dynamic Generalized Method of Moments (GMM) is not appropriate for analysis. And also due to heteroskedasticity, autocorrelation and endogeneity problem, instrument variables (IV) are used in the model.

A similar process is run for the OECD countries, and a cross-sectional dependency is observed in data. So second generation unit root test is used. It is seen that by taking the first difference value of TFP and EFI, and second differences of HC, the variables become stationary. Model tested for Fixed or Random effect. It is seen that the fixed effect occurs in the model. After testing heteroskedasticity and autocorrelation by Baltagi&Li&Q. (1995), variance and autocorrelation problems take place. According to the results of endogeneity tests, EFI, FDI is endogenous and HC, ITT are exogenous. Due to T is equal to N, a static two stage systematic GMM methodology is applicable, which takes into account endogeneity, heteroskedasticity and autocorrelation.

Anderson and Hsiao (1981) propose a method by which individual influences can be removed by way of the first difference transformation. In this way, it has become easier to deal with the relationship between explanatory variables and error. They take the first difference of the model and then calculate $\Delta y_{i,t-2} = (y_{i,t-2} - y_{i,t-3})$ or $y_{i,t-2}$ as instrument variables of $\Delta y_{i,t-1} = (y_{i,t-1} - y_{i,t-2})$

The GMM approach used in the prediction of dynamic panel data models has two basic specification tests. The first is the test of second-order autocorrelation Arellano and Bond (1991) in the residual values. Second order serial correlation is not desired ($p > 0.05$) because it indicates that the equation has autocorrelation and that the proposed instrument variable is invalid. The second is the Sargan Test. Null hypothesis is that all instruments are exogenous. Mileva (2007) states that the higher the p-value, the better Sargan statistic.

4.2. Data

“Penn World Table publishes annually Total Factor Productivity Growth (TFP) data. Summers and Heston constructed Penn World Tables (PWT) together with the late Kravis. The PWT are explanatory source for real national accounts data. PWT database provides information on relative levels of income, output, inputs and productivity, and it covers 182 countries for the period between 1950 and 2014”⁴.

The study covers 34 OECD countries and 1083 observations, 20 Natural Resource Rich countries 700 observations between 1980 and 2014. The data are on annual basis. World Development Indicators online database provides the data of FDI, net inflows (% of GDP), Freedom Index (EFI) values are between 0-10. 0 shows “less free” and 10 shows “more free”.

⁴ <https://www.rug.nl/ggdc/productivity/pwt/>

IIT values (The Grubel-Lloyd Index) was created for each country on a country-by-country basis, taking into account the SITC (2 LEVEL) on the World Integrated Trade Society database.

Panel data is analyzed with STATA 14. Natural regression (two-stage least square) (T>N) is used in natural resource rich countries and two system static GMM model (T=N) is appropriate for OECD countries.

In natural resource rich countries, Total Factor Productivity growth has positive correlation with EFI, IIT, HC and FDI. However, in OECD countries, TFP growth has positive correlation with EFI and FDI but negative correlation with IIT, HC. Table 5-6 present descriptive statistics about variables.

Table 5: Natural Resource Rich Countries - Descriptive Statistics

Variables	Observation	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
tfp	680	0.96	0.16	0.45	1.56
efi	368	6.67	1.10	2.47	8.65
iit	631	0.49	0.21		0.86
hc	680	2.55	0.60	1.29	3.72
fdi	672	2.44	2.62	- 3.62	17.42

Source: Author

Table 6: OECD Countries - Descriptive Statistics

Variables	Observation	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
tfp	1150	0.95	0.12	0.56	1.54
efi	633	7.34	0.81	3.51	8.84
iit	1083	0.70	0.17	0.00	0.95
hc	1150	3.01	0.44	1.47	3.73
fdi	1065	3.55	10.50	- 58.98	253.49

Source: Author

Table 1: The Pairwise Correlation Matrix For Natural Resource Rich and OECD Countries

	tfp	efi	iit	hc	fdi
tfp	1.00 (1.00)				
efi	0.05 (0.27)	1.00			
iit	0.18 (-0.05)	0.29 (-0.06)	1.00		
hc	0.11 (-0.09)	0.64 (0.54)	0.23 (0.15)	1.00	
fdi	0.16 (0.09)	0.36 (0.09)	0.07 (0.05)	0.29 (0.08)	1.00

Source: Author (The numbers in parentheses are for OECD countries).

5. Empirical results

The average value of TFP growth and the average value of other variables in OECD countries are shown in Figure 2.

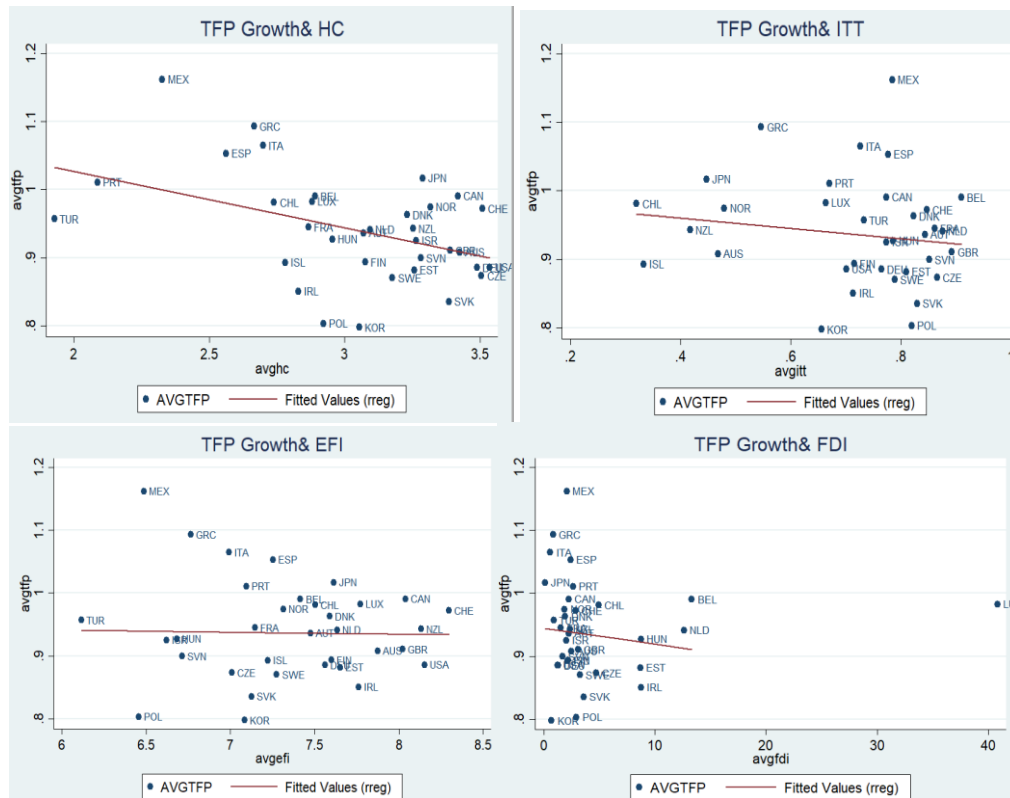


Figure 2: Average Intra-Industry Trade Versus Average Total Factor Productivity Growth (1980-2014) In OECD Countries
 Source: Author

Figure 3 shows the average value of TFP growth and the average value of the other variables in natural resource rich countries

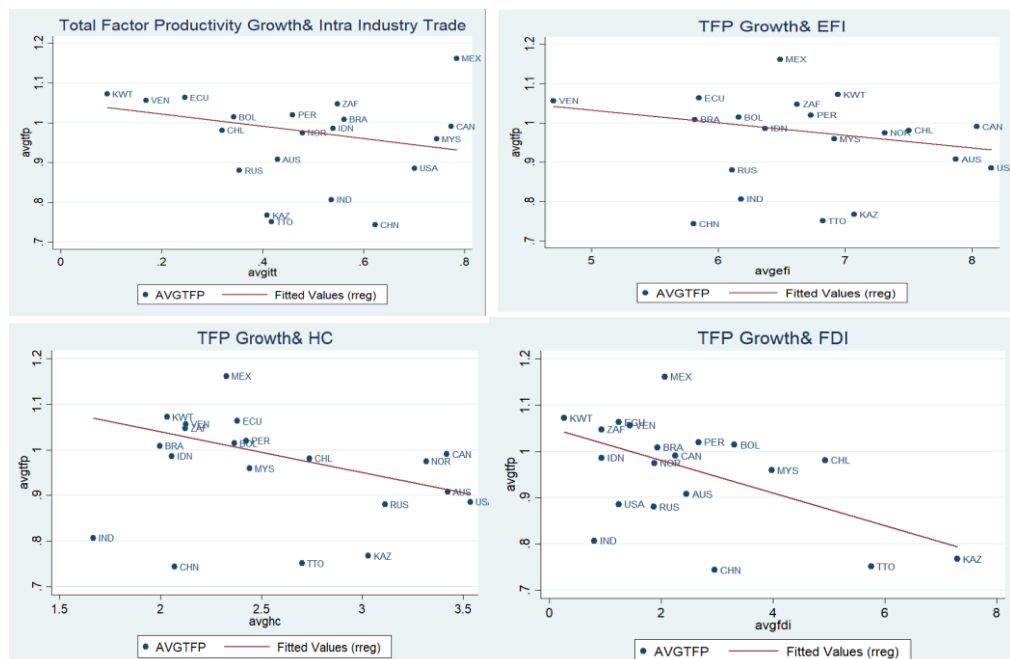


Figure 3: Average Intra-Industry Trade Versus Average Total Factor Productivity Growth (1980-2014) In Natural Resource Rich Countries
 Source: Author

Panel Data results including economic freedom, intra-industry trade, human capital and foreign direct investment in NRR and OECD Countries are given in Table 8&9.

Table 8: Economic Freedom, IIT, HC and FDI and TFP Growth: 1980-2014 in Natural Resource Rich Countries

Variables	Coefficient	T Statistic	Probabilty
Efi _{i,t}	0.0364	2.96	0.00
Iit _{i,t}	-0.3856	-5.62	0.00
Hc _{i,t}	0.0654	2.30	0.02
Fdi _{i,t}	0.0010	0.13	0.89
Constant	0.7374	7.98	0.00

Source: Author

Table 9: Economic Freedom, IIT, HC and FDI and TFP Growth: 1980-2014 in OECD Countries

Variables	Coefficient	T Statistic	Probabilty
d. Tfp _{i,t-1}	0.1405	14.03	0.00
d. Tfp _{i,t-2}	-0.1092	-12.70	0.00
d. Efi _{i,t}	0.0267	11.59	0.00
Iit _{i,t}	0.1895	3.34	0.00
d2. Hc _{i,t}	0.1264	2.49	0.01
Fdi _{i,t}	-0.0001	-14.97	0.00
Constant	-0.0115	-2.63	0.00
AR (1)			0.00
AR (2)			0.09
SARGAN			0.79

Source: Author

At table 10 interaction effects of the variables on TFP growth are given. T statistics are given in parenthesis. In each model one of the variables is excluded in equation and other variables are put in interaction

Table 2: Interaction effect of EFI, IIT, HC and FDI on TFP Growth: 1980-2014 in Natural Resource Rich Countries

	Efi _{i,t}	Efi _{i,t}	Efi _{i,t}	Iit _{i,t}	Iit _{i,t}	Iit _{i,t}	Fdi _{i,t}	Fdi _{i,t}	Fdi _{i,t}	Hc _{i,t}	Hc _{i,t}	Hc _{i,t}
Coefficients	0.36 (3.23)	0.46 (5.43)	0.31 (2.36)	-0.38 (-7.59)	-0.60 (-6.01)	-0.50 (-5.52)	0.00 (3.12)	-0.00 (-1.19)	0.00 (0.32)	0.03 (1.49)	0.13 (2.91)	0.11 (2.45)
Iit _{i,t} * Fdi _{i,t}	-0.00 (-0.33)									0.00 (0.80)		
Iit _{i,t} * Hc _{i,t}		-0.09 (-3.34)					-0.08 (-4.41)					
Fdi _{i,t} * Hc _{i,t}			0.00 (0.07)	0.00 (5.15)								
Efi _{i,t} * Fdi _{i,t}					0.00 (0.68)						-0.00 (-0.43)	
Efi _{i,t} * Hc _{i,t}						0.02 (4.79)	0.03 (5.13)					
Efi _{i,t} * Iit _{i,t}								-0.05 (-2.64)				-0.04 (-2.02)

Source: Author

At table 11 interaction effect of the variables on TFP growth are given. T-statistics are given in parenthesis.

Table 3: Interaction effect of EFI, IIT, HC and FDI on TFP Growth: 1980-2014 in OECD Countries

	d.Efi _{i,t}	d. Efi _{i,t}	d. Efi _{i,t}	Iit _{i,t}	Iit _{i,t}	Iit _{i,t}	Fdi _{i,t}	Fdi _{i,t}	Fdi _{i,t}	d2. Hc _{i,t}	d2. Hc _{i,t}	d2. Hc _{i,t}
Coefficients	0.03 (31.39)	0.03 (13.93)	0.03 (16.57)	-0.00 (-1.4)	-0.00 (-10.1)	-0.00 (-12.5)	-0.00 (-14.8)	-0.00 (-13.7)	-0.00 (-16.4)	-0.04 (-1.62)	0.16 (10.35)	0.11 (4.84)
Iit _{i,t} * Fdi _{i,t}	-0.00 (-10.39)									-0.00 (-7.42)		
Iit _{i,t} * d2. Hc _{i,t}		-0.07 (-1.61)					-0.05 (-1.3)					
Fdi _{i,t} * d2. Hc _{i,t}			-0.00 (-7.93)	-0.00 (-5.19)								
d. Efi _{i,t} * Fdi _{i,t}					0.00 (22.83)						0.00 (15.23)	
d. Efi _{i,t} * d2. Hc _{i,t}						-2.79 (-7.50)	-2.65 (-7.32)					
d. Efi _{i,t} * Iit _{i,t}								0.03 (12.19)				0.03 (11.4)

Source: Author

Table 8 and 9 represent significant relationship between TFP and independent variables in both models except FDI at natural resource rich countries. The coefficients in the model show that; IIT appears to be significantly negative in NRR but positive in OECD countries. EFI and HC have positive sign and statistically significant in both samples. FDI has no statistically significant relationship in NRR countries but negative sign in OECD countries although statistically significant.

Although, FDI is statistically insignificant in NRR countries in table 8, it has positive effect on TFP growth in case of interaction with HC in table 10 (Regression Models are represented as $Tfp_{i,t} = 0.31 Efi_{i,t} + 0.00Fdi_{i,t} * Hc_{i,t}$ and $Tfp_{i,t} = -0.38 Iit_{i,t} + 0.00Fdi_{i,t} * Hc_{i,t}$) In OECD countries, FDI has negative effect on TFP growth in Table 9. Table 11 shows that, FDI has positive effect on economic growth as economic freedom increase in this countries (Regression Model is represented as $Tfp_{i,t} = -0.00Iit_{i,t} + 0.00d. Efi_{i,t} * Fdi_{i,t}$)

6. Conclusion

The effects of Economic Freedom (EFI), Intra-Industry Trade (IIT), Human Capital (HC), Foreign Direct Investment (FDI) and their interaction effect together on Total Factor Productivity Growth (TFP) are analyzed by Panel Data analyses covering 1980-2014 period for 34 OECD countries and 20 natural resource rich countries.

Null hypothesis represents positive relation between TFP growth and independent variables. Due to characteristics of data Instrumental Variables regression and Two Step GMM regression are appropriate methodology. The results show statistically significant relationship between TFP and other variables in both models except FDI in natural resource rich countries.

The interaction effects of Economic Freedom (EFI), Intra-Industry Trade (IIT), Human Capital (HC) and Foreign Direct Investment (FDI) together resulted in different effect on TFP growth.

References

- Abd-el-Rahman, K. (1991). Firms' competitive and national comparative advantages as joint determinants of trade composition. *Review of World Economics*, 127(1), 83-97
- Acar, M. (2010). Serbest ticaret, ekonomik özgürlükler ve refah. *Ahmet Yesevi Üniversitesi, Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, (53), 56.
- Acemoglu, D., Aghion, P., and Zilibotti, F. (2006). Distance to frontier, selection, and economic growth. *Journal of the European Economic association*, 4(1), 37-74.
- Aghion, P., A and Howitt P. (1988), Growth and Cycles through Creative Destruction. *Unpublished, University of Western Ontario*.
- Aghion, P., Meghir, C., and Vandenbussche, J. (2005). *Growth, Distance to Frontier and Composition of Human Capital* (No. 4860). CEPR Discussion Papers.
- Akkaya, M. (2019). The Relationship Between Direct Foreign Capital Investment, Economic Freedom And Economic Growth In Emerging Markets. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(1), 1-10.
- Alfaro, L., Kalemli-Ozcan, S., and Sayek, S. (2009). FDI, productivity and financial development. *World Economy*, 32(1), 111-135
- Anderson, T. W., and Hsiao, C. (1981). Estimation of dynamic models with error components. *Journal of the American statistical Association*, 76(375), 598-606.
- Arellano, M., and Bond, S. (1991). Some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations. *The review of economic studies*, 58(2), 277-297
- Arezki, M. R., Kazimov, M. K., and Hamilton, M. K. (2011). *Resource windfalls, macroeconomic stability and growth: the role of political institutions*. International Monetary Fund.
- Asiedu, E. (2013). Foreign direct investment, natural resources and institutions. *International Growth Centre*
- Azman-Saini, W. N. W., Baharumshah, A. Z., and Law, S. H. (2010). Foreign direct investment, economic freedom and economic growth: International evidence. *Economic Modelling*, 27(5), 1079-1089
- Bakkalcı, A. C. (2013). Yeni yeni ticaret teorilerinin makro-ekonomik doğası ve Türk ekonomisi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11(22)
- Balassa, B. A. (1979). Intra-industry trade and the integration of developing countries in the world economy.
- Balassa, B. (1986). Intra-industry specialisation. *European Economic Review*, 30(1), 27-42.
- Baltabaev, B. (2014). *FDI and Total Factor Productivity Growth: New Macro Evidence* (No. 27-13). Monash University, Department of Economics.
- Baltagi, B. H., and Li, Q. (1995). Testing AR (1) against MA (1) disturbances in an error component model. *Journal of Econometrics*, 68(1), 133-151
- Barro, R. J. (1991). Economic growth in a cross section of countries. *The quarterly journal of economics*, 106(2), 407-443.
- Bengoa, M., and Sanchez-Robles, B. (2003). Foreign direct investment, economic freedom and growth: new evidence from Latin America. *European journal of political economy*, 19(3), 529-545
- Benhabib, J., and Spiegel, M. M. (1994). The role of human capital in economic development evidence from aggregate cross-country data. *Journal of Monetary economics*, 34(2), 143-173.
- Bernard, A. B., Jensen, J. B., and Schott, P. K. (2006). Trade costs, firms and productivity. *Journal of monetary Economics*, 53(5), 917-937

- Blanchard, O., 2003. *Macroeconomics*, Pearson Education International, *Third Edition*
- Bokpin, G. A., Mensah, L., and Asamoah, M. E. (2015). Foreign direct investment and natural resources in Africa. *Journal of Economic Studies*, 42(4), 608-621
- Borensztein, E., De Gregorio, J., and Lee, J. W. (1998). How does foreign direct investment affect economic growth? 1. *Journal of international Economics*, 45(1), 115-135.
- Brander, J. A. (1981). Intra-industry trade in identical commodities. *Journal of international Economics*, 11(1), 1-14
- Breusch, T. S., and Pagan, A. R. (1980). The Lagrange multiplier test and its applications to model specification in econometrics. *The Review of Economic Studies*, 47(1), 239-253.
- Cabral, R., and Mollick, A. V. (2011). Intra-industry trade effects on Mexican manufacturing productivity before and after NAFTA. *The Journal of International Trade & Economic Development*, 20(1), 87-112
- Cagetti, M., and De Nardi, M. (2006). Entrepreneurship, frictions, and wealth. *Journal of political Economy*, 114(5), 835-870.
- Campbell, N., & Snyder, T. (2012). Economic freedom and economic volatility. *Journal of International and Global Economic Studies*, 5(2), 60-76.
- Caselli, F. (2005). Accounting for cross-country income differences. *Handbook of economic growth*, 1, 679-741.
- Chen, J., and Fleisher, B. M. (1996). Regional income inequality and economic growth in China. *Journal of comparative economics*, 22(2), 141-164.
- De Mello, L. R. (1999). Foreign direct investment-led growth: evidence from time series and panel data. *Oxford economic papers*, 51(1), 133-151
- Falvey, R. E., and Kierzkowski, H. (1987). Product quality, intra-industry trade and (im) perfect competition.
- Finger, J. M. (1975). Trade overlap and intra-industry trade. *Economic inquiry*, 13(4), 581-589.
- Fleisher, B., Li, H., and Zhao, M. Q. (2010). Human capital, economic growth, and regional inequality in China. *Journal of development economics*, 92(2), 215-231.
- Faúndez, S. (2011). Productivity growth in Latin American manufacturing: what role for international trade intensities?
- Görg, H., and Greenaway, D. (2004). Much ado about nothing? Do domestic firms really benefit from foreign direct investment?. *The World Bank Research Observer*, 19(2), 171-197
- Gray, H. P. (1976). Two-way Trade. In *A Generalized Theory of International Trade* (pp. 172-186). Palgrave Macmillan, London
- Grubel, H. and Lloyd P.J. (1975). *Intra-Industry Trade: The Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products*, London: MacMillan Press
- Gwartney, J. D., Holcombe, R. G., and Lawson, R. A. (2004). Economic freedom, institutional quality, and cross-country differences in income and growth. *Cato J.*, 24, 205.
- Hakura, M. D., and Jaumotte, M. F. (1999). *The role of inter-and intraindustry trade in technology diffusion*. International Monetary Fund.
- Helpman, E. and P. Krugman (1985). *Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy*, London: MIT Press.
- Heritage Foundation, (2008), *2008 Index of economic freedom*. Washington, DC
- Herzer, D., and Donaubaue, J. (2018). The long-run effect of foreign direct investment on total factor productivity in developing countries: a panel cointegration analysis. *Empirical Economics*, 54(2), 309-342.

- Irاندoust, J. E. M. (2001). On the causality between foreign direct investment and output: a comparative study. *The International Trade Journal*, 15(1), 1-26.
- Krugman, P. R. (1979). Increasing returns, monopolistic competition, and international trade. *Journal of international Economics*, 9(4), 469-479.
- Lam, Kwok Ying.,2010. *Institutions and Economic Development. Phd Thesis*,201
- Lewrick, U., Mohler, L., and Weder, R. (2014). When firms and industries matter: understanding the sources of productivity growth.
- limi, A. (2006). Did Botswana escape from the resource curse?
- Lluís Carrion-i-Silvestre, J., Del Barrio-Castro, T., and López-Bazo, E. (2005). Breaking the panels: An application to the GDP per capita. *The Econometrics Journal*, 8(2), 159-175.
- Loertscher, R., and Wolter, F. (1980). Determinants of intra-industry trade: Among countries and across industries. *Review of World Economics*, 116(2), 280-293.
- Lewrick, U., Mohler, L., and Weder, R. (2014). When firms and industries matter: understanding the sources of productivity growth.
- Loesler, I., Mies, V., and Tapia, M. (2015). The Causal Impact of Human Capital on R&D and Productivity: Evidence from the United States. *Pontificia Universidad Católica de Chile–Documento de Trabajo no, 466*
- Manuelli, R., and Seshadri, A. (2005). *Human capital and the wealth of nations*. March.
- Manuelli Rodolfo, E., and Seshadri, A. (2005). *Human Capital and the Wealth of Nations*. Mimeo, May.
- Maria J. Freire Seren, (2001). Human Capital Accumulation and Economic Growth, *Investigaciones Economicas*, 25()3,585-602.
- Mehlum, H., Moene, K., and Torvik, R. (2006). Institutions and the resource curse. *The economic journal*, 116(508), 1-20.
- Melitz, M. J. (2008). International trade and heterogeneous firms. *The New Palgrave Dictionary of Economics*, 2.
- Mileva, E. (2007). Using Arellano-Bond dynamic panel GMM estimators in Stata. *Economics Department, Fordham University*, 1-10
- Miller, S. M., and Upadhyay, M. P. (2000). The effects of openness, trade orientation, and human capital on total factor productivity. *Journal of development economics*, 63(2), 399-423.
- Naanwaab, C., and Diarrassouba, M. (2016). Economic freedom, human capital, and foreign direct investment. *The Journal of Developing Areas*, 50(1), 407-424
- Namini, J. E. (2007). Trade, neoclassical growth and heterogeneous firms.
- Nelson, R. R., and Phelps, E. S. (1966). Investment in humans, technological diffusion, and economic growth. *The American economic review*, 56(1/2), 69-75.
- Romer, P. M. (1990). Endogenous technological change. *Journal of political Economy*, 98(5, Part 2), S71-S102.
- Pesaran, M. H., Ullah, A., and Yamagata, T. (2008). A bias-adjusted LM test of error cross-section independence. *The Econometrics Journal*, 11(1), 105-127.
- Pesaran, M. H. (2004). General diagnostic tests for cross section dependence in panels.
- Poelhekke, S., and van der Ploeg, F. (2013). Do natural resources attract nonresource FDI?. *Review of Economics and Statistics*, 95(3), 1047-1065
- Prescott, E. (1997). Needed: A Theory of Total Factor Productivity Department Staff Report. *Federal Reserve Bank of Minneapolis Research*.

- Psacharopoulos, G. (1994). Returns to investment in education: A global update. *World development*, 22(9), 1325-1343.
- Rasekhi, S., and Ramezani, M. (2017). The Nexus between Economic Growth and Intra-Industry Trade. *International Journal of Business and Development Studies*, 9(1), 47-66
- Schultz, T. W. (1961). Investment in human capital. *The American economic review*, 51(1), 1-17.
- Scully, G. W., and Slottje, D. J. (1991). Ranking economic liberty across countries. *Public Choice*, 69(2), 121-152.
- Shahbaz, M., and Lean, H. H. (2012). Does financial development increase energy consumption? The role of industrialization and urbanization in Tunisia, *Energy policy*, 40, 473-479
- Ulusoy, V., and Taş, C. (2017). On the effects of total productivity growth of economic freedom and total resource rents: The case of both natural resource rich and OECD countries. *Theoretical and Applied Economics*, 22(3 (612), Autumn), 173-192.
- Unctad (1999), *World Investment Report*, UNCTAD, Geneva
- Vandenbussche, J., Aghion, P., & Meghir, C. (2006). Growth, distance to frontier and composition of human capital. *Journal of economic growth*, 11(2), 97-127.
- Ventura, J. (1997). Growth and interdependence. *The Quarterly Journal of Economics*, 112(1), 57-84.
- Verdoorn, P. J. (1960). The intra-bloc trade of Benelux. In *Economic consequences of the size of nations* (pp. 291-329). Palgrave Macmillan, London.
- Wang, M., and Wong, M. S. (2009). Foreign direct investment and economic growth: The growth accounting perspective. *Economic Inquiry*, 47(4), 701-710.
- Wang, P., and Xie, H. D. (2008). Heterogeneous Sectors, Trade, and Growth.
- Woo J (2009) Productivity growth and technological diffusion through foreign direct investment. *Econ Inq*, 47(2), 226-248

Appendix A

Table 4: List of Natural Resource Rich Countries

NRR COUNTRY	Code	NRR COUNTRY	Code
Australia	AUS	Kuwait	KWT
Bolivia	BOL	Malaysia	MYS
Brazil	BRA	Mexico	MEX
Canada	CAN	Norway	NOR
Chile	CHL	Peru	PER
China	CHN	Russian Federation	RUS
Ecuador	ECU	South Africa	ZAF
India	IND	Trinidad and Tobago	TTO
Indonesia	IDN	United States	USA
Kazakhstan	KAZ	Venezuela, RB	VEN

Source: Author

Table 5. List of OECD Countries

OECD Country	Code	OECD Country	Code	OECD Country	Code	OECD Country	Code
Australia	AUS	France	FRA	Korea, Rep.	KOR	Slovenia	SVN
Austria	AUT	Germany	DEU	Luxembourg	LUX	Spain	ESP
Belgium	BEL	Greece	GRC	Mexico	MEX	Sweden	SWE
Canada	CAN	Hungary	HUN	Netherlands	NLD	Switzerland	CHE

Chile	CHL	Iceland	ISL	New Zealand	NZL	Turkey	TUR
Czech Republic	CZE	Ireland	IRL	Norway	NOR	United Kingdom	GBR
Denmark	DNK	Israel	ISR	Poland	POL	United States	USA
Estonia	EST	Italy	ITA	Portugal	PRT		
Finland	FIN	Japan	JPN	Slovak Republic	SVK		

Source: Author

Appendix B

Total factor productivity

Robert Solow (1956) is the first in literature explaining total productivity by the Cobb-Douglas (1928)'s production function in which there is single good with two factors.

$$Y = A(t)F[K(t), L(t)] = AK^\alpha(EHc)^{1-\alpha} \quad (3)$$

Y = Total production,

L = Labor input,

K =Capital input,

A = Total factor productivity

E=Number of Workers in Economy

Hc=Average Human Capital

α =Output elasticity of capital

$1-\alpha$ =Output elasticity of labor

A second order approximation to the production function f is the Tornqvist quantity index of factor inputs Q_{ij}^T , which can be used for comparing productivity between countries i and j at a given time.

$$\ln Q_{ij}^T = \frac{1}{2}(\alpha_i + \alpha_j) \ln \frac{K_i}{K_j} + \left[1 - \frac{1}{2}(\alpha_i + \alpha_j)\right] \ln \frac{L_i}{L_j}$$

The measure of total factor productivity (TFP) that is comparable across countries is then defined as:

$$CTFP_{ij} = \frac{\frac{CGDP_i^\partial}{CGDP_j^\partial}}{Q_{ij}^T}$$

Where $CGDP_i^\partial$ is the real GDP measure in PWT8.0 that accounts for differences in the terms of trade and is thus a proper measure of the productive capacity of economy.

Analogously, we can compare inputs between $t - 1$ and t for a given country

as:

$$\ln Q_{t;t-1}^T = \frac{1}{2}(\alpha_t + \alpha_{t-1}) \ln \frac{K_t}{K_{t-1}} + \left[1 - \frac{1}{2}(\alpha_t + \alpha_{t-1})\right] \ln \frac{L_t}{L_{t-1}}$$

Growth of productivity is then given by:

$$RTFP_{t;t-1}^{NA} = \frac{\frac{RGDP_t^{NA}}{RGDP_{t-1}^{NA}}}{Q_{t;t-1}^T}$$

which uses $RGDP_t^{NA}$ real GDP at constant national prices from PWT8.0, which is the best measure of economic growth.

Human Capital

The human capital index available since PWT version 8.0 makes empirical researches with a focus on human capital and cross-country comparisons more viable⁵. It is calculated based on average years of education and an estimated rate of return to education from the Mincer⁶ equation. That is,

$$Hc = e^{\phi(s)}$$
$$\phi_s = \left\{ \begin{array}{l} 0.134s \quad \text{if } s \leq 4 \\ 0.134 * 4 + 0.101(s - 4) \quad \text{if } 4 < s \leq 8 \\ 0.134 * 4 + 0.101 * 4 + 0.068(s - 8) \quad \text{if } s > 8 \end{array} \right\}$$

because the early years of education are evidenced to have a higher return than the later years in some studies⁷. In this equation s means average years of schooling.

Intra Industry Trade

The Balassa index, Grubel-Lloyd index, The Aquino formula, The Bergstrand method etc. (Balassa, 1966; Grubel, Lloyd, 1975; Aquino, 1978; Bergstrand, 1990) are main measurement tools.

Export and import data's of ten main products group are gathered to get the The Grubel-Lloyd Index. Weighted average value of export/import values are used to get one data for one year of each country. The formula to get the Index is as follows. In this equation i represents sector.

$$GL_i = 1 - \left[\frac{|export_i - import_i|}{export_i + import_i} \right]$$

If the country only imports or only exports goods or services within the same sector, such that there is no intra-industry trade, the second term on the right-hand side of equation is equal to one, such that the whole expression reduces to zero. Similarly, if the export value is exactly equal to the import value the second term on the right-hand side of equation is equal to zero, such that the whole expression reduces to one. The Grubel-Lloyd index therefore varies between zero (indicating all trade is inter-industry) and 100 (indicating all trade is intra-industry). The closer the value of the index to 100 the greater is the degree of intra-industry trade. A high value of this indicating it participates actively in global value chains and benefits from technology transfers which may increase its productivity. In contrast, if a country exports and imports goods that belong to different industries, its trade is of an inter-industry type, and the value of the index approaches 0. In this case, its trade relations are more likely to be of an arm's length type, with fewer possibilities of technology transfer.

The indices reported in this chapter have been computed according to each pair of trading partners and for each two digit SITC (the standard international trade classification) is used, revision 2 product class.

Product class are as follows:

⁵ Fang&Chang, 2016

⁶ Psacharopoulos, 1994

⁷ Caselli, 2005

Animal and vegetable oils, fats and waxes

- Beverages and tobacco
- Chemicals and related products, n.e.s.
- Commodities and transactions not elsewhere classify.
- Crude materials, inedible, except fuels
- Food and live animals
- Machinery and transport equipment
- Manufactured goods classified chiefly by material
- Mineral fuels, lubricants and related materials
- Miscellaneous manufactured articles

Appendix C

Government size : Bigger government may indicate a lack of competition in public and create inefficiencies by allocating resources toward rent-seeking activities instead of production.

Legal system and property rights: A lack of property rights protections negatively affects individual and business investment decisions, causes inefficiencies, and therefore deters economic growth.

Access to sound money: Unsound monetary policies distort relative prices and create uncertain environments, making it difficult for entrepreneurs to plan wisely and less eager to innovate, leading to lower productivity and so hinder economic growth.

International trade and trade policies: The trade literature suggests that protective trade policies and trade restrictions are associated with considerable rents and rent-seeking activities. The tendency of governments to allocate export quotas to some “registered exporters” captures a greater share of rents, leading to imperfectly competitive markets and raising rent-seeking activities.

Regulation of business, labor, and credit markets: Regulation can be both a help and a hindrance for economic growth in resource-rich countries. On the one hand, setting efficient business, labor, and credit regulations can reduce rent-seeking behavior and corruption and consequently mitigate the effects of the resource curse. On the other hand, the windfall income from natural resources allows governments in resource-rich economies to intervene in various markets and private-sector activities

Government size index (GVZ) ranges from 0–10. Countries with a larger proportion of government expenditures, with larger transfer sectors, when government investment exceed 50% of total investment, with the higher marginal tax rates gets 0 rates.

Legal System and Property Rights index (LEG) ranges from 0–10. Countries with no judicial independence, inefficient legal framework for private businesses, no protection of property rights, high militaries involvement in politics and no integrity of legal system gets 0 rates.

Access to sound money index (SMN) ranges from 0–10. Countries, where the money supply growth rate greatly exceeds real output growth rate, where the annual standard deviation of the

inflation rate is approximately 25%, where annual inflation rate is over 50% and where foreign currency bank accounts were restricted both domestically and abroad gets 0 rates.

Freedom to trade internationally index (FRT) ranges from 0–10. Countries with more than % 15 taxes on international trade, mean tariff rates is nearly %50, the standard deviation of tariff rates increases toward 25%, longer import or export procedures, the percentage difference between official exchange rates and black-market rates is over 50%, highly restrictive regulations for international capital flow, highly capital control gets 0 rates.

Regulation index (REG) ranges from 0–10. It includes credit market, Labor market and Business regulations. Countries where 10% or less of private deposits held in privately owned banks, where greater government borrowing occurs, where lending and deposit rates are fixed by the government, where fixed-term working contracts are used for any kinds of task, where hiring and firing of workers is hindered by regulation , where wages are set by a centralized bargaining process, where conscription period is over 18 months, to start a new business takes longer times or more costly, long time and high monetary cost to obtain licence to construct warehouse gets 0 rates.

COVID-19 SÜRECİNDE MEDYANIN BİLGİLENDİRME ROLÜNDEKİ DEĞİŞİM: EĞİTİM HABERLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME*

Görkem İLDAŞ¹

Öz

Küresel boyutta etki alanına sahip olan Covid-19 süreci, hayatın her alanını etkilemekle kalmayıp, dönüşüme uğratmıştır. Bu alanlardan biri de kuşkusuz eğitim olmuştur. Okulların kapanmasıyla yüzyüze eğitimin gerçekleşmediği bu süreçte eğitimin tüm paydaşları hızla adapte olması gereken pek çok yenilikle karşı karşıya kalmışlardır. Sınav dönemlerinde daha fazla gündeme gelen eğitim meseleleri, salgın koşullarıyla beraber gündemin tam ortasına yerleşmiştir. Çünkü salgın sonucu yaşanan kayıplar, eğitimin sadece sınavlardan ibaret olmadığını kanıtlamıştır. Yüz yüze eğitimin kesintiye uğramasıyla beraber öğrenciler, öğretmenler, veliler, eğitim kurumları anlık olarak yapılan açıklamaları ve süreçteki yenilikleri sürekli takip etmek zorunda kalmışlardır. Bu bağlamda en etkili haber alma araçlarından biri olan televizyon; günlük hayattaki tüm gelişmeleri izleyiciye aktarmaya çalışmıştır. Yaşanan bu küresel kriz döneminde kitle iletişim araçları da adeta bir sınav vererek; izleyicilerin toplumsal ve psikolojik gereksinimlerini karşılamak için çabalamışlardır.

Bu çalışmanın amacı, Covid-19'un eğitim haberleri üzerindeki etkisini ana haber bültenleri üzerinden yapılan bir içerik analizi ile ortaya koymaktır. Bu bağlamda eğitim haberlerinin ana haber bültenlerindeki yeri; salgın öncesi ve salgın sonrası iki farklı dönem aralığında incelenerek, ortaya çıkan veriler karşılaştırılmıştır. Haberin yayımlandığı tarih, haberin gün içinde kaç kez gösterildiği, ana haberde yayınlanan haber sayısı ve habere ayrılan süre, bültende ilgili haberin kaçınıcı sırada çıktığı, haberin konusu tespit edildikten sonra; haberin yer alma şekli incelenerek kategorize edilmiştir. Ortaya çıkan veriler '*eğitim ekonomisi*', '*eğitim ve sağlık*', '*eğitim güvenliği*', '*eğitimde resmi duyurular*' başlıkları altında incelenmiştir. Bulgular neticesinde ana haber bültenlerinde yer alan eğitim haberlerinin, yaşanan küresel salgın ile birlikte niceliksel ve niteliksel olarak anlamlı oranda artış gösterdiği tespit edilmiştir. Eğitimin işleyişinde bir milat niteliğinde olan Covid-19 salgınının medyada çıkan eğitim haberlerini de dönüştürdüğü sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Medya, TV Ana Haber Bültenleri, Covid-19, Eğitim Haberleri.

JEL Sınıflaması: D80, L8, M31

CHANGE IN MEDIA'S INFORMATION ROLE DURING COVID-19: A REVIEW ON EDUCATIONAL NEWS

Abstract

The Covid-19 process, which has a global impact, has not only affected every aspect of life, but transformed it. One of these aspects is undoubtedly education. In this process, where face-to-face education could not be realized upon the closure of schools, all stakeholders of education faced many innovations that needed to be adapted quickly. Educational issues, which come up particularly during exam periods, have been placed at the top of the agenda following the pandemic conditions.

Because the losses experienced as a result of the epidemic have proven that education is not just about exams. With the interruption of face-to-face education, students, teachers, parents, educational institutions had to follow the instant statements and innovations in the process.

*Bu çalışmada yer alan araştırmanın ön sonuçları, 30 Ekim 2021 tarihinde Antalya'da gerçekleştirilen 'Education During the Pandemic and Beyond / Pandemi ve Sonrasında Eğitim Kongresi'nde sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Maltepe Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı, gorkem@vanillamedia.com.tr, ORCID: 0000-0001-8745-5566.

In this context, television, which is one of the most effective means of getting news, has tried to convey all the developments in daily life to the audience. In this period of global crisis, the mass media was almost put to a test and tried to meet the social and psychological needs of the audience.

The aim of this study is to reveal the effect of Covid-19 on education news with a content analysis made on the main news bulletins. In this context, the place of education news in the main news bulletins was examined in two different periods, before and after the epidemic, and the resulting data were compared. After the date of publication of the news, the number of times the news is shown during the day, the number of news published in the main news and the time allocated to the news, the rank of the news in the bulletin, and the subject of the news were determined; the way the news was included was analyzed and categorized. The resulting data were analyzed under the headings of ‘*educational economics*’, ‘*education and health*’, ‘*educational security*’, and ‘*official announcements in education*’. As a result of the findings, it was determined that the education news in the main news bulletins increased quantitatively and qualitatively with the pandemic. It has been concluded that the Covid-19 pandemic, which is a milestone in the functioning of education, has also transformed the education news in the media.

Keywords: Media, TV Main News Bulletins, Covid-19, Education News.

JEL Classification: D80, L8, M31

1. Giriş

Covid-19 salgınıyla birlikte eğitim ve sağlık kuşkusuz en çok konuştuğumuz alanların başında gelerek, daha fazla gündemimizde yer almaya başlamıştır. Eğitimde geniş kitleleri farklı açılardan ilgilendiren koronavirüs salgını medyanın bilgilendirme rolü gereği bu süreçte sürekli gündemimizde yer almıştır. Yaşam alanlarımızın sınırlandığı, evlere kapandığımız dönemde televizyon izleme alışkanlıklarımızın değiştiğini ortaya koyan bir çalışmada televizyon izleme oranının yaklaşık %25 arttığı belirtilmiştir (Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği RATEM, 2020). Sağlık ve eğitimde her an yeni gelişmelerin yaşanması ve bilgilerin sürekli güncellenmesi, kitle medyasını da daha aktif hale getirmiştir. Koronavirüs salgınına eğitim penceresinden bakıldığında; dünya genelinde ilkokuldan üniversiteye tüm okullarını kapatan ülke sayısının 193, etkilenen öğrenci sayısının 1 milyar 724 milyon, Türkiye’de ise 25 milyon 650 bin olduğu görülmektedir (TEDMEM). Bu süreçte, öğrenciler, aileler, öğretmenler, eğitim kurumları medya aracılığıyla hem birbirleriyle iletişimde kalmaya devam etmiş, hem de gelişmeleri takip etmeye çalışmışlardır. Kitle medyaya düşen en öncelikli görev ise ‘bilgilendirme’ rolünü üstlenmesi olmuştur. Zira medyanın en önemli rollerinden biri geniş kitleleri ilgilendiren sorulara yanıt aramak ve bilgilendirme işlevini gerçekleştirmektir. Edelstein’e (1973) göre; bireyin toplumsal yaşamdaki sorunlar hakkında bilgi edinme isteği medyanın bilgilendirme rolünü üstlenmesini gerekli kılmıştır (Kars, 2003: 12). Medyanın öncelikli görevi nedir sorusuna Jean Marie Charron, “*Kitle iletişim araçları bir değer olarak bilginin yayılması için tartışmasız gerekli araçlardır*” der (Charon, 1993: 182).

Medyanın bilgilendirme rolünün yanı sıra uyarı, eğitim ve yansıtma işlevleri ile günlük yaşamın olumlu olumsuz tüm gerçekleriyle izleyenleri/okuru buluşturma misyonu bulunmaktadır (Bülbül, 2001: 66).

Dolayısıyla Covid-19 salgını sürecinde geniş kitleleri ilgilendiren, özellikle sağlık ve eğitim paydasında buluşan tüm haberler her zamankinden daha fazla medyada görünür olmaya başlamıştır.

Haber alma kaynağı olarak en fazla tercih edilen kitle iletişim araçlarından biri olan televizyon bu süreçte bireylerin, toplumun gereksinimlerine cevap vermeye çalışmıştır.

Katz ve Peled savaş gibi olağandışı durumlarda ‘*bilmek*’ ve ‘*gerginlikten kurtulmak*’ olmak üzere; televizyonun iki önemli ihtiyacı karşıladığına dikkat çekmektedir.

Pandemi dönemini bireylerin hayatta kalma savaşı olarak nitelendirdiğimizde bu tanım bugünün koşullarında da geçerliliğini korumaktadır. Kitle iletişim araçlarının tutum değişikliğindeki öneminin vurgulandığı çalışmalarda gündem belirleme/oluşturma kuramına sıklıkla rastlanmaktadır. Bu kuram, medyanın sunduğu içerikle, haberlerle halkın gündemini şekillendirdiği ve aktardığı konularla halkı düşündürmeye sevk ettiği görüşüne dayanmaktadır. Gündem oluşturma kuramına göre; medya halkın düşünme balonlarının içine ne hakkında düşünmeleri gerektiğini yazmaktadır. Gündem belirleme kuramının izlerini sürdürdüğümüzde bu yaklaşımın temelini atan isimlerden biri olarak kabul edilen Walter Lippmann, “*Public Opinion*” isimli çalışmasında; insanların kendi yakın çevreleri dışındaki dış dünyayı anlamak için anlam haritalarına ihtiyaç duyduklarını ve bu haritaları medyanın aktardıkları bilgilerle şekillendirdiklerini belirtmiştir (aktaran Tekinalp ve Uzun, 2006: 121).

Yeni teknolojiler ve internet bireylerin haber alma davranışlarını etkilese de günümüzde televizyon hala en tercih çok edilen mecralardan biri olma özelliğini korumaktadır. Görüntüye dayanması, akıldan çok duygulara yönelmesi televizyon haberciliğini daha canlı ve güçlü kılmaktadır. Düşünmeden çok eylemlere, konudan çok olanlara, açıklamalardan çok çarpıcılığa önem verdiği için televizyon bir ayaklanmayı, bir savaşı, bir devrimi, bir cinayeti diğer kitle iletişim araçlarından daha canlı biçimde verebilmektedir (Cereci, 2001: 159).

Televizyonlardaki ana haber bültenleri aracılığıyla bireyler gündemi takip ederek, yaşadıkları toplumda ve dünyada olup biteni anlamaya çalışmaktadırlar. Covid-19 salgını ile birlikte çok sayıda öğrenci, veli, eğitimci, eğitim kurumu gelişmeleri ve resmî kurumlarca yapılan duyuruları haber bültenleri aracılığıyla öğrenmişlerdir. Bu çalışmanın ana amacı; ana haber bültenlerinde yer alan eğitim haberlerinin Covid-19 salgını ile birlikte ne şekilde değiştiğini ortaya koymaya çalışmaktır. Çalışmada, *Habertürk* televizyon kanalında Covid-19 öncesi ve sonrası ana haber bültenlerinde yayımlanan eğitim haberleri incelenmiştir.

Türkiye’de ilk koronavirüs vakasının görüldüğü tarih olan 11 Mart 2020 öncesi çıkan eğitim haberlerini değerlendirebilmek için eğitim-öğretim döneminin başlangıcı olan 15.02.2020-11.03.2020 tarih aralığı seçilerek incelenmiş; Covid-19 salgını sonrası dönemi kapsayan 15.02.2021-11.03.2021 tarih aralığında çıkan eğitim haberleri ile karşılaştırılmıştır. Yapılan içerik çözümlemesine ile eğitim haberlerinin içeriklerinin ne yönde değiştiği sorgulanırken; medyanın eğitim haberlerine verdikleri önemin boyutu da tartışılarak ortaya konmaya çalışılacaktır.

2. TV Haberlerinin Rolü ve Medyada Yer Alan ‘Eğitim Haberleri’

Gerbner’in Kültürel Göstergeler kuramına göre; kitle iletişim araçları kamuoyu oluşturma rolünü üstlenmektedir. Buna göre; televizyon da dahil olmak üzere medya düşünceleri ve görüşleri kamuoyu ile paylaşarak zihinlere fikir ekmekte ve bu görüşlerin yaygınlaşmasına neden olmaktadır (Gerbner, 2002: 55).

Televizyon, endüstriyel kitle toplumlarında geleneksel toplumsallaştırma kurumları olan din, aile ve yerel toplumu gölgede bırakan büyük bir hikaye anlatıcısı olarak görülmüştür. Morgan ve Signorielli (1990), kitle iletişim araçları içeriklerinde yer alan mesajların izleyicilerin inanç ve davranışları arasındaki ilişkilerle ele alınabileceğini belirtmektedirler (McQuail, 2010: 127). Toplumsal sorunlar, gerilimler birey için kimi zaman dinlenme ve gerçek dünyadan kopma ile sonuçlanır; Katz ve Foulkes'e (1962) göre, televizyon izleyicilerin dinleme dürtüsünü harekete geçirme işlevini taşımaktadır. Kimi eğlenmek, kimi kafa dağıtmak kimi kafa toplamak ve bilgilenmek için televizyon yapımları ile doyuma ulaşmaya çalışmaktadır. Tam da bu noktada medyanın işlevlerine kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinden bakıldığında, bireylerin gereksinimlerine göre medya tüketim nedenleri ve davranışları şekillenmektedir. İzleyicinin psikolojik ve sosyal gereksinimini önceliklendiren bu yaklaşım toplumsal yönden çıkarım yapmak için zayıf kalmakla eleştirilmektedir. Katz ve Blumler televizyon işleyicisinin bilişsel, duygusal ve kişisel beklentileri olduğunu ileri sürmüştür. Buna göre; bilgilenmek ve gerçeği araştırmak motivasyonu televizyona yönelmek bilişsel beklentileri; gündelik yaşamın rutininden ve problemlerinden kaçarak, katarsis yaşamak için mizah, eğlence, spor içeren yapımlara yönelmek duygusal beklentileri; kendi yaşamlarına benzer hayatların varlığından haberdar olmak ve toplumda kendini yalnız hissetmemek için tüketimde bulunmayı ise kişisel kimlik ihtiyacı ile açıklamıştır (Kars, 2003: 11-14). Birey merkezli bu yaklaşımın, toplumsal çıktılar göz ardı eden zayıf yönü bulunmakla beraber, ortak beklentileri saptamaya yönelik elverişli yönü ile izleyicilerin toplumsal ve psikolojik gereksinimlerini karşılamalarına olanak tanımaktadır. Kitle medyasının amacını; “*insanların dikkatini ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel alanlardan başka alanlara çekmek*” olarak tanımlayan Yaylagül ise, ünlülerin hayatlarını, seks skandallarını, spor müsabakalarını hayatımızın merkezine taşımakla bu amacın nasıl gerçekleştiğine dikkat çekmiştir (Yaylagül, 2010: 171).

Bülbül ise medyanın işlevlerini; *uyarı, köprü, uluslararası iletişim, politik bilinçlenmeye ve demokrasiye katkı, eğitim, yansıtma, imaj ve saygınlığa katkı sağlama, toplumla bütünleşme* olarak sıralamıştır. Buna göre; medya devleti yönetenlerin görevlerini yerine getirmesinin takibinde bulunarak halkı bilgilendirmek ve eksiklikler varsa düzeltilmesi için bir uyarıcı işlevi görmelidir. Ayrıca; yönetimle halk arasında bir köprü görevindedir. Bireylerin istek ve ihtiyaçlarını doğru tespit edip, gündeme taşıran; yönetimin de icraat ve uyarılarını halkla paylaşmaktadır.

Başta haber olmak üzere; görüntülü ya da basılı medya aracılığıyla üretilen her türlü içerikle halkı bilinçlendirme, hakları konusunda bilgilendirme, demokrasiye uygun katılımcı anlayışın gelmesi için itici güç olma görevlerini taşımakla beraber, eğitim işlevini de yerine getirir. Toplumu ilgilendiren olumlu olumsuz her türlü haberleri topluma yansıtma rolü gereği haber değeri bulunan olayları kamuoyu ile paylaşır. Çok yönlü görevleri olan medyanın hem ulusal hem de uluslararası arenada tehlikeli durumlarda uyarıcı, fırsatlarda haber veren, gündelik yaşantıda görülemeyenlerin fark edilmesini sağlayan önemli bir rolü de vardır (Bülbül, 2001: 65-66).

Garnham'a göre; bireylerin haberleri takip etmek için televizyon haberlerini tercih etmesinin altında üç neden yatmaktadır. Buna göre; televizyon *tüketim zamanı* açısından avantaj sağlamaktadır, yarım saat gibi kısa bir sürede dünyadaki tüm gelişmelerden kolaylıkla haberdar olabilirsiniz. Diğer dikkat çekilen unsur ise *malîyet avantajıdır*; haberlerden bilgiye ulaşmak için bir bedel ödemek zorunda kalmazsınız; bir kere televizyonu satın almakla tüm haberlere ulaşmayı garantilersiniz. *Kültürel bir donanım* ihtiyacı duymadan haberlere erişebilirsiniz.

Okuma yazma bilmeseniz dahi habere ulaşabilirsiniz (Garnham, 1990: 324–329). Haber vermek medyanın kamusal görevi olmasının yanı sıra sosyal görevidir. Toplumu yönlendirmek, teşvik etmek, yeni tutumlar kazandırılmasına katkı sağlamak, fikirlerin biçimlenmesine yardımcı olmak aynı zamanda medyanın eğitim işlevi ile örtüşmektedir (Bülbül, 2001: 69).

Girgin'e göre; herhangi bir olayın/fikrin/sorunun haber değeri taşıması için; *önemlilik, anlaşılabilirlik, yenilik, ilginçlik* öğelerini taşımalıdır. İnsanların karar alırken, diğer insanlarla ilişki kurarken, çevresindeki ve dünyadaki gelişmeleri takip ederken bu öğeleri taşıyan haberlerden etkilendiklerini vurgulamıştır (Girgin, 1998: 18). Haber için *“zamana uygun her şey”, “zamana uygun rapor”, “yeni bir olayın/durumun anlatılması” “insanların ilgisini uyandıracak tüm bilgiler”, “şimdiki durumda olan”, “içinde bulunulan an”, “gerçeğin toplumsal kurgusu”, “insanlara aktarılan önemli olaylar”, “önemli sayıda insanı ilgilendiren, olayların, gerçeklerin, görüşlerin zamanlı bildirilişi”* tanımları yapılmıştır (Bülbül, 2001: 79). Koronavirüs salgını geniş sayıda kitleleri farklı boyutlarda etkileyen öneme sahiptir; dolayısıyla paydasında koronavirüs salgını olan her şey haber değeri taşımaktadır. Sağlık, eğitim, ekonomi başta olmak üzere pek çok alanı doğrudan etkileyen yapısı ile bu alanlarda paylaşılan son dakika haberleri de çok sayıda izleyicinin/okurun haber kaynağı olmuştur.

Haber bültenlerinde yer verilen haberlerin kaynakları; resmî duyurular, basın bültenleri, resmî raporlar, görüşmeler, basın toplantıları olsa da haber kurumlarının kendi değerlendirmelerine göre seçim kriterleri ve öncelikleri farklı olabilmektedir (McQuail ve Windahl, 2010: 223). Çoğunlukla ana haber bültenlerinde çok sayıda kişiyi ilgilendirmek kıstası ortak noktadır ve haber programları daha çok kişiye ulaşmak, popüler olmak, daha çok izlenmek için dramatik bir anlatım dili ve dramatik unsurları içermektedir (Poyraz, 2002: 136).

Bültenin en önemli haberi, haberin verildiği sıra ve haberin süresine göre değerlendirilir. Herkesi ilgilendiren, ilgi çekici haberlerin ilk sıralarda verildiğini öne süren bir çalışmada özellikle doğal afet, şiddet, terör, savaş gibi duygulara hitap eden görüntülerin öncelikli olarak yayımlandığı belirtilmiştir (Karakuşcu, 2003: 49). Ancak, ilgiyi artırmak için, çok izlenmesi beklenen haberin sonlara doğru yayımlandığını gösteren örneklere de rastlanmaktadır.

Kendiliğinden aniden oluşan, doğal afet, kaza, yangın gibi haberler zamanlamasına göre sıcak haber, güncel haber olarak tanımlanmaktadır. Özel haber ise; haberin baştan sona gazetecinin kendi uğraşlarıyla ortaya koyduğu, araştırmalar sonucu bilgi ve belgeleriyle kanıtlamaya çalıştığı haber türüdür (Bülbül, 2001: 125-126).

Koronavirüs salgını sırasında adeta haberlerin takibinde bağımlılık düzeyine erişilmiştir. Vaka sayılarının takibi, okulların açılması, seyahat engelinin kalkması, iş yerlerinin açılması gibi takip gerektiren çok sayıda kişiyi ilgilendiren gelişmeler, anlık olarak haber bültenlerinde yayınlanmış, röportajlarla desteklenerek yaşanan olayları anlamaya ve anlatmaya yönelik özel haberler üretilmiştir.

Medyaya karşı oluşan bağımlılık modeli, toplumun medyada verilen enformasyona yüksek düzeyde bağlılığını ifade etmektedir (Mutlu, 1995: 51). Bunun daha önce belirtilen ‘kullanımlar ve doyumlar’ yaklaşımı ile ilişkisi bulunmaktadır.

Bireyin ihtiyacı veya bağımlılığının yoğunluğu katılımı daha da artıracak ve kitle iletişim araçları ile izleyiciler arasında bağımlılık ilişkisi perçinlenecektir (McQuail, 2010: 142-143).

3. Araştırma

Covid-19 öncesi ve sonrasında televizyon ana haber bültenlerinde yer alan eğitim haberleri içerik analiziyle incelenmiş olup, eğitim haberlerinin salgın öncesi ve sonrası süreçte genel haberler içindeki dağılımı ve içeriklerindeki farklılıkları ortaya konmaya çalışılmıştır.

3.1. Amaç ve Önem

Bu çalışmada Covid-19 salgınının televizyon ana haber bültenlerinde yayınlanan eğitim haberlerine etkisini ortaya koymak amaçlanmıştır. Ana haber bültenlerinde eğitim haberleri salgın öncesi nasıl bir içerikle verilir? Hangi sorulara, nasıl yanıt aranır?

Yaşanan salgın bu bağlamda neleri değiştirdi, eğitim haberlerini ne şekilde etkiledi? Araştırma kapsamında bu sorulara yanıt aranacaktır.

Çalışmanın sonuçları; medya profesyonellerine, eğitim kurumlarına, eğitim haberlerini nasıl değerlendirmeleri gerektiğini anlamaya çalışan tüm medya okuyuculara önemli çıkarımlar sunacaktır. Çalışmanın bu yönüyle topluma, medyaya ve eğitim dünyasındaki tüm paydaşlara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

3.2. Yöntem ve Örneklem

Çalışmada medyanın eğitim haberlerine bakış açısı içerik analizi ile ortaya konmaya çalışılmıştır. Türkiye’de ilk koronavirüs vakasının görüldüğü tarih olan 11 Mart 2020 öncesi çıkan eğitim haberlerini değerlendirebilmek için eğitim-öğretim döneminin başlangıcı olan 15.02.2020-11.03.2020 tarih aralığı incelenerek; salgın sonrası dönemi kapsayan 15.02.2021-11.03.2021 tarih aralığında çıkan eğitim haberleri ile karşılaştırılmış ve içerik analizi yapılmıştır. Bu tarih aralıklarını kapsayan *Habertürk TV*’deki tüm ana haber bültenleri taranmış, haber metinleri kategorize edilmiş ve sistematik olarak incelenmiştir.

Kitle iletişim araçlarından elde edilen ham bilgilerin çözümlenmesi ve sınıflandırılarak anlamlandırılmasında sistematik bir metodoloji sunan içerik analizi, araştırma sorusuna cevap verecek şekilde her türlü yazılı ve sözlü metnin ortak ve farklı yönlerini ortaya koymayı amaçlar (Böke, 2009: 344). Haber metni çözümlenmelerinde en yaygın kullanılan yöntemler söylem analizi, göstergebilimsel analiz ve içerik analizidir. Nicel araştırmalar için en uygun yöntemlerden biri olan içerik analizi, içeriğin nesnel ve sistemli bir şekilde ortaya konmasına yardımcı olmaktadır (İrvan, 2000: 73-74).

İçerik analizi yapılan araştırmalarda temel yapıtaşı olarak değerlendirilen kategoriler, çalışmanın kalitesini ve güvenilirliğini doğrudan etkilemektedir. Araştırmanın temelini oluşturan kategoriler bütün metne uygulanabilecek bir yapıda olmalıdır; yoğunluk derecesi ve ileri sürülen varsayımların doğru sonuçlar vermesi buna bağlıdır. Fröh (2001); içerik analizinde şu dört yolu önermiştir: ‘seçme ve indirgeme’, ‘gruplandırma’, ‘genelleştirme-soyutlaştırma’ ve ‘kuramla ilişkilendirme’. Araştırmanın içinden seçilen örneklem üzerinde çalışma yapıp, oluşturulan araştırma varsayımı sonucu tümevarım yönteminin benimsenmesi ‘seçme ve indirgemeci’ yaklaşım;

ortak noktaların tespit edilip, ortak paydada buluşturularak kategorize edilmesi ‘*gruplandırma*’, gruplandırmada olduğu gibi metinlerdeki anlamların özetlendikten sonra, ortak noktalarının birleşmesi sonucu soyutlaştırılması ‘*genelleştirme ve soyutlaştırma*’ yaklaşımı, metinlerin varsayımlarda ileri sürülen gerçekliklerle ilişkilendirilmesi yaklaşımı ise ‘*kuramla ilişkilendirme*’ olarak tanımlanmıştır (Gökçe, 2006: 58-60). Görüldüğü gibi, ham olan verilerin kategorize edilmesi ve sistemli verilere dönüşmesi aşaması son derece titizlikle yürütülmelidir.

Habertürk’te Ana Haber bültenlerinde belirtilen tarih aralıklarında eğitim ile ilgili tüm haberler çalışma kapsamına alınmıştır. Eğitimle ilgili sınav tarihleri ve yeniliklerin duyurulması, öğretmen atamaları, tatil duyuruları, resmi kurumlar tarafından yapılan tüm açıklamalar ‘*eğitimde resmi duyurular*’ kategorisi altında konumlandırılmıştır.

Coğrafyanın ve okulun sahip olduğu zorlu koşullar, finansal yetersizlikler ve maddi imkansızlıklar, okul iflası, özel okul ücretleri gibi finansman ile ilgili konular ‘*eğitim ekonomisi*’ olarak adlandırılmıştır.

Okullarda alınan koronavirüs tedbirleri, hijyen koşullarının sağlanmasıyla ilgili duyurular, öğretmenler ve öğrencilerin uzaktan eğitimde yaşadıkları psikolojik zorluklar ‘*eğitim ve sağlık* (koronavirüs)’ başlığı altında incelenmiştir. Okulda silahlı saldırı, yaralama, şiddet, intihar, kaza, servis kazası, deprem gibi şiddet ve doğal felaket içeren haberler ‘*eğitim güvenliği*’ başlığı altında ele alınmıştır. Bu dört kategori, analiz bölümünde; haberler ile eşleştirilerek ayrıntılandırılacaktır.

Haberin yayınlandığı tarih, haberin gün içinde kaç kez gösterildiği, ana haberde yayınlanan haber sayısı, bültende ilgili haberin kaçınıcı sırada çıktığı, konusu tespit edildikten sonra, haberin yer alma şekli yukarıda belirtildiği gibi incelenerek kategorize edilecektir. Elde edilen bulgular; *eğitim ekonomisi*, *eğitim hizmetleri*, *eğitim güvenliği*, *eğitim ve sağlık*, *eğitimde resmi duyurular* başlıkları altında açıklanacaktır.

3.3. Analiz ve Bulgular

Bu araştırma kapsamında, Covid-19 öncesi ve sonrasındaki süreçte *Habertürk* televizyonunda yer alan ana haber bültenlerindeki eğitim haberleri ile ilgili içerikler analiz edilmiş ve eğitim haberlerinin salgın öncesi ve sonrası süreçte genel haberler içindeki dağılımı tablolarla ve grafiklerle gösterilmiştir.

Tablo 1. Eğitim Haberlerinin Kategorize Edilmesi (Covid-19 Öncesi)

Sayı	Tarih 2020	Haber Türü	Kategori	Haberin Süresi	Toplam Haber Sayısı	Eğitim Haberi Yayın Sırası	Tekrar Sayısı
1	16.02	Öğrenciler zor şartlarda okula ulaşıyorlar (384 basamaklı okul)	eğitim ekonomisi	1,03	31	27	1
2	17.02	Liseye silahlı saldırı	eğitim güvenliği	2,12	27	1	2

Sayı	Tarih 2020	Haber Türü	Kategori	Haberin Süresi	Toplam Haber Sayısı	Eğitim Haberi Yayın Sırası	Tekrar Sayısı
3	18.02	Okul iflası	eğitim ekonomisi	1,16	30	22	2
4	21.02	MEB: Yeni eğitim programını açıkladı	eğitimde resmi duyurular	1,2	24	20	1
5	22.02	MEB: Liselerde sınıf geçmede sistem değişikliği...	eğitimde resmi duyurular	3,3	24	5	1
6	22.02	MEB: Liselerde sınıf geçme sistem değişikliği ve öğrenci, veli yorumları (Özel Haber)	eğitimde resmi duyurular	2,45	24	6	1
7	24.02	Van'da depremde tatil olan okullara hasar tespit çalışması	eğitim güvenliği	1	25	4	1
8	24.02	Elazığ'da depremde öğrenciler ders başı yaptı.	eğitim güvenliği	2,04	25	6	4
9	24.02	Öğrenciye bir başka veli şiddet uyguladı.	eğitim güvenliği	1,07	25	20	3
10	25.02	MEB: Öğretmen atama sonuçlarını açıkladı.	eğitimde resmi duyurular	0,4	26	12	1
11	26.02	Trafik kazası	eğitim güvenliği	0,4	23	17	1
12	04.03	Servis Kazası	eğitim güvenliği	1,37	30	26	1
13	06.03	Koronavirüs kapıda, okullar dezenfekte ediliyor.	eğitim ve sağlık	1,32	27	1	1
14	08.03	Lise öğrencileri okulda kavga ettiler	eğitim güvenliği	0,4	31	19	1
15	09.03	Deprem sonrası Van'da okullar açıldı	eğitim güvenliği	0,4	29	22	1

Sayı	Tarih 2020	Haber Türü	Kategori	Haberin Süresi	Toplam Haber Sayısı	Eğitim Haberi Yayın Sırası	Tekrar Sayısı
16	10.03	Sağlık Bakanı: Okullar tatil edilebilir.	eğitim ve sağlık	2,22	16	2	2
17	11.03	Bazı vakıf üniversiteleri uzaktan eğitime geçmeye başladı	eğitim ve sağlık	0,4	21	5	1

Tablo 2. Eğitim Haberlerinin Kategorize Edilmesi (Covid-19 Sonrası)

Sayı	Tarih 2021	Haber Türü	Kategori	Haberin Süresi	Toplam Haber Sayısı	Eğitim Haberi Yayın Sırası	Tekrar Sayısı
1	15.02	MEB: Köy okulları açıldı.	eğitimde resmi duyurular	2,52	18	9	6
2	15.02	YÖK: Yüz yüze eğitime başlama tarihi...	eğitimde resmi duyurular	2,4	18	10	5
3	17.02	Valilik: İstanbul'da yüzyüze eğitime ara verildi.	eğitimde resmi duyurular	0,4	16	1	1
4	19.02	Üniler online olunca esnaf zorlandı	eğitim ekonomisi	2	21	10	6
5	19.02	İstanbul'un köylerinde okullar açıldı	eğitimde resmi duyurular	1,59	21	11	4
6	19.02	MEB: Yüz yüze eğitim 1 Mart'ta baslayacak	eğitimde resmi duyurular	1	28	7	8
7	21.02	MEB: Liselerde yüzyüze sınav	eğitimde resmi duyurular	1	17	7	7
8	22.02	Özel Okul Ücretleri	eğitim ekonomisi	3,36	10	1	4
9	23.02	Okullar 1 Martta açılıyor.	eğitimde resmi duyurular	2,02	15	4	5

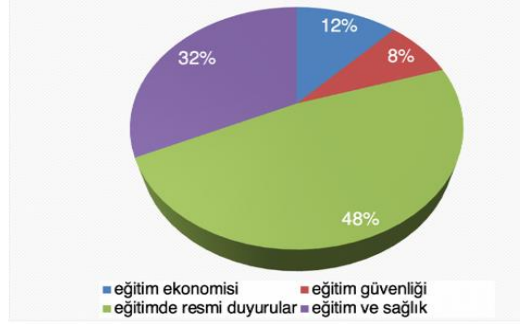
Sayı	Tarih 2021	Haber Türü	Kategori	Haberin Süresi	Toplam Haber Sayısı	Eğitim Haberi Yayın Sırası	Tekrar Sayısı
10	23.02	Cumhurbaşkanı: Öğretmen ataması yapılacağını duyurdu.	eğitimde resmi duyurular	2,32	5	3	4
11	23.02	Öğretmenler salgında neler yaşadı? (Özel haber)	eğitim ve sağlık	3,44	5	4	5
12	24.02	Öğrenciler yüzyüze eğitime hazır mı? (Özel haber)	eğitim ve sağlık	2,37	20	3	2
13	24.02	Köy okulunda korona...	eğitim ve sağlık	0,4	20	4	3
14	24.02	Öğretmenlere aşı Bakan ile başladı	eğitim ve sağlık	1,49	20	5	5
15	25.02	Öğretmene saldırı	eğitim güvenliği	1,2	18	15	1
16	26.02	Öğretmenlere aşı programı	eğitim ve sağlık	1,35	30	5	3
17	27.02	Okullara kabine ertelemesi	eğitimde resmi duyurular	1,39	32	1	7
18	28.02	MEB: Yüzyüze sınavlar 8 Mart'ta başlayacak	eğitimde resmi duyurular	0,45	28	2	5
19	02.03	Yüzyüze eğitim başladı	eğitimde resmi duyurular	2,36	23	5	5
20	03.03	Eğitime ulaşamayan köy okulu çocukları (özel haber)	eğitim ekonomisi	3,12	12	6	3
21	05.03	LGS maratonu ve koronavirüs salgını	eğitim ve sağlık	2,35	24	8	3
22	05.03	MEB: Öğretmen atamaları...	eğitimde resmi duyurular	0,4	24	13	5
23	05.03	Okul duvarı öğrenciyi öldürdü	eğitim güvenliği	1,09	24	16	5
24	09.03	Online eğitime uyum zor (Özel haber)	eğitim ve sağlık	3,02	26	7	4

Sayı	Tarih 2021	Haber Türü	Kategori	Haberin Süresi	Toplam Haber Sayısı	Eğitim Haberi Yayın Sırası	Tekrar Sayısı
25	11.03	Öğretmenin PCR sonucu pozitif çıktı.	eğitim ve sağlık	0,45	19	3	1



Grafik 1. Covid-19 Öncesi Eğitim Haberlerinin İçerikleri (15.02.2020-11.03.2020)

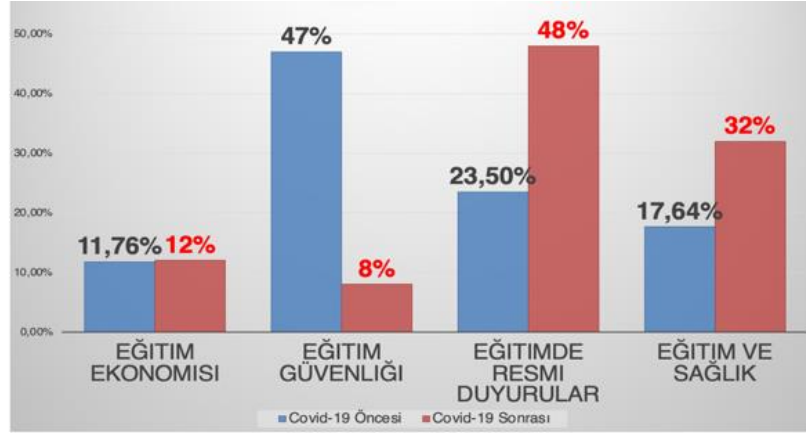
Covid-19 öncesi ana haber bültenlerinde yer alan eğitim haberlerinin neredeyse yarısını (%47) eğitim güvenliği kategorisi oluşturmaktadır. Onu %23 ile eğitimde resmî duyurular, %18 ile eğitim ve sağlık, %12 ile eğitim ekonomisi kategorileri izlemektedir.



Grafik 2. Covid-19 Sonrası Eğitim Haberlerinin İçerikleri (15.02.2021-11.03.2021)

Covid-19 sonrası ana haber bültenlerinde yer alan eğitim haberlerinin oranları incelendiğinde haberlerin neredeyse yarısını “eğitimde resmî duyurular” kategorisi oluşturmaktadır. Ardından, %32 ile “eğitim ve sağlık”, %12 ile “eğitim ekonomisi” ve son olarak %8 ile “eğitim güvenliği” kategorisi izlemektedir. Bu dönemde, eğitim konusunda yapılan haberlerin neredeyse yarısına yakın “eğitim güvenliği” başlığı altında yapılmıştır.

Tablo 3. Eğitim Haberleri İçeriklerine Covid-19 Etkisi



Covid-19 öncesi ve sonrası süreç genel olarak ele alındığında da ‘eğitim güvenliği’ başlığı altında yapılan haberlerin oranında ciddi bir düşüş söz konusudur. Bu başlık altında değerlendirilen haberlerin oranı %47’den %8’e düşmüştür.

Türkiye’de de televizyon ana haber bültenlerinde yayınlanan haberlerin şiddet düzeyini ölçmek için yapılan bir araştırmada haber bültenlerinde şiddetin yoğun olarak kullanıldığı; ana haber bültenlerindeki şiddet oranının yüzde 30’u kapsadığı belirtilmiştir.

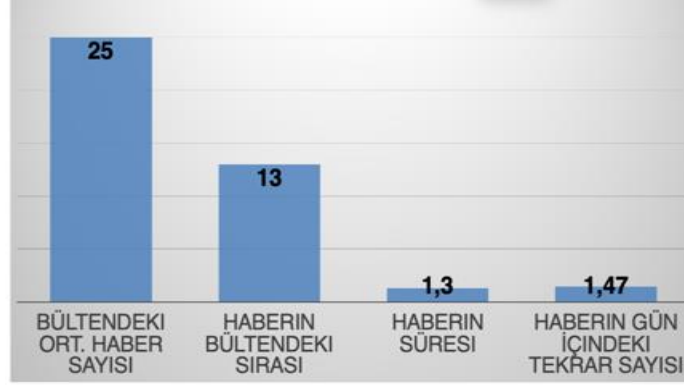
Reyting getirmesi dolayısıyla şiddet haberlerine yönelindiği ise araştırmada öne çıkan bir başka unsurdur (Özen ve Gökmen, 2020: 296). Ancak eğitim kurumlarının kapalı dönemde şiddeti de barından eğitim güvenliği kapsamında değerlendirilen unsurlar daha az yaşandığından; ana haber bültenlerinde de daha az yer bulmuştur.

Salgın öncesi süreçte ‘eğitimde resmî duyurular’ olarak kategorilendirilen haberler genel haberlerin arasında %23 iken, salgınla birlikte topluma yönelik bilgilendirmelerin artması nedeniyle bu oran Covid-19 sonrası süreçte %48’e çıkmış ve iki kattan fazla oransal bir artış söz konusu olmuştur. Covid-19 öncesi eğitim duyuruları sadece Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) tarafından yapılırken, Covid-19 sonrası Sağlık Bakanlığı, Cumhurbaşkanı, Valilik tarafından da yapılmıştır. Yapılan bir başka çalışmada yer alan bulgular bu sonucu doğrulamaktadır. Gazetelerde yer alan eğitim haberlerinin tarandığı bir çalışmada MEB’in en çok rastlanan haber kaynağı olduğu tespit edilmiştir. Çalışmadan elde edilen bu sonuç; eğitimle ilgili sorunların tespiti ve çözümlerin ana sorumlusunun Milli Eğitim Bakanı olmasından kaynaklandığı yorumu ile ele alınmıştır (Berkant ve Cömert, 2013: 38) Ancak olağanüstü günlerden geçilen salgın sürecinde eğitim haberleri konusunda resmi duyuru kaynaklarının çeşitlendiği; MEB’in ve YÖK’ün yanı sıra Sağlık Bakanlığı, Cumhurbaşkanı, Valilik tarafından da açıklamalarda bulunulduğu bu çalışma kapsamında açıkça görülmüştür.

Oransal olarak artışın olduğu bir başka başlık ise ‘eğitim ve sağlık’ kategorisinde gerçekleşmiştir. Covid-19 öncesi süreçte %18 olan oran, salgın sonrası süreçte %32’ye çıkarak büyük bir artış göstermiştir.

Ayrıca bu noktada salgın öncesinde çıkan eğitim ve sağlık kategorisinde değerlendirilen haberlerin henüz Türkiye’de örnekleri yaşanmasa da Çin’de baş gösteren vakalardan kaynaklandığı tespit edilmiştir. ‘Eğitim ekonomisi’ kategorisinde yer alan haberlerin ise iki süreç incelendiğinde de aynı oranda kaldığı görülmektedir.

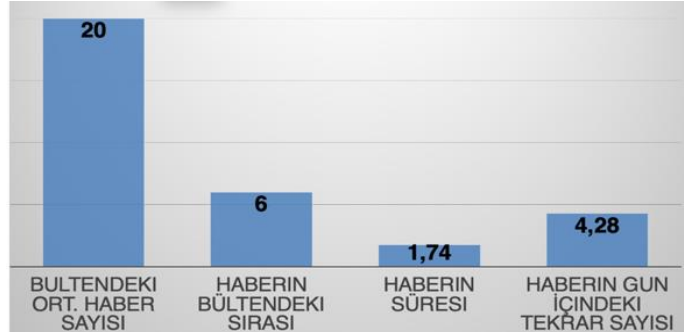
Tablo 4. Covid-19 Öncesi Eğitim Haberleri.



Covid-19 öncesi süreçte ana haber bültenlerinde yer alan haber sayıları günlük ortalama alınarak incelenmiş ve dört başlık altında (bültendeki ortalama haber sayısı, haberin bültendeki sırası, haberin süresi, haberin gün içindeki tekrar sayısı) ele alınmıştır. Buna göre; Covid-19 öncesi süreçte günlük ortalama 25 haber yapıldığı görülmüştür.

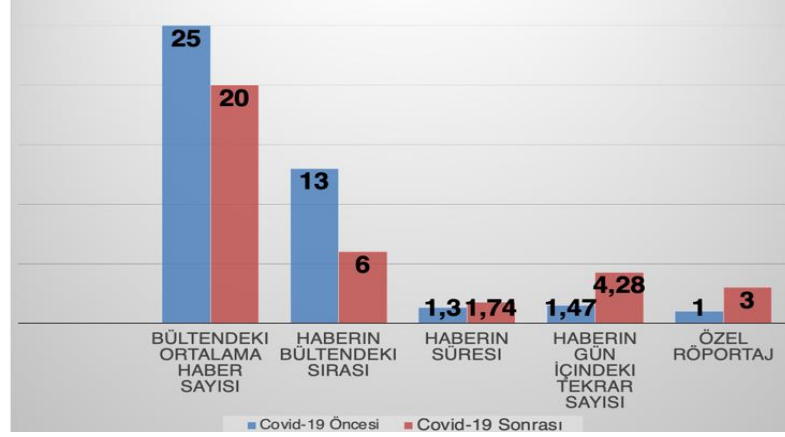
Eğitim haberlerinin bültende 13. sırada yer aldığı ve her bir haberin süresinin ortalama 1,3 dakika olarak yer bulduğu tespit edilmiştir. Diğer yandan, eğitim haberinin gün içindeki tekrar yayınlanma sayısının ise ortalama 1,47 olduğu görülmüştür.

Tablo 5. Covid-19 Sonrası Eğitim Haberleri



Bu dört kategoriye yönelik Covid-19 sonrası süreç analiz edildiğinde, bültendeki ortalama haber sayısının 20 olduğu görülmektedir. Eğitim haberlerinin bültendeki yeri ise 6. Sırada yer bulmaktadır. Eğitim haberlerinin süresi ise 1,74 dakika olarak tespit edilmiştir. Son olarak, eğitim haberlerinin gün içindeki tekrar yayınlanma sayısı ise ortalama 4,28 olmuştur.

Tablo 6. Eğitim Haberlerine Covid-19 Etkisi



Bültendeki ortalama haber sayıları iki dönemde karşılaştırıldığında, salgın sonrası süreçte haber sayılarında %20’lik bir düşüş söz konusu olmuştur. Bunda, eğitime ara verilmesi ve toplumsal sağlığı ilgilendiren haberlerin ön plana çıkması etkili olmuştur.

Eğitim ile ilgili haberlerin haber bültenlerindeki sırasına bakıldığında, salgın öncesi 13 iken, bu rakam salgın sonrası süreçte 6.sıraya kadar çıkmıştır. Yapılan literatür taramasında haberlerin önem sırasına göre izleyiciye sunulduğu aktarılmaktadır. Geniş kitleleri ilgilendiren, etki alanı yaygın önemli olayların birinci sırada, ikincil öneme sahip haberlerin ise bültenin ilerleyen dakikalarında yer aldığı belirtilmektedir.

Haberlerin sıralaması haber kanalına, ana haber bülteninin yönetim stratejilerine, editöre göre değişkenlik gösterebilmektedir. Ayrıca her haber her kanal için aynı oranda önem arz etmeyebilir (Özen ve Gökmen, 2020: 295). Ayrıca daha önce belirtildiği gibi istisnai durumlar mevcuttur; daha çok izlenmesi beklenen bazı haberin merak duygusunu tetiklemek için bültenin sonlarına doğru yayınlanması da söz konusudur.

Karşılaştırılan iki süreç arasında eğitim haberlerinin süresinde de artış olduğu görülmüştür. Ortalama 1,3 dakika olarak verilen eğitim haberleri, salgın sonrası süreçte 1,74 dakika olarak hesaplanmıştır. Yani eğitim içeriklerinin haber bültenlerinde daha uzun süre yer aldığı söylemek mümkündür. Oransal olarak bakıldığında, haber süresinde %33’lük bir artış göze çarpmaktadır. Bir diğer dikkat çeken artış ise haberin gün içindeki tekrar sayısının ele alındığı kategoride gerçekleşmiştir. Bu kategoride, salgın öncesi sayı 1,47 iken, salgın sonrası haberlerin tekrar sayısı 4,28’e yükselmiş ve neredeyse üç kata yakın bir artış söz konusu olmuştur. Haberinin diğer saatlerde yayınlanan haber bültenlerinde yayınlanıp yayınlanmadığını belirtmek için ‘tekrar sayısı’ ifadesi kullanılmıştır.

Eğitim ile ilgili haberlerde konunun uzmanlarıyla yapılan özel röportajlar da incelemeye tabii tutulmuştur ve burada da artış gözlemlenmiştir.

Covid-19 öncesi incelenen süreçte eğitim ile ilgili gerçekleştirilen özel röportaj sayısı sadece 1 haberle sınırlı iken; bu sayı salgının eğitim ve öğrenciler üzerindeki etkisinin artması ve eğitimde daha önce var olmayan çevrimiçi platformların kullanılmaya başlamasıyla birlikte üç katı artmıştır. Salgın sonrası taranan eğitim haberlerinin içindeki özel haber sayısının üç habere eriştiği görülmüştür.

Gazete okuyucuları üzerinde yapılan bir başka çalışmada; gazetelerin sadece gündeme ilişkin haberleri veren bir araç olarak değil; bunun ötesine geçerek işlevsel bir iletişim aracına dönüşmesi ve eğitim aracı rolüne bürünmesi gerektiğine işaret edilmiştir (Erkılıç, 2008). Bu sonuç, bu çalışma kapsamında ortaya konan veri ile doğru orantılıdır. Eğitim içeriklerinde özel haberlerin sayısı rutin haberlere göre daha azdır, ancak belirtildiği gibi salgınla birlikte özel haberlerin sayısının 3 katı arttığı tespit edilmiştir.

Covid-19 hayatın bütün alanlarına olduğu gibi eğitim alanına da etki etmiş ve birçok medya organı vasıtasıyla eğitim üzerine yapılan haberlerin ve içeriklerin sayısı artmıştır. Daha önce eğitim alanında gündemde olmayan birçok yeni soruna yönelik haberler üretilmiş, geçmişten beri var olan sorunların ise görece daha geri planda kaldığı saptanmıştır.

Covid-19 öncesi ve sonrası süreçlerde eğitim üzerine yapılan haberlerin önemi de ana haber bültenlerindeki haberin sıralaması ve süresine bakıldığında çok daha iyi anlaşılmaktadır.

4. Sonuç

Hayatın her alanını etkileyen Covid-19 salgını eğitimin işleyişinde de bir milat olarak eğitim dünyasının tüm paydaşlarına önemli dersler vermiştir. Eğitimin her koşulda sürdürülebileceği, yüz yüze eğitimin önemi, teknolojinin eğitimdeki yeri, okulların önemi, öğrenci-aile-okul birlikteliği gibi pek çok açılardan ele alınabilecek olan eğitim konuları salgın ile birlikte kitle iletişim araçlarında daha fazla yer bulmaya başlamıştır. Pandemi koşullarında milyarca öğrencinin eğitiminin aksamaması için her ülke kendi yeterliliği ölçüğünde adımlar atarak çeşitli tedbirler almıştır. Yaşanan bu küresel kriz devletlerin eğitim sistemlerindeki süreçlerini yeniden gözden geçirmelerini zorunlu kılmıştır. Koşulların dayattığı bir zorunluluktan kaynaklansa da kitle iletişim araçları bu süreçle beraber eğitimi daha fazla gündemlerine taşımışlardır. Çalışma kapsamında elde edilen veriler eğitim haberlerinin niceliksel ve niteliksel olarak artış gösteren bir ivme kazandığını açıkça ortaya koymuştur. John Dewey'in "*Eğitim hayata hazırlık değil, hayatın ta kendisidir*" sözünü deneyimlediğimiz bu süreç yaşam boyu eğitimin önemini daha iyi kavramımızı sağlamıştır. Ayrıca; eğitim sistemlerinin gelişmesi ve kriz olmadan da eğitimin başrolde olabilmesi için medyaya önemli görevler düştüğü görülmüştür.

En etkili haber alma araçlarından olma özelliğini koruyan televizyon ve ana haber bültenleri aracılığıyla medyanın bilgilendirme ve eğitim rolleri de bu dönemde artış göstermiştir.

Bu bağlamda; kitlesel gündem penceresinden eğitim haberlerini ele almanın yanı sıra, proaktif davranarak sadece rutin haberlerin kamuoyu ile paylaşılmadığı, eğitimin iyileştirilmesi gereken tüm alanlarının haber bültenlerinde yer bulduğu bir medya ortamına ihtiyaç olduğu görülmektedir. Medyanın haber verme rolünün yanında eğitim aracı olarak da kalıcı misyonlar yüklenmesi gerektiğine işaret eden pek çok çalışmada benzer vurgu yapılmaktadır.

Sadece salgın gibi olağanüstü dönemlerde değil, rutin dönemlerde de haber akışlarında daha fazla eğitim haberlerinin yer bulmasının toplumun bilinçlenmesi ve gelişmesi açısından olumlu sonuçlar doğuracağına inanılmaktadır.

Kaynakça

- Berkant, H. G., & Cömert, M. (2013). Günlük gazetelerdeki eğitimle ilgili haberlerin incelenmesi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2), 25-44.
- Böke, K. (2009). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Bülbül, R. (2001). *Haberin anatomisi ve temel yaklaşımlar*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Cerenci, S. (2001). *Televizyonda program yapımı*. İstanbul: Metropol Yayınları.
- Charon, J.M. (1993). *Medya Dünyası*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Demirci, S., ve Köseli, M. (2009). İkincil veri ve içerik analizi. *İçinde Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, 321-362.
- Edelstein, A. S. (1973). An alternative approach to the study of source effects in mass communication. *Studies of Broadcasting*, 9, 5-29.
- Erkılıç, T. A. (2008). Eğitimle ilgili yazılara ilişkin yerel basın üzerinde yapılan bir çözümleme. *Yordam Manas Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, 223-234.
- Garnham, N. (1990). *Capitalism and communication: Global culture and the economics of information*. California: Sage Publications.
- Gerbner, G. (2002). *Global media mayhem*. Global Media Journal, 1(1).
- Girgin, A. (1998). *Haber Yazma Teknikleri*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Gökçe, O. (2006). *İçerik analizi: Kuramsal ve pratik bilgiler*. Ankara: Siyasal kitabevi.
- İrvan, S. (2000). *Metin Çözümlemelerinde Yöntem Sorunu*. Medya ve Kültür, 1.Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri, Ankara: İletişim Dergisi Yayınları.
- Karakuşçu, G. Y. (2003). *Özel Televizyon Haberlerinde Terörizm Kanal D Ve Show Tv Ana Haber Bültenleri İçerik Analizi*. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış Doktora Tezi).
- Kars, N. (2003). *Televizyon programı yapalım herkes izlesin*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Katz, E., ve Foulkes, D. (1962). On the use of the mass media as “escape”: Clarification of a concept. *Public opinion quarterly*, 26(3), 377-388.
- Katz, E., Blumler, J. G., ve Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The public opinion quarterly*, 37(4), 509-523.
- Lippmann, W. (2017). *Public opinion*. New York: Routledge.
- McQuail, D., ve Windahl, S. (2010). *İletişim Modelleri. İçinde Kitle İletişim Çalışmalarında*. (Çev: Konca Yumlu). Ankara: İmge Kitabevi.
- Mutlu, E. (1995). *İletişim Sözlüğü*. Ankara: Ark Yayınevi.

- Özen, Ö. ve Gökmen, M. (2020). Türkiye’de TV Ana Haber Bültenlerinde Yayınlanan Haberlerin Şiddet Düzeyinin Analizi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(2), 266-297.
- Poyraz, B. (2002). *Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik*. Ankara: Ütopya Yayınları.
- Radyo Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği RATEM (2020). *Türkiye Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Sektör Raporu*. RATEM. Accessed December, 8, 2020.
- Signorielli, N., ve Morgan, M. (Eds.). (1990). *Cultivation analysis: New directions in media effects research* (p. 85). Newbury Park, CA: Sage.
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2006). *İletişim Araştırma ve Kuramları*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Yaylagül, L. (2010). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.

beykozakademi

DERGİSİ

CİLT 09 - SAYI 02
YIL 2021



E-ISSN 2651-5393

www.beykoz.edu.tr • 0216 912 22 52

 /beykoz.edu.tr

ISSN 2651 - 5393



9 772147 808009 >