

beykozakademi

DERGİSİ

Cilt 10 - Sayı 1
YIL 2022



E-ISSN 2651-5393



Cilt: 10 – Sayı: 1 – Yıl: 2022

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 (Sunny 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: Recep KAYA

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. Ali Karun NEMLİOĞLU
Prof. Dr. A. Ercan GEGEZ
Prof. Dr. Akın MAŞRAP
Prof. Dr. Ali DEVECİ
Prof. Dr. Ali Karun NEMLİOĞLU
Prof. Dr. Aypar USLU
Prof. Dr. A. Zafer ACAR
Prof. Dr. Baki AKSU
Prof. Dr. Banu DURUKAN
Prof. Dr. Bilge Leyli DEMİREL
Prof. Dr. Birdoğan BAKİ
Prof. Dr. Birsen Talay KELEŞOĞLU
Prof. Dr. Cavide UYARGİL
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. Hasan Fehmi BAKLACI
Prof. Dr. Kadir DABBAOĞLU
Prof. Dr. Kutluk Kağan SÜMER
Prof. Dr. M. Burak GÜRBÜZ
Prof. Dr. Mehmet TANYAŞ
Prof. Dr. Mustafa Burak GÜRBÜZ
Prof. Dr. Müge ARSLAN
Prof. Dr. Nüket GÜZ
Prof. Dr. Okan TUNA
Prof. Dr. Ömer İSKENDEROĞLU
Prof. Dr. Ömür Yaşar SAATÇİOĞLU
Prof. Dr. Pınar Seden MERAL
Prof. Dr. Pınar SÜRAL ÖZER
Prof. Dr. Selçuk Nas
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

Doç. Dr. Adnan Veysel ERTEMEL
Doç. Dr. Arzum BÜYÜKKEKLİK
Doç. Dr. A. Özgür KARAGÜLLE

Doç. Dr. Ahmet DOLUNAY
Doç. Dr. Ali SOMEL
Doç. Dr. Ali GÖRENER
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. Fulya TAŞEL
Doç. Dr. F. Nur YORGANCILAR ATATOPRAK
Doç. Dr. Gül COŞKUN DEĞİRMEN
Doç. Dr. Gül DENKTAŞ ŞAKAR
Doç. Dr. Hatice Yaprak CİVELEK
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. M. Emre CİVELEK
Doç. Dr. Nevzat Evrim ÖNAL
Doç. Dr. Nurhan YEL
Doç. Dr. N. Ozan BAKIR
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. 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 Başak DEĞERLİ
Dr. Öğr. Üyesi Başak ERDEM
Dr. Öğr. Üyesi Behiye BEĞENDİK
Dr. Öğr. Üyesi Beste Gökçe PARSEHYAN
Dr. Öğr. Üyesi Burak ÇAKALOZ
Dr. Öğr. Üyesi Burcu GÜVEN
Dr. Öğr. Üyesi Burçak GÜRSOY 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 Füsun 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 İsmail Erim GÜLAÇTI
Dr. Öğr. Üyesi Kenan İLARSLAN
Dr. Öğr. Üyesi Lokman KANTAR
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet NUHOĞLU
Dr. Öğr. Üyesi Melis KAYTAZ YIĞİT
Dr. Öğr. Üyesi Murat Düzgün
Dr. Öğr. Üyesi Müge İRFANOĞLU
Dr. Öğr. Üyesi Nesli ÇANKIRI
Dr. Öğr. Üyesi Nagehan UCA
Dr. Öğr. Üyesi Narman KUZUCU
Dr. Öğr. Üyesi Necla DALBAY
Dr. Öğr. Üyesi Nejla KARABULUT
Dr. Öğr. Üyesi Neslişah BAŞARAN
Dr. Öğr. Üyesi Nigar Çağla MUTLUCAN
Dr. Öğr. Üyesi Nurullah DEMİR
Dr. Öğr. Üyesi Oktay ÇETİN
Dr. Öğr. Üyesi Onur OĞUZ
Dr. Öğr. Üyesi Osman SAVAŞKAN
Dr. Öğr. Üyesi Özlem SANRI
Dr. Öğr. Üyesi Pervin ERSOY
Dr. Öğr. Üyesi Pınar ACAR
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 Yasin AKSOY
Dr. Öğr. Üyesi Zafer ÖZDEMİR

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

içindekiler

01

Engelli Bireylere Yönelik Cinsel Saldırıların İnternet Haberciliğinde Temsili: Bursa'da Engelli Bir Bireye Yönelik Cinsel Saldırı Örneği

Representations of Violence Against Disabled Individuals on News Websites: An Analysis On Bursa Case

Veli BOZTEPE, Özlem ÇELİK

(Araştırma Makalesi)

20

Üçüz Açık Baskı Endeksi ve Makroekonomik Değişkenler Arasındaki İlişkinin Analizi: Türkiye Uygulaması

Triple Deficit Pressure Index and Estimation of The Financial Crisis: Turkey Case

Murat AKKAYA

(Araştırma Makalesi)

38

Türk Kahvesi Markalarının Dijital Halkla İlişkiler Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı

Social Media Use of Turkish Coffee Brands In The Context of Digital Public Relations

Sabahat ÖZKAN, Ayten ÖVÜR

(Araştırma Makalesi)

58

A Meta-Analytic Review on Antecedents of Green Product Purchase Intention: An Extended TPB Approach

Yeşil Ürün Satın Alma Niyeti Öncülleri Üzerine Bir Meta-Analitik Derleme: Genişletilmiş Bir PDT Yaklaşımı

İlayda İPEK, Banu DEMİREL, Burcu İLTER, Emel KURUOĞLU KANDEMİR

(Araştırma Makalesi)

78

Yapay Zekâ Tekniklerinin Saldırı Tespit Sistemleri'nde Kullanımı

Use of Artificial Intelligence Techniques In Intrusion Detection Systems

Mahbub Dilan KOYUNCU, Nafiz ÜNLÜ

(Araştırma Makalesi)

88

Son Dönem Osmanlı Devleti'nde Fuhuş ve Yerel Aktörler (1876-1909)

Prostitution and Local Actors In The Late Ottoman Empire (1876-1909)

Burcu BELLİ

(Araştırma Makalesi)

beykozakademi

103

Gig Ekonomide Psikososyal Riskler “Nitel Bir Analiz”

Psychosocial Risks In The Gig Economy “A Qualitative Analysis”

Nevin KÜÇÜK, Pınar TINAZ

(Araştırma Makalesi)

127

Çalışanların Etik Sorumluluk Algılarının İşe Yoğunlaşmaya Etkisinin İncelenmesi: İşe İstek Duymanın Aracılık Rolü

Examining The Effects of Employees' Perceptions of Ethical Responsibility on Work Absorption: The Mediating Role of Work Vigor

Bekir DEĞİRMENÇİ

(Araştırma Makalesi)

145

Okul Öncesinde Sanat Eğitimi Destekleme Amacıyla Hazırlanan Araştırma Modelinin Okullar Arasında Karşılaştırılması

Comparison of Research Model Prepared For Supporting Art Education In Pre-School

Merva KELEKÇİ OLGUN

(Araştırma Makalesi)

158

Finansal Teknoloji Uygulamaları, Bankaların Risk Yönetimi Ve İç Kontrol Yapısı Üzerindeki Etkisi Ve Sonuçları

The Effect and Results of Financial Technology Applications on Risk Management and Internal Control Structure of Banks

Şükrü Mete TEPEGÖZ

(Araştırma Makalesi)

169

Sağlıkta Dönüşüm Uygulaması Hizmet Sunumu Performansının Karşılaştırılması

Comparison of The Service Delivery Performance In The Health Transformation Practice

Müjde KOCAMAN AKBAYRAK, Akın MARŞAP

(Araştırma Makalesi)

183

Marka Deneyimlerinin Marka Savunuculuğu Üzerine Etkisi: Türkçe'ye Ölçek Uyarlama, Geçerlilik ve Güvenilirlik

Brand Experiences Impact on Brand Advocacy: Adaptation To Turkish Scale, Validity and Reliability

Serap BOZKURT

(Araştırma Makalesi)

beykozakademi

211

Ülkeler Arası Doğrudan Yabancı Yatırım Girişleri Arasındaki Nedensellik Analizi: Kırılgan Beşli Örneği

Causality Analysis Between Foreign Direct Investment Inflows Among Countries: Fragile Five Example

Osman Kürşat ONAT, Abdullah ERTÜRK

(Araştırma Makalesi)

228

COVID-19 Salgınının, Çalışanlar Üzerine Etkileri: Havacılık, Lojistik, Finans, Tekstil ve Sağlık Sektörleri Bağlamında Bir Değerlendirme

Impacts of Covid-19 On Employees: An Evaluation In The Context of Aviation, Logistics, Finance, Textile and Health Sectors

Özlem ÇAPAN ÖZEREN, Çağlar ÇABUK, Hülya ŞİMGA

(Araştırma Makalesi)

250

Tarım-Gıda Bütünleşik Tedarik Zinciri Tasarımı: Domates Ürünü Uygulaması

Agri-Food Supply Chain Holistic Design: Tomato Product Application

Atiye TÜMENBATUR, Mehmet TANYAŞ, Emre ÇAKMAK

(Araştırma Makalesi)

265

Türkiye’de E-Ticaret Platformlarında Satış Yapan Kırsal Kadın Kooperatiflerinin İncelemesi

A Survey on The Rural Women Cooperatives Active In E-Commerce Platforms In Turkey

Özgür Burçak GÜRSOY YENİLMEZ

(Araştırma Makalesi)

ENGELLİ BİREYLERE YÖNELİK CİNSEL SALDIRILARIN İNTERNET HABERCİLİĞİNDE TEMSİLİ: BURSA'DA ENGELLİ BİR BİREYE YÖNELİK CİNSEL SALDIRI ÖRNEĞİ

Veli BOZTEPE¹, Özlem ÇELİK²

Öz

Bu çalışmada, engelli bir bireye yönelik cinsel saldırının internet haber sitelerinde nasıl temsil edildiği incelenmiştir. Çalışmanın amacı, söz konusu temsil biçimlerinin toplumda var olan engellilerle ilgili yaklaşımlarla ne ölçüde örtüştüğünü, sorunlu temsil biçimlerinin nedenlerini ortaya koymaktır. Çalışmada bir engelli bireye yönelik cinsel saldırının mahkeme süreciyle ilgili internet haber sitelerinde yer alan haberler ele alınmıştır. Çalışma 2019 yılındaki haberlerle sınırlandırılmıştır. Evrenin çok geniş olması nedeniyle çalışmada Türkiye'de en fazla ziyaret edilen internet haber siteleri arasında yer alan *haberturk.com*, *sozcu.com.tr*, *hurriyet.com.tr* ve *sabah.com.tr* örneklem olarak seçilmiştir. Büyük medya gruplarına ait olan söz konusu internet sitelerinde yer verilen haberler, eleştirel söylem çözümlemesi kullanılarak incelenmiştir. Bulgular farklı yayın gruplarına ait olmalarına rağmen internet sitelerinin sorunlu temsil biçimlerinde genel olarak benzeştiklerini göstermektedir. Cinsel saldırıya uğrayan engelli bireyin kimliğinin teşhir edilmesi; saldırının erotize edilmesi, olaya dramatik unsurlar açısından haber değeri atfedilmesi; olayın art alan bilgisi verilmeden, bağlamından koparılarak aktarılması; engelli bireyi suçlayan, iddiaları zanlıların lehine olacak bir biçimde aktaran haber sunumu incelenen internet sitelerinin benzeştikleri temel noktalarıdır.

Anahtar Kelimeler: Engelli Bireyler, İnternet Haberciliği, Temsil, Eleştirel Söylem Analizi

Jel Sınıflaması: L82, I10, K10

REPRESENTATIONS OF VIOLENCE AGAINST DISABLED INDIVIDUALS ON NEWS WEBSITES: AN ANALYSIS ON BURSA CASE

Abstract

This paper focuses on how sexual assault for disabled persons represented on news websites. The Purpose of this study is: To exhibit that, the degree to which match up this representation styles with perspective about disabled persons in common and the reason of problematic representation styles. In this research analysed that news fall in to news websites about sexual assault for disabled persons' court process. Study limited 2019 newses. For the reason of there are great number of news websites, this study limited with most popular websites in Turkey (*haberturk.com*, *hurriyet.com.tr*, *sozcu.com.tr* and *sabah.com.tr*). So this websites chosen as a sample of this study. The analysis is based on the critical discourse analysis. Findings show that, the news websites are similar about problematic representation styles even though they contain in different meedia groups. Analysed internet news websites' alike Points are: Expose disabled persons who meet with sexual assault, making emotional blackmail, wording contains inadequate information, blaming persons, expressions which is show the suspect as a blameless.

Keywords: Disabled Persons, News Websites, Representation, Critical Discourse Analysis

JEL Classification: L82, I10, K10

¹ Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Televizyon Haberciliği ve Programcılığı Bölümü, veliboztepe@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-3757-3772.

² Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Okan Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Özel Eğitim Öğretmenliği, ozlemcelik.uibk@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2507-9689.

1. Giriş

Gazete, televizyon, radyo gibi geleneksel haber medyasının yanına son yıllarda internet medyası-yeni medya da eklenmiştir. Hız, etkileşim, multimedya gibi birçok özelliğe sahip olan internet medyası gazetecilik pratiklerini değiştirdiği gibi, haber tüketicisini de yeniden biçimlendirmektedir. Yeni medya sayesinde kitlelerin farklı yayıncılık biçimlerine erişebilmelerinin yolu açılmıştır. Haber sitelerinin yanı sıra sosyal medya da giderek haber iletmek için kullanılmaya başlanmış, geleneksel ve statik haber alma biçimleri daha dinamik hale gelmiştir. İletişim araçlarının elde ettiği hız, veri işleme- depolama, farklı kaynakların bir arada olması gibi multimedya olanakların yeni bir okuyucu-izleyici kitlesi yarattığı görülmektedir (Coşkun, 2015: 68-69). Yeni kitlenin temel özelliklerinden biri bilgiye anında ulaşmayı talep etmesidir. Pavlik'e göre (2013: 37) bu durum gazeteciler bakımından iki tarafı keskin bir kılıcı temsil etmektedir: Günümüz gazetecisi hem daha hızlı hem de daha iyi yazmalıdır. İnternet medyasının özellikle gençler arasında hızla yaygınlaştığı genç bir nüfusa sahip Türkiye'de de internet kullanımının hızla arttığı görülmektedir (TÜİK, 2019). İnternet haberciliğindeki bu gelişmelere karşın haber içeriği geleneksel medyada görülen sorunlu temsil³ biçimlerinin sürdüğü, hatta daha kötü örneklerin görüldüğünü söylemek yanlış olmayacaktır. Bu durum özellikle kadınlar, çocuklar, farklı kültürel kimlikler, engelliler söz konusu olduğunda daha belirgin hale gelmektedir.

Engelli bireylere yönelik saldırıların önlenmesi için hukuki ve sosyal düzenlemelerin yapılması, yanı sıra toplumsal bilincin geliştirilmesi büyük önem arz etmektedir. Medya toplumsal bilincin geliştirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Bu durum özellikle kendini "gerçek" olarak konumlandıran haberler için geçerlidir. Ancak "ötekileştirme", "kalıp-yargı", "nefret söylemi" ve "ayrımcılık" gibi olumsuz haber söylemlerinin yoğun olduğu Türkiye'de engelli bireylere medyada yeterince yer verilmemektedir (Akbulut vd. , 2017: 109). Engelli bireyler medyada, daha çok olumsuz olaylar söz konusu olduğunda gündeme gelmektedir. Bu olumsuz olaylardan biri engelli bireylere yönelik saldırılardır. Türkiye'de engelli bireylere yönelik saldırılar arasında cinsel saldırı öne çıkmakta ve saldırıya uğrayan engelli bireylerin ağırlıklı olarak zihinsel engelli oldukları görülmektedir. Akbulut ve diğerlerinin (2017: 46) 2012-2014 yıllarını kapsayan çalışmasına göre engelli bireylerin maruz bırakıldığı cinsel şiddet ve istismar olayları arasında, yıllara göre farklılıklar göstermekle birlikte, cinsel istismar öne çıkmaktadır. Engel türlerine göre dağılımları incelendiğinde zihinsel engellilerin saldırıya uğrayanların %60,3'ünü oluşturduğu görülmektedir (Akbulut vd., 2017: 53).

Türkiye'de engelli bireylerle ilgili çalışmalar engelli olma durumu, engelli aileleri, engellilerin eğitim ve öğretimi, istihdam, erişilebilirlik, rehabilitasyon ve sosyal yardım gibi konularda yoğunlaşmaktadır. Engellilerin medyada temsil biçimlerine ilişkin çalışmalar ise sınırlı sayıdadır. Bu çalışmalar arasında öne çıkanlardan Akbulut vd.'nin, (2017) "Engelli Bireylere Yönelik Fiziksel-Cinsel Şiddet, İstismar ve Kötü Muamele Olayları İzleme Raporu" başlıklı çalışması engellilere yönelik şiddeti, aralarında medya başlığının da bulunduğu birçok başlıkta incelenmektedir.

³ Çalışmada 'temsil' kavramı eleştirel yaklaşımlar çerçevesinde kullanılmıştır. Stuart Hall (1997: 15) temsilin dil kullanılarak anlam üretilmesi olduğunu, ancak anlam üretim sürecinde dilin bir ayna görevi görmediğini belirtir. Anlamın temsil sayesinde üretildiğini belirten Hall anlamın, bir üretim sonucunu kurulduğunu vurgular. Medya içeriğinin tümü temsil kavramıyla ilgilidir. Başka bir deyişle medyanın hangi öznelere, kurumlara yer verdiği, bunların hangi bağlam-betimlemelerle sunulduğu bir temsil konusudur (Tanrıöver, 2007: 153).

Övünç M. Fermanoğlu'nun (2019) "Çevrimiçi Hariciler: Türkiye'de Dijital Engelli Aktivizmi Üzerine Bir Araştırma" başlıklı makalesi sosyal ağ sitelerinin içeriklerini, Ardıç-Çobaner ve Öğüt-Yıldırım'ın (2017) "Dijital Medyada Engellilerin Temsili: Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook'ta Engelli Grup Sayfaları" çalışması dijital medyada engellilerin temsili konusunu, Serttaş ve Eral'ın (2017) "Türkiye'de Yayınlanan Çizgi Dizilerde Engelli Bireylerin Temsili: TRT Çocuk Kanalı Örneği" başlıklı çalışması çizgi diziler üzerinden engelli bireylere yönelik şiddeti, Köten ve Erdoğan'ın (2014) "Sanaldan Gerçeğe Ağlara Tutunmak: Engelli Gençlerin Facebook'ta Sosyalleşme Deneyimleri" başlıklı makalesi ise engelli gençlerin Facebook'ta Sosyalleşme biçimlerini incelemektedir.

Engellilerin medyadaki temsil biçimlerinin, özellikle de engelli bireylerin maruz bırakıldığı şiddet ve istismar vakalarının temsil biçimlerinin incelenmesi bu tür saldırılara karşı verilen mücadele için önem taşımaktadır. Türkiye'de yeterli olmayan konuyla ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülen çalışmada, engelli bireylerin internet haberciliğinde nasıl temsil edildiği dört internet haber sitesi (haberturk.com, sozcuk.com.tr, hurriyet.com.tr ve sabah.com.tr) üzerinden incelenmiştir.

2. Kavramsal Çerçeve

Bir sorunla ilgili doğru terimlerin kullanılması konunun farkındalığını arttırabilmekte, hatta konuya yaklaşımı belirleyebilmektedir. Engellilerle ilgili dünya genelinde farklı kavramlar kullanılmaktadır. Kavramsal standart oluşturabilmek için Dünya Sağlık Örgütü bir sınıflandırma yapmıştır. Bu sınıflandırmaya göre; yetersizlik sağlık bakımından anatomik, psikolojik fonksiyon veya yapılarıdaki eksikliği ve anormalliyi; engellilik ise sağlıkta meydana gelen bozulmayla oluşan yetersizlikten dolayı, normal bir kişiye göre herhangi bir yeteneğin kullanamama halidir (Bilge vd., 2005: 182).

Engellilik olgusuna yaklaşımların üç temel kavram etrafında şekillendiği görülmektedir. Bu kavramlar tıbbi model, sosyal model ve olumlayıcı modeldir. Tıbbi modelde engelliliğin tedavisi için yöntemler geliştirilmeye çalışılmıştır (Altuntaş ve Topçuoğlu, 2013). Engelliliğin bireysel/tıbbi kavramsallaştırmasında kişisel deneyimlere veya tıbbi problemlere gönderme yapılarak bozulmaya-noksanlığa bağlı sınırlılıklar vurgulanmaktadır (aktaran: Ardıç-Çobaner ve Öğüt-Yıldırım, 2017: 403). Tıbbi modelin yaklaşımları zaman içinde eleştirilmiş ve sosyal model zamanla benimsenmiştir. Sosyal model, engellilerin sadece kendileri ile ilgili sorunları değil aynı zamanda toplumdaki dışlama etkisinden kurtarmak ve sağlıklı bireylerle eşit şartlarda hayata tutunmaları olarak gerektiği belirtmektedir (Altuntaş ve Topçuoğlu, 2013). Olumlayıcı model ise, trajedi modeli ile sosyal modelin reddine dayanmaktadır. Modelde engelli bireylerin deneyimlerine vurgu yapılmakta ve onların sınırlılıklarına değil yeteneklerine odaklanmaktadır (aktaran: Ardıç-Çobaner ve Öğüt-Yıldırım, 2017: 405-406).

2013 verilerine göre nüfusun yaklaşık %12,26'sı engelli olan (Fermanoğlu, 2019: 133) Türkiye'de zihinsel ya da fiziksel sebeplerle bazı hareketleri, işlevleri ya da duyarları kısıtlı olan bireyleri tanımlamak için özürsüz, sakat, eksik, özel gereksinimi olan birey ve engelli terimleri kullanılmaktadır (aktaran: Ertürk vd., 2014). Engellilikle ilgili önceleri 'sakat' kavramı kullanılırken, 2000'li yılların başında 'özürlülük' kavramı sıkça kullanılmaya başlanmıştır. Engelli kavramı ise 2006'da Birleşmiş Milletler tarafından kabul edilen "Engelli Hakları Sözleşmesi'nin" 2009 yılında Resmî Gazete'de yayımlanmasından sonra literatüre girmiştir (Şişman, 2012: 71).

Engellilerle ilgili engel, bilinenin tersine zihinsel ve fiziksel sınırlarla ilgili değil; toplumsal ve çevresel koşullarla ilgilidir (Ertürk vd., 2014). Engeller, bireyde ve çevresinde var oluş durumuna göre kişinin işlevselliğini etkileyerek yeti yitimine neden olmaktadır (Kaya, 2019).

Engellilerle ilgili kavramların yeterince açık olmaması, engellilere yönelik politikalarda ve yasal uygulamalarda çeşitli karışıklıklara yol açabilmektedir. Bu nedenle tanımlarda bütünlük sağlanması gerekmektedir. Ancak kullanılacak sözcüklerden daha önemli bir konu engelli bireylerin toplumsal konumlarının düzeltilmesi ve yaşadıkları saldırılar gibi sorunlarla ilgili alınacak önlemlerdir.

2.1. Engellilere Yönelik Fiziksel-Cinsel Saldırıları

Engelli bireyler, yaşadıkları toplum içerisinde var olma mücadelesi vermektedir. Engelliler, bazı durumlarda toplumdan tamamen izole edilmiş ve dışlanmış bir biçimde yaşamak zorunda kalmaktadır. Maruz kaldıkları kötü muamele, fiziksel-cinsel şiddet ve istismar engelli bireylerin en önemli sorunları arasında yer almaktadır. Bu sorunu ‘puslu ve hatta karanlık bir alan’ olarak tanımlayan Akbulut vd.’ne (2017: 13) göre söz konusu pus ve karanlık “... bir taraftan toplumun engellilik, engelli birey ve onun sorunlarına olan yabancılığından ve diğer yandan engelli bireyi belleğinde konumlandığı yerden kaynaklanmaktadır.”

Engelli bireylerin diğer insanlar tarafından anlaşılınması da büyük bir problemi beraberinde getirmektedir (aktaran: Kaya, 2019). Engelli bireyi etkileyen bu durum hem ailesini hem de çevresini yakından ilgilendirmektedir. Engelli bireyler toplumda ‘acınması’, ‘merhamet edilmesi’ ve ‘yardım edilmesi’ gereken bireyler olarak konumlandırılmaktadır. Bu konumlandırma engelli bireylerin çok fazla fiziksel ve cinsel şiddete uğramadığı/uğramayacağı yönünde bir kanaati beraberinde getirmektedir. Ancak bu kanaat sorundur. Engelli bireyler çok fazla bu tür saldırılara maruz kalmaktadır. Kendilerini koruma konusunda dezavantajlı olan engelli bireylerin kötü muamele, şiddet ve istismara uğrama riski toplumun diğer kesimlerine göre fazladır. Sistemin yaşanan olayları tespit etme, engellileri koruma, suçluları cezalandırma mekanizmalarının yetersizliği bu sorunu daha derinleştirmektedir. Ayrımcılık ve hak ihlalleri, engelli bireylerde travmaya yol açabilmektedir. Bu travmaların en şiddetlisi fiziksel-cinsel şiddet, istismar ve kötü muameleden kaynaklanmaktadır. Çoğu zaman sistematik bir hâl de alan şiddet, istismar ve kötü muameleye karşı önleme-koruma tedbirlerinin alınması, suçluların hak ettikleri cezalara çarptırılmaları gerekmektedir (Akbulut vd., 2017: 13-14).

Engellilerle ilgili alınması gereken tedbirlerden biri hukuki tedbirlerdir. Nitekim ulusal ve uluslararası metinler engelli bireylere yönelik şiddet, kötü muamele ve istismar konusundaki çekinceleri vurgulamakta; devletlerin konuyla ilgili özel tedbirler alması gerektiğinin altını çizmektedir (Akbulut vd., 2017: 16). Türkiye yasalar eksikliklerine rağmen, engelli bireylerin hakları bakımından önemli kazanımlar getirmiştir; ancak uygulamadaki sıkıntılar devam etmektedir. Toplumda engelli bireylere yönelik önyargılar, ötekileştiren ve damgalayan tutumlar kanunların uygulanmasını güçleştirmektedir. Bu durum engellilerin toplumsal hayata katılımını ve sosyal model anlayışının sağlıklı bir zeminde ilerleyebilmesini engellemektedir (aktaran: Fermanoğlu, 2019: 133).

Engelli bireylere toplumsal hayatta yapılan ayrımcılıkla medyada yapılan ayrımcılığın benzerlikler taşıdığı görülmektedir. Ancak medyanın yaptığı ayrımcılık ve sorunlu temsiller sosyal hayatta görülen ayrımcılıktan daha fazla zarar verme potansiyeline sahiptir.

Bu nedenle üzerlerinde özenle durulması gerekmektedir. Söz konusu sorunlu temsil biçimlerinin en sık görüldüğü alanlardan biri engelli bireylere yönelik cinsel saldırılardır.

2.2. Engelli Bireylere Yönelik Cinsel Saldırıları ve Medya

Medyanın engellilerle ilgili sorunlu temsil biçimleri birçok ülkede yaygın olarak görülen, uluslararası kuruluşların da gündeminde olan bir olgudur. Örneğin Birleşmiş Milletler Engelli Hakları Sözleşmesi'nde engellilerin medyada sorunlu temsil biçimlerine değinilmektedir. Sözleşmede "bilinç yükseltme" başlığı altındaki düzenlemede engellilerin medyada, Sözleşme'nin amacına uygun bir yaklaşımla tasvir edilmesi gerektiği belirtilmiştir; taraf devletlere medyanın bu konuda cesaretlendirmesi, teşvik edilmesi için tedbir alınması çağrısında bulunulmuştur (Toker, 2017: 31).

Ancak bu ve benzeri uyarılara rağmen engelli haklarının, engelli sorunlarının medyada yeterince yer almadığı görülmektedir. Bunun temel nedenlerinden biri haber üretim sürecinin yapısıyla ilgilidir. Diğer neden ise toplumsal yapıda engellilerle ilgili sorunlu algıların medyanın temsil biçimleriyle örtüşmesidir. Gazetecilerin haber yapma şekli çalışma ortamlarına bağlıdır. Çalışma ortamları ticari, etik, düzenleyici ve kültürel bileşenlerin yoğun bir şekilde birbirine karıştığı; ekonomik, sosyal, politik ve teknolojik faktörlerle şekillenmiştir. Fenton'a göre (2010: 3-4) günümüz toplumlarında haberlerin doğasını anlamak, tüm bağlamsal karmaşıklığı da dikkate alınarak haberlerin sorgulanmasıyla mümkün olabilecektir. Neoliberal ideoloji tarafından, medyanın toplumdaki görevleri dördüncü güç, enformasyonun serbest akımı, demokrasi, iletişim özgürlüğü ve benzeri kavramlar üzerinden idealleştirilerek sunulmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2001: 169). Neoliberal yaklaşıma göre tarafların görüşlerine eşit biçimde yer verilmesi yani 'dengelik', 'nesnellik' ve 'tarafsızlık' normlarının garantörü olarak görülmektedir. Ancak taraflara eşit yer vermek yeterli değildir. Çünkü medya sadece gerçekliği taşımamakta, aynı zamanda gerçekliği inşa etmektedir (Hall, 1999). Engelli bireyin medyadaki temsil biçimlerine odaklanan bilimsel çalışmalar da bu gerçeği ortaya koymaktadır. Engelli bireylere medyada yeterince yer verilmemekte, yer verildiğinde ise sorunlu temsil biçimleri öne çıkmaktadır.

Dünya medyasında görülen söz konusu sorunlu temsil biçimlerinden biri engelli bireyin hasta ve aciz olarak gösterilmesidir. Bu temsil biçimi, diğer bilimlerde de kullanılan 'Medikal model' çerçevesinde oluşturulmaktadır. Söz konusu temsil biçimi engellilerin nesneleştirilmesine yol açmakta, 'normal' bir birey olarak görülmelerini engellemektedir. Engelli bireyleri hasta, aciz olarak gösteren medya temsil biçimleri hâkim ve yaygın bakış açısına dönüşmekte, toplumda var olan sorunlu söylemlerle de eklenmektedir. Bu modelin ve temsil biçimin zıddı olan olumlu model ise engelli bireylerle ilgili trajik bakış açısının tersi bir yaklaşım göstermektedir. Bu yaklaşıma göre engelli olmak hayata ilişkin farklı bir perspektif sunmakta ve pozitif yönde kullanılabilir (aktaran: Ardıç-Çobaner ve Öğüt-Yıldırım, 2017: 405-406). Bir diğer sorunlu temsil biçimi ise "Engelli bireyin tek tipleştirilmesi ile medyanın yarattığı kalıplar" başlığı altında toplanabilir. Paul Hunt yaptığı çalışmada engelli bireylerin medyada merak ve şiddet hissi uyandıran, zavallı/acınası, gülünç, külfet, arızalı, hayata katılmayan gibi kalıplarla tek tipleştirildiğini saptamıştır.

Medyada bu kalıplar engelli bireyin güçsüzleştirilmesine neden olmaktadır.

Ön yargılı bakış ise izolasyon, ayrımcılık ve aşağılama gibi davranışlarla sonuçlanmaktadır (aktaran: Toker, 2017: 32).

Engelli bireylerle ilgili basmakalıp dil ve imajlar dünya medyasındaki yaygın sorunlu temsil biçimlerinden biridir. Medyada kullanılan ‘engelli kardeşimiz’, ‘hepimiz potansiyel engelliyiz’ gibi ayrımcı kalıp söylemler buna örnek verilebilir. Toplumsal söylemlerle de örtüşen bu söylemlere daha çok acıma ya da yakınlık kurma amacıyla yer verildiği düşünülmektedir. Medyanın sorumlu haberciliği içselleştirememesi ve engelli bireye yer vermeyerek görmezden gelmesi, marjinalleştirilmesi önemli bir sorundur (Toker, 2017: 32-33). Benzer sorunlu temsil biçimlerine ve söylemlere Türkiye’de de rastlanmaktadır. Türkiye engelli olmanın çok ağır şekilde damgalandığı ülkeler arasında yer almaktadır. Genel algı, engelli olmanın büyük bir felaket, engelli olmaktansa ölmenin yeğ olduğu yönündedir. Bu algı hem yazılı hem de görsel medya tarafından sayısız örnekte yeniden üretilmektedir (Yardımcı, 2015: 26). Çalışmalar, özellikle ana akım medya olarak adlandırılan ticari çıkarları habercilik değerlerinin önüne koyan medyanın engelliler gibi dışlanmış kesimleri görmezden geldiğini ortaya koymaktadır. Medyada yeterince yer verilmeyen engelli bireylerin, daha çok olumsuz bir durum söz konusu olduğunda gündeme geldikleri görülmektedir. Mine Gencil Bek ve ekibi tarafından gerçekleştirilen çalışmaya göre yazılı basında kadınlar, engelliler, azınlıklar ve çocuklar gibi toplumsal kesimleri benzer biçimde temsil etmektedir. Bu temsil biçimleri arasında suç ve şiddet mağdurluğu, kaza ve trajedi kurbanı olmak gibi temsil biçimleri öne çıkmaktadır (aktaran: Durna ve Kubilay, 2010: 39).

Akbulut vd.’nin (2017: 109-110) yaptığı “Engelli Bireylere Yönelik Fiziksel-Cinsel Şiddet, İstismar ve Kötü Muamele Olayları İzleme Raporu 2016” başlıklı çalışmada, engelli bireylere yönelik fiziksel ve cinsel şiddet, istismar gibi saldırıların temsillerindeki sorunlu biçimlere dikkat çekilmektedir. Rapora göre bu tür saldırı haberlerinde engelli bireylerin mahremiyeti korunmamakta, haber erotik-pornografik bir üslupla aktarılmaktadır. Çalışmada ayrıca saldırıya uğrayan engelli bireylerin de faillerin de etiketleme, ayrımcılık, kalıp yargı ve nefret söylemi içeren unsurlar eşliğinde verilen çok sayıda haber örneğine rastlanmıştır. Araştırmaya göre engelli bireylere yönelik cinsel istismar, taciz fiziksel-cinsel şiddet gibi saldırılarla ilgili haberlere medyada sıkça yer verilmektedir. Medya bu tür olayları münferit bir olay olarak görmektedir. Haberlerin engellilere yönelik cinsel saldırıları münferit bir olay olarak görmesi, toplumun engelliliğe bakışındaki “kalıp-yargılar” gibi sorunları göz ardı etmesi, uzman görüşüne yer verilmemesi örneklerine sıkça rastlanmaktadır.

Medyada “tekerlekli sandalye kullanıyor AMA basketbol oynuyor” gibi örneklere rastlandığını hatırlatan Huriye Toker (2017: 30) ‘ama’ ve ‘rağmen’ kelimelerini içeren haberlerin bu kişilerin başardıklarından çok engelli olmalarını ön plana çıkardığını belirtiyor. Toker internet medyasında engellilerle ilgili sorunlu içeriklerin daha fazla olduğu görüşünde:

(...) Yine normalleştirmeden uzak bir temsiliyet söz konusu. Haberler ve dizilerde durum böyleyken, bireyin kendisinin kontrolsüz olarak içerik üretebildiği ve yasal korumanın daha zayıf olduğu internet ve sosyal medya ortamında ise engelli birey, doğruluğundan emin olamadığı yönlendirilmiş ve yanıtlanmış içerikle karşı karşıya kalmaktadır.

Engelli bireylerin temsilinde geleneksel medya ortamı, içeriğin kontrol edilebilmesi nedeniyle daha işlevsel kitle iletişim araçları olarak görülmektedir (Toker, 2017: 31).

Medya engellileri toplumsal bir sorun olarak ele almamaktadır. Medya genellikle reyting (sosyal medya için tıklanma sayısını) arttıran konuları öne çıkarmakta ve bu konuları dramatize ederek aktarmaktadır. Medyada yeterince yer verilmemesi engelli bireylerin ve sorunlarının görünmez kılınmasına yol açmaktadır. Bunun sonucu ise engelli bireylerin sorunlarını çözebilecek politikaların üretilmemesi, sorunları çözebilecek mekanizmaların harekete geçmemesidir. Engelli bireylerin konu olabildikleri az sayıda haberde toplumdaki kalıp yargıları besleyen ya da sorunlu söylemleri destekleyen bir biçimde sunulmaları da engellilerle ilgili sorunların çözümünü güçleştirmektedir.

3. Yöntem

Çalışmada, eleştirel söylem analizi kullanılmıştır. Eleştirel söylem analizinin odaklandığı konu toplumsal ve siyasal bağlamda yer alan konuşmalarda ve metinlerde eşitsizliğin, egemenliğin ve toplumsal gücün inşa edilme biçimleri ve yeniden üretilmesidir. Toplumsal eşitsizliği ortaya çıkarmaya çalışan eleştirel söylem analizcileri bu amaçla söylemden kaynaklanan eşitsizliğin, haksızlığın ve gücün kötüye kullanımının söylemsel boyutlarını incelemektedir (aktaran: Özer, 2009: 52). Egemenliğin söylemsel yeniden üretimini temel nesne olarak alan eleştirel söylem çözümlemesi, bu nesnenin sadece 'üretim' boyutunu değil 'algılama' boyutunu da inceler (van Dijk, 1993a: 259).

Eleştirel söylem çözümlemesi haber incelemeleri için oldukça uygundur. Bunun nedeni haberlerin, içinde yer aldıkları toplumsal yapıdaki kurumlar ve söylemlerle bağlantılı olmalarıdır. Hartley'e göre (1987) haberler söz konusu ilişkilerle, bağlantılarla birlikte ele alındıklarında anlaşılabilirler. Eleştirel söylem çözümlemesinin önde gelen isimlerinden Teun van Dijk haberin söyleminin toplumdaki egemen söylemlerin bir ürünü olduğunu belirtir. Van Dijk'a göre haber metinlerinin ve anlatısının özgün bir söylemi vardır. Haberin söylemi ancak üretildiği koşullar, yani bağlamı içinde anlaşılabilir (aktaran: İnal, 1995: 116). Van Dijk (1998: 66) haber metinlerinin çözümlenmesi için yapılması gerekenleri şu şekilde özetler: a-Söylemin bağlamına bakılması; b-hangi iktidar ilişkilerinin, çatışmaların ve grupların konunun içerisinde yer aldıklarının çözümlenmesi; c-biz ve onlar hakkındaki olumlu-olumsuz görüşlerin araştırılması, d- varsayılanların ve ima edilenlerin ortaya konulması ve e-kutuplaştırılan grup görüşlerini öne çıkaran-geri plana iten formel yapıların üzerinde durulması.

Teun van Dijk'ın (1988) haber analizi kelimelerin, cümlelerin, paragrafların aynı zamanda söylemin bütününe yorumlanmasını içermektedir. Haber metinlerine özgü temel önermelerin haber metinlerini nasıl sarmaladığı küresel-yerel tutarlılık bakımından incelenmektedir. Van Dijk'a göre (1993b: 110-112) bir metindeki önerme ve kavramlar arasında kaybolan halkalar bulunur. Bu halkalar okuyucu tarafından bilindiği farz edilen, bu nedenle de haber metinlerinde yer verilmeyen bilgilerdir ve yerel tutarlılığa dünyaya dair bilgi gibi, inanç gibi ideoloji gibi öğelerin katılımını sağlarlar. Küresel tutarlılık açısından ise konular ve başlıklara dair bilinenler saptanmaya çalışılır. Çözümlemede haber başlıklarına metni özetledikleri, haberle ilgili en önemli bilgileri aktardıkları için özel bir önem atfedilir. Haber başlıkları ve alt başlıkları haber girişi ve spot metnin makro düzeyini oluşturur. Bu düzeyde ayrıca ana olayın sunumu, hikâye örgüsü, sonuçlar, arka plan ve bağlam bilgisi, yorum, olayın sosyal ve politik yönü, haber kaynakları ile tarafların sözlü tepkileri bulunur.

Mikro düzeyde ise cümle yapıları, sözcükleri seçimi, cümleler arasındaki nedensel-işlevsel-referansal ilişkiler, kelime seçimi, haber retoriği (fotoğraf, inandırıcı bilgiler, görgü tanıkları) gibi konular araştırılır (aktaran: Özer, 2009: 92-93).

Çalışmada, 4 Temmuz 2018 tarihinde Bursa’da yaşanan bir cinsel saldırının internet haberciliğindeki temsil biçimleri ele alınmıştır. Evrenin çok geniş olması nedeniyle çalışmada, Türkiye’de en fazla ziyaret edilen (tıklanan) (Alexa, 2019) internet haber siteleri arasında yer alan (*haberturk.com*, *sozcu.com.tr*, *hurriyet.com.tr* ve *sabah.com.tr* çalışmanın evreni olarak seçilmiştir. İnternet siteleri seçilirken, çeşitlilik sağlamak amacıyla farklı yayın gruplarına ait olmalarına da dikkat edilmiştir: *Haberturk.com* (Ciner Medya), *hurriyet.com.tr* (Demirören Medya), *sabah.com.tr* (Turkuaz Medya) ve *sozcu.com.tr* (Estetik Yayıncılık). Söz konusu siteleri, ait oldukları medya grupları bünyesindeki gazete ya da televizyonlarla aynı ismi paylaşmaktadır.

Çalışma cinsel saldırıyla ilgili üç duruşmanın yapıldığı 2019 yılıyla sınırlandırılmıştır. Bunun temel nedeni, saldırının incelenen internet sitelerinin de aralarında bulunduğu ulusal medyada 2019 yılından itibaren (dava sürecinde) haber yapılmaya başlamalarıdır.

Bu çalışmada, engelli bireye yönelik cinsel saldırıyla ilgili haberler toplumda var olan yaklaşımlar da dikkate alınarak incelenmiştir. Çalışmanın varsayımı, engellilere yönelik cinsel saldırıların haber söylemlerinde normalleştirildiği, toplumda var olan sorunlu söylemlerin yeniden üretildiği ve para kazanmanın nesnesi haline getirildiğidir. Bu durumun cinsel saldırıya uğrayan bireylerin ve ailelerinin hayatını daha da zorlaştırdığı, engelli bireylere yönelik cinsel saldırıların kamuoyunda daha sağlıklı bir biçimde tartışılmasını engellediği düşünülmektedir.

4. Bulgular ve Tartışma

Çözümleme için, engellilere yönelik cinsel saldırılar konusunda ortaklaşan temalar belirlenmiştir. Temalar saptanırken engelli bireylerin haklarını ihlal eden unsurlara özellikle dikkat edilmiştir. Genel anlamda engelli istismarı haberleştirilirken konuya gereken özenin gösterilip gösterilmediği şiddete uğrayan engelli bireyin haklarının gözetilip gözetmediği üzerinde durulmuştur. Belirlenen temalar şunlardır:

Öncelikle iki ana üst tema olarak cinsel saldırıya uğrayan engelli ve faillerin (aktörlerin) sunumuna bakılmıştır. Saldırıya uğrayan engelli bireye ilişkin sunumda öne çıkan temaların ‘Engelli bireyin kimliğine özen gösterilmemesi’, ‘cinsel istismarın erotize edilmesi’, ‘yok sayma’ ve ‘suçlama’ olarak belirlenmiştir. Olayın faillerinin sunumda ortaklaşan tema ise ‘olayın faillerin anlatımları üzerinden sunulması/faillerin aklanmasıdır’.

4.1. Haberturk.com Haberlerinin Çözümlemesi

A-Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Başlık/lar: “Akıl almaz savunma! Zihinsel engelli kıza istismar!”/ 09 Eylül 2019 (URL 1, 2019)

Haber Girişi/spot: “Çanakkale'deki evinden, "Markete gidiyorum" diyerek ayrılan ve kendisinden uzun süre haber alnamayan zihinsel engelli G.U.'ya (22) tecavüz ettikleri iddia edilen 5'i tutuklu 10 sanığın yargılanmasına Bursa'nın İnegöl ilçesinde devam edildi.

Tutuklu sanıklardan Emir K., duruşmada zihinsel engelli G.U.'nun kendisini tahrik ettiğini söyledi. Duruşmada, genç kızın engelli raporunun adli tıptan istenmesine karar verdi”.

Habere konu olan olay başlığın ikinci bölümüne bakılarak anlaşılmaktadır. Ancak başlığın ilk bölümü anlaşılır değildir.

Haberin başlığında “Akıl almaz savunma!” ifadesi kullanılmış ancak haberin içeriğinde akıl almaz olanın ne olduğu açıklanmamıştır. Başka bir deyişle başlıkta enformasyon eksiltilmesine gidilmiştir.

Haberin içeriği haber girişi/spot bölümü okunduğunda anlaşılmaktadır. Bu haliyle başlık özetleme yapmakta, giriş paragrafına temel oluşturmaktadır.

2. Şematik Yapı-Haberin Gelişimi:

Şematik yapı unsurlarından ana olayın sunumuna ve sonuca bakıldığında, haber girişi öne çıkmaktadır. Ana olay genel anlamda haber girişinde verilmektedir. Olaya haber değerliliği verilmesinin gerekçesi haber girişinden çıkarılabilmektedir. Haberlerde yer verilen olaya dramatik unsurlar açısından, daha fazla okunma kaygısı güdülerek haber değeri atfedilmiştir. Haberler ‘polisye bir söylem’ üzerine kurulmuştur. Oysa asıl haber değeri taşıyan unsur engelli bir bireye sistematik ve toplu cinsel saldırıdır.

Saldırıya uğrayan engelli bireylerin ve yakınlarının üzerinde oluşan mahremiyet baskısı nedeniyle medyada verilen bu tür haberlerde engellilerin ve yakınlarının yüzlerinin mozaiklenmesi; isim-soy isim, olayın geçtiği yer (ilçe, mahalle, köy, sokak) gibi bilgilerin aktarılmaması; failin isminin ya da görsellerine yer verilmemesi önemlidir (Akbulut vd., 2017: 111). *Haberturk.com*, internet sitesinde yer alan haberlerde saldırıya uğrayan engellinin ad ve soyadının ilk harfleri verilerek kimliği gizlenmiş ancak cinsel saldırının geçtiği yerlerle ilgili ayrıntılı bilgi verilmiştir: “Bursa'nın İnegöl ilçesi Kurşunlu Mahallesi'nde”. Haberlerde ayrıca zanlıların ifadelerinden alıntı yapılarak saldırının “bir hayvan çiftliğinde yaşandığı” ayrıntısı yer almıştır. Engelli bireyin mahremiyet haklarının ihlali olan bu durum aynı zamanda, benzer saldırılarla karşılaşan engellilerin, yaşadıkları olayları ilgili birimlere, yerlere bildirmelerini engelleyebilir; saklama ihtimalini artırabilir. Bu nedenle haberi oluşturanların, haberin yayınlanmasında karar verenlerin ve ilgili kurumların bu konuda daha özenli olması gerekmektedir.

Engellilere yönelik cinsel saldırı haberlerinde dikkat çeken bir diğer önemli konu; cinsel istismar ve saldırının erotize edilmesidir. İncelenen haberde engelli bireyin ya da avukatının ifadelerine yer verilmemiş, zanlıların ifadeleri ise tüm ayrıntılarıyla aktararak haber erotize edilmiştir. Haberde sanıkların şu ifadelerine yer vermiştir: "Daha sonra beni görüntülü aradılar ve kız yarı çıplaktı. ...Oturduğumuz sırada yanıma gelen kız beni tahrik etti, birlikte olduk ". "Kız bana burada 100 TL karşılığında eskortluk yaptığını söyledi. Ben de 100 TL vererek ilişkiye girdim". Söz konusu sorunlu söylemin “Beni Tahrik Etti” ve “Bana Eskortluk Yaptığımı Söyledi” ara başlıklarıyla sürdürüldüğü görülmektedir.

Haberde “...12 yıldır psikolojik tedavi gören, yüzde 40 zihinsel engelli genç kız” gibi engelli bireylere yönelik ayrımcı söylemlere rastlanmıştır. Engellinin kaç yıldır tedavi gördüğü, engellilik oranı gibi haber içeriğine hiçbir katkısı olmayan, aksine engelli bireyleri damgalayan, suçlayan ifadelerle yer verilmesi sorunludur. Haberlerde engelli bireylere yönelik bu tür cinsel saldırıların hukuki yaptırımlarına, ahlaki boyutlarına değinilmemesi de üzerinde durulması gereken bir konudur. Engelli bireyin, avukatının ya da bu konuyla ilgili bir uzmanın değerlendirilmelerine haberde yer verilmemesi de engelli bireyi ‘yok sayan’ bir yaklaşımdır.

Haberde bağlamsal ve art alan bilgileri bulunmamaktadır. Yukarıda sıralanan sorunlu söylemler engelli bireylere yönelik toplumsal-kültürel tutumlarla ve söylemlerle bağlantılı olduğu düşünülmektedir.

Türkiye’de engelli bireylere yönelik tutuma ve söylemlere bakıldığında toplumun çoğu zaman ‘engelli’ bireylerden değil de ‘sağlam’ bireylerden yana tavır aldığı, faillerin çok fazla ceza almayacaklarına güvendikleri ve genellikle yaptıklarının sonuçlarına katlanmadıkları (Akbulut vd., 2017) görülmektedir. Zihinsel engelli bir kadının sistematik, toplu tecavüze uğraması ‘iğrenç’, ‘akıl almaz savunma’ gibi kavramlarla geçiştirilmemelidir. Engelli bireye yönelik cinsel saldırını sistematik olması, saldırıya katılanların sayısının fazlalığı toplumsal, ahlaki bir sorun olarak ele alınmalıdır. Evden kaçan engelli bireyin bulunamaması, olayın kısa sürede ortaya çıkarılamaması ise güvenlik, adli süreçlerle ilgili problemleri ortaya koymaktadır. Haberde ayrıca Türkiye’de engelli bireylere yönelik benzer cinsel saldırıların oranı, saldırıların önlenmesi için neler yapıldığı veya yapılabileceği gibi konulara yer verilmemiştir. Olaya münferit bir vaka olarak yaklaşmıştır.

Haberdeki bir başka sorunlu yapı ise olayın muhabir tarafından şahit olunmuş gibi bir dille aktarılmasıdır. “...TIR'dan inen genç kız...”, “(...) önce Kütahya'ya, ardından trenle Eskişehir'e geldi” ve benzeri ifadelerin güvenlik güçleri, adli makamlar, görgü tanıkları gibi bir kaynağa dayandırılarak aktarılmalıdır.

B. Mikro Yapı

Cümle yapılarına bakıldığında haberde hem aktif hem de pasif cümle yapılarının kullanıldığı görülmektedir. Haber, zanlıların iddiaları üzerine kurulduğu için engelli bireyin eylemleri de aktif yapıyla aktarılmıştır. Haberde yer verilen “... ile ilişkiye girdi” ifadesi sorunludur. Cinsel saldırıya uğrayan kişinin engelli olmasını görünmez kılan, yok sayan bu ifade ilişkinin kendi rızasıyla gerçekleştiği gibi bir anlama yol açmaktadır. Haberde yer verilen ‘tahrik’, ‘çiplak’, ‘escort’ gibi olayı erotize eden kelimeler de söz konusu sorunlu yapıyı pekiştirmektedir.

Cümlelerin yapısı incelendiğinde, cümleler arasında nedensel ilişki kurulduğu, ancak kurulan nedensel ilişkinin saldırıya uğrayan kadının suçlanmasına yol açtığı görülmektedir. Haberlerde yer verilen “...TIR'dan inen genç kız...”, “Bir kamyon binen G.U., önce Kütahya'ya, ardından trenle Eskişehir'e geldi” ifadeleri engelli bireyin sürekli dolaştığı, otostop yaptığı bu nedenle de cinsel saldırının asıl sorumlusunun kendisi olduğu gibi bir yoruma, imaya neden olabilir. Bu ifadeler aynı zamanda cinsel saldırıya uğrayan bireyin engelli olduğunu ikinci plana itmekte, haberi bağlamından koparmaktadır.

Haber retorik açıdan incelendiğinde zanlıların adliye girişindeki fotoğraflarına yer verildiği, bu fotoğraflarda zanlıların yüzlerinin görülmediği saptanmıştır. Saldırıya uğrayan engelli bireyin ise herhangi bir fotoğrafına yer verilmemiştir. Bu durum engellinin kimliğinin deşifre edilmemesi açısından olumludur.

4.2. Hurriyet.com.tr Haberlerinin Çözümlemesi

A-Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Başlık/lar: “Her satırı iğrenç olay... Böyle getirildiler!” /6 Temmuz 2019 (URL 2, 2019)

Haber Girişi/spot:

Enformasyon eksiltimine gidildiği için başlığa bakılarak haberin içeriği anlaşılmamaktadır.

Başlıkta “iğrenç” olarak adlandırılan fiiller internet sitesi tarafından zanlıların ifadeleri üzerinden, erotize edilerek yeniden üretilmiştir. Haber girişi/spotta ise olayla ilgili daha fazla ayrıntının verildiği görülmektedir.

2. Şematik Yapı-Haberin Gelişimi:

Haber şematik açıdan incelendiğinde ana olayın haberin girişinde sunulduğu görülmektedir. Olaya haber değerliliği verilmesinin gerekçesi de haber girişinden çıkarılabilmektedir. Habere engelli bir bireye yapılan saldırıdan ziyade polise, adli unsurlar açısından haber değeri verildiği anlaşılmaktadır.

Haberde kullanılan “100 TL Karşılığında İlişkiye Girdiğini İtiraf Etti” alt başlığı ‘cinsiyetçi ve sağlamcı bakış açısı’ taşıdığı için sorunludur. Başlık cümleyi cinsel saldırıya uğrayan engelli bireyin söylediği algısına yol açmaktadır. Oysa haberin içeriğinde cümlenin faillerden birine ait olduğu anlaşılmaktadır. Zanlının kendisini temize çıkarmak için ortaya attığı iddianın haberde doğru olarak kabul edildiği, “itiraf etti” ifadesi ile bu iddianın pekiştirildiği görülmektedir. Oysa “para karşılığı ilişki” engelli bireyi suçlayan, zanlıyı temize çıkaran bir iddiadır. Haberde kullanılan “Beni Tahrik Etti” ifadesi de bir zanlının iddiası olmasına rağmen ara başlık olarak kullanılmış, böylece engelli bireyi suçlu gösterecek bir yapı kurulmuştur. Haber başlıklarının metni özetleyen, haberle ilgili en önemli bilgileri verdiği (van Dijk, 1993b: 110-112) düşünüldüğünde söz konusu başlıkların sorunlu olduğu daha da netleşmektedir.

Haberde bağlamsal ve art alan bilgilerine yer verilmemiştir. Türkiye’de engelli bireylere yönelik cinsel saldırıların görünümü, bu saldırıların nedenleri, ya da neden önlenemediği gibi bilgiler haberde bulunmamaktadır.

Haberde zanlıların iddialarına yer verilmiş, haber genel söylemi engelli kişinin aleyhine oluşturulmuştur. Oysa haberde engelli bireye yönelik cinsel saldırının hukuki ve ahlaki boyutlarına değinilmesi gerekir. Haberde ayrıca engelli bireyin veya avukatlarının görüşlerine yer verilmesi gerektiği düşünülmektedir.

B. Mikro Yapı

Cümle yapıları incelendiğinde engelli bireyin genellikle pasif yapıyla temsil edildiği görülmektedir. Engelli bireyin pasif temsili, engellilerin medya temsillerinin öznelere değil nesnelere olma biçimiyle de pekiştirilmektedir. Engelli bireyin aktif olarak verildiği cümleler de “... ile ilişkiye girdi”, “...TIR'dan inen ...”, “Bir kamyonu binen...” örneklerinde olduğu gibi sorunludur. Bu tür kullanımlar saldırının sorumluluğunu engelli bireye yüklemektedir. Bu sorulu yapı, haberde yer verilen kelimelerle de sürdürülmektedir.

Cümlelerin yapısı incelendiğinde, cümleler arasında nedensel ilişki kurulduğu ancak nedensellik ilişkisinin cinsel saldırıya uğrayan engelli bireyi suçlayan bir yapı üzerine inşa edildiği görülmektedir. Haberlerde yer verilen engelli bireyin evden kaçtığı, otostop çekerek sürekli dolaştığı, saldırının bu süreçte yaşandığı gibi bilgiler söz konusu neden sonuç ilişkisine örnektir.

Haberde kullanılan fotoğraflar, zanlıların adliye binasına getirildikleri anlara aittir. Haber içeriği gibi fotoğraflar da Demirören Haber Ajansı’ndan alınmıştır. Haberde saldırıya uğrayan engelli kadının fotoğraflarına yer verilmemesi, failerin ise yüzleri görülmeyen açılardan çekilmiş fotoğraflarla aktarılması doğru bir yaklaşımdır.

4.3. Sozcu.com.tr Haberlerinin Çözümlemesi

A-Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Başlık/lar: “Zihinsel engelli kıza toplu tecavüzde kan donduran ifadeler” /27 Kasım 2019 (URL 3, 2019)

Haber Girişi/spot: "Markete gidiyorum" diyerek evinden ayrılan zihinsel engelli G.U. adlı genç kıza tecavüz ettikleri iddia edilen 5'i tutuklu 10 sanığın yargılanmasına devam edildi. Mahkeme, mağdur kızın engelli raporunun Adli Tıp'tan talep edilmesi için ertelendi."

Enformasyon eksiltimine gidilmediği için başlıklar okunduğunda haberin konusu anlaşılmaktadır. Başlıkta “engelli” ve “toplu tecavüz” ifadelerinin kullanılması olayı özetlemektedir. Ancak başlıkta yer alan ‘kan donduran ifadeler’ bölümü engelli bireyi suçlayan iddialara dayandığı için haberin içeriğini doğru yansıtmamaktadır. Başlıktaki ifadenin kullanılma amacının dikkat çekmek, daha fazla tık sayısına ulaşmak olduğu anlaşılmaktadır.

Spota bakıldığında ise konuyla ilgili daha fazla ayrıntının (yer, kapsam) verildiği görülmektedir. Bu haliyle başlık özetleme yapmakta, giriş paragrafına temel oluşturmaktadır.

2. Şematik Yapı-Haberin Gelişimi:

Ana olay haberin girişinde sunulmuştur. Olaya haber değeri verilmesinin nedeni de haber girişinden anlaşılabilir. Habere engelli bir bireye yapılan saldırıdan ziyade adli unsurlar açısından haber değeri verildiği anlaşılmaktadır.

Haberde artalan ve bağlam bilgisi yoktur. Cinsel saldırıya uğrayan kadınlarla, özellikle de engelli kadınlarla ilgili herhangi bir bilgiye yer verilmemiştir. Medyanın benzer haberlerdeki genel tutumuna benzer bir biçimde, haber söylemi; parçalanmakta, dramatize edilmekte, normleştirilmekte ve olay kişisel bir sorun gibi sunulmaktadır (Bennet, 2000: 82).

Haberde görgü tanıklarının ifadelerine, mağdurun ya da avukatının açıklamalarına yer verilmemiş, haber zanlıların ifadeleri üzerine kurulmuştur. Bu durum zanlıların lehine, mağdurun aleyhine bir yapının oluşmasına yol açmıştır.

B. Mikro Yapı

Cümle yapılarına bakıldığında çoğunlukla aktif yapının kullanıldığı anlaşılmaktadır. Bu aktif yapı genellikle engelli bireyi suçlayan, zanlıları temize çıkaran bir dille kurulmuştur. Cümleler arasındaki nedensel ilişki de bu yapıyı desteklemektedir.

Haberde kullanılan “Ardından para karşılığı Caner Y.’nin arkadaşları da G.U. ile ilişkiye giren genç kız...”, *para karşılığı ilişkiye girdikleri saptanan Ali K., Ayhan Y., Emir K. ve Uğur C. E.G., T.G., İ.A., S.B. ve Y.K. gözaltına alındı.*” cümlelerindeki “para karşılığı ilişki” engelli bireyi suçlayan, zanlıyı temize çıkaran cümlelere örnek oluşturmaktadır. Burada iddia zanlıların ifadelerine dayanmaktadır. “Para karşılığı ilişki” iddiası doğru olsa bile, mağdur zihinsel engelli olduğu için onu suçlayacak bu ifadeler yer verilmemesi gerektiği düşünülmektedir.

haberturk.com, hurriyet.com.tr’da kullanılan “100 TL Karşılığında İlişkiye Girdiğini İtiraf Etti” ve “Beni Tahrik Etti” alt başlıklarına *sozcu.com.tr*’de de yer verilmiştir. Zanlıların iddialarına dayanan bu ifadeler engelli bireyi suçladığı için kullanılmamalıdır.

Haberde bir zanlının adliye binasına getirildiğini gösteren fotoğrafa yer verilmiştir. Fotoğrafta zanlının yüzü görünmemektedir. Haberde saldırıya uğrayan engelli birey fotoğraflarına yer verilmemesi, faillerin ise yüzleri görülmeyecek bir fotoğrafın kullanılması doğru bir yaklaşımdır.

4.4. Sabah.com.tr Haberlerinin Çözümlemesi

Sabah.com.tr engelli bireye yönelik söz konusu cinsel saldırıyı beş kez haberleştirmiştir. Üç haberde (URL 4, 2019), (URL 5, 2019), (URL 7, 2019) benzer metinler kullanılmış, sadece metinlerin sonunda yer alan mahkemenin zanlılar hakkında verdiği kararlar ve bir sonraki duruşmanın tarihi gibi bilgiler güncellenmiştir. Diğer iki haberde (URL 6, 2019), (URL 8, 2019) ise farklı ayrıntılara yer verilmiştir.

A-Makro Yapı

1. Tematik Yapı

Başlık/lar: “Bursa’da barakaya kapattıkları zihinsel engelli kıza tecavüz eden 10 zanlının yargılanmasına devam ediyor!” /6 Temmuz 2019 (URL 4, 2019) “Toplu tecavüz sanıkları üçüncü kez hâkim karşısında” /9 Eylül 2019 (URL 5, 2019), “Bağ evine kaçırdıkları genç kıza tecavüz ettiler!” /9 Eylül 2019 (URL 6, 2019), “Bursa İnegöl’deki toplu tecavüz olayının sanıkları dördüncü kez hâkim karşısında!” /27 Kasım 2019 (URL 7, 2019), ve “Toplu tecavüz davasında şoke eden ifadeler: Beni tahrik etti” /27 Kasım 2019 (URL 8, 2019).

Haber Girişi/spot: “Bursa’nın İnegöl ilçesinde bağlı Kurşunlu Mahallesinde 22 yaşındaki kıza, alıkoyarak barakada tecavüz ettikleri iddiasıyla yargılanan 5’i tutuklu 10 şüphelinin yargılanmasına devam ediyor.” (URL 4, 2019), (URL 5, 2019), (URL 7, 2019).

“Mide bulandıran olay Bursa’da yaşandı. Çanakkale’de yaşayan genç kız, markete gidiyorum diyerek evden çıktı ve otostop çektiği TIR’la İnegöl’e geldi. Gittiği mahallede gezdiği sırada C.Y. isimli şahıs tarafından bağ evine götürülerek birden fazla kişinin tecavüzüne uğradı. Son dakika haberine göre 22 yaşındaki kıza, alıkoyarak barakada tecavüz ettikleri iddiasıyla yargılanan 5’i tutuklu 10 şüphelinin yargılanmasına devam ediyor.” (URL 6, 2019).

“Bursa’nın İnegöl ilçesinde, "Markete gidiyorum" diyerek Çanakkale’deki evinden ayrılan zihinsel engelli G.U. (22) adlı genç kıza tecavüz ettikleri iddia edilen 5’i tutuklu 10 sanığın yargılanmasına devam edildi. Mahkeme, mağdur kızın engelli raporunun Adli Tıp’tan talep edilmesi için ertelendi.” (URL 8, 2019).

“Bursa’da barakaya kapattıkları zihinsel engelli kıza tecavüz eden 10 zanlının yargılanmasına devam ediyor!” başlıklı haberin konusu, başlık okunduğunda açık biçimde anlaşılmaktadır. Doğru bir yaklaşımla ‘engelli’ vurgusu yapılmıştır. Ancak diğer dört haberin içerikleri, başlıklarda enformasyon eksiltimine gidildiği için yeterince anlaşılmamaktadır. Başlıklardaki temel sorun engelli vurgusunun yapılmamasıdır. Haber girişlerinde ise haberlerin konusu daha belirgin hale gelmektedir.

2. Şematik Yapı-Haberin Gelişimi:

İncelenen diğer internet sitelerinde olduğu gibi *sabah.com.tr*’de de ana olay haberlerin girişlerinde sunulmuştur. Olaya adli olay üzerinden haber değeri atfedildiği anlaşılmaktadır.

Diğer internet sitelerinde olduğu gibi art alan ve bağlam bilgisine yer verilmemiş, olayın toplumsal, ahlaki ve diğer boyutlarına değinilmemiştir.

Sabah.com.tr'de ayrıca haberlerin toplumsal yapıyla bağlantısı aktarılmamış, Türkiye'de engelli bireylere yönelik bu tür cinsel saldırıların durumu, bu saldırıların nasıl önlenebileceği gibi konular gündeme getirilmemiştir.

Haberlerdeki bir başka sorunlu yapı ise olayın muhabir tarafından şahit olunmuş gibi bir dille aktarılmasıdır. "...TIR'dan inen genç kız...", "(...) önce Kütahya'ya, ardından trenle Eskişehir'e geldi", "araca bindi" ve benzeri ifadelerin güvenlik güçleri, adli makamlar, görgü tanıkları gibi bir kaynağa dayandırılarak aktarılması gerekir.

B. Mikro Yapı

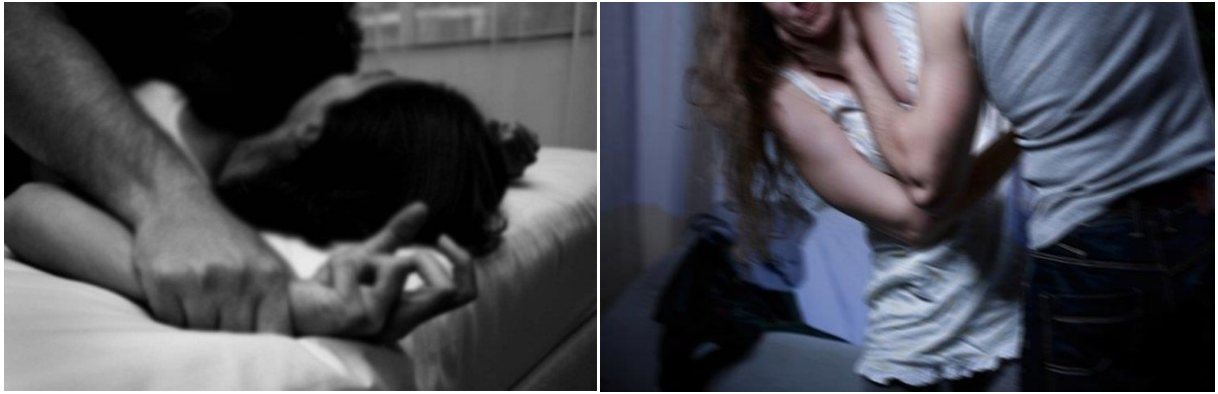
Haberler mikro açıdan incelendiğinde; bazı kelime seçimleri ve cümle yapılarının problemlili olduğu görülmektedir. Haberlerin kurgusu temelinde cümleler arasında nedensellik ilişkisi olduğu görülmektedir. Ancak bu nedensellik "otostop çektiği bir tırla...", "Burada tırdan inen genç kız yaya olarak aynı mahallede gezdiği sırada...", gibi örneklerden de anlaşılacağı üzere engelli bireyi suçlu gösterebilecek yapıdadır. Haberlerde kullanılan 'otostop', 'gezmek', 'sohbet' gibi kelimeler de aynı doğrultuda değerlendirilebilir.

Diğer internet sitelerinde olduğu gibi olay internet sitesinin muhabirin tanıklığı ile aktarılmıştır.

Zanlıların sunumu incelendiğinde ise haber metinlerinde zanlıların ad ve soyadlarının ilk harflerinin kullanıldığı görülmektedir. Beş haberde de yer verilen videoda ise zanlıların adliye binasına getirildikleri ve çıkarıldıkları görüntülere yer verilmiş, görüntüler buzlanmadan aktarılmıştır. Zanlıların isimlerinin verilmemesi onları korumaya yönelik bir tutum olarak değerlendirilebilir. Ancak bununla çelişen bir biçimde zanlıların görüntüleri buzlanmadan, yüzleri görünecek açılardan aktarılmıştır. Suçlu oldukları kesinleşmediği için faillerin görüntülerinin bu şekilde aktarılmaması gerekir.

Cinsel saldırıyla ilgili haberlerin içeriğini İhlas Haber Ajansı'ndan alan *sabah.com.tr*'nin, söz konusu içeriği yeterince işlemeden, özensiz bir biçimde haberleştiği görülmektedir. Olay 4 Temmuz 2018'de yaşanmıştır. Ancak *sabah.com.tr*'de olayın gerçekleştiği tarih 16 Temmuz olarak aktarılmıştır. *Sabah.com.tr*'de cinsel saldırıya uğrayan engelli bireyin kimliğinin gizliliğine de özen göstermemiştir. İnternet sitesinde yer alan üç haberde (URL 4, URL 5, URL 7, 2019) retorik öge olarak, 3 dakika 57 saniye süren bir video kullanılmıştır. Video engelli bireyin yaşadığı mahalle ve ailenin engelli kızlarının kayıp olduğunu anlattıkları görüntülerle başlamaktadır. Daha sonra saldırıya uğrayan engelli bireyin fotoğrafları ve zanlıların adliye önünde çekilen görüntüler ekrana yansıtılmaktadır. Videoda engellinin annesinin, kızının büyük bir fotoğrafını tuttuğu bölüm de yer almaktadır. Fotoğraf ekrana buzlanmadan getirilmiş ve engellinin kimliği açıkça deşifre edilmiştir. Fotoğrafların ve mahallenin görüntülerinin ekrana getirilmesi saldırıya uğrayan engelli bireyin mahremiyetinin ihlalidir.

Haberde ayrıca engelli bireyin yaşadığı yerle (Çanakkale'nin Çan ilçesi) ve cinsel saldırının geçtiği yerlerle (Bursa'nın İnegöl ilçesi Kurşunlu Mahallesi, çiftlik, bağ evi) ilgili ayrıntılı bilgi verilmiştir. Üç haberde zanlıların ifadelerine değinmeyen *sabah.com.tr*, “Bağ evine kaçırdıkları genç kıza tecavüz ettiler!” ve “Toplu tecavüz davasında şoke eden ifadeler: Beni tahrik etti” başlıklı haberlerde, zanlıların ifadeleriyle ve kullandığı fotoğraflarla olayı erotize ederek aktarmıştır. Haberlerde iki sanığın şu ifadelerine yer vermiştir: “...Daha sonra beni görüntülü aradılar ve kız yarı çıplaktı. (...) Oturduğumuz sırada yanıma gelen kız beni tahrik etti, birlikte olduk.”, “...Daha sonra birlikte kızın kaldığı hayvan çiftliğine gittik. Kız bana burada 100 TL karşılığında eskortluk yaptığını söyledi. Ben de 100 TL vererek ilişkiye girdim”. Söz konusu sorunlu kullanım “Beni Tahrik Etti” ara başlığı ve cinsel saldırıyı canlandıran fotoğraflarla da (şekil 1) pekiştirilmiştir.



Şekil 1. Haberde kullanılan fotoğraflar.

Kaynak:(URL 6-URL 7, 2019).

“100 TL Karşılığında İlişkiye Girdiğini İtiraf Etti” alt başlığı ise bir başka suçlayıcı içeriktir. Bu ifade zanlılardan birinin iddiasıdır. Bu ifadenin “iddia etti” yerine “itiraf etti” biçiminde verilmesi saldırıya uğrayan engelli bireyi suçlamaya, zanlıyı aklamaya yol açmaktadır.

“Bağ evine kaçırdıkları genç kıza tecavüz ettiler!” başlıklı haber, incelenen diğer internet sitelerinde olduğu gibi zanlıların ifadeleri üzerinden aktarılmıştır. Yukarıda değinilen ifadeler saldırıya uğrayan engelli bireyi suçlamaktadır. Bu sorunlu yapı haberlerin birçok yerinde görülmektedir. Örneğin “Bir kez daha otostop çeken...”, “...yanına gelen C.Y. isimli kişi ile bir süre sohbet edip onun kullandığı araca bindi” ve “Kurşunlu yolu üzerinde genç kıızı fark eden zanlılardan biri aracına alıp...” cümlelerinde ‘etken’ fiiller kullanılmış, tüm bu olayların engelli bireyin kendi iradesiyle gerçekleştiği anlamı oluşturulmuştur. Bu ve benzeri cümlelerle toplumda kadınlara yönelik var olan “tek başına dışarda ne işi var”, “aranıyormuş” gibi sorunlu söylemleri de akla getirebilecek bir yapı oluşturulmuştur. Bu ifadeler aynı zamanda cinsel saldırıya uğrayan bireyin engelli olduğunu ikinci plana itmekte, haberleri bağlamından koparmaktadır.

5. Sonuç

Çalışmada engelli bireylere yönelik cinsel saldırıların internet haberciliğindeki temsil biçimleri, 2018 yılında Bursa’da yaşanan bir cinsel saldırı üzerinden ele alınmıştır. Eleştirel söylem analizi kullanılan çalışmanın sonuçları şöyle özetlenebilir:

Medyanın temsil biçimleri özellikle de haber temsilleri, engelli bireylerin sorunlarının gerçek nedenlerine ve bu sorunlara çözüm bulunması konusunda kamuoyunu etkilemektedir. Bu nedenle engelli bireylerin medyadaki temsil biçimlerine çok özen gösterilmesi gerekmektedir. Ancak medyanın engelli bireyler konusunda yeterince duyarlı olmadıkları görülmektedir. Literatür incelemesinde değinilen engelli bireylerle ilgili sorunlu temsil biçimleri bu çalışmada da saptanmıştır. İncelenen internet sitelerinin, farklı yayın gruplarına ait olmalarına rağmen engelli bireyin uğradığı cinsel saldırı konusundaki sorunlu temsil biçimleri düşündürücüdür. Bu durum, internet medyasında engelli bireylerle ilgili sorunlu temsil biçimlerinin yapısal olduğunu ortaya koymaktadır. Engelliler gibi dezavantajlı gruplara medyada yeterince yer verilmemesi ya da sorunlu temsil biçimlerinin yaygınlığının, medyanın ticari çıkarları habercilik değerlerinin önüne koyan yayın politikalarından kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu durumun bir diğer nedeninin medyanın temsil biçimleriyle, toplumun çoğu zaman engelli bireylerden değil de sağlam bireylerden yana tavır alan anlayışının örtüşmesinin bir sonucu olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Çalışmada saptanan sorunlu temsil biçimlerinden biri, cinsel saldırıya uğrayan engelli bireyin kimliğinin teşhidir. Haberlerde cinsel saldırıya uğrayan kişinin ad ve soyadının yalnızca baş harfleri verilmiş olsa da olayın geçtiği il, ilçe mahalle ve yaşadığı şehrin ismi yazılmış; böylece saldırıya uğrayan engellinin kimliği teşhir edilmiştir. *Sabah.com.tr* bununla da yetinmemiş, yayınladığı videoda engelli bireyin fotoğrafına da yer vermiştir.

İncelenen haber siteleri saldırıyı erotize ederek aktarmıştır. Haberlerde cinsel saldırının ayrıntılarına yer verilmiştir. Bu temsil biçimi iddia edilen cinsel saldırının yeniden üretilmesine, böylece engelli bireyin bir kez daha istismar edilmesine neden olmaktadır.

Bir başka sorunlu temsil biçimi ise engelli bireyi suçlayan, iddiaları zanlıların lehine olacak haber sunumu ve cinsiyetçi-sağlamcı söylem biçimidir. Haberlerde zanlıların engelli bireyi suçlayan ifadelerine yer verilmiştir. Cinsel saldırıya uğrayan bireyin ve avukatlarının görüşleri ise aktarılmamıştır. Ayrıca engelli bireyin cinsel saldırının yaşandığı mekâna gelme süreciyle ilgili gereksiz bilgilere yer verilerek, engelli bireyi suçlayacak bir anlam yaratılmıştır.

Haberlerde yer verilen olaya dramatik unsurlar açısından, daha fazla okunma (tıklanma) kaygısı güdülerek haber değeri atfedilmiştir. Haberlerin polisiye-adli unsurları ön plana çıkarılmıştır. Oysa asıl haber değeri taşıyan unsurlar engelli bir bireye sistematik ve toplu cinsel saldırıda bulunulmasıdır. Bu tür cinsel saldırıların toplumsal-kültürel boyutlarıyla birlikte değerlendirilmesi gerekir.

Haberlerde artalan ve bağlam bilgisine yer verilmemiş, olayın toplumsal, ahlaki ve diğer boyutlarına değinilmemiştir. Bu kapsamda, engelli bireylere yönelik cinsel saldırıların yaygınlığının nedenleri, konun toplumsal-ahlaki-hukuki boyutu, bu tür saldırıların önlenememesinin nedenleri üzerinde durulması gereken konulardır. Haberlerde uzman görüşlerine yer verilmemesi de sorunludur.

Bu sorunlu temsil biçimleri engellilere yönelik cinsel saldırıları normalleştirmekte, toplumda var olan sorunlu söylemlerin yeniden üretilmesine yol açmaktadır.

Bu tür sorunlu temsil biçimleri ayrıca engelli bireyler ve ailelerinin psikolojisi üzerinde derin izler bıraktığı, benzer saldırıları yaşayanların, olayları gizleme ihtimalini arttırdığı görülmektedir (Akbulut vd., 2017). Bu nedenle medyanın ayrımcı, sansasyonel, kalıp yargıları olan söylemler kullanmaktan, olayları kişiselleştirmekten vazgeçmelidir. Engelli bireylerle ilgili sorunlu temsil biçimleri konusunda internet medyasının, geleneksel medyadan daha kötü bir çizgi izlemesi üzerinde durulması gereken bir konudur. İnternet medyasının bu konuya daha fazla özen göstermesi gerektiği düşünülmektedir. Toker'in (2017: 33) vurguladığı gibi medyanın kullanacağı olumlu dil, hak temelli habercilik pratiği engelli bireyin öz saygısını arttırmasına katkı sağlayacaktır. Medyanın bu tür haberlerde engelli bireylerden yanı tavrı alması aynı zamanda bu tür saldırıların önlenmesinde, saldırıyı gerçekleştirenlerin cezalandırılması kolaylaştırıcaktır.

Kaynakça

- Alexa, (2019). *Türkiye'deki En Popüler İnternet Siteleri (Top Sites in Turkey)*, (2019), <https://www.alexacom/topsites/countries/TR>, Erişim Tarihi: 10 Mart 2020.
- Akbulut, S., Özgül, H., Işık, İ. ve Erhat, I. (2017). *Engelli Bireylere Yönelik Fiziksel-Cinsel Şiddet, İstismar ve Kötü Muamele Olayları İzleme Raporu 2016*. Ankara: Toplumsal Haklar ve Araştırmalar Derneği Yayınları.
- Altuntaş, B. ve Atasü-Topcuoğlu, R. (2016). *Engelli Bakımı-Sosyal Bakım ve Kadın Emeği*. İstanbul: Nika Yayınevi.
- Ardıç-Çobaner, A. ve Öğüt-Yıldırım, P. (2017). Dijital Medyada Engellilerin Temsili: Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook'ta Engelli Grup Sayfaları. İçinde Sayımer, İ., Öğün-Emre, P., Çomu, T. (Ed.), *Yeni Medya Çalışmaları, 3. Ulusal Kongre Kitabı*, 9 - 10 Mart 2017. Ankara: Alternatif Bilişim Yayınları, 402-417.
- Bennet, W. L. (2000). *Politik İllüzyon ve Medya*. S. Say (Çev). İstanbul: Nehir Yayıncılık.
- Bilge, A., Ekti-Genç, R. ve Nişli, İ. (2005). Toplumsal Bir Sorun Olan Engellilik ve Hemşirelik Yaklaşımı. *Ege Üniversitesi Hemşirelik Yüksek Okulu Dergisi*, 21 (2), 181-190.
- Coşkun, M. (2015). Sayısal İletişim Teknolojileri Bağlamında TV Haberciliği. İçinde S. Özel, *Yeni Medya Çağında Televizyon*. İstanbul: Derin Yayınları, 65-87.
- Durna, T. ve Kubilay, Ç. (2010). Basının Şiddeti: Siyasal Gösterilerde "Polise Taş Atan Çocuklar" Örneği. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65 (03), 51-85.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2001). "Televizyon: Dünyaya Açılan Pencere?". İçinde A. Kartarı ve D. B. Kejanlıoğlu (Ed.), *Ankara Ü. İletişim Fakültesi İletişim Yıllığı 1999*. Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları, 169-197.
- Ertürk, K. L., Şimşek, A.A., Songür, D. G. ve Şengül, G. (2014). Türkiye'de Engelli Farkındalığı ve Engelli Bireylerin Adalete Web Erişilebilirlikleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Bilgi Dünyası Dergisi*, 15 (2), 375-395.
- Fenton, N. (2010). Drowning or Waving? New Media, Journalism and Democracy. İçinde N. Fenton (Der.), *New Media Old News: Journalism & Democracy in the Digital Age*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington: Sage, 3-16.
- Fermanoğlu, Ö. M. (2019). Çevrimiçi Hariciler: Türkiye'de Dijital Engelli Aktivizmi Üzerine Bir Araştırma. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 56, 119-15.
- Hartley, J. (1987). *Understanding News*, John Fisk (Ed.). Londra, New York: Methuan.
- Hall, S. (1997). The Work Of Representation. İçinde S. Hall (Der.). *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*. Londra: Sage Publications, 1-74.
- Hall, S. (1999). Encoding, Decoding. İçinde Simon During (Der.), *Cultural Studies Reader*. London: Routledge, 508-517.
- İnal, A. (1995). Yazılı Basın Haberlerinde Yapısal Yanlılık Sorunu. *Toplum ve Bilim Dergisi*, Sayı: 67, 111-133.
- Kaya, Ç. S. (2019). Üniversitede Öğrenim Gören Engelli Öğrencilerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Sorun Çözme Becerileri (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi SBE.
- Köten, E. ve Erdoğan, B. (2014). Sanaldan Gerçeğe Ağlara Tutunmak: Engelli Gençlerin Facebook'ta Sosyalleşme Deneyimleri, *Alternatif Politika Dergisi*, 6 (3), 333-358
- Özer, Ö. (2009). *Eleştirel Haber Çözümlemeleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları.
- Pavlik, J. V. (2013). *Yeni Medya ve Gazetecilik*, Demir M. ve Kalsın B. (Çev.). Ankara: Phoenix Yayınları.

- Serttaş, A. ve Güngör E., A. (2017). Türkiye’de Yayınlanan Çizgi Dizilerde Engelli Bireylerin Temsili: TRT Çocuk Kanalı Örneği. *Journal of Communication Theory & Research/İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 44, 331-347.
- Şişman, Y. (2012). Özürlülük Alanında Kullanılan Kavramlar Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Sosyal Politikalar Çalışmaları Dergisi*, 7 (28), 69-85.
- Tanrıöver, H. (2007). Medya’da Kadınların Temsil Biçimleri ve Kadın Hakları İhlalleri. İçinde S. Alankuş (Haz.), *Kadın Odaklı Habercilik. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayıncılık*, 149-166.
- Toker, H. (2017). *Medya ve Etik, Engellilik ve Etik*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, 30-33.
- TUİK. (2019). *Hane-halkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması 2019*, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=30574> (Erişim Tarihi: 20 Mart 2020).
- URL 1. (2019). <https://www.haberturk.com/son-dakika-akilalmaz-savunma-zihinsel-engelli-kiz-beni-tahrik-etti-haberler-2520500> .
- URL 2. (2019). <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/her-satiri-igrenc-olay-boyle-getirildiler-41265649> .
- URL 3. (2019). <https://www.sozcu.com.tr/2019/gundem/zihinsel-engelli-kiza-toplu-tecavuzde-kan-donduran-ifadeler-5474916/> .
- URL 4. (2019). <https://www.sabah.com.tr/video/haber/bursada-barakaya-kapattiklari-zihinsel-engelli-kiza-tecavuz-eden-10-zanlinin-yargilanmasina-devam-ediliyor> .
- URL 5. (2019). <https://www.sabah.com.tr/video/yasam/toplu-tecavuz-saniklari-ucuncu-kez-hakim-karsisinda> .
- URL 6. (2019). <https://www.sabah.com.tr/yasam/2019/09/09/toplu-tecavuz-saniklari-ucuncu-kez-hakim-karsisinda> .
- URL7. (2019). <https://www.sabah.com.tr/video/yasam/bursa-ingoldeki-toplu-tecavuz-olayinin-saniklari-dorduncu-kez-hakim-karsisinda> .
- URL 8. (2019). <https://www.sabah.com.tr/yasam/2019/11/27/toplu-tecavuz-davasinda-soke-eden-ifadeler-beni-tahrik-etti> .
- Van Dijk, T. A. (1988). *News as Discours*. Lawrence Erlbaum Associates Publication.
- Van Dijk, Teun (1993a). "Principles of Critical Discourse Analysis." *Discourse and Society*, 4(2): 249-283.
- Van Dijk, T. A. (1993b). Stories and Racism, İçinde Mumby, D. (Ed.). *Narrative and social control*. Newbury Park, CA: Sage, 121-142.
- Van Dijk, T. A. (1998). Opinions and Ideologies in the Press, İçinde Bell A. ve Garrett P. (Der.), *Approaches to Media Discourse*. Oxford: Blackwel, 121-63.
- Yardımcı, S. (2015). Sakatlık ve Siyaset. İçinde Çayır, K., Soran, M., Ergün, M. (Der.), *Engellilik ve Ayrımcılık: Eğitimciler İçin Temel Metinler ve Örnek Dersler*. İstanbul: Karekök Yayınları, 19-30.

ÜÇÜZ AÇIK BASKI ENDEKSİ VE MAKROEKONOMİK DEĞİŞKENLER ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ANALİZİ: TÜRKİYE UYGULAMASI

Murat AKKAYA¹

Öz

Bu çalışmanın amacı 1998 - 2020 döneminde Türkiye ekonomisi için Üçüz Açık Baskı Endeksi oluşturmak ve seçilmiş makroekonomik - finansal göstergelerle olan ilişkisini Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Sınır Testi yöntemi ile incelemektir. Üçüz Açık Baskı Endeksi'nin Türkiye ekonomisinde geçerli olduğu belirlenmiştir. ARDL Sınır testi sonuçları da istatistiki olarak anlamlıdır. Borsa İstanbul 100 Endeks Değeri, Bankacılık Sektörü Kredi Hacmi, Cari İşlemler Açığı, İç Borç Stoku, İhracatın İthalatı Karşılama Oranı, İmalat Kapasite Kullanım Oranı ve ABD Doları / Türk Lirası Alış Kuru değişkenleri ile Üçüz Açık Baskı Endeksi arasında istatistiki olarak anlamlı ve uzun dönemli bir ilişki bulunmaktadır. Granger Nedensellik testi sonuçlarına göre, Bankacılık Sektörü Kredi Hacmi ve Sanayi Üretim Endeksi'nden Üçüz Açık Baskı Endeksi'ne doğru tek yönlü nedensellik bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Üçüz Açık Baskı Endeksi, ARDL Sınır Testi, Granger Nedensellik Testi, Türkiye

JEL Sınıflandırması: F32, E62, C20, C58

TRIPLE DEFICIT PRESSURE INDEX AND ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN TRIPLE DEFICIT PRESSURE INDEX AND MACROECONOMIC VARIABLES: TURKEY CASE

Abstract

The aim of this study is to create a Triple Deficit Pressure Index for the Turkish economy in the period of 1998 - 2020 and to examine its relationship with selected macroeconomic - financial indicators by ARDL method. The Triple Deficit Pressure Index is valid in the Turkish economy. ARDL Bound test results are statistically significant. Borsa İstanbul 100 Index Value, Banking Sector Credit Volume, Current Account Deficit, Domestic Debt Stock, Export Import Coverage Ratio, Manufacturing Capacity Utilization Rate and USD / TRL buying rate are statistically significant and long-term relationship occurs between significant variables and the Triple Deficit Pressure Index. According to Granger Causality test results, there is one-way causality from Banking Sector Credit Volume and Industrial Production Index to Triple Deficit Pressure Index.

Keywords: Tripal Deficit Pressure Index, ARDL Test, Granger Causality Test, Turkey

JEL Classification: F32, E62, C20, C58

¹ Doç. Dr., İstanbul Arel Üniversitesi, İİBF, Uluslararası Ticaret Finans Bölümü (İngilizce), muratakaya@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7071-8662.

1. Giriş

Dengeye yakın bir cari işlemler hesabı ve mali disiplin ülkelerin makroekonomik istikrarının ve sürdürülebilir ekonomik büyümesinin sağlanabilmesinde çok önemlidir. Bu nedenle açıklar hakkında (bütçe, cari işlemler ve tasarruf) son yıllarda çok fazla tartışma yapılmaktadır. Kısa ve uzun vadeli makroekonomik göstergelerde istikrarı etkileyen bütçe açıkları, cari işlemler açığı ve tasarruf açıkları uzun bir dönemdir araştırılmaktadır. Birçok ekonomist ve gözlemci bu açıkları ekonomiler için zararlı görmektedir.

Bir ekonomide cari işlemler açığı ve bütçe açığı varsa ikiz açık oluşmaktadır ve çift açık olarak da tanımlanmaktadır. Cari açık bir ülkenin ithal ettiği mal ve hizmetlerin değerinin ihraç ettiği ürünlerin değerini aştığı ticaretin bir ölçüsüdür. Bütçe açıkları da bir hükümet mali yıl boyunca getirdiğinden daha fazla para harcadığında ortaya çıkan negatif dengelerdir. İkiz açık ise ülke ekonomisinin ihraç ettiğinden daha fazlasını ithal ettiği ve ürettiğinden daha fazla para harcadığı anlamına gelmektedir. Bir ülke ikiz açık verdiğinde, dünyanın geri kalanına borçludur. Uzun vadede, çifte açık, ülkenin para biriminin değer kaybetmesine neden olabilmektedir. İkiz Açık Hipotezi, büyük ve kronik cari hesap açıklarına sahip olan Amerika Birleşik Devletleri'nin bütçe açıklarının genişlemesinin eşlik ettiği bir dönem olan 1980'lerin başında popülerlik kazanmıştır. Bütçe ve ticaret (cari) açıkları beraber ayrılmaz bir "Siyam ikizleri" imajını üretmektedir (Feldstein, 1986). Bütçe açıkları ile dış açıklar arasında dolaylı bir ilişki bulunmaktadır; esnek döviz kuru rejimi ve sermayenin serbest dolaşımının bulunduğu açık bir ekonomi varsayımı altında, bütçe açıkları, açık finansman mekanizması aracılığıyla yurt içi faiz oranları üzerinde yukarı yönlü bir baskı oluşturmaktadır. Açıklar arasındaki nedensellik cari işlemler açığından bütçe açığına doğru ilerliyor olabilir. Bir finansal krize yol açan yüksek cari açıklar, krizin mali maliyeti ve şarta bağlı yükümlülükler nedeniyle daha yüksek bütçe açıklarına yol açabilir (Burnside, 2004).

İkiz açıklarında birbiriyle çelişen iki görüş vardır. Bunlardan ilki Keynesyen yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre; bütçe açığı ile bir ülkenin cari açığı arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır ve bu ilişkinin yönü bütçe açığından cari açığa doğrudur. Esnek bir döviz kurunun uygulandığı ekonomide toplanan vergiler kamu harcamalarından daha az ise ülkenin toplam tasarruflarında bir azalma olacaktır. Bu durum önce faiz oranlarının artmasına yol açacaktır. Faiz oranındaki bu artış, ülkeye yüksek miktarda yabancı sermaye girişi sağlayacak ve yerel para biriminin değerindeki artışa neden olacaktır. Sonuç olarak ihracat daha pahalı olurken, ithalat ise daha ucuz olacaktır. Böylece net ihracat azalacak ve cari açık yaşanacaktır (Froyen, 1999). Fleming (1962) ve Mundell (1963) sermaye akımlarının birbirinden bağımsız rollerini birleştirerek Keynesyen açık ekonomi makroekonomik politikasını genişletmiştir. Döviz kuru ve faiz oranındaki dalgalanmaları dikkate alarak sınırsız sermaye hareketliliği varsayımıyla para ve maliye politikasına etkilerini açıklamışlardır. Bu modelde, Keynesyen yaklaşıma benzer şekilde, bütçe açığı ile cari işlemler açığı arasında pozitif bir ilişki olduğu varsayılmaktadır.

İkinci yaklaşım ise Ricardocu Eşdeğerlik Hipotezi'dir (REH). Bu yaklaşıma göre ise cari açık ile bir ülkenin bütçe açığı arasında herhangi bir etkileşim bulunmamaktadır. Kamu harcamaları sabit kalırken, vergilerin düşürülmesinden kaynaklanabilecek bütçe açıklarının borçlanma yoluyla finanse edilmesinin özel sektör harcamaları üzerinde herhangi bir etkisi olmayacaktır. Bu durumda sadece vergi tahsilat zamanlaması cari dönemden gelecek dönemlere kaydırılmıştır (Vamvoukas, 1999).

Kamu borçlanmaları veya vergi indirimleri nedeniyle oluşan bütçe açıklarının özel tüketim davranışı üzerinde (kamu harcamalarının değişmediği varsayılarak) artan bir etkisi olmamaktadır. Toplam yurtiçi tasarrufların özel sektör ve kamu sektörü tasarruflarının toplamından oluştuğu düşünüldüğünde, vergilerin devlet tarafından azaltılması da kamu sektörü tasarruflarını azaltacak, ancak özel sektör tasarruflarını artıracaktır (Barro, 1989).

Sürdürülemez bütçe ve cari hesap açıkları hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ekonomilerde politika yapıcılar ve yatırımcıları korkutmaktadır. Büyük mali açıklar; özel yatırımları dışlama, artan borçlanma, daha yüksek faiz ödemeleri, enflasyon ve nihayetinde ekonomik büyümeyi durdurma eğilimindedir. Büyük cari açıklar, döviz krizlerine, yabancı uyruklulara servet transferine ve uluslararası rezervlerin tükenmesine neden olmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri (ABD) verilerine dayanan İkiz Açıklar Hipotezine ilişkin ampirik kanıtlar karışık sonuçlar vermektedir. Kim ve Roubini (2003) mali genişlemeye bağlı olarak çıktı ve faiz oranlarındaki döngüsel dalgalanmaların etkileri de dikkate alındığında bu açıkların ikiz olmaktan ziyade farklılaşabileceğini göstermektedir. Corsetti ve Müller (2006) ise ikiz açıkların olasılığının ve büyüklüğünün bir ekonominin dışa açıklık derecesi ile arttığını ve mali şokların kalıcılığı ile azaldığını göstermektedir. Bussiere vd (2005) bütçe açıklarının cari hesap üzerinde sadece küçük bir etkisi olduğunu belirtmektedir.

İkiz Açık Hipotezi'nin ardından teorisyenler ve ekonomistler arasında son yıllarda en çok tartışılan konulardan biri, cari açıkların ve bütçe açıklarının ana kaynağının yetersiz yurt içi tasarruflar olduğudur. Tasarruf açığı mevcut tasarruf seviyesinin ekonomik bir hedefe ulaşmak için yetersiz olduğu bir durumdur. Tasarruf açıkları üzerinde ikiz açıkların ortaya çıkmasını sağlayan bu görüş, söz konusu açıkların birbiriyle ilişkili olduğunu ve herhangi birinde meydana gelen bir değişikliğin diğerlerini de etkileyeceğini vurgulamıştır (McTeer, 2008). Böylece özel tasarruf - yatırım açığını içeren bir Üçüz Açık Hipotezi ortaya çıkmıştır. Üçüz Açık Hipotezi; bütçe, tasarruf - yatırım ve cari işlemler açığı arasındaki bir bağlantıdır. Tasarruf - yatırım açığı ile beraber bütçe açığı, cari açıklara neden olmaktadır.

Üçüz açık; tasarruf - yatırım dengesi, bütçe (mali) dengesi ve cari hesap (dış ticaret) dengesi arasındaki ilişkiyi ifade etmektedir. Temelde Üçüz Açık Hipotezi, iç dengesizlik yani bütçe ve özel tasarruf - yatırım açıklarının birlikte (eşzamanlı olarak) ticaret/cari işlemler açığına (dış dengesizlik) yol açıp açmadığını açıklamaktadır. Tasarruf açığı, bütçe ve cari hesap dengeleri ile ilgili uygun ve güvenilir bilgiler bir ekonominin performansı hakkında önemli bilgiler içermektedir ve aynı zamanda ilgili kişilere değerli makroekonomik öneriler sunmaktadır. Eğilmez (2012) üçüz açığı dengesizliğin dengesi olarak tanımlamaktadır. Başka bir ifadeyle, iç ekonomik dengeyi oluşturan iki dengenin (bütçe ve tasarruf) de açık verdiği ve bunu dış açığın (cari açık) dengelediği bir durumdur.

Açık bir ekonomide milli gelirin basit bir Keynesyen modeli, İkiz ve Üçüz Açık Hipotezlerinin kuramsal analizinin başlangıç noktasıdır. Bir ekonomi ve “t” dönemi için Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) şu şekilde ifade edilir (Şen ve Kaya, 2016):

$$GSYİH = C + I + G + X - M$$

(1)

GSYİH: Gayri safi yurtiçi hasıla, C: Tüketim, I: Yatırım, G: Devlet harcamaları, X – M: Net dış ticaret (NX) Denklem (1) toplam gelir açısından milli geliri temsil etmektedir.

Milli gelir, Denklem (2)'de olduğu gibi toplam gelir olarak da ifade edilebilir. Tanım olarak, ülkeler gelirlerini (GSYİH) “t” dönemi için tüketim (C), tasarruflar (S) veya vergiler (T) olarak elden çıkarırlar. Bu duruma göre;

$$\text{GSYİH} = C + S + T \quad (2)$$

Ekonomideki toplam harcama toplam gelire eşit olduğundan Denklem (3) elde ederiz.

$$C + I + G + X - M = C + S + T \quad (3)$$

“C” yi karşılıklı çıkardıktan ve Denklem (3) 'te gerekli düzenlemeleri yaptıktan sonra Denklem (4) elde edilir.

$$(T - G) + (S - I) = (X - M) \quad (4)$$

Bir ekonomideki (S) toplam tasarrufun özel (Sp) ve hükümet (Sg) tasarruflarına ayrıştırılması Denklem (5)'i verir.

$$(T - G) + (Sp + Sg - I) = NX \quad (5)$$

Özel tasarruflar tüketilmek yerine tasarruf edilen harcanabilir gelirin bir parçası olduğu için Denklem (6) elde edilir.

$$Sp = \text{GSYİH} - T - C \quad (6)$$

Öte yandan, hükümet tasarrufları hükümet gelirleri ile hükümet harcamaları arasındaki farka eşittir, böylece:

$$Sg = T - G \quad (7)$$

Ayrıştırılmış Sp ve Sg [Denklemler (5) ve (6)] formları kullanılarak ve sonra Denklem (5) ikame edilerek, Denklem (5) aşağıdaki biçimde yeniden yazılır:

$$(T - G) + (\text{GSYİH} - T - C) + (T - G) - I = NX \quad (8)$$

Denklem (8) 'de gerekli düzenlemeleri yaptıktan sonra Denklemler (9) ve (10)' u elde ederiz.

$$(T - G) + (\text{GSYİH} - C - G) - I = NX \quad (9)$$

$$(T - G) + (Sp - I) = NX \quad (10)$$

Denklem (10), dış ticaret dengesinin (NX), devlet bütçe dengesi (T - G) ile yurtiçi yatırım üzerindeki özel tasarrufların (Sp - I) toplamına eşit olduğunu göstermektedir. Denklem (10), özel tasarrufların kabaca iç yatırıma (Sp \cong I) eşit olması durumunda, bir ekonominin bütçe dengesinin dış ticaret dengesine eşit olduğu anlamına gelir. Bu durumda, bütçe dengesinin bozulması cari hesap dengesinin bozulmasına neden olmaktadır.

Özel tasarruflar yatırım bakiyesine eşit değilse, yani yurtiçi yatırımlar ($Sp < I$) ve bütçe bakiyesine kıyasla yurtiçi tasarruf açığı negatifse ($T < G$), ikisinin toplamının olduğu üçüz açık meydana gelmektedir.

2. Yazın İncelemesi

İkiz Açık Hipotezi üzerine çeşitli model ve yöntemlerin kullanıldığı çok sayıda ulusal ve uluslararası çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalarda ikiz açıkların geçerliliği, belirleyicileri, nedenleri ve ikiz açıklarla makroekonomik değişkenler arasındaki ilişki araştırılmıştır. Feldstein ve Horioka (1980), Poterba ve Summers (1987), Darrat (1988), Abell (1990), Fisher ve Easterly (1990), Leachman ve Francis (2002), Kaufmann vd. (2002), Roubini (1988), Bachman (1992), Vamvoukas (1999), Andersen (1990), Vyshnyak (2000) ve Tang and Lau (2011) geleneksel Keynesyen yaklaşımını desteklemiştir. Küresel tasarruf artışı tasarruf açığı yaşayan ekonomileri olumsuz etkilemektedir ve böylece cari açık artışa neden olmaktadır (Gruber ve Kamin, 2007). Özel tasarruf - yatırım bakiyesi bütçe açığı üzerinde pozitif etkilidir ve kısa vadede bütçe ile cari açık arasında ters bir ilişki bulunmaktadır. Bu ilişki "İkiz Iraksama" olarak adlandırılmıştır (Kim ve Roubini, 2008). Güney Avro bölgesindeki ülkeler için İkiz Açık Hipotezi geçerlidir (Kosteletou, 2013) Yapısal kırılmaların içsel olarak belirlenmesini içeren çok değişkenli bir Vektör Hata Düzeltme modeli Yunanistan için bütçe açığı ile cari hesap açığı arasındaki nedensel ilişkiyi belirlemiştir (Kalou ve Paleologou, (2012).

Türkiye ekonomisinde İkiz Açık Hipotezi'nin geçerliliği çalışmalarında farklı sonuçlar bulunmuştur. İkiz Açık Hipotezinin geçerli olduğunu belirten çalışmalar bulunmaktadır (Utkulu, 2003; Bayrak ve Esen, 2012, Koçbulut ve Altuntaş, 2016; Sevinç, 2016). Ancak literatürde İkiz Açık Hipotezi'ni desteklemeyen çalışmalar da bulunmaktadır (Bolat vd. 2011; Tunçsiper and Sürekçi, 2011; Kılavuz ve Dumrul, 2012; İyidoğan ve Erkam, 2013; Özçalık ve Erataş, 2014). Çalışmalarda Üçüz Açık Hipotezinin geçerli olduğu bulunmuştur.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerde Üçüz Açık hipotezinin geçerliliğini destekleyen çalışmalar bulunmaktadır. İkiz açık çalışmalarında olduğu gibi üçüz açık çalışmalarında da belirleyiciler, sebepler ve üçüz açıklarla makroekonomik değişkenler arasında ilişkiye bakılmıştır. (Zaidi ve Iqbal, 1985; Dooley vd. 1987; Bachman,1992; Domenech vd. 2000; Kuijs ,2006; Szakolczai 2006; Gruber ve Kamin, 2007; Chowdhury ve Saleh, 2007; Tang, 2014).

Türkiye ekonomisinde Üçüz Açık Hipotezi'nin geçerliliğini destekleyen çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Ancak üçüz açık üzerine yapılan çalışmalar ikiz açık çalışmaları ile karşılaştırıldığında sınırlıdır (Akbaş vd. 2014; Bolat vd. 2014 ve Şen vd. 2014). Eşbütünleşme analizi sonuçlarına göre; 1980 - 2012 döneminde Türkiye ekonomisinde Üçüz Açık Hipotezi geçerlidir (Türkay, 2013). Karanfil ve Kılıç (2015) Eşbütünleşme ve Granger nedensellik analizini kullanarak Üçüz Açık Hipotezinin geçerliliğini araştırmışlar ve Türkiye ekonomisinde üçüz açık hipotezinin geçerli olduğunu destekleyen kanıtlar bulmuşlardır.

Son dönemde Gecikmesi Dağıtılmış Otoresif Sınır Testi (Autoregressive Distributed Lag Bound Test - ARDL) ile Türkiye'de Üçüz Açık Hipotezi'nin geçerliliğini araştıran çalışmalar artmıştır. 2001 – 2007 döneminde cari işlemler açığı ve bütçe açığı arasında negatif bir ilişki bulunmaktadır. Reel efektif kur endeksi değişkeni anlamsız çıkmıştır (Yapraklı, 2008). 1975 - 2010 döneminde tasarruf açıkları ve bütçe açıkları cari açık üzerinde kısa ve uzun dönemde etkilidir ve Üçüz Açık Hipotezi Türkiye ekonomisinde geçerlidir (Akıncı ve Yılmaz, 2013). Cari, tasarruf ve bütçe açıkları arasında uzun dönemli bir eşbütünleşme ilişkisi bulunmaktadır.

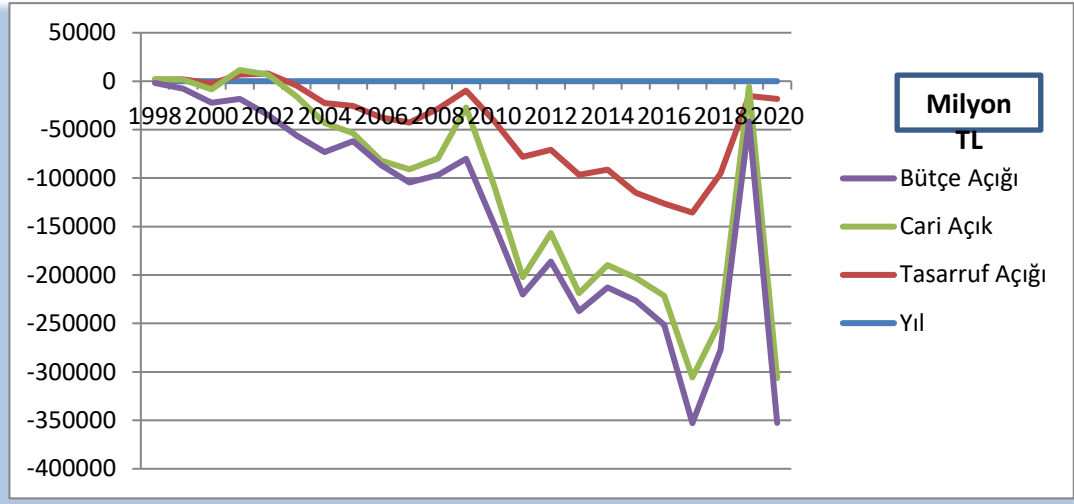
ARDL analizi bulguları, bütçe ve tasarruf açıklarının uzun vadede cari açıkları artırdığını göstermektedir (İpek ve Kızılgöl, 2016). 2001 - 2017 döneminde Türkiye ekonomisinde üçüz açık değişkenleri kısa ve uzun vadede eşbütünleşiktir (Altunöz, 2018). ARDL testi sonuçlarına göre; tasarruf ve bütçe açığı arasında ikili bir nedensellik ilişkisi bulunmaktadır. Benzer şekilde, tasarruf - cari açık arasında ve ayrıca bütçe - cari açık arasında da iki yönlü bir nedensellik ilişkisi bulunmaktadır. Tezer (2020) ise Türkiye ekonomisinde dördüz açık hipotezinin geçerliliğini ARDL testi ile araştırmış ve geçerli olduğuna dair kanıtlar elde etmiştir.

Uluslararası alanda ve Türkiye ekonomisinde İkiz ve Üçüz Açık Hipotezlerinin geçerliliği, belirleyicileri ve bu açıkları etkileyen faktörler üzerine çalışmalar yapılmıştır. İkiz ve üçüz açıkların ekonomilerde geçerliliği belirlenmiştir. İkiz açıklar için baskı endeksi oluşturulmasına rağmen üçüz açıklar için herhangi bir endekse rastlanılmamıştır. Yazında karşılaşılan finansal baskı endeksi, kırılmalı endeksi veya dalgalanma endeksi benzeri bir endeksin oluşturulması ve bu endeksin Türkiye ekonomisinde geçerliliğinin test edilmesi bu çalışmanın ana amacıdır.

3. Veriler ve Yöntem

Bu çalışmanın amacı 1998 - 2020 döneminde Türkiye ekonomisi için Üçüz Açık Baskı Endeksi oluşturmak ve seçilmiş makroekonomik - finansal göstergelerle olan ilişkisini incelemektir. Bu amaçla önce Üçüz Açık Baskı Endeksi oluşturulmuş ve Türkiye ekonomisindeki geçerliliğine bakılmıştır. Üçüz Açık Baskı Endeksi'nin Türkiye ekonomisindeki geçerliliği belirlendikten sonra seçilmiş makroekonomik - finansal göstergelerle olan ilişkisi Dağıtılmış Ototegresif Sınır Testi (Autoregressive Distributed Lag Bound Test - ARDL) ile incelenmiştir. Ayrıca kısa dönemli nedensellik ilişkisinin belirlenmesi için Granger Nedensellik testi kullanılmıştır.

Şekil 1 Türkiye ekonomisinin 1998 – 2020 dönemine ait Tasarruf, Cari İşlemler ve Bütçe Açığını göstermektedir. 1998 – 2001 döneminde yaşanan enflasyon ve finansal krizlerin etkisi ile küçük bütçe açığı oluşmuştur. Ayrıca cari ve tasarruf fazlası verilmiştir. 2002 yılından itibaren Uluslararası Para Fonu (International Monetary Fund – IMF) ile yapılan stand-by anlaşması ve ekonomik - politik istikrarın sağlanması sonucunda Türk ekonomisi güçlü toparlanmıştır. Ancak 2002 yılından sonra uygulanan politikalar nedeniyle üçüz açık vermeye başlamıştır. 2008 Küresel Krize çözüm olarak gelişmiş ülkelerin merkez bankalarının uyguladığı politikalar sonucunda artan likidite ve Türkiye ekonomisine duyulan güvenle artan doğrudan yabancı sermaye ve portföy yatırımları cari açık ve tasarruf açığını hızlıca artmıştır. Üçüz açıklardaki artış 2015 yılıyla birlikte hızlanmıştır. Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Merkez Bankası FED'in faiz artırımı döngüsünü başlatması, Rusya ile uçak krizi, 15 Temmuz darbe girişimi, ABD ile Rahip Brunson gerilimi, 10 - 12 Ağustos 2018 tarihinde yaşanan kur krizi sonrasında cari açık ve tasarruf açığı yükselen döviz kurları sonucunda hızlıca daralmıştır. 2019 yılında ise cari fazla verilmiştir. Yükselen politika faizi ve alınan ekonomik tedbirler sonucunda kurun düşmesi ile 2020 yılında yeniden yüksek cari işlemler açığı oluşmuş ve artan harcamalar ile bütçe açığı yükselmiştir.



Şekil 1. Tasarruf, Cari İşlemler ve Bütçe Açığı

Kaynak: Yazar tarafından T.C. Merkez Bankası veri sisteminden alınan verilerle oluşturulmuştur.

Çalışmanın ana amacına uygun olarak Türkiye ekonomisinin 1998 - 2020 dönemine ait Tasarruf, Cari İşlemler ve Bütçe Açığı yıllık verileri kullanılarak Üçüz Açık Baskı Endeksi (ÜBE) oluşturulmuştur. Uluslararası literatürde Spekülatif Baskı Endeksi (Eichengreen vd. 1996), Döviz Piyasası Baskı Endeksi (Kaminsky ve Reinhart, 1999), Bankacılık Sektörü Kırılganlık Endeksi (Kibritçioğlu, 2003) ve Aşırı Risk Endeksi (Ural ve Balaylar, 2007) bulunmaktadır.

Üçüz Açık Baskı Endeksi (ÜBE) için Eichengreen vd. (1996) tarafından oluşturulan Spekülatif Baskı Endeksi yöntemi kullanılmıştır. Oluşturulan bu endekste Tasarruf açığı (T), Cari İşlemler açığı (C) ve Bütçe Açığının (B) ağırlıklı ortalama değişimleri yer almaktadır. Yeni oluşturulan bu endekse Üçüz Açık Baskı Endeksi (ÜBE) adı verilmiştir ve aşağıdaki formüle göre hesaplanmaktadır.

$$\dot{ÜBE} = \frac{\frac{\Delta T}{T} - \mu_T}{\sigma_T} + \frac{\frac{\Delta C}{C} - \mu_C}{\sigma_C} + \frac{\frac{\Delta B}{B} - \mu_B}{\sigma_B}$$

$\Delta T/T$: Tasarruf açığının (T) yıllık değişimleri, $\Delta C/C$: Cari İşlemler açığının (C) yıllık değişimleri, $\Delta B/B$: Bütçe açığının (B) yıllık değişimleri, μ : Ortalama ve σ : Standart Sapma

1998 – 2020 döneminde Türkiye ekonomisine ait Tasarruf, Cari İşlemler ve Bütçe Açığı verileri kullanılarak oluşturulan formüle göre hesaplanan Üçüz Açık Baskı Endeksi değişimleri aşağıda gösterilmiştir (Şekil 2).



Şekil 2. 1998 – 2020 döneminde Üçüz Açık Baskı Endeksi değişimleri

Kaynak: Yazar tarafından T.C. Merkez Bankası veri sisteminden alınan verilerle oluşturulmuştur.

Şekil 2'ye göre oluşturulan bu yeni endeks Türk ekonomisinin yaşadığı 2001 krizini açık ve net olarak göstermektedir. Ayrıca 2008 küresel krizini de yansıtmaktadır. Küresel Krize çözüm olarak gelişmiş ülkelerin merkez bankalarının sağladığı bol likidite, doğrudan yabancı sermaye ve portföy yatırımlarındaki hızlı girişler sonucunda 2008 - 2012 döneminde Türk ekonomisinin zorlanmadığı görülmektedir. FED Başkanı Bernanke'nin 2013 yılında yaptığı parasal genişlemenin biteceği ve parasal sıkılaşmaya geçilmesinin elzem olduğu açıklamasından sonra gelişen piyasalar çalkalanmış ve bunun sonucunda Türkiye ekonomisi etkilenmeye başlamıştır. Üçüz Açık Baskı Endeksi, 10 - 12 Ağustos 2018 ve 21 Ekim - 06 Kasım 2020 tarihlerinde yaşanan kur atağını ve Türkiye ekonomisindeki daralmayı da yansıtmaktadır. Şekil 2 Üçüz Açık Baskı Endeksi'nin Türkiye ekonomisinde geçerli olduğunu göstermektedir.

Spekülatif Baskı Endeksi, Döviz Piyasası Baskı Endeksi, Bankacılık Sektörü Kırılganlık Endeksi ve Aşırı Risk Endeksi'nde olduğu gibi Üçüz Açık Baskı Endeksi'nin de öncü bir gösterge olarak kullanılabilmesi için bir eşik değer belirlenmesi ve bu eşik değer kullanılması gerekmektedir. Üçüz Açık Baskı Endeksi'nin eşik değeri, ÜBE'nin standart sapmasının - 1 katı (eksi bir) olarak gerçekleşmiştir (Şekil 3). Endeks eşik değer altındaysa kriz var (1); aşmayan dönemler ise kriz yok (0) olarak modele tanımlanacaktır. 1998 – 2020 döneminin standart sapması 1.3645 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3).



Şekil 3. Üçüz Açık Baskı Endeksi eşik değeri

Kaynak: Yazar tarafından T.C. Merkez Bankası veri sisteminden alınan verilerle oluşturulmuştur.

$$\text{ÜBE} \leq -1\sigma + \mu \rightarrow \text{Kriz var, } D = 1$$

$$\text{ÜBE} \geq -1\sigma + \mu \rightarrow \text{Kriz yok, } D = 0$$

Bu çalışmanın bir diğer amacı Üçüz Açık Baskı Endeksi ve seçilmiş makroekonomik - finansal göstergeler arasındaki ilişkinin Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Sınır Testi (Autoregressive Distributed Lag Bound Test - ARDL) ile belirlenmesidir. Bu amaçla ilişkiyi tahmin etmek için 12 adet makroekonomik ve 7 adet finansal olmak üzere 19 adet değişken ve bu değişkenlerin yıllık değişim oranları kullanılmıştır (Tablo 1).

Tablo 1. Değişkenler ve Değişkenlerin Kısaltmaları

Kısaltma	Değişken	Kısaltma	Değişken
ÜBE	Üçüz Açık Baskı Endeksi	IO	İşsizlik Oranı
ALTIN	Altın gr Fiyatı	NUR	Net Uluslararası Rezervler
BIST	Borsa İstanbul 100 Endeks Değeri	PY	Portföy Yatırımları
BSKH	Bankacılık Sektörü Kredi Hacmi	RDK	Reel Döviz Kuru
CA	Cari İşlemler Açığı	SUE	Sanayi Üretim Endeksi
DY	Doğrudan Yatırımlar	TLFAİZ	TL 1 Aylık Mevduat Faiz Oranı
ENF	Enflasyon Oranı	TGE	Tüketici Güven Endeksi
IBS	İç Borç Stoku	USD	ABD Doları / TRL Alış Kuru
İTHRİTHKO	İhracat İthalat Karşılama Oranı	YYHSP	Yurtdışı Yerleşiklerin Hisse Senedi Portföyü
IKKO	İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı		

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Çalışmada değişkenlerin bir kısmı durağan ve diğer kısmı durağan olmadığından Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif (Autoregressive Distributed Lag – ARDL Bound Test) Sınır Testi tercih edilmiştir. Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif (Autoregressive Distributed Lag – ARDL) testi dinamik bir tek model denklemdir.

ARDL modeli, hem durağan olmayan zaman serileri hem de karışık entegrasyon sırasına sahip zaman serileri için geçerli olan sıradan en küçük kareler tabanlı bir modeldir.

ARDL eşbütünleşme tekniği, farklı durağanlık derecesine sahip I(0), I(1) veya her ikisinin birleşiminden oluşan değişkenlerle uygulanırken tercih edilir ve küçük bir örneklem boyutunda temel değişkenler arasında tek bir uzun dönemli ilişki olduğunda sağlamdır. Bununla birlikte, bu teknik, I(2)'nin entegre stokastik eğiliminin varlığında çalışmamaktadır (Pesaran ve Shin, 1995; Pesaran vd. 2001). ARDL modelinde kısıtsız bir hata düzeltme modeli kullanılmaktadır. Bu nedenle daha iyi özelliklere sahiptir. Ayrıca örneklem küçük ise Johansen (1988) ve Engle – Granger (1987) eşbütünleşme testlerine nazaran daha güvenilir sonuçlar vermektedir. ARDL, Hata Düzeltme Modeli ile aynı formda olduğu için yeniden parametrelendirme mümkündür. Gecikmesi Dağıtılmış Modeli basitçe, bir regresyon fonksiyonuna regresörlerin sınırsız gecikmesinin dâhil edilmesi anlamına gelmektedir. ARDL modeli uzun dönem denklemi en basit şekilde aşağıda gösterildiği gibi hesaplanmaktadır.

$$\Delta Y_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_i \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{2i} \Delta x_{t-i} + \beta_3 Y_{t-1} + \beta_5 x_{t-1} + \mu_t$$

Model, y_t 'nin kendisinin (kısmen) gecikmeli değerleriyle açıklanması anlamında otoregresiftir. Ayrıca x açıklayıcı değişkenin ardışık gecikmeleri şeklinde bir dağıtılmış gecikme bileşenine sahiptir. Bazen x_t 'nin mevcut değeri, model yapısının dağıtılmış gecikme kısmından çıkarılır. Dhrymes (1971) gecikmesi dağıtılmış modellerinin kapsamlı ve çok genel bir tartışmasını sağlamaktadır.

Uzun dönemli bir ilişkinin kanıtlarını incelemek sınır testi olan F-testi kullanılarak yapılabilir. F-test istatistiği, denklemdaki değişkenlerin bir dönem gecikmeli seviyelerindeki katsayıların ortak anlamlılığını test eder, yani $H_0: \theta_1 = \theta_2 = 0$. Bu hipotezler, standart Wald veya F istatistikleri kullanılarak incelenebilir. Sınır çerçevesi altında eşbütünleşme testi, belirli örneklem büyüklükleri için üretilen kritik değerlerle F istatistiklerinin karşılaştırılmasını içermektedir (Narayan, 2005). ARDL Sınır Testi temel olarak, eşbütünleşme olmadığı sıfır hipotezi altında asimptotik dağılımının standart olmadığı birleşik F istatistiğine dayanmaktadır. 5 bağımsız değişkenli ARDL sınırları yaklaşımındaki ilk adım, beş denklemi (1, 2, 3, 4 ve 5) sıradan en küçük kareler (EKK) ile tahmin etmektir. Değişkenlerin gecikmeli düzeylerinin katsayılarının ortak anlamlılığı için bir F testi yaparak değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığını test eden beş denklem testi, yani: $H_0: b_{1i} = b_{2i} = b_{3i} = b_{4i} = b_{5i} = 0$ alternatif olana karşı $H_1: b_{1i} \neq b_{2i} \neq b_{3i} \neq b_{4i} \neq b_{5i} \neq 0$ için $i = 1, 2, 3, 4, 5$. Y üzerinde normalleşen testin F istatistiğini gösteriyoruz. FY' 'ye göre ($Y \setminus K, L, F, T$). Belirli bir önem düzeyi için iki kritik değer kümesi belirlenebilir (Pesaran vd. 2001). Uzun dönemli temel denklemin uygun modelini seçmek için Akaike Bilgi Kriteri, Schwarz Bayesian Kriteri veya Hannan-Quinn Kriteri gibi uygun model sırası seçim kriterlerini kullanarak optimum gecikme uzunluğunun belirlenmesi gerekmektedir. Daha sonra analizde kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenlerin F istatistiğinin sınanması gerekmektedir. Eşbütünleşme olmadığı sıfır hipotezi bir hata düzeltme modeli ile tahmin edilerek reddedilir (Narayan, 2005). Sınır testi yaklaşımı uygulanmadan önce, öncelikle Kısıtsız Hata Düzeltme Modeli (Unrestricted Error Correction Model - UECM) oluşturulmalıdır. T dönemindeki Hata Düzeltme Modeli (EC) aşağıdadır.

$$EC_t = \varepsilon_t = y_t = \sum_{i=1}^m \theta_i x - \psi' w_t$$

Bir eşbütünleşme vektörü (yani temel denklem) tanımlanırsa, eşbütünleşme vektörünün ARDL modeli Hata Düzeltme Modeli'ne yeniden parametrelendirilir.

Yeniden parametrelendirilen sonuç, tek bir modelin değişkenlerinin kısa vadeli dinamiklerini (yani geleneksel ARDL) ve uzun vadeli ilişkisini vermektedir.

4. Uygulama ve Bulgular

Üçüz Açık Baskı Endeksi ve seçilen değişkenler arasında Reel Döviz Kuru (0.5739) haricinde düşük korelasyon bulunmaktadır. Değişkenlerin önemli bir kısmı ile beklenen yönde korelasyon bulunmuştur (Tablo 2).

Tablo 2. Korelasyon Tablosu

	ALTIN	BIST	BSKH	CA	DY	ENF	IBS	IHRITHKO	IKKO
ÜBE	-0,3043	0.2791	0.0752	0.1633	-0,2291	0.0542	-0,1269	0.0771	0.5231
	IO	NUR	PY	RDK	SUE	TLFAİZ	TGE	USD	YYHSP
ÜBE	-0,1678	0.2866	0.0781	0.5739	0.2890	0.1153	0.1007	-0,2481	0.3474

Kaynak: Yazar tarafından EViews programı kullanılarak oluşturulmuştur.

Finans ve iktisat çalışmalarındaki en önemli ve öncelikli konu zaman serileri durağan olması, yani birim kök taşımamasıdır. Durağanlık zaman serisi analizinde önemli bir kavramdır. Durağanlık, bir zaman serisinin (veya daha doğrusu onu oluşturan sürecin) istatistiksel özelliklerinin zamanla değişmemesi anlamına gelmektedir. Durağanlık önemlidir, çünkü birçok faydalı analitik araç ve istatistiksel test ve model buna dayanır. Zamandaki bir kayma dağılımının şeklinde bir değişikliğe neden olmazsa, bu zaman serisi durağanlığa sahiptir. Birim kökler durağan olmamanın bir nedenidir. Bu çalışmada, Dickey ve Fuller (1979) tarafından geliştirilen Artırılmış Dickey-Fuller (ADF) birim kök testi uygulanmıştır.

Tablo 3. ADF Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	t-Statistic	Prob.*	1. Fark	Prob.*	Değişken	t-Statistic	Prob.*	1. Fark	Prob.*
ÜBE	-3.6156	0.0010			IO	-4.4321	0.0001		
ALTIN	-3.0926	0.0419	-5.8722	0.0001	NUR	-3.0152	0.0044		
BIST	-6.1280	0.0000			PY	-4.5703	0.0001		
BSKH	-3.1367	0.0384	-5.4251	0.0004	RDK	0.5515	0.8256	-5.0923	0.0000
CA	-4.5824	0.0001			SUE	-4.3502	0.0001		
DY	-4.8311	0.0000			TLFAİZ	-5.6761	0.0000		
ENF	-7.5855	0.0000			TGE	-5.4872	0.0000		
IBS	-4.8270	0.0011			USD	-2.4659	0.0100		
IHRITHKO	-5.1689	0.0000			YYHSP	-6.6994	0.0000		
IKKO	-7.6179	0.0000							

Kaynak: Yazar tarafından EViews programı kullanılarak oluşturulmuştur.

Altın gr. Fiyatı (ALTIN), Bankacılık Sektörü Kredi Hacmi (BSKH) ve Reel Döviz Kuru Endeksi (RDK) hariç diğer değişkenlerin % 1 anlamlılık düzeyinde birim kök taşımadığı - durağan olduğu - görülmektedir (Tablo 3). Durağan olmayan değişkenler birinci farkları alındığında durağanlaşmaktadır.

Akaike Bilgi Kriteri ve en düşük optimum gecikme uzunluğuna göre gecikme uzunluğu 6 olarak belirlenmiştir.

Lagrange Çarpanı (LM) Testi modelde otokorelasyon bulunmadığını göstermektedir. Tablo 4'deki ARDL Sınır Testi sonuçlarına göre modeldeki değişkenler arasındaki uzun dönemde eşbütünleşme bulunmaktadır.

Tablo 4. ARDL Sınır Testi Sonuçları

Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-istatistik	Olasılık *
UBE(-1)	0,03	0,37	0,0915	0.9291
ALTIN	5.499,53	15.139,15	0,3633	0.7248
BIST	9.898,24	4.286,87	2,3090	0.0463
BSKH	- 65.449,52	24.708,86	- 2,6488	0.0265
CA	- 178,99	286,26	- 0,6253	0.0435
DY	- 297,86	443,29	- 0,6719	0.5185
ENF	- 16.633,90	15.186,23	- 1,0953	0.2949
İBS	57.015,29	17.272,09	3,3010	0.0092
İHRİTHKO	48.093,83	17.571,83	2,7370	0.0181
İKKO	105.715,50	47.227,37	2,2384	0.0449
İO	1.492,83	20.499,42	0,0728	0.9431
NUR	- 18.125,73	21.292,41	- 0,8513	0.4167
PY	- 4,95	77,88	- 0,0635	0.9507
RDK	39.391,71	44.545,56	0,8843	0.3995
SUE	7.344,96	25.565,14	0,2873	0.7788
TLFAİZ	23.041,77	11.177,01	2,0615	0.0693
TGE	47.795,99	24.924,29	1,9176	0.0874
USD	-144.059,30	49.714,54	- 2,8977	0.0177
YYHSP	6.155,82	7.523,12	0,8183	0.4292
C	28.332,40	8.805,29	3,2177	0.0105
R2	0.809921			
Düzeltilmiş R2	0.556482			
F-statistic	3.195.725			
Olasılık (F-statistic)	0.044633			

Kaynak: Yazar tarafından EViews programı kullanılarak oluşturulmuştur.

ARDL Sınır Testi sonuçlarına göre boş hipotez ret edilmiştir, yani model % 5 düzeyinde anlamlıdır. Modeli R2 (0,8099) ve Düzeltilmiş R2 (0,5565) değerleri yüksek çıkmıştır, yani modeldeki bağımsız değişkenlerin açıklama gücü yüksektir. Borsa İstanbul 100 Endeksi Değeri (BIST), Bankacılık Sektörü Kredi Hacmi (BSKH), Cari İşlemler Açığı (CA), İç Borç stoku (İBS), İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (İHRİTHKO), İmalat Kapasite Kullanım Oranı (İKKO) ve ABD Doları / Türk Lirası Alış Kuru (USD) değişkenleri ile Üçüz Açık Baskı Endeksi arasında istatistiki olarak anlamlı ve uzun dönemli bir ilişki bulunmaktadır.

Ayrıca Türk Lirası 1 Aylık Mevduat Faizi (TLLIBOR) ve Tüketici Güven Endeksi (TGE) ile % 10 düzeyinde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Değişkenler arasındaki kısa dönemli ilişkiyi belirlemek için Hata Düzeltme Modeli kurulmuştur. Ancak verilerin yıllık ve sayısının az olması nedeniyle Hata Düzeltme Modeli çalışmamıştır.

Bu nedenle kısa dönemli ilişkinin yönünü belirlemek için Granger (1980) tarafından geliştirilen nedensellik testi tercih edilmiştir. Bu test ilişkilerin yönü hakkında bilgi vermektedir. Granger Nedensellik Testi için değişkenlerin doğrusal, durağan ve sabit varyanslı olması gerekmektedir. Bu nedenle durağan olmayan değişkenlere (ALTIN, BSKH ve RDK) dönüşümler yapılmış, durağanlaştırılmış ve modele eklenmiştir. Üçüz Açık Baskı Endeksi ile değişkenler arasındaki Granger Nedensellik testi sonuçları Tablo 5'de sunulmuştur.

Tablo 5. Granger Nedensellik Testi Sonuçları

Çift Yönlü Granger Nedensellik Testi					
Değişkenler	F-İstatistik	Olasılık	Değişkenler	F-İstatistik	Olasılık
ALTIN - ÜBE	1.26984	0,3094	İÖ - ÜBE	1.08169	0,3626
ÜBE - ALTIN	0.84172	0,4503	ÜBE - İÖ	0.38019	0,6897
BIST - ÜBE	0.92595	0,4164	NUR - ÜBE	2.03711	0,1629
ÜBE - BIST	0.04059	0,9603	ÜBE - NUR	0.34024	0,7166
BSKH - ÜBE	0.20284	0,8186	RDK - ÜBE	1.36260	0,2859
ÜBE - BSKH	5.35014	0,0176	ÜBE - RDK	1.78959	0,2009
CA - ÜBE	4.62582	0,0260	PY - ÜBE	0.13306	0,8764
ÜBE - CA	0.67443	0,5234	ÜBE - PY	2.96829	0,0801
DY - ÜBE	1.76006	0,2038	SUE - ÜBE	2.39467	0,1231
ÜBE - DY	2.03971	0,1625	ÜBE - SUE	3.82574	0,0439
ENF - ÜBE	0.59525	0,5632	TLFAİZ - ÜBE	1.43715	0,2667
ÜBE - ENF	2.00997	0,1664	ÜBE - TLFAİZ	0.63604	0,5423
İBS - ÜBE	0.05812	0,9437	TGE - ÜBE	0.33147	0,7227
ÜBE - İBS	1.47989	0,2572	ÜBE - TGE	0.05733	0,9445
İHRİTHKO - ÜBE	1.64847	0,2234	USD - ÜBE	0.34984	0,7101
ÜBE - İHRİTHKO	0.04226	0,9587	ÜBE - USD	2.18224	0,1452
İKKO - ÜBE	2.10465	0,1544	YYHSP - ÜBE	1.08376	0,3619
ÜBE - İKKO	0.92637	0,4162	ÜBE - YYHSP	0.20392	0,8176

Kaynak: Yazar tarafından EViews programı kullanılarak oluşturulmuştur.

Tablo 5'deki Granger Nedensellik testi sonuçlarına göre, Bankacılık Sektörü Kredi Hacmi (BSKH) ve Sanayi Üretim Endeksi (SUE)'nden Üçüz Açık Baskı Endeksi'ne doğru tek yönlü nedensellik bulunmaktadır. Başka bir ifadeyle, Bankacılık Sektörü Kredi Hacmi ve Sanayi Üretim Endeksi'ndeki değişiklikler Üçüz Açık Baskı Endeksi üzerinde önemlidir. Ayrıca Üçüz Açık Baskı Endeksi'nden Cari İşlemler Açığı (CA) değişkenine doğru tek yönlü bir nedensellik oluşmaktadır.

5. Sonuç ve Değerlendirme

Literatürdeki çalışmalar ve ülke deneyimleri bütçe ve cari açık arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bütçe açığı ile birlikte cari işlemler açığının varlığı İkiz Açık Hipotezi'ni oluşturmaktadır. Açıkların yarattığı makroekonomik dengesizliklerin uzun vadede ülkenin ekonomik gelişimini etkilediği ve finansal bozulmalara yol açtığı bilinmektedir. İkiz Açık Hipotezi'nden sonra en çok tartışılan konulardan birisi de cari ve bütçe açıklarının ana kaynağının yetersiz yurt içi tasarruflar olduğudur.

Bu durum yazında Üçüz Açık Hipotezi olarak bilinen bu olgunun ortaya çıkmasının nedenidir. Üçüz Açık Teorisi ise en basit hali ile tasarruf - yatırım dengesini içeren İkiz Açık Teorisi'nin genişletilmesidir. Üçüz Açık Hipotezi, bir ekonomide kamu bütçe açığı, tasarruf-yatırım açığı ve cari işlemler açığının aynı anda meydana gelmesi durumunu ifade etmektedir. Üçüz açık durumunda ülkelerin makroekonomik dengeleri ve politikalarının etkinliği bozulmaktadır. Dünya ekonomisi ile bütünleşen ekonomilerde, söz konusu açıklar arasındaki ilişkisinin ve yönünün araştırılması büyük önem taşımaktadır. Tasarruf açığının genişlemesi, bütçe açığı ve cari hesap dengesizliklerinin yanı sıra faiz oranlarını yükselterek ülkenin yatırım seviyesini bozar ve döviz kurlarının değer kazanmasına neden olur. Sonuç olarak mal ve hizmet ihracatı pahalı hale getirir ve bir ülkenin ekonomik performansını kötüleştirir.

Bu çalışmada Tasarruf, Cari İşlemler ve Bütçe Açığı yıllık verileri kullanılarak Üçüz Açık Baskı Endeksi (ÜBE) oluşturulmuş ve 1998 - 2020 döneminde Üçüz Açık Baskı Endeksi'nin Türkiye ekonomisinde geçerli olduğu görülmüştür. Ayrıca Üçüz Açık Baskı Endeksi'nin bir öncü gösterge olarak kullanılabilmesi için makroekonomik ve finansal değişkenler ile olan ilişkisi Gecikmesi Dağıtılmış Otopregresif Sınır Testi (Autoregressive Distributed Lag – ARDL Bound Test) ile araştırılmıştır. ARDL Sınır Testi sonuçları % 5 düzeyinde istatistiki olarak anlamlıdır. Analiz sonuçlarına göre; Borsa İstanbul 100 Endeks Değeri, Bankacılık Sektörü Kredi Hacmi, Cari İşlemler Açığı, İç Borç stoku, İhracatın İthalatı Karşılama Oranı, İmalat Kapasite Kullanım Oranı ve ABD Doları / Türk Lirası Alış Kuru değişkenleri ile Üçüz Açık Baskı Endeksi arasında istatistiki olarak anlamlı ve uzun dönemli bir ilişki bulunmaktadır. Kısa dönemli ilişkinin yönünü belirlemek için Granger Nedensellik Testi kullanılmıştır. Test sonuçlarına göre; Bankacılık Sektörü Kredi Hacmi ve Sanayi Üretim Endeksi'nden Üçüz Açık Baskı Endeksi'ne doğru tek yönlü nedensellik bulunmaktadır. Bu sonuçlar teorik ve istatistiki olarak anlamlıdır. Cari İşlemler Açığı Üçüz Açık Baskı Endeksi'nin bir değişkenidir. ABD Doları / Türk Lirası Alış Kuru (USD) Türkiye ekonomisinde önemli bir değişkendir. Türkiye dolarizasyon oranının yüksek olduğu bir ekonomidir. Kur seviyesi üretim ve tüketim kanalları üzerinden Türkiye ekonomisinin performansını etkilemektedir. Bankacılık sektörünün kredi hacminin artması ile mal ve hizmete olan talep artacağından enflasyon artacaktır. Özellikle 2018 yılından sonra Kamu Bankaları ve Kredi Garanti Fonu üzerinden kullanılan ucuz krediler ekonomide ısınmaya neden olmuştur. Yüksek enflasyon, yüksek faiz ve yüksek kur ortamı oluşmuştur. İç borç stokunun artması ile para arzında sıkıntılar yaşanmakta ve risk olarak algılanması sonucu faiz üzerinde baskı yapmaktadır. İhracatın ithalatı karşılama oranının artması ise dış ticaret açığını, yani cari açığı azaltacaktır. Ters durumda ise cari açık artacak, artan cari açık hem bütçe dengesi hem de faiz oranları üzerinde baskı oluşturacaktır. İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı ve Sanayi Üretim Endeksi de anlamlı çıkan değişkenler arasındadır. Bu iki değişkendeki artışlar toplanacak vergiler nedeniyle bütçe açığının azalmasına, dengeye gelmesine ve fazla vermesine neden olacaktır. Ayrıca üretim kanalıyla arzın artmasıyla fiyatların düşmesi ve ihracatın artması ile cari açığın azalması ve sonuçta tasarruflarda bir artışa neden olacaktır.

Bu değişkenlerdeki önemli düşüşler üçüz açıkların büyümesine ve sonuç olarak finansal kriz döngüsüne neden olabilecektir.

Türk ekonomisinin dengeye kavuşabilmesi ve Şekil 3'de görülen kriz bölgesinden çıkabilmesi için öncelikle döviz kurlarında denge sağlanması ve dolarizasyonun azaltılması gerekmektedir. Böylece tüketici güveninin artması ve yabancı doğrudan sermaye girişlerinin yüksek düzeylere çıkması sağlanacaktır.

Ayrıca sağlanan bu denge ile enflasyon ve faiz oranlarının gelişmiş ülkeler seviyesine inmesi ve ihracat artışı ile ihracatın ithalatı karşılama oranının yükselmesi ve nihayetinde uluslararası rezervlerin artırılması mümkün hale gelebilecektir. Bankacılık sektörü kredi hacminin de dikkatle izlenmesi ve kredi kanalıyla ekonominin ısınmaması için gerekli tedbirlerin alınması faydalı olacaktır.

Bu çalışmada yıllık verilerle kullanılarak Üçüz Açık Baskı Endeksi oluşturmak amaçlanmıştır. Yıllık veriler kullanılmasından veri kısıtı oluşmuştur. Bu nedenle Vektör Otoregresif Model, Eşbütünleşme Testleri ve diğer modeller kullanılamamıştır. Bundan sonraki çalışmalarda çeyreklik veriler kullanılarak gelişmiş ekonometrik modeller kullanılabilir. Üçüz Açık Baskı Endeksi oluşturulması ve Türkiye ekonomisinde geçerliliğinin belirlenmesi ile bu çalışma literatüre önemli katkıda bulunmuştur.

Kaynakça

- Abell, J. D. (1990). Twin deficits during the 1980s: An empirical investigation. *Journal of macroeconomics*, 12(1), 81-96.
- Akbaş, Y.E., Lebe, F. ve Zeren, F. (2014). Testing the Validity of the Triplet Deficit Hypothesis for Turkey: Asymmetric Causality Analysis. *Journal of Business and Economics*, 7(14), 137-154.
- Akıncı, M. ve Yılmaz Ö. (2013). Türkiye ekonomisinde üçüz açık hipotezinin geçerliliği: Sınır testi yaklaşımı. *İMKB Dergisi*, 13(50), 1-27.
- Altunöz, U. (2018). Cari Açık, Bütçe Açığı ve Yatırım-Tasarruf Açığı Bağlamında Türkiye'nin Üçüz Açık Analizi. *Maliye Dergisi*, 175, 115-139.
- Andersen, P. S. (1990). Developments in External and Internal Balances: A Selective and Eclectic Review, *BIS Economic Papers*, 29, Bank for International Settlements.
- Bachman, D. D. (1992). Why is the US Current Account Deficit So Large? Evidence from Vector Autoregressions, *Southern Economic Journal*, 59(2), 232-240.
- Bayrak, M. ve Esen, Ö. (2012). Bütçe Açıklarının Cari İşlemler Dengesi Üzerine Etkileri: İkiz Açıklar Hipotezinin Türkiye Açısından Değerlendirilmesi. *Ekonomik Yaklaşım*, 23(82): 23-49.
- Barro, R. J. (1989). The Ricardian approach to budget deficits. *Journal of Economic perspectives*, 3(2), 37-54.
- Bolat, S., Belke, M. ve Aras, O. (2011). Türkiye'de İkiz Açık Hipotezinin Geçerliliği: Sınır Testi Yaklaşımı. *Maliye Dergisi*, 161: 347-364.
- Bolat, S., Değirmen, S. ve Şengönül, A. (2014). Does Triple Deficits Have (Un)Stable Causality for the EU Members? Evidence from Bootstrap-Corrected Causality Tests. *Procedia Economics and Finance*, 16: 603-612.
- Bussière, M., Fratzscher, M., and Müller, G. J. (2005). Productivity Shocks, Budget Deficits and The Current Account, *European Central Bank Working Paper Series*, 509.
- Burnside, C. (2004). Currency Crises And Contingent Liabilities, *Journal Of International Economics*, 62, 25-52.
- Chowdhury, K. ve Saleh, A. S. (2007). Testing the Keynesian Proposition of Twin Deficits in the Presence of Trade Liberalisation: Evidence from Sri Lanka. *Faculty of Business Economics Working Papers*, 2-35.
- Corsetti, G., & Müller, G. J. (2006). Twin deficits: squaring theory, evidence and common sense. *Economic Policy*, 21(48), 598-638.

- Darrat, A. F. (1988). Have large budget deficits caused rising trade deficits?. *Southern Economic Journal*, 879-887.
- Dickey, D. A. & Fuller, W. A. (1979). Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series with a Unit Root. *Journal of the American Statistical Association*, 74 (366a), 427-431.
- Dhrymes, P. J. (1971). *Distributed Lags: Problems of Estimation and Formulation*. Holden-Day, San Francisco.
- Domenech, R., Taguas D. & Varela, J. (2000). The Effects of Budget Deficit on National Saving in the OECD. *Economics Letters*, 69(3): 377-383.
- Dooley, M.P., Frankel, J.A. ve Mathieson, D. (1987). International Capital Mobility in Developing Countries vs. Industrial Countries: What do Saving-Investment Correlations Tell Us? *NBER Working Papers*, 2043, National Bureau of Economic Research, Inc., 503-530.
- Eğilmez, M. (2012) İkiz Açık, Üçüz Açık. <http://www.mahfiegilmez.com/2012/10/ikiz-ack-ucuz-ack.html>.
- Eichengreen, B., Rose, A. K., & Wyplosz, C. (1996). Contagious currency crises. *No. w5681*, National Bureau of Economic Research.
- Engle, R. ve Granger, C. W. J. (1987). Cointegration and Error-Correction: Representation, Estimation and Testing. *Econometrica*, 55 (2): 251-276.
- Feldstein, M. S. (1986). The budget deficit and the dollar. *NBER Macroeconomics Annual*, 1, 355-392.
- Feldstein, M., & Horioka, C. (1980). Domestic saving and international capital flows. *Economic Journal*, 90, 314-329.
- Fisher, S., & Easterly, W. (1990). The economics of the government budget constraint. *The World Bank Research Observer*, 5(2), 127-142.
- Fleming, J. M. (1962). Domestic Financial Policies Under Fixed and Under Floating Exchange Rates, *International Monetary Fund*, 9, 369-79.
- Froyen, R.T. (1999). *Macro Economics Theories and Policies*. 16th ed., New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Granger, C. W. J. (1980) Testing for causality: A personal viewpoint. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 2, 329-352.
- Gruber, J.W. & Kamin, S.B. (2007). Explaining the Global Pattern of Current Account Imbalances. *Journal of International Money and Finance* 26(4): 500-522.
- İpek, E. ve Kızılgöl, Ö. A. (2016). Türkiye ekonomisinde üçüz açık/triple deficit in Turkish economy. *Ege Akademik Bakış*, 16(3), 425.
- İyidoğan, P. V. ve Erkam, S. (2013). İkiz Açıklar Hipotezi: Türkiye için Ampirik Bir İnceleme (1987-2005). *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15: 39-48.
- Johansen, S. (1988). Statistical Analysis of Cointegrating Vectors. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 12, (2-3): 231-254.
- Kalou, S. & Paleologou, S. M. (2012). The twin deficits hypothesis: Revisiting an EMU country. *Journal of Policy Modeling*, 34(2), 230-241.
- Karanfil, M. ve Kılıç, C. (2015). Türkiye Ekonomisinde Üçüz açık Hipotezinin Geçerliliği: Zaman Serisi Analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 11(24), 1-20.
- Kaminsky, G. L. & Reinhart, C. M. (1999). The twin crises: the causes of banking and balance-of-payments problems. *American Economic Review*, 473 - 500.
- Kaufmann, S., Scharler, J., & Winckler, G. (2002). The Austrian current account deficit: Driven by twin deficits or by intertemporal expenditure allocation? *Empirical Economics*, 27(3), 529-542.

- Kılavuz, E. ve Dumrul, Y. (2012). İkiz Açıklar Hipotezinin Geçerliliği: Teori ve Uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(3-4): 239-258.
- Kibritçioglu, A. (2003). Monitoring banking sector fragility. *The Arab Bank Review*, 5(2), 51-66.
- Kim, S. and Roubini, N. (2003) Twin deficits or Twin Divergence? Fiscal Policy, Current Account, and Real Exchange Rate in the US. *Unpublished paper, New York University*, Revised 2004.
- Kim, S. ve Roubini, N. (2008). Twin Deficits or Twin Divergence? Fiscal Policy, Current Account and Real Exchange Rate in the U.S. *Journal of International Economics*, 74, 362-383.
- Koçbulut, Ö. ve Altıntaş, H. (2016). İkiz açıklar ve Feldstein-Horioka Hipotezi: OECD ülkeleri üzerine yatay kesit bağımlılığı altında yapısal kırılmalı panel eşbütünleşme analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 48, 145-174.
- Kosteletou, N. E. (2013), Financial integration, euro and the twin deficits of southern eurozone countries, *Panoeconomicus*, 60, 161-178.
- Kuijs, L. (2006), How Will China's Saving-Investment Balance Evolve? *World Bank Policy Research Working Paper*, 3958, 1-32.
- Leachman, L. L. & Francis, B. (2002). Twin deficits: apparition or reality?. *Applied Economics*, 34(9), 1121-1132.
- McTeer, B. (2008). Our triple deficits. *National Center for Policy Analysis*, 613, 1-2.
- Mundell, R. A. (1963). Capital Mobility and Stabilization Policy under Fixed and Flexible Exchange Rates, *Canadian Journal of Economics and Political Science*, 29, 475-85.
- Narayan, P. K. (2005). The saving and investment nexus for China: evidence from cointegration tests. *Applied economics*, 37(17), 1979-1990.
- Özçalık, M. ve Erataş, F. (2014). İkiz Açıklar Hipotezinin Geçerliliği: Yükselen Piyasa Ekonomileri için Bir Örnek. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 22: 136-151.
- Pesaran, M. H. & Shin, Y. (1995). *An Autoregressive Distributed Lag Modeling Approach to Cointegration Analysis*, In: Strom, S., Holly, A., Diamond, P. (Eds.), Centennial Volume of Rangar Frisch, Cambridge University Press, Cambridge.
- Pesaran, M. H., Shin, Y. & Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of applied econometrics*, 16(3), 289-326.
- Poterba J. M. & Summers. L.H. (1987). Finite Lifetimes and the Effects of Budget Deficits on National Saving. *Journal of Monetary Economics*, 20(2), 369-391.
- Roubini, N. (1988) Current Account and Budget Deficits in an Intertemporal Model of Consumption and Taxation Smoothing: A Solution to the 'Feldstein Horioka Puzzle? *NBER Working Paper*.
- Sevinç, E. (2016). Türkiye'de cari açık ve bütçe açığı arasındaki ilişkinin nedensellik analizi. *Bankacılar Dergisi*, 96, 79-101.
- Szakolczai, G. (2006). The Triple Deficit of Hungary, *Hungarian Statistical Review*, 10, 41.
- Şen, H. ve Kaya, A. (2016). Are the twin or triple deficits hypotheses applicable to post-communist countries?.
- Şen, A., Şentürk, M., Sancar, C. ve Akbaş, Y. E. (2014). Empirical Findings on Triplet Deficits Hypothesis: The Case of Turkey. *Journal of Economic Cooperation and Development*, 35(1): 81-102.
- Tang, T. C. & Lau, E. (2011). General equilibrium perspective on the twin deficits hypothesis for the USA. *Empirical Economics Letters*, 10(3), 245-251.
- Tang, T. C. (2014). Fiscal Deficit, Trade Deficit, and Financial Account Deficit: Triple Deficits Hypothesis with the U.S. Experience. *Monash Economics Working Papers from Monash University*, Department of Economics, No. 06-14, 13.

- Tezer, H. (2020). İktisat Literatüründe Dördüz Açıklar Hipotezi ve Türkiye Ekonomisi Üzerine Bir Araştırma. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(2), 1479-1500.
- Tunçşiper, B. ve Sürekçi, D. (2011). Türkiye’de İkiz Açıklar Hipotezinin Geçerliliğinin Zaman Serisi Analizi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt/Vol:11, No:3, 102-120.
- Türkay, H. (2013). Türkiye’de Cari Açık, Bütçe Açığı ve Yatırım-Tasarruf Açığı İlişkisi. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(2): 253-269.
- Ural, M. ve Balaylar, N.A. (2007). Bankacılık Sektöründe Yüksek Risk Alımı ve Baskı İndeksleri. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 44, 509.
- Utkulu, U. (2003). Türkiye’de Bütçe Açıkları Ve Dış Ticaret Açıkları Gerçekten İkiz Mi? Koentegrasyon Ve Nedensellik Bulguları. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 45-61.
- Yapraklı, S. (2008). Türkiye’de Esnek Döviz Kuru Rejimi Altında Döviz Açıklarının Belirleyicileri: Sınır Testi Yaklaşımı. http://www.deu.edu.tr/userweb/iibf_kongre
- Vamvoukas, G.A. (1999). The Twin Deficit Phenomenon: Evidence from Greece, *Applied Economics*, 31 (9), 1093-100.
- Vyshnyak, O. (2000) Twin Deficit Hypothesis: The Case of Ukraine.
- Zaidi, I. ve Iqbal, M. (1985). Saving, Investment, Fiscal Deficit, and the External Indebtedness of Developing Countries. *World Development*, 13(5), 573-588.

TÜRK KAHVESİ MARKALARININ DİJİTAL HALKLA İLİŞKİLER BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA KULLANIMI

Sabahat ÖZKAN¹, Ayten ÖVÜR²

Öz

Markalar, imaj ve kurum kimliğini destekleyerek tanıtım çalışmalarına katkı sunmaları, hedef kitleleriyle etkili ve hızlı iletişim sağlamaları nedeniyle dijital halkla ilişkiler aracı olarak sosyal medyayı sıkça kullanmaktadırlar. Bu bağlamda araştırmanın amacı, iki yönlü simetrik iletişim açısından geçmişten günümüze içecek kültürü ile önemli misyona sahip olan Türk Kahvesi markalarının, Instagram paylaşımlarının genel durumunun ve Instagram'daki halkla ilişkiler uygulamalarının kurum tanıtımına ve imajına olumlu yönde katkı sağlayıp sağlayamadığını ortaya koymaktır. Bu amaçla 10.08.2021 tarihi itibarıyla en çok takipçi sayısına sahip 3 Türk Kahvesi markasının 10.05.2021-10.08.2021 tarihleri arasındaki 70 paylaşımı, resmi Instagram sayfaları üzerinden içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Türk Kahvesi markalarının dijital halkla ilişkiler kapsamında Instagram'da yaptıkları paylaşımların yeterli etkiye ulaşamadığı ve dijital halkla ilişkiler araçlarını etkili kullanamadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Türk Kahvesi, Dijital Halkla İlişkiler, Instagram, İki Yönlü Simetrik İletişim.

JEL Sınıflandırması: D83, G34, M31, M37.

SOCIAL MEDIA USE OF TURKISH COFFEE BRANDS IN THE CONTEXT OF DIGITAL PUBLIC RELATIONS

Abstract

Brands frequently use social media as a digital public relations tool, as they contribute to promotional activities by supporting image and corporate identity. The aim of there search is to reveal its contribution to beverage culture from past to present in terms of two-way symmetrical communication and to evaluate the general status of the Instagram shares of Turkish Coffee brands. 70 shares of 3 Turkish Coffee brands with the highest number of followers as of 10.08.2021 were analyzed by content analysis method on their official Instagram pages. It has been concluded that the shares of Turkish coffee brands do not reach enough impact and can not use digital public relations tools effectively.

Keywords: Turkish Coffee, Digital Public Relations, Instagram, Two-Way Symmetrical Communication.

JEL Classification: D83, G34, M31, M37.

¹ Doktora Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, sabahatozkan@stu.aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2476-4585

² Doç. Dr., İstanbul Aydın Üniversitesi, aytenovur@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2497-9703

1. Giriş

Günlük hayatın içerisinde sohbetlerin en samimi eşlikçisi olan Türk Kahvesi, geçmişten günümüze kişilerarası ve toplumsal iletişime katkı sağlayarak, toplumun acı tatlı günlerinde yer almış, ev, ofis ve kamusal mekanlarda varlığını oldukça güçlü şekilde hissettirmiştir. Aslında kahve, tüm toplumlarda ruhu ve bedeni, karakteristik aroması, kokusu, sıcaklığı ile saran, insanların mutlu ve üzüntülü günlerinde birbirleriyle iletişim sağlamaları noktasında köprü görevi gören bir misyona sahip olmuştur. Kahve Anadolu'da kız isteme törenlerinde, cenazelerde yas evlerinde, ev ve işyerine gelen konuklara sunulan zengin görsel sunumu ile sosyal yaşamın bir parçası olmuştur. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna evrilen dünyamızda, kahve fincanları, teknolojik gelişmelere paralel olarak sosyal hayatımız içerisinde varlığını sürdürerek bilgisayar masalarımızda yerini almış, geçmiş ve gelecek arasında sıcak bağ kurmamıza yardımcı olarak ruhumuza iyi gelen en yakın arkadaşımız olmuştur. Kahve, yalnızca bir içecek olmamış, kabul gördüğü her toplumsal yapıda kısa sürede sosyalleşmeyi biçimlendiren, hazırlanması, sunumu ve içimi gibi konularda çeşitli ritüelleri içinde barındıran toplumsal bir olgu olmuştur (Demir, 2011: 9).

2000'li yıllardan itibaren yeni medya olarak tanımlanan ortamlar, her sektörde olduğu gibi kahve sektörünün imajı ve tanıtımı açısından önemli bir işlevselliğe sahip olmuştur. Yeni medya, teknoloji odaklı dijital iletişim süreçlerine dayalı tüm içerikleri kapsayan, teknolojik gelişmelerle değişen, gelişen, yenilenen ve güncellenen bir ortamı tanımlamaktadır (Standage, 2013). Günümüzde pek çok sektörde, küresel bir dünyaya katkı sunan, yeni medya ortamında kullanılan sosyal medya araçları ile dijital halkla ilişkiler çalışmaları yapılarak firmaların tanıtım ve imajları desteklenmektedir. Aynı zamanda kamuoyunda, halkla ilişkiler alanında sosyal medya üzerinden çok çeşitli uygulama ve kampanyaların yapıldığı görülmektedir. Sosyal medya aracılığıyla gündem yönetimi kapsamında yapılan faaliyetlerin sayısı ise her geçen gün artmaktadır. Instagram, sunduğu, fotoğraf ve video paylaşımı özelliği ile kurumların dijital ortamda sesine, görüntüsüne yer vererek, markalarının etkili ve hızlı şekilde tanıtılmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda yorum, beğeni, ifade ve görüntüleme özelliği ile de hedef kitleleri ile iki yönlü simetrik iletişim sağlama olanağına sahip, sosyal medya aracı olma özelliğini taşımaktadır. Tüm sektörler gibi tarihsel ve kültürel misyonu ile sosyal hayatın vazgeçilmez unsuru olan kahve sektörü de dijital alanda varlığını sürdürmektedir. Türk Kahvesi markalarının dijital ortamda Instagram üzerinden yaptıkları paylaşımların, hedef kitlelerin beklentisine yönelik uygun video, fotoğraf, yorum, beğeni vb. özellikleri taşıması, markanın özelliklerine uygun şekilde paylaşımların gerçekleştirilmesi önem taşımaktadır. Yapılan faaliyetlerin duyurulmasında, geleneksel iletişim araçları önemli katkı sağlamaktadır. Ancak yeni Dijital Çağ'ın getirdikleri ile daha fazla kişiye ulaşıldığı, bu anlamda dijital mecraların ön planda olduğu görülmektedir (Silsüpür ve Kocabaş, 2021: 17).

Makalenin ikinci bölümünde, çalışmanın amacı, kapsamı ve yöntemi ile ilgili bilgilere, üçüncü bölümünde, kavramsal çerçeve başlığı adı altında, zengin literatür taraması ile açıklanan Türk kahvesi ve tarihsel yolculuğu, dünyada kahve, Türk kahvesinin yeri ve önemi ile ilgili bilgilere, dördüncü bölümünde, dijital halkla ilişkiler uygulamaları, halkla ilişkiler modelleri ve pazarlama ilişkisi hakkındaki bilgilere, beşinci bölümünde, çalışmanın metodolojisi, önemi, araştırma soruları ve hipotezleri hakkında bilgilere yer verilmiştir. Altıncı bölüm olan bulgular bölümünde yapılan araştırmanın bulguları yüzdeler olarak değerlendirilerek grafikler ile gösterilmiştir. Yedinci bölüm olan sonuç ve öneriler kısmında, geçmişten günümüze önemli misyona sahip olan Türk kahvesi markalarına vurgu yapılmıştır.

Ayrıca Türk kahvesi markalarının, hedef kitleleriyle yoruma açık paylaşımlar yapmaları, dijital halkla ilişkiler bağlamında iki yönlü simetrik iletişim gerçekleştirmeleri halinde küresel dünyada Türk Kahvesi markalarının tanıtımına katkı sağlayabilecekleri önerisinde bulunulmuştur.

2. Çalışmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Günümüzde, yeni medya ortamında sosyal medya aracı olan Instagram ve geleneksel Türk Kahvesi ikilisi, hayatımızda yer alarak, toplumsal iletişimin önemli bileşenleri olmuştur. Türk Kahvesi markalarının Instagram aracılığıyla yaptığı dijital halkla ilişkiler uygulamalarının genel durumunun, toplum geneline ulaşarak kurum imajına ve tanıtımına olumlu yönde katkı sağlayıp sağlayamadığını ortaya koymak çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu nedenle, 10.08.2021 tarihi itibarıyla en çok takipçi sayısına sahip 3 Türk Kahvesi markasının 10.05.2021-10.08.2021 tarihleri arasındaki 70 paylaşımı, resmi Instagram sayfaları üzerinden içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırmada, hesabın oluşturulduğu tarihi, beğeni sayısı, Instagram takipçi sayısı, paylaşım tarihi, özel etkinlik olup olmadığı, özel etkinlik tarihi, varsa etkinliğin içeriği, etkinlik türü, gönderi konusu, gönderide hashtag kullanımı, hashtag içeriği, fotoğraf paylaşımı, fotoğraf paylaşım içeriği, video paylaşımı, video paylaşım içeriği, paylaşım sayısı, ifade sayısı, yoruma açık olup olmadığı, yorum sayısı, görüntüleme sayısı, kurum imajı ve kimliğine ilişkin logo ve isim paylaşımı gibi, 21 kriter üzerinden analiz edilerek değerlendirilmiştir.

3. Kavramsal Çerçeve

3.1. Türk Kahvesi ve Tarihsel Yolculuğu

Kahve kelimesinin etimolojik olarak kökeni hakkında farklı yaklaşımlar bulunmakla birlikte Arapça kökenli bir kelime olduğu ve ilk zamanlarda, kahva olarak kullanıldığı bilinmektedir (Simpson'dan aktaran: Koz, 2011: 13). Bitki adını Habeşistan'da (Etiyopya), bulunan Soha bölgesindeki Kaffa şehriden almaktadır (Murray, 1893: 589'dan aktaran: Koz, 2011: 13). Günümüzde diğer dillerde kullanılan isimlerin de "kahva" kelimesinden geldiği düşünülmektedir.

Kahvenin keşfinde ve kullanımının yaygın olmasında, yarattığı tartışma ortamlarında gizemli olmasının payı büyüktür. 570'li yıllarda keşfedildiği düşünülen, öncelikle 1470-1500 tarihleri arasında Mekke ve Medine'ye, ardından İslam dünyasına hızlı şekilde yayılan kahve, geçmişine ait efsane ve hikayelere sahip olmuştur. Kahvenin 8.yüzyılda içecek olarak kullanımından önce Habeşistan'da kızartılarak ezilip, yağ ve tuz ile karıştırılarak tüketildiği bilinmektedir (Snodgrass, 2004: 236'dan aktaran: Koz, 2011: 15).

Yemen, 14. yüzyılda kahvenin ilk kez ününü kazandığı yer olmuştur. Daha sonra Mekke ve Medine'ye 15.yüzyılda, sonrasında Kahire, Şam, Halep ve İstanbul'a yayılmış, buradan da Müslüman ülkelere ulaşmıştır (Işın, 2006: 13). Batı ülkelerinin kahve ile tanışması 16. yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu aracılığıyla gerçekleşmiştir. Kahvenin batı dünyasına giriş kapısı İtalya olmuştur. Venedik, Avrupa'nın kahve içme alışkanlığının ilk yerleştiği merkez olmasının yanı sıra Kuzey Afrika, Mısır ve Akdeniz ticaretinde kilit noktası konumundadır. Dolayısıyla Venedikli tacirler kahvenin sadece tadından etkilenmekle kalmamış, aynı zamanda ticari potansiyelini de keşfetmiştir.

16. Yüzyılın sonlarına doğru Venedikli tacirler Mısır üzerinden İtalya'ya kahve taşımaya başlamışlardır (Koz, 2011: 18). 1645'te kahvehaneler ilk kez Venedik'te açılmış olup, ardından Oxford, Londra ve Paris kahvehanelerin açıldığı yerler olmuştur ancak, 1683'te Osmanlı ordusunun Viyana kuşatması sonrasında uğranan bozgunun ardından kahve tüketimi yaygın hale gelmiştir. Böylece 17. ve 18. yüzyılda bütün Avrupa'da kahve lüks maddeler arasında yer almaya başlamıştır (Gürsoy, 2014: 77-80;148-150'den aktaran: Yazır, 2021).

Kahve, dalından cezveye girinceye kadar kahve çekirdeklerinin kavrulması, soğutulması, öğütülmesi, pişirilmesi aşamalarından oluşan 4 evreden geçmektedir. Kahveye karakterini kazandıran esas unsur çekirdeklerin çatlamasının ardından ortaya çıkan uçucu maddelerdir (www.homeroasters.org'den aktaran: Koz, 2011: 18). Dünyada genel olarak kahve için kullanılan ısı miktarı 188 ile 282 derece arasındadır. Isı ve süre miktarı, kahvenin karakterine göre değişmektedir. Örneğin Java, Kenya ve Jamaica kahvelerinin çekirdekleri karakteristik özelliklerin baskın olması için hafif kavrulmaktadır. Türk Kahvesi kahve cinsinin orta kavrulmuş halidir (Koz, 2011: 18). Kavurma işleminin sonucunda, ısıları neredeyse 200 dereceyi aşan çekirdekler kendi kendilerine kavrulmaya devam etmemeleri için soğutulmaktadır. Öğütme işleminde seçilecek olan boyutu ise pişirme tercihi belirlemektedir. Örneğin Türk Kahvesi çok ince çekilmesine rağmen filtre kahve en kalın formda çekilmektedir. Kahvenin öğütüldükten sonra pişirme aşamasına geçilmektedir. Kahveyi pişirmenin üç yolu bulunmaktadır bunlar; dövülme suretiyle ince toz haline getirilmiş dibek kahvesi ile hazırlanan Türk Kahvesi, kalın çekilmiş kahvenin suda kaynatılarak süzgeçten geçirilme yöntemiyle hazırlanan süzme kahve, çok kavrulmuş ve kalın çekilen kahvenin içinden su buharının geçirilmesi ile hazırlanan kahve şeklindedir (Taştan, 2009: 53).

Türk kahvesinin, karakteristik lezzet unsuru taşıması için çekirdek olarak “*Arabica*” türünün kullanılması, kalitesi yüksek olan çekirdeklerin seçilmesi gerekmektedir. Lezzetini kavurma derecesinden alan kahvenin, karakteristik lezzet unsuru için gerekli olan ince öğütme işleminde çekirdeklerinin nemli bırakılması, kurutulmaması gerekmektedir (Özgür, 2012:1-6).

Esasında Türk kahvesi adını kahve çeşidi olmasından değil, hazırlama şeklinden almaktadır. Dolayısıyla kendine ait kahve çekirdeği yoktur. Hazırlama için Arabica kahve türünün çekirdeklerinin en kaliteli olanları kullanılmaktadır. Yöntem olarak Türkler tarafından güğümde ya da tepesi dar formda olan küçük kaynatma kabı cezvede pişirilen kahve, öncesinde en ince şekilde dövülmektedir (Küçükkömürler ve Özgen, 2009:1693-1700).

3.2. Dünya'da Kahve, Türk Kahvesi'nin Yeri ve Önemi

Yüzyıllardır günlük yaşamın içerisinde kültürel bir yapıya sahip olan kahve, toplumda tüm kesimler tarafından yüksek oranda tüketilen bir içecek olması nedeniyle hem ticari hem de sosyal hayata katkısı açısından önemli role sahip olmuştur (Özdekan, 2014: 167). Sıcak içecekler kategorisi açısından kahve, tüm dünyada en önde gelen tüketim ürünlerinden birisi olmuştur (Cengiz ve Lopar, 2020: 210).

Amerika Birleşik Devletleri dünyada en çok kahve tüketen ülke konumundadır, arkasından Fransa, Belçika, İtalya, İngiltere, İsveç ve Kanada gelmektedir (Yıldız, 2007: 26). Türk kahve pazarı perspektifinden değerlendirildiğinde, yıllık kahve tüketiminin Türkiye'de 45.000 ton yani yaklaşık olarak 6,5 milyar fincan kahve civarında olduğunu, bunun ise günlük 17,7 milyon fincana karşılık geldiğini söylemek mümkündür.

2016 yılı verilerinde 600 milyon liraya ulaştığı görülen pazar büyüklüğünün, 125 milyon liralık kısmını Türk kahvesinin oluşturduğu görülmektedir (Baruönü-Latif ve Örs, 2018: 151). Kahve, diğer tarım ürünleri gibi, borsada işlem gören, değeri farklı kalite özellikleriyle değil, finansal spekülasyonlarla belirlenen, petrolden sonra en çok ticareti yapılan mal olmuştur (Nodari, 2021).

Türk kahvesi, İtalya’da Fast Food tüketimine karşı olarak oluşan Slow Food Hareketi içerisinde yer alarak, yöre yemeklerinin ve tarım alanında bulunan biyolojik çeşitliliğin korunması açısından karakteristik özelliği taşıması nedeniyle önemlidir (Güven, 2011: 114, 115). Beş yüz yıllık Osmanlı saray mutfağında yer alan kahve, bugünlere kısık ateşte yavaş pişirilmesi ve sıcak tüketilmesi ve sohbet aracı olması gibi özellikleri ile gelmiştir (Özgen vd., 2019:627).

Fendal çalışmasında, hazır kahve tüketiminin Türkiye’de 1980’li yılların başından itibaren yaygınlaştığını ifade ederek Türk kahvesinin tüketimi ve sunumunun fastfood tüketim anlayışına göre daha yavaş olması nedeniyle rekabet açısından geri kaldığının gözlemlendiğini belirtmektedir. Bunun dışında Türk kahvesinin, daha çok evde tüketilmesi nedeniyle, yeni kahve türlerinin karşısında dış dünyaya daha az açık duruşunun olduğunu ifade etmektedir (Fendal, 2012:147-180).

Altındağ, geleneksel içeceğimiz olan Türk kahvesi tüketiminin oldukça yaygın olduğunu, ülkemizde çeşitli yörelerde içine farklı gıdaların ilave edilmesi, değişik pişirme yöntemlerinin uygulanmasıyla yöresel gıdalar arasında bulunduğunu ifade etmektedir. Tüketilen Türk kahvesinin türünün, pişirme yönteminin ve tüketim miktarının sağlık üzerine etkileri konusunda tartışmaların hala sürdüğünü, özellikle diyabet, kanser gibi hastalıklara karşı olumlu etkilerinin olduğunu, osteoporoz gibi hastalıklara karşı da tüketim miktarına bağlı olarak olumsuz yönde etki ettiğini vurgulamaktadır (Altındağ, 2019: 189).

Takahaski ve arkadaşları Ding (2014:1235-1238) tarafından yapılan yağlı karaciğer hastalığı üzerine kafeinin mitokondriyal b-oksidasyonu ile etki etmesi ile koruma sağlandığını gösteren çalışmaya dikkat çekerek, kahve tüketiminin yaşlanma ya da yaşla ilgili hastalıklara karşı pek çok yarar sağladığına, alkol kullanımına bağlı olmayan şekilde oluşan yağlı karaciğer hastalık fibrozunu azalttığına, kahve tüketen orta yaşlı erkeklerde depresyon riskini azalttığına ve günlük 3-4 bardak kahve tüketiminin 40 ile 69 yaş arasında bulunan Japonlarda ölüm oranını azalttığına dair bulgulardan bahsetmektedirler (Takahaski vd., 2017: 1-8).

Koca ve Tüğen yapmış oldukları çalışmada, Türk Kahvesi adı altında İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Kocaeli ve Elazığ’da gerçekleştirilen Türk kahvesi festivallerinden bahsetmişler, festivallere yapılan yoğun katılım ile farkındalığın oluşmasına imkan verilmesinin ve değişik bir içecek deneyiminin kazandırılmasının önemine değinmişlerdir (Koca ve Tüğen, 2020: 354).

“Gönül ne kahve ister ne kahvehane, gönül sohbet ister kahve bahane” gibi deyimler Türk kahvesinin günlük hayata etkisini göstermektedir” (Bulduk ve Süren, 2007: 307-308). Kültür açısından önemine istinaden, Türk kahvesi, UNESCO dünya kültür varlıkları envanterine aday gösterilmiştir (Türk Kahvesi Derneği, 2021).

Kefeli ve arkadaşları (2020:130), “Üçüncü Nesil Kahve İşletmelerinde Türk Kahvesi’nin Yeri: İstanbul Örneği” isimli makalelerinde, faaliyet yeri İstanbul olan üçüncü nesil kahve işletmeleri ile ilgili araştırma yapmışlardır.

Çalışmada yüz yüze görüşme tekniği kullanılmış ve görüşme formunda bulunan sekiz yarı yapılandırılmış soru ile elde edilen veriler içerik analizi ile yorumlanmıştır.

Araştırma sonucunda üçüncü nesil kahve işletmelerinde Türk kahvesinin pişirme yönteminin geleneksel yapıya uygun olarak yapılmadığı aynı zamanda Türk kahvesinin diğer kahve çeşitlerine göre daha az talep edildiği sonucuna ulaşımlardır (Kefeli vd., 2020:130).

Alyakut, bütünleşik pazarlama iletişimi açısından sosyal medyanın faaliyetlerinin değerlendirmesini yapmak amacıyla “Kahve Markalarının Bütünleşik Pazarlama İletişimi Bağlamında Sosyal Medya Kullanımları” isimli makalesinde, marka olarak Starbucks ve Kahve Dünyası’nın sosyal medya faaliyetlerini incelemiştir. Çalışmasında, ticari Facebook hesapları ve paylaşılan görsel iletişim içerikleri temel alınmış ve içerik analizi uygulanmıştır. Süreç, 1-31 Aralık 2016 tarihlerini kapsamaktadır. Araştırmada, verilen hizmet ve ortamın, kahve kültürü açısından değerlendirilmesinde, sosyal medya ile sağlanan iletişim ve tüketicilerin etkileşiminin devamlılığını sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Tüketiciler ile duygusal bağ oluşmasına yönelik paylaşımlara yer verilmesi ve oluşturulan ortam ile markaların pazarlama iletişimine katkı sağlayacağı görüşüne yer verilmiştir. Starbucks sosyal medya ortamında daha aktif ve pazarlama iletişiminde daha etkili olmuştur. Ayrıca çalışma sonucunda, görseelliğin ön planda olduğu günümüz koşullarında, kahve markalarının tüketicilerin gözüne hitap eden, kalplerine dokunan ve marka ile ilgili daha çok konuşulmasını sağlayacak sosyal medya paylaşımlarının bulunmasının daha başarılı sonuçlara ulaşılmasına katkı sağlayacağı ifade edilmiştir (Alyakut, 2017: 209).

4. Dijital Halkla İlişkiler Uygulamaları

İletişim sürecinin başlangıcında yer alan söz kavramı, günümüzde yerini dijital sisteme bırakmıştır (Yengin, 2019: 142). Teknoloji kelimesi anlam olarak yapmak, üretmek ifadesini içeren Antik Yunancadan tekne kelimesi ile logos kelimesinin birleşmesinden meydana gelmiştir. Teknoloji, nesne üretiminin ve yapımının toplumsallaşmış bilgisi anlamına gelmektedir (Atabek, 2020: 15). Telefon, radyo ve televizyonun bulunması iletişim teknolojilerindeki gelişmeler açısından ilk devrim olarak nitelendirilirken ikinci sırada devrim olarak nitelendirilen, bilgisayar ve internet teknolojisindeki gelişmeler olmuştur (Andersen, 2001: 22-23).

İnternet ile gelişen web uygulamaları, kullanıcılara yeni fırsatlar sunmaktadır. Sosyal ağ siteleri ile birlikte kullanıcılar oluşturdukları kişisel profilleri aracılığıyla kendi içeriklerini başkaları ile paylaşma, iletişim kurma ve birbirleriyle bağlantıda olma imkanına sahip olmuşlardır (Enders vd., 2008:200). Sosyal medya, kullanıcıların online topluluklar meydana getirdiği, bilgi oluşturduğu, içerik paylaştığı, fikir alışverişi odaklı yüksek düzeyde etkileşim içeren, dinamik bir yapıdır (Ellison ve Boyd, 2013: 151). Sosyal ağlar, kolay erişim, sistematik yapılanma, yüksek etkileşim düzeyi ve katılımcılığı üst düzeyde sağlama gibi özellikleri ile yeni medya içerisinde önemli bir popülerlik kazanmıştır (Erişti, 2017: 2).

Günümüzde yazılı ve görsel araçların işlevlerini bir araya toplayan, yeni iletişim teknolojileri ve özellikle internet olmuştur. İnternetin, halkla ilişkilerin uygulama alanı ve aracı olarak yeni ufuklar açan gücü ve önemi bulunmaktadır (Kazancı, 2002: 277-278). İnternet sayesinde, sosyal medya tetiklenerek Instagram, Facebook, Tumblr, Wikipedia, Soundcloud, Orkut, Pinterest, Flickr gibi sosyal medya ortamları ile arkadaşlık ağları hızla gelişmiş, görsel, işitsel ve kültürel açık kaynaklı içerik paylaşımlarındaki artış hızlanmıştır (Mengü vd., 2019: 4).

Cüceloğlu, “Var mısın?” isimli kitabında sosyal medyanın artık yaşamın bir gerçeği olduğunu, yok sayılamayacağını ifade ederek, günümüzde bilişim teknolojisinin yeni becerilerini öğrenmenin, geçmiş zamanın okuma yazmasını öğrenmek kadar önemli olduğunu, zaman ve mekan sınırlarını aşan bir teknoloji olarak ticaret, edebiyat, sanat, müzik, eğitim alanlarında müthiş olanaklar sağladığını belirtmektedir (Cüceloğlu, 2021: 183-184).

Halkla ilişkiler alanına yeni iletişim teknolojilerinin getirdiği bir kaç olumsuzluk olmasına rağmen bu teknolojilerin özgür bir ortam oluşturması, her geçen gün kullanıcı sayılarının artması, bir araç olarak tüm medyaları birleştiren ortam yaratması, diğer araçlarda bulunmayan etkili iletişim sunma özelliği taşıması, halkla ilişkiler faaliyetleri için birçok avantaj sağlamaktadır. Bu avantajlarından dolayı bu araç ve ortamın kullanımı, halkla ilişkiler faaliyetleri için büyük önem taşımaktadır (Akar, 2010: 105). Kurumların izlediği stratejiye göre attığı adımlar ve ürettiği içerikler, hedef kitlenin paylaşımları ve tıklamaları, genel yapı hakkında bir harita ortaya koymaktadır (Demren, 2018).

Halkla ilişkiler çalışmaları araştırma, planlama ve uygulama, değerlendirme süreçlerini kapsamaktadır. Araştırma, sorunlar karşısında güvenilir çözümlere ulaşmak için, planlı ve belli bir sistem dahilinde çalışarak verilerin elde edilmesi, analiz edilip (çözümlemesi), yorumlanarak değerlendirilmesi ve rapor edilmesini kapsayan bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Best, 1959, Mouly, 1963'den Aktaran: Karasar, 2008: 22).

Halkla ilişkiler faaliyetlerinde hedef kitlenin belirlenmesi ve iyi analiz edilmesi önemlidir. Hedef kitlenin demografik ve kültürel yapısı, alışkanlıkları, gelenekleri, hayata bakış açısı, inanç değerleri ve toplumsal değerleri, tutum ve davranışları çok iyi analiz edilmelidir (Sabuncuoğlu, 1991: 91).

Sosyal medya yüksek düzeyde paylaşım yapılan, online medyanın yeni bir türü olarak fırsatlar sunan en yeni fikirlerden birisi olmuştur (Solmaz vd., 2013:25). Sosyal medya, katılımcılar, açıklık, konuşma, toplum ve bağlantılılık özelliğini taşımaktadır. İlgili özellikler şu şekilde açıklanabilir: *Katılımcılar*: Sosyal medya katılımcılara cesaret vererek ilgili tüm kullanıcıları ile geri bildirim sağlamaktadır. *Açıklık*: En fazla geribildirime sahip, katılımcılarına açık olan sosyal medya servisleridir. Dolayısıyla bu servisler aracılığıyla oylama, yorum yapma ve bilgi paylaşımı konularında cesaret aşılanmaktadır. Ender olarak ulaşma engel kuyulmaktadır. *Konuşma*: Geleneksel medyanın içerik aktarımında veya dinleyiciye bilgi ulaşımında yayının kendisi tek yönlü iletişim, önemli olurken, sosyal medyada iki yönlü iletişimin oluşması daha iyi sonuç vermektedir. *Toplum*: Sosyal medyada, topluluklar ile hızlı ve etkili bir oluşum içinde bulunularak, sevdikleri fotoğraflar, politik değerler, favori TV şovları kısacası ilgili oldukları konular hakkında paylaşım yapılabilmektedir. *Bağlantılılık*: Birçok Sosyal medya, bağlantılı işler yaparak diğer siteler ve insanların ilgi duyduğu bir konuda link verilmesine imkan tanımaktadır (Vural ve Bat, 2010:3349-3352).

Yukarıda yapılan açıklamalarda da belirtildiği üzere çalışmanın esas konusu olan Instagram, kullanıcılarına fotoğraf ve video çekimlerinde kullanabilecekleri farklı filtreleri sunan, teknik açıdan estetik özelliklerine müdahale edebilme ve oluşturulmuş olan içeriğin diğer sosyal ağlar üzerinden de aynı anda kolaylıkla paylaşabilmesine olanak veren, mobil uygulama odaklı sosyal bir ağıdır (Erişti, 2017: 5).

4.1. Halkla İlişkiler Modelleri ve Pazarlama İlişkisi

Tarım toplumu ve sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişin sağlanması ile farklı iki disiplin olan halkla ilişkiler ve pazarlama alanında, iş birliği ve sinerji ile hareket etme zorunluluğu doğmuştur. Grunig ve Hunt (1984) dört halkla ilişkiler modelini ortaya atmıştır. Modeller, basın ajansı, kamuoyu bilgilendirme, iki yönlü asimetrik ve iki yönlü simetrik model olarak dörde ayrılmaktadır. İki yönlü simetrik model, çağdaş halkla ilişkiler anlayışını ortaya koymuştur. Halkla ilişkiler, hedef kitle ile karşılıklı etkileşim içerisinde bulunan, hedef kitlenin istek ve beklentilerini dikkate alan, dengeli bir iletişimi tercih eden bir yönetim fonksiyonu halini almıştır (Baytekin, 2015: 170-173). Bahsi geçen fonksiyon ile iletişimin, pazarlama düşünceleri ile halkla ilişkilerin, kurum içerisindeki yükselen değeri paralellik göstermektedir (Bozkurt, 2000:137).

Sosyal medya pazarlaması, marka olmak için ve iletişim amaçlarının yerine getirilmesi için sosyal ağların, sanal dünyaların, sosyal haber sitelerinin ve sosyal fikir paylaşım sitelerinin oluşturduğu sosyal toplulukların kültürel bağlamda kullanıldığı bir online reklam formu olarak belirtilmektedir (Özgen ve Doymuş, 2013:96). Sosyal medyanın gelişim süreci, internetin ve araçlarının evrimi oldukça dinamik şekilde gerçekleşmiştir. İlk çevrimiçi sosyal ağ sitesi 1997 yılında kurulan SixDegrees adlı sitedir (Güçdemir, 2015: 35).

Sosyal medyanın ortaya çıkışıyla birlikte halkla ilişkilerde araştırma, planlama uygulama ve değerlendirme süreçleri teknolojik altyapı anlamında yeni bir boyut kazanmaya başlamıştır (Kuşay, 2018: 143-144).

İnternet ve sosyal medyada kullanıcı sayısının çok fazla olması, kurumlara, yöneticilere ve halkla ilişkiler uzmanlarına, hedef kitleleri ile buluşturmada iletişim fırsatı sunarken heyecanlı bir alan yaratmaktadır. Böylece sosyal medya geleneksel medyanın yanı sıra halkla ilişkiler alanında kullanılan önemli araçlardan biri olma özelliğini kazanmıştır (Alikılıç ve Atabek, 2012: 57). Çok hızlı şekilde üretilen bilginin dağıtıldığı ve tüketildiği bir ortam olan sosyal medyada şirketlerin oluşturdukları içeriklerini, sadece kendi açılarından bir bakış açısıyla değil aynı zamanda takipçilerine uyumlu olarak onların da kendilerince paylaşım yapmalarına olanak sağlayacak şekilde içerik üretmeleri gerekmektedir (Yıldırım, 2018: 208). Tüketiciler sosyal medya aracılığıyla son derece hızlı şekilde ürün ve marka hakkındaki düşüncelerini paylaşabilmektedir (Weber, 2007: 35).

Kurumsal sosyal medya iletişimi, halkla ilişkiler, içerik üretimini pazarlama ve viral mesajlaşma olarak 3 kategoriye ayrılmıştır. Bu kategoriler aynı zamanda kurumsal sosyal medya iletişimi ile ilgili yapılan faaliyetlerin amaçları şeklinde de değerlendirilmektedir (Miletsky, 2010: 81). İyi ve etkin bir iletişim için, iyi ve etkin müşteri ilişkileri oluşturmak gereklidir. Bunu başarmanın yolu, etkili iletişimi oluşturan açık, dürüst ve içten karşılıklı iletişim kurmaktır (Odabaşı, 2013: 67). Kurum ve kuruluşlar sosyal medya ağlarını, kamularıyla ilişki kurabilmek ve doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkili kişiler ile kurumsal bilgilerini ve hizmetlerini paylaşma amacıyla kullanmaktadır (Özel ve Sert, 2015: 114). Çalışmanın amacı doğrultusunda, üç Türk Kahvesi markasının Instagram paylaşımlarının dijital halkla ilişkiler çalışmalarına ait metodolojisi aşağıda açıklanmıştır.

5. Metodoloji

5.1. Çalışmanın Önemi, Araştırma Soruları ve Hipotezleri

Sosyal medya aracı olan Instagram, sosyal ağ olma özelliği taşıması nedeniyle kullanıcıların birbirleriyle iletişim kurarak bilgi paylaşımına katkıda bulunmaktadır. Bu durum dijital halkla ilişkiler kapsamında kullanıcılar arasında iletişim sağlaması ve bilgi paylaşımının değerini ortaya koyması bakımından son derece önemlidir.

Çalışma, tüm toplumlarda içecek kültürü ve sosyal iletişime katkısı ile önemli bir misyona sahip olan kahvenin, Türkiye’de pişirilme şekli ile isim yapmış, Sahure Hanım Türk Kahvesi, Kuru Kahveci Mehmet Efendi Türk Kahvesi ve Kuru Kahveci İbrahim Bey Türk Kahvesi isimli kahve firmalarının, dijital halkla ilişkiler kapsamında incelenmesinden oluşmaktadır. İlgili hesapların Instagram paylaşımları firmaların açıklamaları, hipermetin özelliği taşıdığından dolayı araştırma kapsamında kahve firmalarının Instagram paylaşımları metin olarak kabul edilmiş ve Instagram paylaşımları üzerinden kodlama işlemi yapılmıştır. “Hiper-Metin, sözcüklerin yanı sıra sesleri, görüntüleri, film kliplerini de içeren metni ifade eder” (Mutlu, 2008: 129). Çalışmada objektifliği sağlama ve kahve firmalarının resmi Instagram hesaplarından yapılan Instagram paylaşımlarının yüzdelerini tespit etmek için metin içeriği, araştırma kapsamında belirlenen kategorilere göre kodlanmış, daha sonra yüzdesel değerler elde edilmiştir. Araştırma bulguları grafik ile gösterilmiştir.

Araştırmada en çok Instagram takipçisi olan üç Türk Kahvesi firması; Sahure Hanım Türk Kahvesi, Kuru Kahveci Mehmet Efendi ve Kuru Kahveci İbrahim Bey’in paylaşımları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. “İçerik analizi, belli bir metnin, kitabın, belgenin içeriğinde gizli kavram, ilke ve özellikleri anlama ve anlatma amacı ile yapılan bir taramadır” (Karasar, 2017: 231). 10.08.2021 tarihi itibarıyla en çok takipçi sayısına sahip Türk Kahvesi firmalarının sıralamasına baktığımızda Sahure Hanım Türk Kahvesi’nin 31000, Kuru Kahveci Mehmet Efendi’nin 15004, Kuru Kahveci İbrahim Bey’in 4629 takipçi sayısına sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla araştırma kapsamına ilgili bu üç Türk Kahvesi firması dahil edilmiştir. Araştırmada analiz edilen Instagram paylaşımları, 10.05.2021-10.08.2021 tarihleri arasındaki üç (3) aylık süreyi kapsamaktadır. Toplam 70 Instagram paylaşımı, içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırmada, hesabın oluşturuluş tarihi, beğeni sayısı, Instagram takipçi sayısı, paylaşım tarihi, özel etkinlik olup olmadığı, özel etkinlik tarihi, varsa etkinliğin içeriği, etkinlik türü, gönderi konusu, gönderide hashtag kullanımı, hashtag içeriği, fotoğraf paylaşımı, fotoğraf paylaşım içeriği, video paylaşımı, video paylaşım içeriği, paylaşım sayısı, ifade sayısı, yoruma açık olup olmadığı, yorum sayısı, görüntüleme sayısı, kurum imajı ve kimliğine ilişkin logo ve isim paylaşımı gibi, 21 kriter üzerinden analiz edilerek değerlendirilmiştir.

Araştırma soruları aşağıdaki gibidir:

RQ1: Türk Kahvesi markaları, dijital halkla ilişkiler bağlamında Instagram’daki paylaşımlarında yeterli etkiye ulaşmakta mıdır?

RQ2: Türk Kahvesi markaları halkla ilişkiler bağlamında Instagram’daki paylaşımlarında dijital halkla ilişkiler araçlarını etkili kullanmakta mıdır?

Araştırma hipotezleri aşağıdaki gibidir:

H1: “Türk Kahvesi markalarının dijital halkla ilişkiler bağlamında Instagram’da yaptıkları paylaşımlar, yeterli etkiye ulaşır.”

H2: “Türk Kahvesi markaları Instagram’daki paylaşımlarında dijital halkla ilişkiler araçlarını etkili kullanır.”

6. Bulgular

Araştırma kapsamında bulunan verilerin dağılımları aşağıda belirtildiği gibidir.

Yapılan paylaşımların %55,71’i (39 paylaşım) Sahure Hanım Türk Kahvesi’nin, %12,86’sı (9 paylaşım) Kuru Kahveci Mehmet Efendi’nin, %31,43’ü (22 paylaşım) İbrahim Bey Türk Kahvesi’nin resmi Instagram hesaplarından yapılmıştır (Grafik 2). Instagram hesaplarından Sahure Hanım Türk Kahvesi Mart 2020, Kuru Kahveci Mehmet Efendi Ağustos 2015, Kuru Kahveci İbrahim Bey Türk Kahvesi Ocak 2017’de açılmıştır. Kahve firmalarının hesaplarını en uzak 2015, en yakın 2020 tarihlerinde açtıkları görülmektedir. 10.08.2021 tarihi itibarıyla 3 hesabın toplam takipçi sayısının hesaplara göre oranı değerlendirildiğinde Sahure Hanım Türk Kahvesi %61,23 (31.000), Kuru Kahveci Mehmet Efendi %29,63 (15.004), Kuru Kahveci İbrahim Bey Türk Kahvesi %9,14 (4.629) oranında takipçiye sahiptir (Grafik 1). Paylaşım tarihleri dikkate alındığında 10.05.2021 - 10 Haziran 2021 tarihleri arasında üç kahve markasının 28 paylaşım ile %40, 11.06.2021- 10.07.2021 tarihleri arasında 25 paylaşım ile %35,71, 11.07.2021-10.08.2021 tarihleri arasında 17 paylaşım ile %24,29 oranında paylaşım yaptığı görülmektedir. Paylaşılan tüm gönderilerin konu içeriği incelendiğinde (46) %65,71’inin bilgilendirme, (18) %25,71’inin anma - kutlama, (6) %8,58’inin duyuru amaçlı olduğu görülmektedir.

Bulgular sonucunda, incelenen hesapların aktif ve takipçiye sahip Instagram hesapları olduğu görülmektedir. Toplam 70 paylaşımın içeriği dikkate alındığında fotoğraf paylaşımlarının 26’sında, video paylaşımlarının ise 3’ünde logo ve marka ismi kullanılmıştır. Dolayısıyla toplam paylaşımın (29) %41,43’ünde logo ve marka ismi kullanılmış, (41) %58,57’inde logo ve marka ismi kullanılmamıştır (Grafik 4). Paylaşımların 69’unda yani %98,57’sinde hashtag kullanılmış, 1’inde %1,43’ünde hashtag kullanılmamıştır (Grafik 3). Hashtag kullanılan paylaşımların (39) %56,52’si Sahure Hanım Türk Kahvesi’ne, (9) %13,04’ü Kuru Kahveci Mehmet Efendi’ye, (21) %30,44’ü Kuru Kahveci İbrahim Bey’e aittir. Sahure Hanım Türk Kahvesi 39 paylaşımında 401 hashtag, Kuru Kahveci Mehmet Efendi 9 paylaşımında 74, Kuru Kahveci İbrahim Bey 21 paylaşımında 86 hashtag kullanmıştır. 70 paylaşımın 52’sinde %74,29’unda fotoğraf kullanılmış, 18’inde %25,71’inde fotoğraf kullanılmamıştır (Grafik 3). Toplam 52 fotoğraflı paylaşımın içeriği dikkate alındığında 26 paylaşımın %50’sinin logo ve marka ismi kullandığı, 26’sının %50’sinin logo ve marka ismi kullanmadığı görülmektedir. İçerik açısından değerlendirildiğinde logo ve marka dışında paylaşılan görsellerin Türk Kahvesi’ne ilişkin fincan görseli, kahve çekirdeği görseli, kahve çiçeği figürlü resim görseli, Türk Kahvesi sunumunda kullanılan tatlı, çikolata, limonlu su görseli, kahve falı görseli gibi Türk Kahvesi imajını destekleyen fotoğraf paylaşımı içerdiği görülmektedir. Genel anlamda bakıldığında Sahure Hanım Türk Kahvesi, fotoğraf paylaşımlarında, manzara eşliğinde Türk Kahvesi sunumunu içeren zengin görseller bulunmaktadır. Kuru Kahveci Mehmet Efendi kendi marka ismi ve logosunu içeren görseller paylaşmıştır.

Kuru Kahveci İbrahim Bey ise kahve dükkanı içerisinde dizayn edilen kendi marka ismini içeren Türk Kahvesi görsellerini paylaşmıştır. Paylaşımlar incelendiğinde her markanın, bağımsız, özgün paylaşımlar yaptığı görülmektedir.

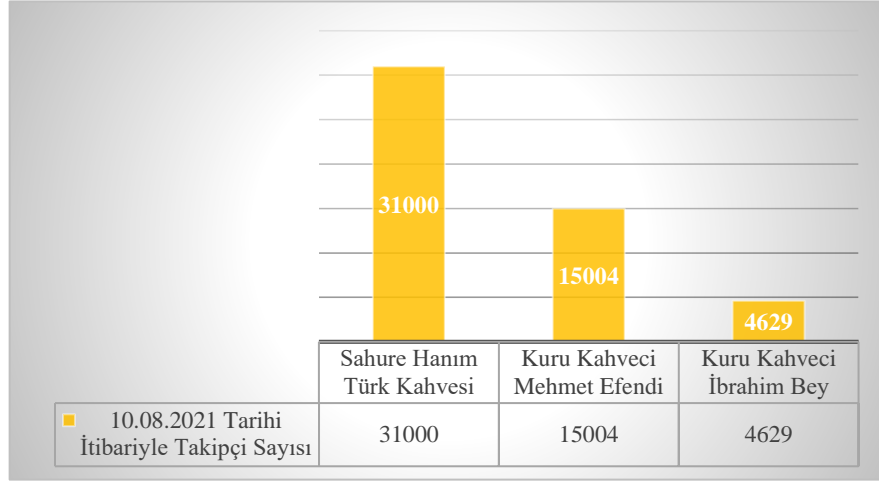
Paylaşımların 18'inde %25,71'inde video kullanılmış, 52'sinde %74,29'unda video kullanılmamıştır (Grafik 3). Toplam 18 videolu paylaşımın içeriği dikkate alındığında 3 paylaşımın %16,67'sinin logo ve marka ismi kullandığı, 15 paylaşımın %83,33 logo ve marka ismi kullanmadığı görülmektedir. Paylaşımların 53'üne %75,71'ine beğeni yapılmış, 17'sine %24,29'una beğeni yapılmamıştır (Grafik 5). En yüksek beğeni sayısı 1794'tür (bir paylaşım). En düşük beğeni sayısı 18'dir. Paylaşımların 61'i %87,14'ü yoruma açık olup, 9'u %12,86'sı yoruma kapalıdır (Grafik 4) Kuru Kahveci Mehmet Efendi hesabını yoruma kapatmıştır. Yoruma açık olan (26) paylaşımın %42,62'sine yorum yapılmış, 35'ine %57,38'ine yorum yapılmamıştır. Yapılan yorumlar incelendiğinde 1 paylaşımında en az 1, en fazla 6 yorum yapıldığı görülmüştür. 1-3 arası yorum sayısı (19) %73,08 olup, 4-6 arası yorum sayısı (7) %26,92'dir.

Üç aylık dönem (10.05.2021-10.08.2021) içerisinde toplam 70 paylaşımında, 24 etkinlik ve özel gün kutlama paylaşımı %34,29 oranında gerçekleştirilmiştir (Grafik 5). Yapılan özel gün ve etkinlik paylaşımları, 10.05.2021-10.06.2021 tarihleri arasında (11) %45,83, 11.06.2021-10.07.2021 tarihleri arasında (7) %29,17, 11.07.2021-10.08.2021 tarihleri arasında (6) %25'tir. 24 özel gün ve etkinlik paylaşımlarının içeriği incelendiğinde (18) %75'inin kutlama, (1) %4,17'sinin hediye çekilişi, (3) %12,50'sinin Kadın Girişimci Desteği, (2) %8,33'ünün öneri olduğu görülmektedir. Toplam 70 paylaşımın (35) %50'sinde emoji ifade kullanılmış olup, (35) %50'sinde kullanılmamıştır (Grafik 4). Bir paylaşımında en fazla kullanılan emoji sayısı 24, en az 1'dir. Emoji kullanılan 35 paylaşımın emoji sayısı 1-10 arası (28) %80, 11-20 arası (5) %17,14, 21-30 arası (1) %2,86'dır. Toplam paylaşımların 18'inde video kullanılmış olup (17) %94,44'ünde görüntüleme yapılmış, (1) %5,56'sında görüntüleme yapılmamıştır (Grafik 5). Bir paylaşımında en fazla görüntüleme sayısı 46.031, en az 124'tür. Görüntüleme yapılan 1-20.000 arası görüntülenen paylaşım sayısı 10 %58,83, 20.001-40.000 arası 6 %35,29, 40.001-60.000 arası 1 %5,88'dir.

Türk Kahvesi markaları, kültürel, ticari ve toplumsal içecek olması açısından önemlidir. Markaların paylaşımları daha detaylı şekilde analiz edilebilir. Ancak araştırmanın amacı Türk Kahvesi markalarının genel Instagram paylaşım eğilimleri ve bu paylaşımların dijital halkla ilişkiler bağlamında değerlendirilmesidir. İlgili markaların dijital halkla ilişkiler uygulamalarındaki zayıf, eksik yönlerinin gösterilerek, kendilerine olumlu yönde katkı sağlamak amacıyla olduğundan, Türk Kahvesi markalarını birbirlerine göre kıyaslayacak bir veri gösterilmemiştir.

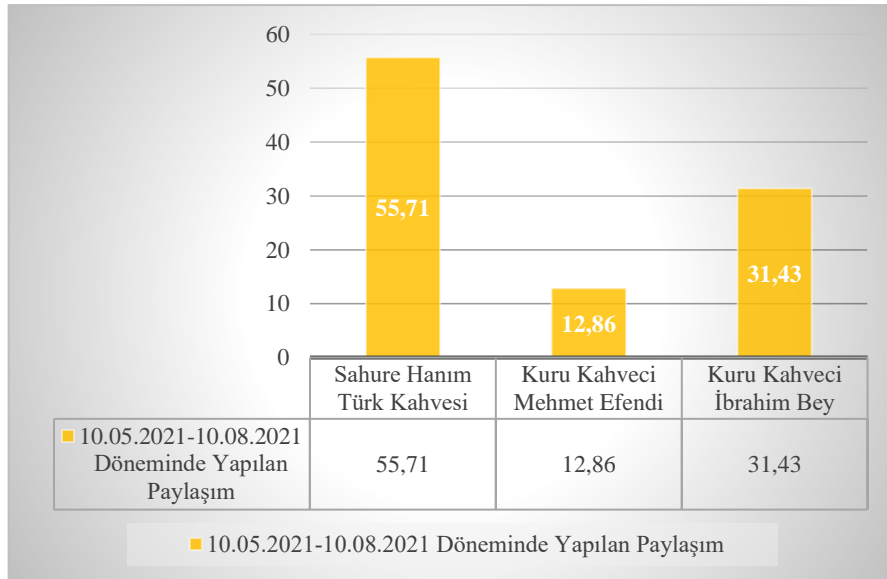
Yukarıda belirtilen değerlere göre Türk Kahvesi markalarının Instagram paylaşım eğilimleri aşağıda grafik olarak belirtilmektedir.

Grafik 1. Türk Kahvesi Markalarının Instagram Takipçi Sayısı Grafiği



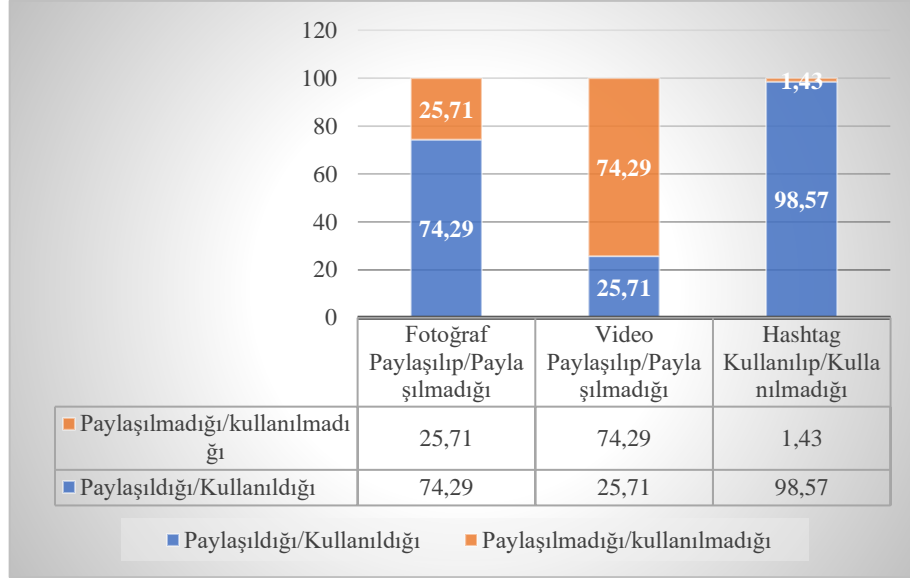
Kaynak: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 2. Türk Kahvesi Markalarının 10.05.2021-10.08.2021 Tarihleri Arası Instagram Paylaşım Grafiği



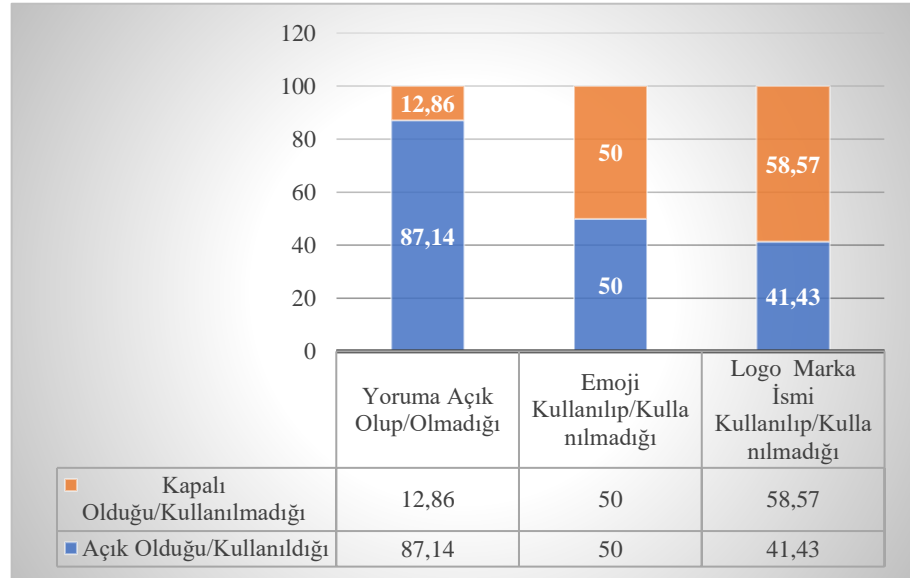
Kaynak: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 3.Türk Kahvesi Markalarının Instagram Paylaşımlarının Fotoğraf, Video, Hashtag Kullanma Grafiği



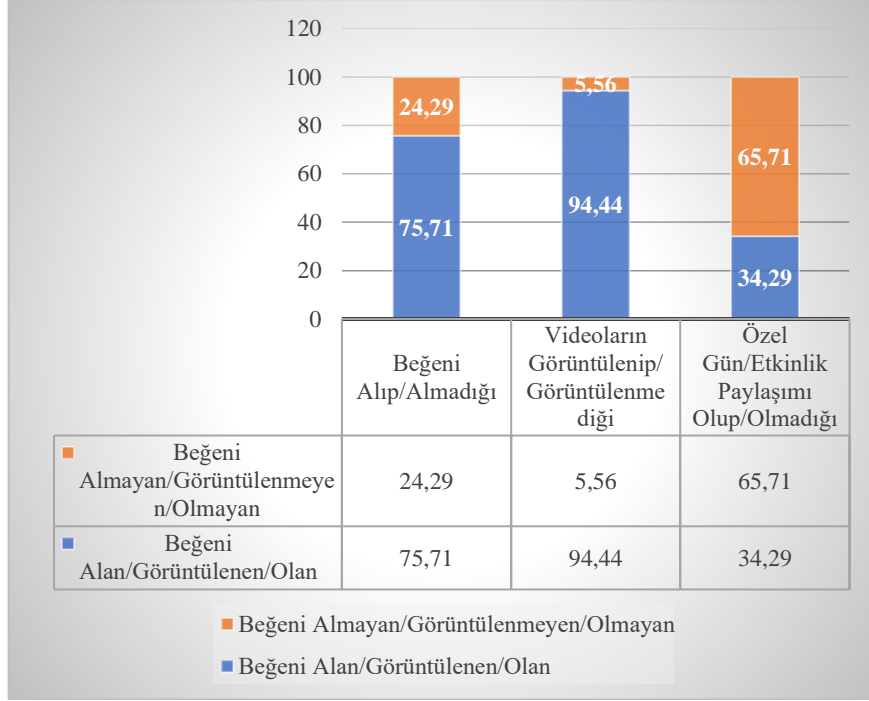
Kaynak: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 4.Türk Kahvesi Markalarının Instagram Paylaşımlarında Yorum Açık Olup Olmadığı, Emoji ve Logo Marka İsmi Kullanma Grafiği



Kaynak: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 5. Türk Kahvesi Markalarının Instagram Paylaşımlarında Beğeni Alıp Almama, Videoların Görüntülenip Görüntülenmeme, Özel Gün Paylaşımı Olup Olmama Grafiği



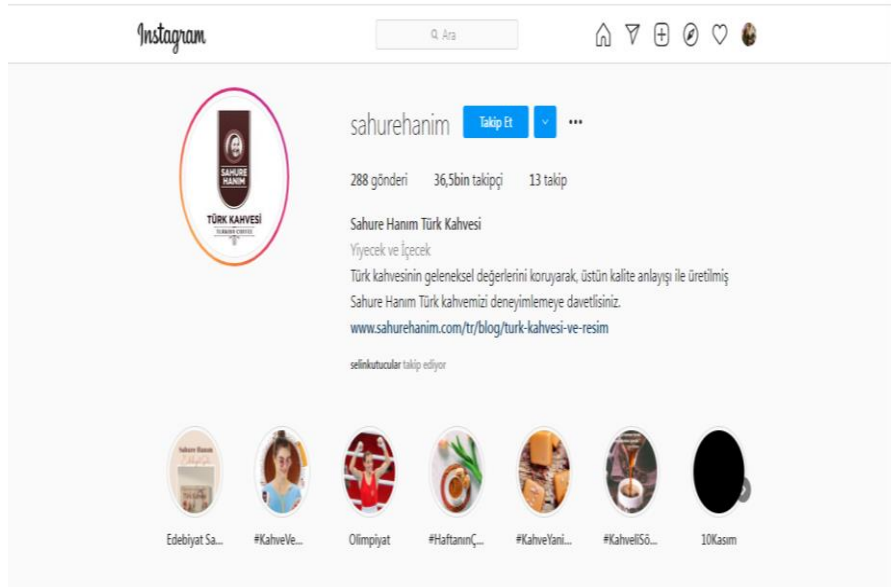
Kaynak: Araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Yukarıdaki grafiklerdeki değerlere göre, Türk Kahvesi markalarının Instagram paylaşımlarında halkla ilişkiler faaliyetinin kurum imajına destek sağlayıp sağlamadığı konusundaki bulgular şu şekildedir:

İncelenen paylaşımların tüm Türkiye’de 53’üne %75,71’ine beğeni yapılmış, 17’sine %24,29’una beğeni yapılmamış olması (Grafik 5), en yüksek beğeni sayısının 1794, (bir paylaşım) en düşük beğeni sayısının 18 olması, paylaşımların (61) %87,14’nün yoruma açık, (9) %12,86’sının yoruma kapalı olması (Grafik 4), bir markanın hesabını yoruma kapatmış olması, yoruma açık olan paylaşımların 26’sına %42,62’sine yorum yapılmış, 35’ine %57,38’ine yorum yapılmamış olması, yapılan yorumlar incelendiğinde 1 paylaşımda en az 1, en fazla 6 yorum yapıldığının görülmesi, 1-3 arası yorum sayısı (19) %73,08 olup, 4-6 arası yorum sayısı (7) %26,92 olması, toplam 70 paylaşımda, 24 etkinlik ve özel gün kutlama paylaşımının %34,29 oranında gerçekleştirilmiş olması (Grafik 5), paylaşımların 18’inde video kullanılmış olup (17) %94,44’ünde görüntüleme yapılmış, (1) %5,56’sında görüntüleme yapılmamış olması (Grafik 5), toplam 70 paylaşımın (35) %50’sinde emoji ifade kullanılmış olup, (35) %50’sinde kullanılmamış olması (Grafik 4), gibi kısıtlı, dar bir sayıyla sınırlı kalması, gerçekleştirilen paylaşımların Instagram ortamında yeterli ölçüde etkiye ulaşamadığını göstermektedir. Türk Kahvesi markalarının toplumsal içecek unsuru taşıması nedeniyle taşıdıkları önemli misyona karşın Instagram ortamında yeterli ölçüde karşılığını alamadığı görülmektedir. Yukarıda belirtilen bulgulara göre, “Türk Kahvesi markalarının dijital halkla ilişkiler kapsamında Instagram’da yaptıkları paylaşımlar yeterli etkiye ulaşır” hipotezi (Hipotez1) kabul edilmemiştir.

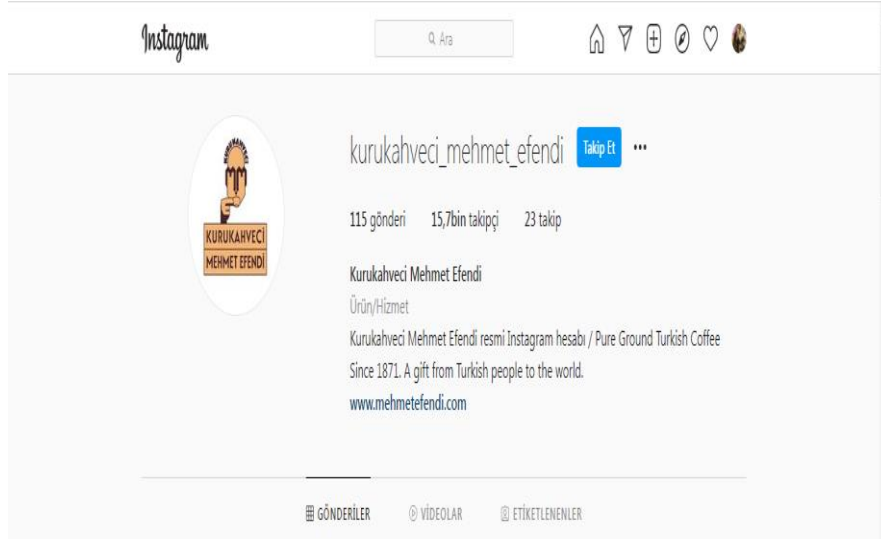
70 paylaşımın 52'sinde %74,29'unda fotoğraf kullanılmıştır (Grafik 3). Fotoğraf kullanımı oldukça iyi düzeydedir. Paylaşımların 18'inde %25,71'inde video kullanılmış, 52'sinde %74,29'unda video kullanılmamış olması (Grafik 3), toplam 70 paylaşımın içeriği dikkate alındığında fotoğraf paylaşımlarının 26'sında, video paylaşımlarının ise 3'ünde logo ve marka ismi kullanılmış olması, dolayısıyla toplam paylaşımın (29) %41,43'ünde logo ve marka ismi kullanılmış, (41) %58,57'inde logo ve marka ismi kullanılmamış olması (Grafik 4), paylaşımların 69'unda %98,57'sinde hashtag kullanılmış, 1'inde %1,43'ünde hashtag kullanılmamış olması (Grafik 3), dijital halkla ilişkiler uygulamalarına dikkat edildiğini ancak bu konudaki araç gereçleri kullanmada yetersiz kaldığını göstermektedir. Yukarıda belirtilen bulgulara göre, "Türk Kahvesi markaları Instagram'daki paylaşımlarında dijital halkla ilişkiler araçlarını etkili kullanır" hipotezi (Hipotez 2) kabul edilmemiştir.

Firmaların Instagram'ın özelliği olan kendilerini takip eden takipçilerini takip etmeleri yani takipçilerine karşılık vermeleri, onlar ile ilgilendiklerini, önemli olduklarını hissettirerek karşılıklı iletişim sağlama imkanı verme açısından önemlidir. Instagram ortamında takip ettiği hesap sayısı az olan hesaplar, herkese açık olmadıkları, iletişim kurmak istemedikleri izlenimi vermektedir. Her üç resmi Instagram hesabının 02.11.2021 tarihli takipçi ve takip ettiği hesap sayılarına bakıldığında rakamlar arasında çok büyük farklılık olduğu görülmektedir. Sahure Hanım Türk Kahvesi'nin 36,5 bin takipçi sayısına karşılık 13 takipte bulunduğu, Kuru Kahveci Mehmet Efendi'nin 15,7 bin takipçi sayısına karşılık 23 takipte bulunduğu, Kuru Kahveci İbrahim Bey Türk Kahvesi'nin 4542 takipçi sayısına karşılık 166 takipte bulunduğu tespit edilmiştir. Hesapların karşılıklı, dışa dönük iletişime çok fazla açık olmadığı görülmektedir (Resim 1, 2, 3).



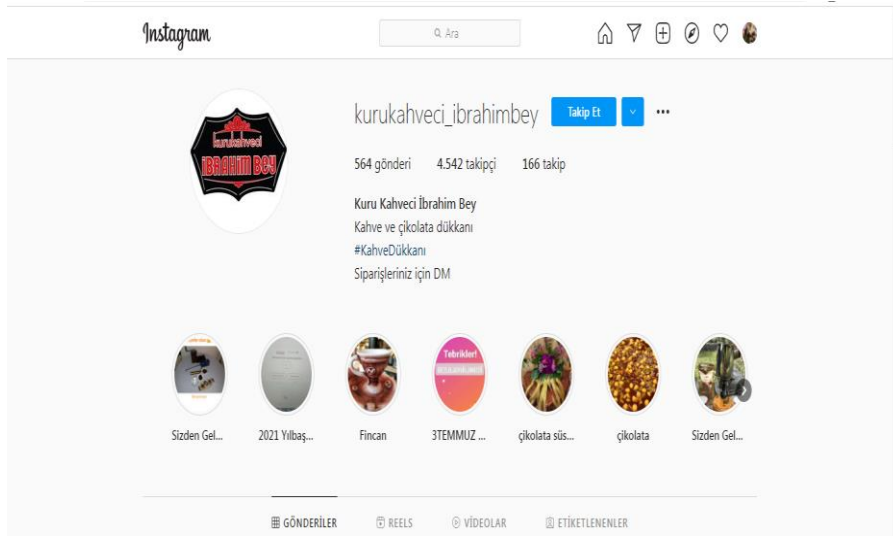
Resim 1. Sahure Hanım Türk Kahvesi'ne ait Resmi Instagram Sayfası

Kaynak: <https://www.instagram.com/sahurehanim/> . Erişim Tarihi: 02.11.2021.



Resim 2.Kuru Kahveci Mehmet Efendi Türk Kahvesi’ne ait Resmi Instagram Sayfası

Kaynak: https://www.instagram.com/kurukahveci_ibrahimbey/. Erişim Tarihi: 02.11.2021.



Resim 3. Kuru Kahveci İbrahim Bey Türk Kahvesi’ne ait Resmi Instagram Sayfası

Kaynak: https://www.instagram.com/kurukahveci_ibrahimbey/. Erişim Tarihi: 02.11.2021.

7. Sonuç ve Öneriler

Hemen her gün, güne onunla başladığımız, misafirperverliğin ve sohbetlerin en kıymetli eşlikçisi olan Türk kahvesinin hayatımızdaki önemi büyüktür. Köpüklü, orta, sade, şekerli olarak çeşitli tüketim alışkanlıklarına hitap eden Türk Kahvesi, UNESCO dünya kültür varlıkları envanterine aday gösterilmiş, geçmişten günümüze kırk yıl hatırı ifade eden söylemler ile bezenerek değerini önemli ölçüde arttırmıştır.

İletişim teknolojisindeki gelişmelerle birlikte internet aracılığıyla yeni medya ortamında sosyal medya uygulamaları oluşmuştur.

Kişiler, devlet ve özel sektörde bulunan çeşitli firmalar sosyal medya aracılığıyla hedef kitlelerine hızlı erişim sağlayabilmekte, ürünleri hakkında bilgiler vermekte, tanıtım ve imaj çalışmalarına bu sayede katkıda bulunabilmektedirler. Sosyal medya uygulaması olan Instagram, fotoğraf ve video paylaşımı, hashtag kullanımı, takipçileri ile yorum, ifade görüntüleme gibi özellikleri taşıması nedeniyle hedef kitlelerine kolay, etkili ve hızlı ulaşım sağlayarak karşılıklı iletişim imkanı vermektedir. Tüm bu özellikler sayesinde işletmeler halkla ilişkiler çalışmalarını dijital ortamda yapabileme şansına sahip olabilmişlerdir.

Çalışmada, Türk Kahvesi markalarının Instagram paylaşımlarının genel eğilimi ve Instagram'daki paylaşımlarının firmanın imajına olumlu yönde katkı sağlayıp sağlayamadığı konusu araştırılmıştır.

İçinde yaşadığımız küresel dünyada bilginin dolaşımı hızla gerçekleşmektedir. Bu durum kurum ve kuruluşlara çeşitli fırsatlar vermektedir. Rekabetin yüksek düzeyde olduğu bir ortamda iletişim teknolojilerinden faydalanarak iç ve dış hedef kitlelerine, paydaşlarına ulaşan firmalar hiç şüphesiz başarılı olmaktadır. McLuhan'ın (2001: 11), küresel köy olarak tanımladığı dijital dünya sayesinde herkes bulunduğu yerden bilgisayar tuşları aracılığıyla zaman ve mekan sorunu yaşamadan bilgiye ulaşabilmektedir.

Firmaların ürün ve hizmetlerine ilişkin tanıtım ve olumlu imaj kazandırma çalışmalarında, halkla ilişkilerin araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme süreçlerinde belli amaçlar doğrultusunda ilerleyerek iç ve dış hedef kitleleriyle iki yönlü iletişim sağlayarak belirledikleri strateji kapsamında görev ve sorumluluklarını yerine getirmeleri başarılı olmaları açısından önemlidir.

Yapılan bu çalışmada, Türk Kahvesi markalarının gerçekleştirdikleri faaliyetlere ilişkin Instagram paylaşımlarının; toplumda beklenen etkiyi yaratma, yönlendirme ve etkinliklerini toplumun geneline yaymada yetersiz kaldığı görülmektedir. Etkinlik sayısı, paylaşım sayısı, Instagram beğeni sayısı, günümüz dijital ortamında videoya dayalı az içerik paylaşılması, yorum sayısı, paylaşımların yoruma kapalı olması, takipçilerin takip edilme sayısının az olması, ortamın tek yönlü iletişim sağlama amacıyla kullanılması, gerçekleştirilen paylaşımların kısıtlı dar bir alanda geri dönüşüm sağladığını göstermektedir. Aynı zamanda Türk Kahvesi markalarının Instagram'daki paylaşımlarında dijital halkla ilişkiler araçlarını etkili kullanamadığı görülmüştür.

Türk Kahvesi markalarının geçmişten günümüze taşıdığı önemli kültürel değeri, dijital platformda tüm dünyaya, genç kuşağa tanıtma ve aktarma açısından daha verimli kullanılabilmesi, geniş perspektiften bakarak topluluklar oluşturulması, dijital halkla ilişkiler çalışmalarını daha etkin şekilde sağlayarak paylaşımlarında uluslararası dil kullanımına yer verilmesi, daha fazla etkinlik, festival, pişirilme tekniği, pişirme araç gereçleri vb. özellikler ile ilgili içerik üretiminin sağlanarak, tanıtım faaliyetlerine ilişkin paylaşımlarının gerçekleştirilmesi, dünyadaki kahve firmaları ile işbirliklerin yapılması, daha fazla fotoğraf ve video, hashtag gibi araçların kullanılması ve kamuya paylaşılması, hedef kitleleriyle yoruma açık paylaşımlar yaparak iki yönlü simetrik iletişim sağlamaları ve bu yöntemler ile bir anlamda kültür elçiliği görevi görecektir olan Türk Kahvesi markalarını global dünyada tanıtım faaliyetlerinde bulunmaları önerilmektedir.

Kaynakça

- Akar, H. (2010). Yeni iletişim teknolojileri ve bu teknolojilerin halkla ilişkiler çalışmalarında kullanılması. *Erciyes İletişim Dergisi*, 1(3), 97-107.
- Alikılıç, Ö. & Atabek, Ü. (2012). Social media adoption among turkish public relations professionals: A survey of practitioners. *Public Relations Review*, 38 (1), 56-63.
- Altındağ, Ö. (2019). Türk kahvesinin sağlık boyutu ve etkileri. *İzmir Democracy University Health Sciences Journal*, 2(3), 183-193.
- Alyakut, Ö. (2017). Kahve markalarının bütünlük pazarlama iletişimi bağlamında sosyal kullanımları. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 209-234.
- Andersen, A. (2001). *Değişim. Tr internetle gelişimde türkiye*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Atabek, Ü. (2020). *Tarihten geleceğe iletişim teknolojileri*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Baruönü-Latif, Ö. & Örs, M. (2018). İkinci dalga kahve tercihini etkileyen faktörler: içtiğimiz kahveleri tanyor muyuz?. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 150-173.
- Baytekin, P. E. (2015). *Halkla ilişkiler perspektifinden güncel pazarlama yaklaşımları*. İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Best, J. W. (1959). *Research in education*. New Jersey: Prentice Hall.
- Bozkurt, İ. (2000). *Bütünlük pazarlama iletişimi*. İstanbul: Media Cat Yayınları.
- Bulduk, S. & Süren, T. (2007). *Türk Mutfak Kültüründe Kahve*, Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, ICANAS, Ankara.
- Cengiz, A. K. & Lopar, E. B. (2020). Tüketim ve beslenme antropolojisinin bakışıyla prizren'de kahve ve türk kahvesi içme kültürü. *Milli Folklor*, 16(126), 210-222.
- Cüceloğlu, D. (2021). *Kendini keşfetmeye zorluklarla başa çıkmaya var mısın?*. İstanbul: Kronik Yayınları.
- Demir, Erkan; (2011), "Çocukluğumuzdan Yedigöller Bir Tembih Kahve İçme Arap Olursun", Emine Gürsoy NAKSALİ (Ed.), Türk Kahvesi Kitabı, *Naksali Kitabevi*, İstanbul, ss. 9.
- Demren, G. S. (2018). *Kurumların Yeni İletişim Biçimleri*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Ding, W. X. (2014). Drinking coffee burns hepatic fat by inducing lipophagy coupled with mitochondrial b-oxidation. *Hepatology*, (59), 1235-1238.
- Ellison, N. B. and Boyd, D.; (2013). "Sociality Through Social Network Sites", William H. DUTTON (Ed.), *The Oxford Handbook of Internet Studies*, Oxford University Press, Oxford, pp. 151-171.
- Enders, A., Hungenberg, H., Denker, H.-P., & Mauch, S. (2008). The long tail of social networking: Revenuemodels of social networking sites. *European Management Journal*, (26), 199-211.
- Erişti, S. D. B. (2017). *Yeni medya ve görsel iletişim tasarımı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Fendal, D. (2012). Türkiye'deki kahve ve mutfak kültürünün dönüşümü üzerinden küreselleşme sürecinde küresel ve yerel kültürün etkileşim ve eklemlenmesi. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, Özel Sayı: 2 (Aynalı Labirent: Küreselleşen Kentte Tüketim), 147-180.
- Grunig, J. E. & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehartand Winston.
- Güçdemir, Y. (2015). *Sanal ortamda iletişim bir halkla ilişkiler perspektifi*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Gürsoy, D. (2014). *Gastronomi tarihi*. İstanbul: Oğlak Yayıncılık.

- Guven, E. (2011). Yavaş güzeldir: Yavaş yemekten yavaş medyaya hızlı tüketime dair bir çözüm önerisi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7 (1), 113-121.
- Işın, E. (2006). *Kahve ve kahvehanelerin toplumsal tarihi tanede saklı keyif kahve*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Karasar, N. (2008). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Karasar, N. (2017). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Kazancı, M. (2002). *Kamuda ve özel kesimde halkla ilişkiler*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Kefeli, E. Şahin, Ö. & Yarmacı, N. (2020). Üçüncü nesil kahve işletmelerinde türk kahvesinin yeri: İstanbul örneği. *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(2), 130-147.
- Koca, N. & Tügen, A. E. (2020). Somut olmayan kültür miras listesinde bir değer olan türk kahvesine coğrafya perspektifinden bakış. *Troyacademy International Journal of Social Sciences*, 5 (1), 347-362.
- Koz, G. F. (2011). *Çekirdekten fincana: bir yudum kahve kırk yıllık hatır*. İstanbul: TBMM Milli Saraylar Daire Başkanlığı Yayını.
- Kuru Kahveci Mehmet Efendi. (2021). Resmi Instagram Hesabı. https://www.instagram.com/kurukahveci_mehmet_efendi/, Erişim Tarihi: 02.11.2021.
- Kuru Kahveci İbrahim Bey. (2021). Resmi Instagram Hesabı, https://www.instagram.com/kurukahveci_ibrahimbey/, Erişim Tarihi: 02.11.2021.
- Kuşay, Yeliz; (2018), “Halkla İlişkiler Sürecinde Yeni İletişim Teknolojileri ile Değişen Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri”. Gaye Aslı Sancar DEMREN (Ed.), Kurumların Yeni İletişim Biçimleri, Beta Yayıncılık, İstanbul, ss. 43.
- Küçükkömürler, S. & Özgen, L. (2009). Coffee and turkish coffee culture. *Pakistan Journal of Nutrition*, 8(10), 1693–1700.
- McLuhan, M. (2001). *Global köy*. (Düzcören, B.Ö. Çev.) İstanbul: Scala Yayıncılık.
- Mengü, S., Aslan, P. & Özkoyuncu, F. (2019). *Dijital iletişim yönetimi-teori ve uygulamalar*. İstanbul: Derin Kitabevi.
- Miletsky, J. I. (2010). *Principles of internet marketing: New tools and methods for web developers*. Boston: Cengage Learning.
- Mouly, G. (1963). *The science of educational research*. New York: D. Van Nostrand.
- Murray, J. H. (1893). *A new english dictionary on historical principles*. Oxford: Clarendon Press.
- Mutlu, E. (2008). *İletişim sözlüğü*. İstanbul: Ayraç Yayınları.
- Nodari, E. (2021). Slow Food Coffee Coalition. <https://www.slowfood.com/contemporary-craftsman-coffee-industry/>, Erişim Tarihi: 26.10.2021.
- Odabaşı, Y. (2013). *Satışta ve pazarlamada müşteri ilişkileri yönetimi*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Özdestan, Ö. (2014). Evaluation of bio active amine and mineral levels in Turkish coffee. *Food Research International*, (61), 167-175.
- Özel, A. P. & Sert, N. Y. (2015). *Dijital halkla ilişkiler kavram ve araçları*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Özgen, L., Ergün, P. & Kaymaz E. (2019). Slow food hareketine uygun bir içecek: Türk kahvesi. *Motif Akademi Halkbilimi Dergisi*, 12(27), 624-636.
- Özgen, E. & Doymuş, H. (2013). Sosyal medya pazarlamasında farklılaştırıcı bir unsur olarak içerik yönetimi konusuna iletişimsel bir yaklaşım. *AJIT*, K13 , 4(11), 91-103.
- Özgür N. (2012). Türk Kahvesi Standartları ve Pişirme Ekipmanları Teknik Analizi. turkkahvesidernegi.org/images/pdf/Standartlarimiz.pdf , Erişim Tarihi: 25.10.2021.

- Sahure Hanım Türk Kahvesi. (2021). Resmi Instagram Hesabı. <https://www.instagram.com/sahurehanim>, Erişim Tarihi: 02.11.2021.
- Sabuncuoğlu, Z. (1991). *İşletmelerde halkla ilişkiler*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Silsüpür, Ö. & Kocabaş, İ. (2021). Türkiye'nin en değerli markalarının sponsorluk faaliyetleri: Dijital bir mecra olan kurumsal web sayfaları üzerine bir analiz. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 55 (Güz), 16-32.
- Simpson, J. A. (1989). *Coffee, oxford english dictionary*. Oxford: Clarendon Press.
- Snodgrass, M. E. (2004). *Encyclopedia of kitchen history*. New York: Taylor & Francis Group.
- Solmaz, B., Tekin, G. Herzam, Z. & Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk İletişim*, 7(4), 23-32.
- Standage, T. (2013). *Writing on the wall social media- the first 2000 years*. New York: Bloomsbury.
- Takahaski, K., Yanai S. & Shimokado K. (2017). Coffee consumption in aged mice increases energy production and decreases hepatic mtDNA levels. *Nutrition* (38), 1-8.
- Taştan, Y. K. (2009). Sufi şarabından kapitalist metaya kahvenin öyküsü. *Akademik Bakış, Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları*, (Yaz), (2), 4-53.
- Türk Kahvesi Derneği. (2021). Resmi Web Sitesi. Amacımız ve misyonumuz. <http://turkkahvesidernegi.org/index.php?icerik=amacimiz-ve-&ttkad=menuactive>, Erişim Tarihi: 30.10.2021.
- Vural A. Z. B. & Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 20(5), 3348-3382.
- Weber, L. (2007). *Marketing to the social web how dijital customer communities build your business*. Hoboken-New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Why Homeroast?. Resmi Web Sitesi. (2021). <http://www.homeroasters.org/>, Erişim Tarihi: 30.10.2021.
- Yazır, L. (2021). Kahve Nereden Geldi, Nereye Gidiyor?. <https://neopsikolog.com/blog/kahve-nereden-geldi-nereye-gidiyor/72805030>, Erişim Tarihi: 30.10.2021.
- Yengin, D. (2019). Teknoloji bağımlılığı olarak dijital bağımlılık. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC ISSN: 2146-5193*, 9 (2), 130-144.
- Yıldız, M. C. (2007). *Kahvehane kültürü*. İstanbul: Beyan Yayınları.
- Yıldırım, G. (2018). *İkna odaklı halkla ilişkiler yazarlığı*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

A META-ANALYTIC REVIEW ON ANTECEDENTS OF GREEN PRODUCT PURCHASE INTENTION: AN EXTENDED TPB APPROACH

İlayda İPEK¹, Banu DEMİREL², Burcu İLTER³, Emel KURUOĞLU
KANDEMİR⁴

Abstract

Owing to the growing attention of consumers towards green-related issues, important number of studies has been devoted to understanding the drivers of green product purchase intention; implying a need to quantitatively synthesize the empirical body of research on the subject. In this sense, extending the theory of planned behavior, the main purpose of this study is to meta-analyze the empirical findings on green product purchase intention and its antecedents. The meta-analytic investigation was performed on 235 effects dependent upon more than 39,000 consumers ($N = 39,253$). The findings of the meta-analysis reveal that green product purchase intention is most strongly influenced by attitude toward product/brand, followed by brand trust and self-identity, respectively. This research considerably contributes to the pertinent literature by synthesizing and consolidating fragmented empirical evidence on the determinants of green product purchase intention.

Keywords: Green products; Purchase intention; Theory of planned behavior (TPB); Meta-analysis

JEL Classification: M30, M31, M10

YEŞİL ÜRÜN SATIN ALMA NİYETİ ÖNCÜLLERİ ÜZERİNE BİR META- ANALİTİK DERLEME: GENİŞLETİLMİŞ BİR PDT YAKLAŞIMI

Öz

Tüketicilerin çevre ile ilgili konulara karşı ilgisinin büyümesi nedeniyle, önemli sayıda çalışma yeşil ürün satın alma niyetinin belirleyici faktörlerini anlamaya yönelik yapılmıştır; bu durum konu üzerine olan ampirik araştırmaların bütünü sayısal bir şekilde sentezleme ihtiyacını ortaya koymaktadır. Bu anlamda, bu çalışmanın ana amacı, planlanmış davranış teorisini genişleterek, yeşil ürün satın alma niyeti ve öncülleri üzerine olan ampirik bulguların meta analizini yapmaktır. Meta-analitik araştırma 39 000'den fazla tüketiciye dayanan ($N = 39 253$) 235 etki büyüklüğü üzerinde gerçekleştirilmiştir. Meta-analiz bulguları yeşil ürün satın alma niyetinin en güçlü şekilde ürüne/markaya karşı tutumdan, bunu takiben sırasıyla marka güveni ve öz kimlikten etkilendiğini göstermektedir. Bu araştırma, yeşil ürün satın alma niyeti belirleyicileri üzerine olan parçalı ampirik kanıtları sentezleyerek ve birleştirerek ilgili literatüre önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil ürünler; Satın alma niyeti; Planlanmış davranış teorisi (PDT); Meta-analiz

JEL Sınıflaması: M30, M31, M10

¹ Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, ilayda.gungor@deu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7095-4078

² Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, banu.atrek@deu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2487-0313.

³ Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, burcu.ilter@deu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3781-7263

⁴ Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Fen Fakültesi, Bilgisayar Bilimleri Bölümü, emel.kuruoglu@deu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1881-796X

1. Introduction

Overconsumption, due to population growth and popular culture which encapsulate the notion of “the more you consume, the happier you become”, causes distress on the sustainability of nature and natural resources. The loss of biodiversity, fresh water and energy scarcity, climate change, and many other social and environmental problems threaten the future of the planet and welfare of humanity. This deep concern about the sustainability of nature and natural resources gives rise to the concept of sustainable consumption which aims to offer a better and higher quality life by saving the environment for future generations (OECD, 2008). Consumers as prominent actors of sustainable consumption play an important role in ensuring sustainable development (Seyfang, 2005). Thus, sustainable consumption studies are very important in terms of stimulating the consumers towards pro-environmental and pro-social behaviors. Therefore, it is crucial to conduct a critical review of literature coupling with a holistic approach in the field.

There is a sizable amount of research regarding the factors that influence green purchase intention. Biases stemming from, e.g., health concern, social norms, brand trust, habits, or values may be indicative in developing the desired behavior (OECD, 2006). However, since the findings reported in the literature are fragmented, generalizability of the findings is limited. Thus, in spite of the limited number, some researchers have put forth considerable effort to come up with more generalizable findings. For example, Scalco et al. (2017) used a meta-analytic structural equation framework and confirmed that Theory of Planned Behavior (TPB) is an adequate model to predict the intention to purchase and consume organic food products. Recent reviews have revealed that environment, health consciousness, knowledge, and taste influence consumer's purchase intentions of organic food significantly (Liobikienė and Bernatoniene, 2017; Rana and Paul, 2017). In the case of green cosmetics, internal, external, and social factors, health consciousness, quality, and brand were found to affect purchasing behavior (Liobikienė and Bernatoniene, 2017). Another meta-analysis conducted by Massey, O'Cass, and Otahal (2018) have concluded that the credence attributes like being healthier and safer for consumption, with higher nutritional value, of better quality, produced with methods better for the environment and animals are important factors underpinning the purchase of organic food.

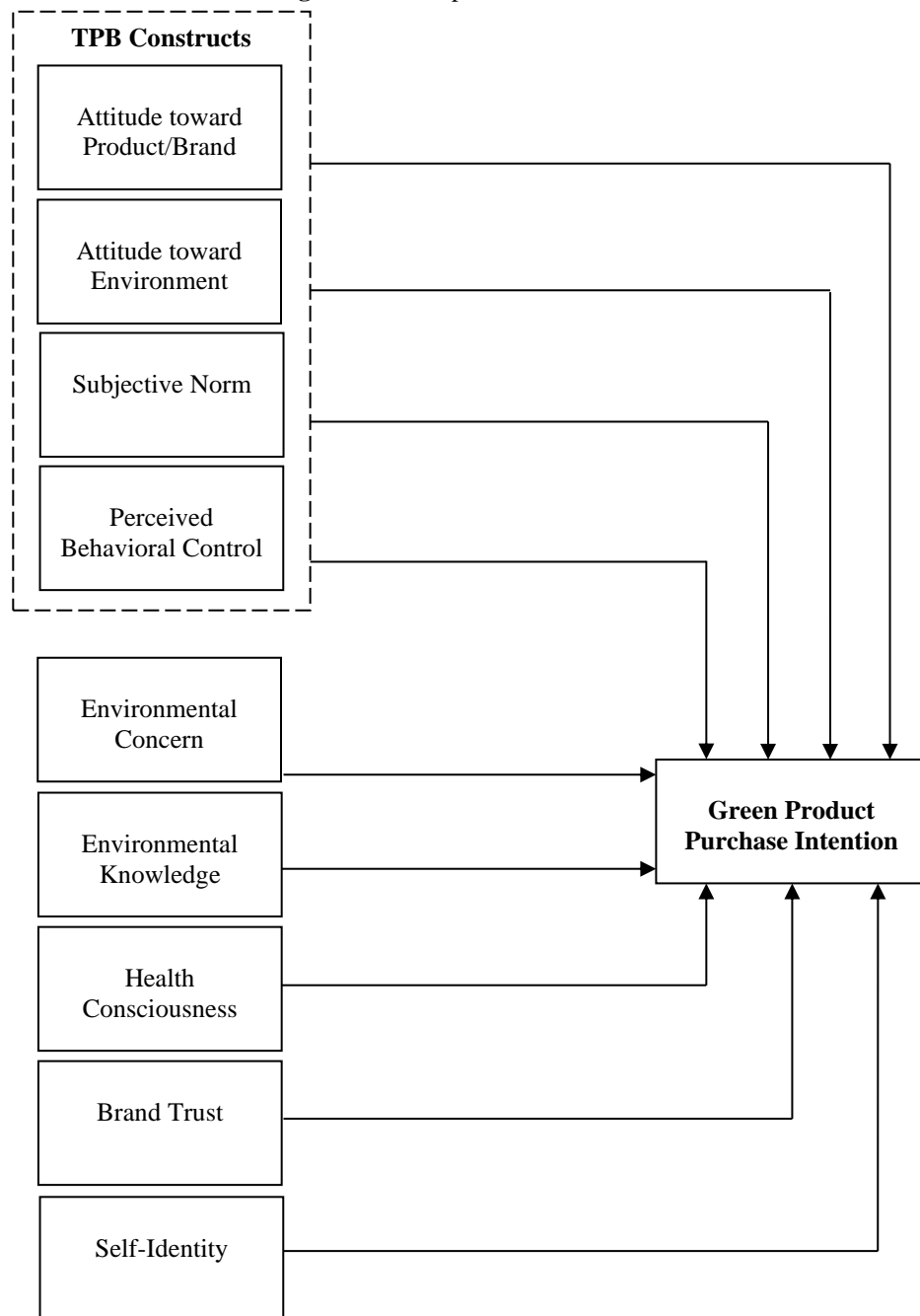
With an aim to provide a holistic approach on the drivers of purchasing intentions of green products in general, this study aims to synthesize the extant empirical knowledge by extending TPB. Building on this purpose, it is believed that this pioneering summative attempt significantly contributes to the literature on green consumer behavior.

2. Theoretical Background and Hypothesis Development

A significant number of studies in the pertinent literature has exploited the TPB which is an extension of Theory of Reasoned Action (TRA). While TRA focuses on the effects of attitudes and subjective norms on behavioral intention (Fishbein and Ajzen, 1975), TPB also embodies perceived behavioral control, which refers to individuals' confidence towards their ability to perform the behavior of interest with ease (Ajzen, 1991). TPB posits that subjective norm, perceived behavioral control, and attitude affect intention, which in turn affects behavior (Ajzen, 1991).

There is strong empirical evidence that the TPB has been successfully verified in the field of ecological and/or pro-environmental behavior (Chen and Deng, 2016; Kim, Lee, and Hur, 2012; Yadav and Pathak, 2016). On the other hand, the theory is extended with the variables specific to the field, like health consciousness (the terms “health concern” and “health consciousness” are generally used interchangeably in the literature) (e.g., Basha and Lal, 2019), brand trust (e.g., Pandey and Khare, 2017; Rashid and Shaharudin, 2017), environmental concern (e.g., Paul, Modi, and Patel, 2016), self-identity (e.g., Arli and Tjiptono, 2017; Sparks and Shepherd, 1992; Whitmarsh and O'Neill, 2010), and environmental knowledge (e.g., Azizan and Suki, 2014; Goh and Balaji, 2016; Mostafa, 2006). The conceptual framework of the research is illustrated in Figure 1. Drawing on this, the hypotheses of this study (i.e., H₁-H₉) are developed.

Figure 1: Conceptual Framework



2.1. Attitude toward Product/Brand

In addition to the role of attitudes toward environment in environmental actions, how consumers evaluate environmentally friendly products/brands has been also recognized as an important concern in order to comprehend the reasons behind the discrepancy between consumers' ideas about environment-related issues and their actual behaviors (Ha and Janda, 2012). In this regard, it has been advocated that consumers' intention to purchase a specific product is probably influenced by beliefs associated with the positive effect of buying the product and the degree of consumers' tendency to act on the basis of these beliefs (Tan, Ooi, and Goh, 2017). Accordingly, consumers holding positive attitudes toward green products/brands are more prone to be engaged in green purchases (Wang et al., 2018).

In the extant literature, interestingly, the body of research on the relationship between attitudes toward product and green product purchase intention has been relatively more intensified on Asian cultures including such nations as India (e.g., Yadav and Pathak, 2017), China (e.g., Chen and Deng, 2016; Wang et al., 2018), Indonesia (e.g., Arli et al., 2018; Farida and Ardyan, 2015), and Malaysia (e.g., Suki, 2016; Tan, Ooi, and Goh, 2017). On the other side, empirical evidence provides strong support for the positive impact of attitudes toward product/brand on purchase intention of green products (e.g., Chen, Chen, and Tung, 2018; Huang, Yang, and Wang, 2014; Mostafa, 2007), covering specifically, energy efficient products (e.g., Akroush et al., 2019; Tan, Ooi, and Goh, 2017), organic foods (e.g., Yadav, 2016), and remanufactured products (e.g., Singhal, Tripathy, and Jena, 2019; Wang et al., 2018), etc. Resting on these studies and the expectation that attitude toward product/brand is of paramount importance in understanding green product purchase intention, the following hypothesis is developed:

H₁: Attitude toward product/brand is positively related to green product purchase intention.

2.2. Attitude toward Environment

Attitude toward the behavior is defined as "the degree to which a person has a favorable or unfavorable evaluation or appraisal of the behavior in question" (Ajzen, 1991: 188). Drawing on the main tenets of the TRA (Fishbein and Ajzen, 1975) and TPB (Ajzen, 1985; 1991), attitude has been identified as one of the significant drivers of behavioral intention, with the emphasis placed on the notion that potential behaviors with positive consequences are more likely to be adopted by individuals (Kotchen and Reiling, 2000). In this sense, the established linkage between attitudes and behavior has caused a growing inclination towards examining the impact of attitudes toward environment on environmental behaviors and decisions (Kotchen and Reiling, 2000; Paul, Modi, and Patel, 2016).

In the stream of research on purchase intention of green products, the vast majority of the articles, being conducted in various countries such as South Africa, Egypt, and Canada, concluded that positive attitudes toward environment increase purchase intention of green products (e.g., Issock, Mpinganjira, and Roberts-Lombard, 2018; Mostafa, 2006; Robinot, Ertz, and Durif, 2017), while a few of the studies did not found a significant relationship between these two theoretical constructs (e.g., Afroz et al., 2015; Azizan and Suki, 2017).

More specifically, the favorable association between attitudes toward environment and purchase intention is documented not only in the context of green products in general (e.g., Arli and Tjiptono, 2017; Chekima et al., 2016; Zarei and Maleki, 2018), but also in different product contexts such as energy efficient household appliances (e.g., Nguyen, Lobo, and Greenland, 2017a; Nguyen, Lobo, and Greenland, 2017b), hybrid cars (e.g., Jayaraman et al., 2015), and socially responsible products (e.g., Robinot, Ertz, and Durif, 2017) in particular. Regarding the pertinent literature and our thought that how consumers generate predispositions towards environmental issues significantly affects their intention to purchase green products, it is proposed that:

H₂: Attitude toward environment is positively related to green product purchase intention.

2.3. Subjective Norm

Normative perceptions of people about the others whose opinions they value influence the way they perform the behavior in question (Smith and Paladino, 2010). Thus, social pressure may have an implicit or explicit role of shaping individual's purchasing behavior. Therefore, subjective norm connotes the behavior of purchasing or not, according to the important others' approval (Wang et al., 2019). Ajzen (1991: 188) defines subjective norms as "the perceived social pressure to perform or not to perform the behavior".

Extant literature reveals contradictory findings about the relative importance and the effect of subjective norm on purchase intentions. Vast majority of the studies favor the impact and the importance of subjective norm on purchase intention (e.g., Nguyen, Lobo, and Greenland, 2017b; Paladino and Ng, 2013; Singhal, Tripathy, and Jena, 2019; Smith and Paladino, 2010; Wang et al., 2019), whereas considerable number findings reported are discrepant from these claims (e.g., Chan, 2000; Cialdini and Trost, 1998; Paul, Modi, and Patel, 2016; Schwepker and Cornwell, 1991; Trafimow and Finlay, 1996). Literature also pinpoints that the impact of subjective norm on intention to purchase is mediated by attitudes (Oliver and Bearden, 1985; Smith and Paladino, 2010; Tarkiainen and Sundqvist, 2005). Specifically, within the scope of "green purchase intention", findings reported by the researchers highlight that subjective norm may not be a significant predictor of the intention of green product purchasing (e.g., Kumar, Manrai, and Manrai, 2017; Paul, Modi, and Patel, 2016; Tan, Ooi, and Goh, 2017; Thøgersen and Zhou, 2012; Wang et al., 2018). On the other side, Judge, Warren-Myers and Paladino (2019: 264) assert that green consumer identity moderates the relationship between subjective norm and purchase intention, such that when green consumer identity is high, subjective norms are less important to purchase intentions. We also believe that since together with subjective norm consumers are more willing to conform others' expectations, their inclination to purchase green products is likely to increase. Herewith, it is postulated that:

H₃: Subjective norm is positively related to green product purchase intention.

2.4. Perceived Behavioral Control

Perceived behavioral control is an individual's perception of how easily they can perform a specific behavior (Ajzen, 2002; Paladino and Serena, 2013). It reflects personal beliefs about how easy or hard the adoption of the intended behavior would be. Perceived behavioral control accounts for the situational limitations, and perceived controllability toward performing a behavior, that can affect the relationship between behavioral intentions and actual behaviors (Armitage and Conner, 1999). Research has shown that people's intention and behavior are positively influenced by their self-confidence in their ability to perform a specific behavior (Conner and Abraham, 2001). Findings imply that when an individual holds little control over carrying out a certain behavior because of the lack of availability of required resources, his/her behavioral intention will be lower in spite of the fact that he/she has a positive attitude/subjective norm concerning the intended act. For example, though the motivation to consume sustainable products might be high, it may be impossible to do so because of convenience problems. For example, according to Kalafatis et al. (1999), consumers feel that "green is good" but they believe that a better environment is predicated on actions by others.

Perceived behavioral control is among the most widely tested variables which is deemed to have an impact on green purchase intention (e.g., Mostafa, 2006; Paladino and Serena, 2013; Wang et al., 2018; Yadav and Pathak, 2017; Yoo, Divita, and Kim, 2013). Analyses of the articles have shown that there is a direct and positive relationship between perceived behavioral control and green purchase intention (e.g., Arli et al., 2018; Chaudhary and Bisai, 2018; Hsu, Chang, and Yansritakul, 2017; Jaiswal and Kant, 2018; Yadav and Pathak, 2016). According to our point of view, when consumers perceive that they face little/no difficulties in reaching green products, their tendency to buy these products may be higher. Thus, it is proposed that:

H₄: Perceived behavioral control is positively related to green product purchase intention.

2.5. Environmental Concern

Environmental concern considers to what extent individuals address environmental troubles, devote their efforts to deal with those issues, and want to take part in the solution (Dunlap and Jones, 2002). Individuals' involvement in environmental issues, incorporating climate change, air pollution, waste control, ecosystem preservation, and alternative energy sources, etc., are of great importance, since it signals the degree to which consumers prefer to participate in environmentally concerned behaviors, which in turn, shapes the direction of green-oriented marketing programs (Zimmer, Stafford, and Stafford, 1994). Coupled with its critical relevance in scrutinizing pro-environmental behavior, an increasing scholarly attention has been assigned to the concept of environmental concern in order to examine consumers' environmentally sensitive actions (Albayrak, Aksoy, and Caber, 2013; Shin et al., 2017).

Regarding the link between environmental concern and green product purchase intention, empirical findings are inconclusive in the current research. In this respect, the majority of the articles report that environmentally concerned consumers have more tendencies to purchase green products (e.g., Paul, Modi, and Patel, 2016; Yoo, Divita, and Kim, 2013).

Notably, in comparison with developed countries, the vital role of environmental concern in green product purchase intention is much more evident in developing economies such as India (e.g., Jaiswal and Kant, 2018; Prakash and Pathak, 2017; Yadav, 2016), Malaysia (e.g., Goh and Balaji, 2016; Rashid and Shahrudin, 2017), Turkey (e.g., Konuk, 2018), Brazil (e.g., Junior et al., 2016), and Egypt (e.g., Mostafa, 2006). Nevertheless, considerable number of studies also exists in the extant literature, finding no significant association between environmental concern and purchase intention of green products (e.g., Paladino and Ng, 2013; Smith and Paladino, 2010; Tan, Ooi, and Goh, 2017). Being one of the critical determinants of green product purchase intention, environmental concern is specifically important in comprehending consumer behavior in the context of green products, because it acts as a sign whether a consumer is really involved in environmental issues. Hence, it is posited that

H₅: Environmental concern is positively related to green product purchase intention.

2.6. Environmental Knowledge

Environmental knowledge designates “a general knowledge of facts, concepts, and relationships concerning the natural environment and its major ecosystems” (Fryxell and Lo 2003: 48). Correspondingly, knowledge about the environment shows to what degree people can appreciate major associations yielding to environmental facts, assess the role of community in affecting the ecosystem, and understand obligations required to be performed for sustainable development (Haron, Paim, and Yahay, 2005; Mostafa, 2007). In this way, consumers' environmental knowledge increases their consciousness level in relation to the earth's system of natural resources, which leads to positive attitudes toward environmentally friendly actions, and ultimately, strengthens ecological behavior (Maichum, Parichatnon, and Peng, 2016; Suki, 2013).

In the pertinent literature, the empirical results denoting the effect of environmental knowledge on green product purchase intention were diverse. Whereas it was demonstrated that consumers, who have sufficient knowledge about the natural environment and are aware of the environmental circumstances, are more apt to buy environmentally friendly products (e.g., Azizan and Suki, 2014; Goh and Balaji, 2016; Mostafa, 2006), no significant influence of environmental knowledge on purchase intention of green products was also found by important amount of studies (e.g., Jaiswal and Kant, 2018; Kumar, Manrai, and Manrai, 2017; Zarei and Maleki, 2018), specifically for energy efficient household appliances (e.g., Tan, Ooi, and Goh, 2017), eco-friendly electronic goods (e.g., Paladino and Ng, 2013), and environmentally friendly apparels (e.g., Zheng and Chi, 2013), etc. If a consumer is keen on the environment, then the consumer makes effort to devote his/her resources to gain accumulated knowledge regarding environmental issues, challenges and/or practices, which in turn, positively influences green product purchase intention. Building on the foregoing, the related hypothesis is

H₆: Environmental knowledge is positively related to green product purchase intention.

2.7. Health Consciousness

Health consciousness is defined as “readiness to undertake health actions”, and health concerned consumers tend to buy organic foods as an investment, which depicts the level of individuals’ awareness and concern about their health (Charoenpanich and Vongurai, 2018; Chu, 2018). Previous research exposes that; when compared with conventional food products, organic food products are considered to be healthier and having more nutritional value (Smith and Paladino, 2010).

The literature review reveals a positive relationship between health consciousness and purchase intention of green products (e.g., Di Pietro, Remar, and Parsa, 2016; Jin, Line, and Lee, 2017; Kareklas, Carlson, and Muehling, 2014, Konuk, 2018; Prakasha, Singh, and Yadav, 2018). Most of the studies pinpoint a direct relationship, whereas Teng and Lu (2016) state that this relationship is fully mediated by organic involvement. Furthermore, Pino, Peluso, and Guido (2012) have tested this relationship from two perspectives which are: “regular organic food consumers” and “occasional organic food consumers”. Findings suggest that health consciousness does not influence the intention to buy in terms of regular organic food consumers but for occasional consumers, there is a link between food safety concerns and purchase intention which is fully mediated by attitude toward organic food products. On the other hand, Basha and Lal (2019) in their research undertaken in India did not find a positive relationship between the two constructs. In conclusion, it can be supposed that because green products are generally perceived as healthy, consumers with high health consciousness may be more inclined to buy green products. Hence, the following hypothesis is constructed:

H₇: Health consciousness is positively related to green product purchase intention.

2.8. Brand Trust

Brand trust refers to “the willingness of the average consumer to rely on the ability of the brand to perform its stated function”, which is able to decrease environmental uncertainty that arises from consumers' vulnerable feelings (Chaudhuri and Holbrook, 2001: 82). In a similar vein, in the context of green products, green trust has been described as “a willingness to depend on a product, service, or brand based on the belief or expectation resulting from its credibility, benevolence, and ability about its environmental performance” (Chen, 2009: 309). This implies that when a brand is perceived as an expert and a trustworthy in its field, overall brand credibility can be enhanced, and ultimately, consumers' intention to purchase the green product increases (Issock, Mpinganjira, and Roberts-Lombard, 2018; Rashid and Shaharudin, 2017). Nevertheless, if consumers suspect the environmental performance of a product, then their integrity and bonds with the brand can be damaged (Chen, Lin, and Weng, 2015).

In the related literature, scholars investigating the act of perceived brand trust in green product purchase intention came up with diverse findings. On the one side, for example, it has been largely revealed that the more consumers' trust in brands, the greater their likelihood to purchase organic foods (e.g., Pandey and Khare, 2017), green homes (e.g., Rashid and Shaharudin, 2017), and electric vehicles (e.g., Ng, Law, and Zhang, 2018).

However, no significant association between green trust and purchase intention of environmentally friendly products was also demonstrated (e.g., Basha and Lal, 2019; Brandão, Gadekar, and Cardoso, 2018; Paladino and Ng, 2013), indicating that the degree of a firm's expertise or trustworthiness in green products is not correlated with consumers' purchase intention. In case that a consumer evaluates a brand offering green products as credible in the field, then the consumer may be more leaned towards being interested in green products, and ultimately, to purchase them. Thus, it is hypothesized as:

H₈: Brand trust is positively related to green product purchase intention.

2.9. Self-Identity

The self is discerned as the aggregation of diverse social role identities and self-identity is grounded on the identity theory which aims to enlighten the role related to behaviors of individuals referring to the social nature of the self (Hogg, Terry, and White, 1995; Terry, Hogg and White, 1999). Empirical studies demonstrate that the extension of TRA or TPB with the inclusion of self-identity, indicate significant results (e.g., Shaw, Shiu, and Clarke, 2000) and even boost the predictive power of the models (Cook, Kerr, and Moore, 2002). Regarding “green purchase intention” in particular, the labels like “green consumer” (e.g., Sparks and Shepherd, 1992), “pro-environmental consumer” (e.g., Arli and Tjiptono, 2017; Whitmarsh and O'Neill, 2010) or “ethical consumer” (e.g., Pino, Peluso, and Guido, 2012) that people use to describe themselves, namely, their self-identities are found to have a considerable impact. On the other hand, there is also empirical evidence that personal and social norms mediate the relationship between green identity and purchase intentions toward eco-friendly apparel products (Kim, Lee, and Hur, 2012). Whitmarsh and O'Neill (2010) reported that when compared with a generic self-identity (e.g., pro-environmental), a more specific self-identity (e.g., carbon offsetter) yielded a stronger impact on eco-shopping and eating behavior. Considering the related literature and the idea that consumers are apt to look for brands/products that match with their self-identity, green consumers are possibly choose green products. Therefore, it is hypothesized that:

H₉: Self-identity is positively related to green product purchase intention.

3. Methodology

3.1. Data Collection

Since the determination of eligible studies exerts a big impact on the results of a meta-analytic research, the right inclusion criteria should be specified (Hunter and Schmidt, 2004). Accordingly, four criteria were identified to determine the relevant studies that would be used in the meta-analysis. The selected criteria are: (a) The article has to investigate the drivers of green product purchase intention, either as a main research motivation or as part of a research design, (b) The article has to examine green product purchase intention from consumers' perspective, (c) The article has to be an empirical study by means of primary and/or secondary data and (d) The analyses of the article have to include Pearson's correlation coefficients.

After the determination of inclusion criteria online databases were searched with the keywords "environmentally friendly product", "green product", "ecological product", "eco-friendly product", "eco-product", "sustainable product", and "environmental product" in combination with "purchase intention" on the basis of the study of Sdrolia and Zarotiadis (2019).

The initial screening resulted in 575 studies; however, 492 of these had to be eliminated as 148 of them were out of scope 140 did not report the required statistical numbers for the meta-analysis, 116 were counted more than once and finally 88 of which full-text could not be reached. The final sample incorporates 83 empirical articles from various publication outlets published between 2000 and 2019, indexed in the Social Science Citation Index or in SCOPUS as suggested by Rana and Paul (2017).

3.2. Data Coding

In total, 235 effect sizes were collected from 85 independent samples, which were covered in 83 studies and dependent upon more than 39,000 consumers ($N = 39,253$). All eligible studies were codified by three independent coders on the basis of a codebook, consisting of four different parts: (1) key study characteristics (i.e., author/s, journal, and publication year) and contextual issues (i.e., research setting and context), (2) methodology (i.e., sample size, sampling method, unit of analysis, operationalization of the variables, and data analysis technique), (3) categorization of green product purchase intention's determinant factors, and (4) statistical figures, including reported reliabilities and effect sizes.

3.3. Data Analysis

Before aggregating all empirical findings, measurement error was controlled by computing reliability-corrected correlations (Hunter and Schmidt, 2004). Thereafter, the process continued with the conversion of the reliability-corrected correlations into Fisher's z coefficients, which were transformed back into correlation coefficients in order to interpret the meta-analytic results (e.g., Grinstein, 2008; Kirca, Jayachandran, and Bearden, 2005). The robustness of the meta-analysis was evaluated by publication bias on the basis of the three most frequently applied statistical techniques (Geyskens et al., 2009; Grewal, Puccinelli, and Monroe, 2018): (a) Rosenthal's (1979) 'file drawer' method (the file drawer N number = 3,499); (2) Orwin's (1983) 'failsafe N ' (set to 0.05), and (3) the 'trim-and-fill' method of Duval and Tweedie (2000), all of which demonstrated no evidence of publication bias. Besides, sensitivity analysis was made through 'one study removed' option, proving that the meta-analytic results are not significantly different from those of the previous investigation. Additionally, forest plot analysis further verified the precision of the meta-analysis (Borenstein et al., 2009). In an attempt to base the examination on the right model, heterogeneity test was implemented, showing significant differences in effect sizes across studies (Q -value (234_{df}) = 12681.950 ($p = 0.000$), I -squared = 98.155); hence, the random-effects model was chosen (Cooper, Hedges, and Valentine, 2009).

4. Findings

Comprehensive Meta-Analysis (CMA version 2.2.057) software was performed to test the research hypotheses. According to the findings of the meta-analysis, all proposed hypotheses were supported (Table 1).

Particularly, in line with H_1 and H_2 , it was found that attitude toward product/brand and environment exert a positive influence on green product purchase intention ($r = 0.632$, $CI_{95\%}$ 0.574 to 0.683; $r = 0.422$, $CI_{95\%}$ 0.292 to 0.537). Besides, the meta-analytic results show that subjective norm is positively correlated with green product purchase intention ($r = 0.503$, $CI_{95\%}$ 0.440 to 0.562), which lends support for H_3 .

In harmony with H₄, the findings also prove that perceived behavioral control gives rise to green product purchase intention ($r = 0.481$, CI_{95%} 0.375 to 0.574).

Moreover, in support of H₅ and H₆, environmental concern and knowledge were identified as conducive to green product purchase intention ($r = 0.469$, CI_{95%} 0.347 to 0.576; $r = 0.423$, CI_{95%} 0.344 to 0.497). Also, in concert with H₇, health consciousness is favorably associated with green product purchase intention ($r = 0.328$, CI_{95%} 0.194 to 0.451). In the case of H₈, the results reveal that brand trust has a positive impact on green product purchase intention ($r = 0.582$, CI_{95%} 0.392 to 0.725). Furthermore, the meta-analytic findings unveil that self-identity serves as a precursor of green product purchase intention, supporting H₉ ($r = 0.612$, CI_{95%} 0.493 to 0.709).

Table 1: Summary of the meta-analytic results

Hypt.	The links	# of effects	Total N	Corrected <i>r</i>	Stand. Error _r	-95% LCL	+95% UCL	Q-statistic
H ₁	Attitude toward product/brand → Green product purchase intention	52	22,487	0.632	0.029	0.574	0.683	2723.054*
H ₂	Attitude toward environment → Green product purchase intention	20	6,840	0.422	0.042	0.292	0.537	912.625*
H ₃	Subjective norm → Green product purchase intention	45	19,242	0.503	0.020	0.440	0.562	1588.642*
H ₄	Perceived behavioral control → Green product purchase intention	32	12,880	0.481	0.043	0.375	0.574	1794.700*
H ₅	Environmental concern → Green product purchase intention	29	10,048	0.469	0.055	0.347	0.576	1852.714*
H ₆	Environmental knowledge → Green product purchase intention	14	4,493	0.423	0.014	0.344	0.497	138.547*
H ₇	Health consciousness → Green product purchase intention	18	6,009	0.328	0.041	0.194	0.451	697.935*
H ₈	Brand trust → Green product purchase intention	14	5,810	0.582	0.115	0.392	0.725	1184.025*
H ₉	Self-identity → Green product purchase intention	11	4,429	0.612	0.042	0.493	0.709	418.948*

*significant at $p < 0.05$.

5. Discussion, Conclusion, Implications, and Directions for Future Research

Research in the field of sustainable consumption and their reflections in terms of national and/or transnational policies and practices are conceived of beneficial for the society as a whole. It is obvious that both theoretical and empirical sustainable consumption studies pave the way for the sustainable development goals. Considering the future of the world, studies contributing to the operationalization and conceptualization efforts of pro-environmental behaviors are very valuable. This research is one of the pioneering studies with a meta-analytic integration of the empirical findings on the antecedents of green product purchase intention and extends the TPB model by embodying health consciousness, environmental concern, environmental knowledge, brand trust, and self-identity.

The ambiguity in the literature regarding what motivates consumers to purchase green products (without specifying a product/service category) has been addressed in this study by pooling opinions of a large sample of respondents together based on a meta-analytic perspective. Liobikienė and Bernatoniene (2017) claimed that the analysis without distinguishing groups of the products in general can lead to misinterpretations by distorting the results. It is clear that each product group may accommodate some specifications that may lead to different motives for being purchased; however, there is a need to embrace a holistic view in terms of pro-environmental behaviors for the sake of raising awareness, motivation for sustainable consumption, and triggering behavioral change towards a more sustainable world. Considering that the individuals may pursue incompatible pro-environmental behaviors, it is important to understand the driving factors of green product purchase intention in order to ensure the sustainability of the pro-environmental behaviors. Green product purchasing as an important pro-environmental behavior (e.g., De Leeuw et al., 2015; Pinto et al., 2019) must also be approached integrally to facilitate the conceptualization and operationalization efforts of pro-environmental behaviors.

The findings revealed positive impact on green product purchase intention for all variables where the highest impact appertained to attitude toward product/brand with an above moderate effect (Cohen, Manion, and Morrison, 2007). This result is in harmony with the main tenets of TRA and TPB arguing that attitude significantly foresees behavioral intention (Ajzen, 1985; 1991; Fishbein and Ajzen, 1975) and with previous meta-analytic and literature reviews on the related subject concluding that attitude toward product/brand plays a fundamental role in shaping intention to purchase green products (e.g., Liobikienė and Bernatoniene, 2017; Scalco et al., 2017). Self-identity came to the fore as having the second highest above moderate impact. Identity goals represent how the individual wants to see themselves and stimulate the embodiment of self-concept leading to the behaviors compatible with the identity (Pinto et al., 2019). Regulatory fit theory, from the consumption point of view, asserts that when the goal orientation (e.g., promotion, prevention, doing something fun, being pro-environmental) and the goal pursuit are congruent, the value perceptions reflect the purchased product (Mathmann et al., 2019). However, Evans et al. (2013) claim that when the goal of having a financial gain is in question, the green self-identity diminishes in importance over time yielding a threat to pro-environmental behaviors. Therefore, the nature of the goal orientations may have a severe impact on the consistency of the self-identity which in return affects the pro-environmental behaviors. Moreover, brand trust as an antecedent of green product purchase intention requires special attention on the basis of the magnitude of its impact.

This empirical result notably underlines that brands that are perceived as an expert and a trustworthy are more successful at persuading consumers to purchase green products (Issock, Mpinganjira, and Roberts-Lombard, 2018; Rashid and Shaharudin, 2017).

In the current study, subjective norm was also found to have an above moderate impact on green purchase intention. This implies that individuals are likely to be influenced by social norms or peer pressures, and their product choices may become the signal of status or need for approval (e.g., Nguyen, Lobo, and Greenland, 2017b; Paladino and Ng, 2013; Wang et al., 2019).

In terms of the relationship between perceived behavioral control and green product purchase intention, this meta-analytic investigation provides ample support for the theoretical notion that the degree to which an individual perceives that engaging in a behavior is troublesome influences the individual's willingness to perform that behavior (Ajzen, 1985; 1991; Fishbein and Ajzen, 1975), and convenience level or accessibility of green products acts as a critical precursor of green product purchase intention (Liobikienė and Bernatoniene, 2017). In addition, despite a few contradictory findings in the literature, the majority of the articles reported that environmentally concerned consumers have more tendencies to purchase green products (e.g., Paul, Modi, and Patel, 2016; Yoo, Divita, and Kim, 2013), which was also supported in the current study. Another important factor, environmental knowledge, was also found to have a positive impact on green product purchase intention, in spite of the diverse empirical results denoting the differential effect of environmental knowledge on green product purchase intention (e.g., Maichum, Parichatnon, and Peng, 2016; Suki, 2013).

In accordance with the meta-analytic findings and prior empirical evidence on the subject (e.g., Arli and Tjiptono, 2017; Chekima et al., 2016; Zarei and Maleki, 2018), attitude toward environment constitutes another significant determinant of green product purchase intention. This result can be attributed to the suggestion that individuals more tend to adopt behaviors with perceived favorable outcomes, and positive predisposition toward environmental issues cultivates purchase intention of green products (Kotchen and Reiling, 2000; Paul, Modi, and Patel, 2016). Finally, the findings of this research confirmed the positive effect of health consciousness on green purchase intentions; but, the effect is relatively lower than the other variables. This relatively low correlation may stem from a limitation of the study. In the initial screening of the empirical studies phase, "organic food" wasn't involved as a keyword. Considering the high impact of health consciousness on organic food purchase intention (Massey, O'Cass, and Otahal, 2018; Rana and Paul, 2017; 2020), this limitation is thought to affect the magnitude of the correlation between health consciousness and green product purchase intention.

5.1. Managerial Implications

The sustainable development goals are built to overcome social, economic, and environmental problems and to sustain the wellbeing of the future generations. It is the responsibility of governments, businesses NGOs, and all citizens to work towards the accomplishment of these goals. Sustainable consumption to combat environmental problems should be motivated by policy makers and businesses. In this sense, the findings of the study offer valuable insights for managers to better understand the determinants of green purchasing behavior. The meta-analytic results can be an important guide for managers to design their communication and promotion strategies in order to motivate consumers for more sustainable consumption.

Specifically, since the findings of the study reflect the importance of environmental knowledge and concern on green product consumption; a suggestion for marketing managers that sell environmentally-friendly products would be that, they try to inform publics about the environmental issues and their outcomes as a part of their corporate social responsibility activities. Their only consideration should not be to create awareness of their brands but at the same time they should be working to create awareness of the environmental issues. This effort would be also influential on establishing positive attitudes toward environmental issues which is the first and foremost determinant of green product purchase intention.

Moreover, an important barrier to purchasing of green products might be that people have doubts about these products as to whether they are actually being green or not. Thus, at this point the concept of brand trust becomes critical. As a general rule when people have limited information and expertise related to a product (green product), they use brand as heuristics and a reference point to evaluate that product. In line with the findings of the study, companies that maintain trusted brands are more likely to be preferred by consumers among other green product alternatives.

5.2. Public Policy Implications

When the case is related to environmental problems, public policy makers have also huge responsibilities. In this respect, in accordance with the findings of the study, environmental knowledge and concern are important antecedents to green product consumption; and thus, governments', government agencies', and public policy makers' most critical responsibility starts with the education of the society both within the education system starting from kinder garden and through supportive programs in coordination with life-long learning. Besides, in this education it is essential to demonstrate to people that they can make actually a big difference with a small precaution they make. Furthermore, public policy makers need to push and encourage companies by well-developed rules, regulations, and incentives in order to be more environmentally responsible.

5.3. Limitations and Further Research

Future research should extend this meta-analytic investigation by integrating different goal orientations and situational factors as well. Besides, the current study didn't consider the moderating or mediating effects of the variables; thus, it is also recommended to perform a meta-analytic structural equation framework to contribute more to the operationalization efforts of green purchasing. It is also suggested to extend the keywords to specific green product groups as well.

References

- Afroz, R., Rahman, A., Masud, M.M., Akhtar, R., and Duasa, J.B. (2015). How individual values and attitude influence consumers' purchase intention of electric vehicles - Some insights from Kuala Lumpur, *Malaysia. Environment and Urbanization ASIA*, 6(2), 193-211.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.

- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.
- Akroush, M.N., Zuriekat, M.I., Al Jabali, H.I., & Asfour, N.A. (2019). Determinants of purchasing intentions of energy-efficient products: The roles of energy awareness and perceived benefits, *International Journal of Energy Sector Management*, 13(1), 128-148.
- Albayrak, T., Aksoy, Ş., & Caber, M. (2013). The effect of environmental concern and scepticism on green purchase behaviour. *Marketing Intelligence & Planning*, 31(1), 27-39.
- Arlı, D., Tan, L.P., Tjiptono, F., & Yang, L. (2018). Exploring consumers' purchase intention towards green products in an emerging market: The role of consumers' perceived readiness. *International Journal of Consumer Studies*, 42(4), 389-401.
- Armitage, J.C., & Conner, M. (1999). The theory of planned behavior: Assessment of predictive validity and perceived control. *British Journal of Social Psychology*, 38, 35-54.
- Azizan, S.A.M., & Suki, N.M. (2014). The potential for greener consumption: Some insights from Malaysia. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(16), 11-17.
- Basha, M.B., & Lal, D. (2019). Indian consumers' attitudes towards purchasing organically produced foods: An empirical study. *Journal of Cleaner Production*, 215, 99-111.
- Borenstein, M., Hedges, L.V., Higgins, J.P.T., & Rothstein, H.R. (2009). *Introduction to meta-analysis*. United Kingdom, John Wiley & Sons.
- Brandão, A., Gadekar, M., & Cardoso, F. (2018). The impact of a firm's transparent manufacturing practices on women fashion shoppers. *Journal of Global Fashion Marketing*, 9(4), 322-342.
- Chan, K. (2000). Environmental consideration in purchase decisions of Hong Kong consumers. *Environmental Practice*, 2(1), 15-22.
- Charoenpanich, A., & Vongurai, R. (2018). The factors affecting healthy lifestyle and attitude towards organic foods: A case study of people living in Bangkok, Thailand. *ABAC ODI Journal Vision Action Outcome*, 5, 102-116.
- Chaudhary, R., & Bisai, S. (2018). Factors influencing green purchase behavior of millennials in India. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 29(5), 798-812.
- Chekima, B., Wafa, S.A.W.S.K., Igau, O.A., Chekima, S. & Sondoh Jr, S.L. (2016). Examining green consumerism motivational drivers: Does premium price and demographics matter to green purchasing?. *Journal of Cleaner Production*, 112, 3436-3450.
- Chen, K., & Deng, T. (2016). Research on the green purchase intentions from the perspective of product knowledge. *Sustainability*, 8(9), 943-959.
- Chen, C.C., Chen, C.W., & Tung, Y.C. (2018). Exploring the consumer behavior of intention to purchase green products in belt and road countries: An empirical analysis. *Sustainability*, 10(3), 854.
- Chen, Y.S., Lin, C.Y., & Weng, C.S. (2015). The influence of environmental friendliness on green trust: The mediation effects of green satisfaction and green perceived quality. *Sustainability*, 7(8), 10135-10152.
- Chu, K. (2018). Mediating influences of attitude on internal and external factors influencing consumers' intention to purchase organic foods in China. *Sustainability*, 10(12), 4690-4705.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Research methods in education*. New York, Routledge.
- Conner, M., & Abraham, C. (2001). Conscientiousness and the theory of planned behavior: Toward a more complete model of the antecedents of intentions and behavior. *Society for Personality and Social Psychology*, 27(11), 1547-1561.

- Cook, A.J., Kerr, G.N., & Moore, K. (2002). Attitudes and intentions towards purchasing GM food. *Journal of Economic Psychology*, 23(5), 557-572.
- Cooper, H., Hedges, L.V., & Valentine, J.C. (2009). *The handbook of research synthesis and meta-analysis*. New York, Russell Sage Foundation.
- Coşkun, A., Vocino, A., & Polonsky, M. (2017). Mediating effect of environmental orientation on pro-environmental purchase intentions in a low-involvement product situation. *Australasian Marketing Journal*, 25(2), 115-125.
- De Leeuw, A., Valois, P., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2015). Using the theory of planned behavior to identify key beliefs underlying pro-environmental behavior in high-school students: Implications for educational interventions. *Journal of Environmental Psychology*, 42, 128-138.
- DiPietro, R.B., Remar, D., & Parsa, H.G. (2016). Health consciousness, menu information, and consumers' purchase intentions: An empirical investigation. *Journal of Food Service Business Research*, 19(5), 497-513.
- Duval, S., & Tweedie, R. (2000). A nonparametric "trim and fill" method of accounting for publication bias in meta-analysis. *Journal of the American Statistical Association*, 95(449), 89-98.
- Evans, L., Maio, G.R., Corner, A., Hodgetts, C.J., Ahmed, S., & Hahn, U. (2013). Self-interest and pro-environmental behaviour. *Nature Climate Change*, 3(2), 122-125.
- Geyskens, I., Krishnan, R., Steenkamp, J.E.M., & Cunha, P.V. (2009). A review and evaluation of meta-analysis practices in management research. *Journal of Management*, 35(2), 393-419.
- Grewal, D., Puccinelli, N., & Monroe, K.B. (2018). Meta-analysis: Integrating accumulated knowledge. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 46(1), 9-30.
- Grinstein, A. (2008). The effect of market orientation and its components on innovation consequences: A meta-analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(2), 166-173.
- Haron, S.A., Paim, L., & Yahaya, N. (2005). Towards sustainable consumption: An examination of environmental knowledge among Malaysians. *International Journal of Consumer Studies*, 29(5), 426-436.
- Hogg, M., Terry, D., & White, K. (1995). A tale of two theories: A critical comparison of identity theory with social identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 58(4), 255-269.
- Hsu, C.L., Chang, C.Y., & Yansritakul, C. (2017). Exploring purchase intention of green skincare products using the theory of planned behavior: Testing the moderating effects of country of origin and price sensitivity. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 145-152.
- Huang, Y.C., Yang, M., & Wang, Y.C. (2014). Effects of green brand on green purchase intention. *Marketing Intelligence & Planning*, 32(3), 250-268.
- Hunter, J.E., & Schmidt, F.L. (2004). *Methods of meta-analysis: Correcting error and bias in research findings*. US, Thousand Oaks.
- Issock, P.B.I., Mpinganjira, M., & Roberts-Lombard, M. (2018). Drivers of consumer attention to mandatory energy-efficiency labels affixed to home appliances: An emerging market perspective. *Journal of Cleaner Production*, 204, 672-684.
- Jaiswal, D., & Kant R. (2018). Green purchasing behaviour: A conceptual framework and empirical investigation of Indian consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, 60-69.
- Jayaraman, K., Yun, W.W., Seo, Y.W., & Young, H. (2015). Customers' reflections on the intention to purchase hybrid cars: An empirical study from Malaysia. *Problems and Perspectives in Management*, 13(2), 304-312.

- Jin, N.P., Line, N.D., & Lee, S.M. (2017). The health conscious restaurant consumer: Understanding the experiential and behavioral effects of health concern. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(8), 2103-2120.
- Judge, M., Warren-Myers, G., & Paladino, A. (2019). Using the theory of planned behaviour to predict intentions to purchase sustainable housing. *Journal of Cleaner Production*, 215, 259-267.
- Junior, S.S.B., Merlo, E.M., Freire, O.B.L., Da Silva, D., & Quevedo-Silva, F. (2016). Effect of environmental concern and skepticism in the consumption green products in Brazilian retail. *Revista ESPACIOS*, 37(2), 13.
- Kalafatis, S.P., Pollard, M., East, R., & Tsogas, M.H. (1999). Green marketing and Ajzen's theory of planned behaviour: A cross-market examination. *Journal of Consumer Marketing*, 16(5), 441-460.
- Karatu, V.M.H., & Mat, N.K.N. (2015). The mediating effects of green trust and perceived behavioral control on the direct determinants of intention to purchase green products in Nigeria. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4), 256-265.
- Kareklas, I., Carlson J.R., & Muehling D.D. (2014). I eat organic for my benefit and yours: Egoistic and altruistic considerations for purchasing organic food and their implications for advertising strategists. *Journal of Advertising*, 43(1), 18-32.
- Khor, K.S., & Hazen, B.T. (2017). Remanufactured products purchase intentions and behaviour: Evidence from Malaysia. *International Journal of Production Research*, 55(8), 2149-2162.
- Kim, H., Lee, E.J., & Hur, W.M. (2012). The mediating role of norms in the relationship between green identity and purchase intention of eco-friendly products. *Human Ecology Review*, 125-135.
- Kirca, A.H., Jayachandran, S., & Bearden, W.O. (2005). Market orientation: A meta-analytic review and assessment of its antecedents and impact on performance. *Journal of Marketing*, 69(2), 24-41.
- Konuk, F.A. (2018). Antecedents of pregnant women's purchase intentions and willingness to pay a premium for organic food. *British Food Journal*, 20(7), 1561-1573.
- Kumar, B., Manrai, A.K., & Manrai, L.A. (2017). Purchasing behaviour for environmentally sustainable products: A conceptual framework and empirical study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 1-9.
- Liobikienė, G., & Bernatoniene, J. (2017). Why determinants of green purchase cannot be treated equally? The case of green cosmetics: Literature review. *Journal of Cleaner Production*, 162, 109-120.
- Maichum, K., Parichatnon, S., & Peng, K.C. (2016). Application of the extended theory of planned behavior model to investigate purchase intention of green products among Thai consumers. *Sustainability*, 8(10), 1077-1097.
- Massey, M., O'Cass, A., & Otahal, P. (2018). A meta-analytic study of the factors driving the purchase of organic food. *Appetite*, 125, 418-427.
- Mathmann, F., Pohlmeier, L., Higgins, E.T., & Weeks, C. (2019). Prosocial process fit: Normatively expected purchasing increases the prosocial premium. *European Journal of Marketing*, 53(4), 661-684.
- Mostafa, M. (2006). Antecedents of Egyptian consumers' green purchase intentions. *Journal of International Consumer Marketing*, 19(2), 97-126.
- Nam, C., Dong, H., & Lee, Y.A. (2017). Factors influencing consumers' purchase intention of green sportswear. *Fashion and Textiles*, 4(1), 2-19.
- Ng, M., Law, N.M., & Zhang, S. (2018). Predicting purchase intention of electric vehicles in Hong Kong. *Australasian Marketing Journal*, 26(3), 272-280.

- Nguyen, T.N., Lobo, A., & Greenland, S. (2017a). Energy efficient household appliances in emerging markets: the influence of consumers' values and knowledge on their attitudes and purchase behaviour. *International Journal of Consumer Studies*, 41(2), 167-177.
- Nguyen, T.N., Lobo, A., & Greenland, S. (2017b). The influence of cultural values on green purchase behaviour. *Marketing Intelligence & Planning*, 35(3), 377-396.
- OECD. (2006). Roundtable on demand-side economics for consumer policy: Summary report. Accessed November, 17 2019. <https://www1.oecd.org/sti/consumer/39015963.pdf>.
- OECD. (2008). Promoting sustainable consumption. Good practices in OECD countries. Accessed November, 17 2019. <https://www.oecd.org/greengrowth/40317373.pdf>.
- Oliver, R., & Bearden, W. (1985). Crossover effects in the theory of reasoned action: A crossover effects in the theory of reasoned action: A moderating influence attempt. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 324-340.
- Orwin, R.G. (1983). A fail-safe n for effect size in meta-analysis. *Journal of Educational Statistics*, 8(2), 157-159.
- Paladino, A. (2005). Understanding the green consumer: An empirical analysis. *Journal of Customer Behavior*, 4, 69-102.
- Paladino, A., & Ng, S. (2013). An examination of the influences on 'green' mobile phone purchases among young business students: An empirical analysis. *Environmental Education Research*, 19(1), 118-145.
- Paul, J., Modi, A., & Patel, J. (2016). Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 29, 123-134.
- Pino, G., Peluso, A.M., & Guido, G. (2012). Determinants of regular and occasional consumers' intentions to buy organic food. *Journal of Consumer Affairs*, 46(1), 157-169.
- Pinto, D.C., Herter, M.M., Rossi, P., Nique, W.M., & Borges, A. (2019). Recycling cooperation and buying status: Effects of pure and competitive altruism on sustainable behaviors. *European Journal of Marketing*, 53(5), 944-971.
- Prakasha, G., Singh, P.K., & Yadav, R. (2018). Application of consumer style inventory (CSI) to predict young Indian consumer's intention to purchase organic food products. *Food Quality and Preference*, 68, 90-97.
- Qi, X., & Ploeger, A. (2019). Explaining consumers' intentions towards purchasing green food in Qingdao, China: The amendment and extension of the theory of planned behavior. *Appetite*, 133, 414-422.
- Rahman, K.M., & Noor, N.A.M. (2016). Exploring organic food purchase intention in Bangladesh: An evaluation by using the theory of planned behavior. *International Business Management*, 10(18), 4292-4300.
- Rana, J., & Paul, J. (2017). Consumer behavior and purchase intention for organic food: A review and research agenda. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 38, 157-165.
- Rana, J., & Paul, J. (2020). Health motive and the purchase of organic food: A meta-analytic review. *International Journal of Consumer Studies*, 44, 162-171.
- Robinot, É., Ertz, M., & Durif, F. (2017). Jingle bells or 'green' bells? The impact of socially responsible consumption principles upon consumer behaviour at Christmas time. *International Journal of Consumer Studies*, 41(6), 605-617.
- Rosenthal, R. (1979). The file drawer problem and tolerance for null results. *Psychological Bulletin*, 86(3), 638-641.
- Padel, S., and Foster, C. (2005). Exploring the gap between attitudes and behaviour: Understanding why consumers buy or do not buy organic food. *British Food Journal*, 107(8), 606-625.

- Scalco, A., Noventa, S., Sartori, R., & Ceschi, A. (2017). Predicting organic food consumption: A meta-analytic structural equation model based on the theory of planned behavior. *Appetite*, 112, 235-248.
- Schwepker, C.H., & Cornwell, T.B. (1991). An examination of ecologically concerned consumers and their intention to purchase ecologically packaged products. *Journal of Public Policy and Marketing*, 10(2), 77-101.
- Shin, Y.H., Im, J., Jung, S.E., & Severt, K. (2017). Consumers' willingness to patronize locally sourced restaurants: The impact of environmental concern, environmental knowledge, and ecological behavior. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 26(6), 644-658.
- Sdrolia, E., & Zarotiadis, G. (2019). A comprehensive review for green product term: From definition to evaluation. *Journal of Economic Surveys*, 33(1), 150-178.
- Seyfang, G. (2005). Shopping for sustainability: Can sustainable consumption promote ecological citizenship?. *Environmental Politics*, 14(2), 290-306.
- Shaw, D., Shiu, E., & Clarke, I. (2000). The contribution of ethical obligation and self-identity to the theory of planned behaviour: An exploration of ethical consumers. *Journal of Marketing Management*, 16(8), 879-894.
- Singhal, D., Tripathy, S., & Jena, S.K. (2019). Acceptance of remanufactured products in the circular economy: An empirical study in India. *Management Decision*, 57(4), 953-970.
- Smith, S., & Paladino, A. (2010). Eating clean and green? Investigating consumer motivations towards the purchase of organic food. *Australasian Marketing Journal*, 18(2), 93-104.
- Soler, F., Gil, J.M., & Sánchez, M. (2002). Consumers' acceptability of organic food in Spain: Results from an experimental auction market. *British Food Journal*, 104(8), 670-687.
- Steg, L., Bolderdijk, J.W., Keizer, K., & Perlaviciute, G. (2014). An integrated framework for encouraging pro-environmental behaviour: The role of values, situational factors and goals. *Journal of Environmental Psychology*, 38, 104-115.
- Tan, C.S., Ooi, H.Y., & Goh, Y.N. (2017). A moral extension of the theory of planned behavior to predict consumers' purchase intention for energy-efficient household appliances in Malaysia. *Energy Policy*, 107, 459-471.
- Tan, W.L., and Goh, Y.N. (2018). The role of psychological factors in influencing consumer purchase intention towards green residential building. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 11(5), 788-807.
- Tarkiainen, A., & Sundqvist, S., (2005). Subjective norms, attitudes and intentions of intentions of Finnish consumers in buying organic food. *British Food Journal*, 107(11), 808-822.
- Teng, C.C., & Lu, C.H. (2016). Organic food consumption in Taiwan: Motives, involvement, and purchase intention under the moderating role of uncertainty. *Appetite*, 105, 95-105.
- Terry, D.J., Hogg, M.A., & White, K.M. (1999). The theory of planned behaviour: Self-identity, social identity and group norms. *British Journal of Social Psychology*, 38(3), 225-244.
- Thøgersen, J., & Zhou, Y. (2012). Chinese consumers' adoption of a 'green' innovation - The case of organic food. *Journal of Marketing Management*, 28(3-4), 313-333.
- Trafimow, D., & Finlay, K.A. (1996). The importance of subjective norms for a minority of people: between-subjects and within-subjects analyses. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 820-828.
- Wang, S., Wang, J., Yang, F., Wang, Y., & Li, J. (2018). Consumer familiarity, ambiguity tolerance, and purchase behavior toward remanufactured products: The implications for remanufacturers. *Business Strategy and the Environment*, 27(8), 1741-1750.
- Wang, X., Pacho, F., Liu, J., & Kajungiro, R. (2019). Factors influencing organic food purchase intention in Tanzania and Kenya and the moderating role of knowledge. *Sustainability*, 11(1), 209-217.

- Whitmarsh, L., & O'Neill, S. (2010). Green identity, green living? The role of pro-environmental self-identity in determining consistency across diverse pro-environmental behaviours. *Journal of Environmental Psychology*, 30(3), 305-314.
- Yadav, R., & Pathak, G.S. (2017). Determinants of consumers' green purchase behavior in a developing nation: Applying and extending the theory of planned behavior. *Ecological Economics*, 134, 114-122.
- Yadav, R. (2016). Altruistic or egoistic: Which value promotes organic food consumption among young consumers? A study in the context of a developing nation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 33, 92-97.
- Yadav, R., & Pathak, G.S. (2016). Intention to purchase organic food among young consumers: Evidences from a developing nation. *Appetite*, 96, 122-128.
- Yoo, J.-J., Divita, L., & Kim, H.Y. (2013). Environmental awareness on bamboo product purchase intentions: Do consumption values impact green consumption?. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 6(1), 27-34.
- Zheng, Y., & Chi, T. (2015). Factors influencing purchase intention towards environmentally friendly apparel: An empirical study of US consumers. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 8(2), 68-77.
- Zimmer, M.R., Stafford, T.F., & Stafford, M.R. (1994). Green issues: Dimensions of environmental concern. *Journal of Business Research*, 30(1), 63-74.

YAPAY ZEKÂ TEKNİKLERİNİN SALDIRI TESPİT SİSTEMLERİ'NDE KULLANIMI

Mahbub Dilan KOYUNCU¹, Nafiz ÜNLÜ²

Öz

Teknoloji kullanımının yaygınlaşması ile internet ve diğer ağlara birden çok bağlantı noktasının olduğu, farklı kanallardan gelebilecek tehditlerin artış gösterdiği gözlemlenmiştir. Mevcut sistemlerde, tehditlerin tespit ve bertaraf edilmesi için kullanılan güvenlik duvarı, şifreleme tekniklerinin yeterli olmaması mevcut ağ sistemlerine farklı tespit ve önleme sistemlerinin kullanılmasına yol açmış, Saldırı Tespit Sistemleri de bu ihtiyaçtan yola çıkılarak tasarlanmıştır. Geleneksel olarak isimlendirebileceğimiz imza ve anomali tabanlı Saldırı Tespit Sistemleri değişen ve gelişen teknolojik gelişmeler karşısında durağan kalmış, daha çok anlık çalışabilecek, saldırıları daha hızlı ve yüksek oranlarda doğru tespit edebilecek, insan faktörünün daha az yer aldığı bir sisteme geçilmesi önem kazanmış, bu maksat ile Yapay zekâ teknolojilerinin Saldırı Tespit Sistemlerinin tasarımında etkin rol alması kaçınılmaz olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Saldırı Tespit Sistemleri, Yapay zekâ teknolojileri, Tehdit

JEL Sınıflandırması: O30, O32, O33

USE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNIQUES IN INTRUSION DETECTION SYSTEMS

Abstract

With the widespread use of technology, it has been observed that there are multiple connection points to the internet and other networks, and threats from different channels have increased. In existing systems, the inadequacy of firewall and encryption techniques used to detect and eliminate threats has led to the use of different detection and prevention systems in existing network systems, and Intrusion Detection Systems have been designed based on this need. Signature and anomaly-based Intrusion Detection Systems, which we can call traditional, have remained stagnant in the face of changing and developing technological developments, it has gained importance to switch to a system that can work more instantaneously, can detect attacks faster and at higher rates, and where the human factor is less. It has been inevitable for intelligence technologies to take an active role in the design of Intrusion Detection systems.

Keywords: Intrusion Detection System, Intelligence Technologies, Attacks

JEL Classification: O30, O32, O33

¹İstanbul Teknik Üniversitesi, Bilişim Enstitüsü, Siber Güvenlik, koyuncuma@itu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0516-6179

²Dr.Öğr. Üyesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Bilişim Enstitüsü, Siber Güvenlik, unluna@itu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2094-8080

1. Giriş

Teknolojinin hızla gelişmesi ile internet ilk kullanım alanı olan askeri alandan, kamu alanına hızlı bir geçiş yapmış, kamu alanındaki kullanımı ile de sınırlı kalmayarak bireysel alan içerisinde hatırı sayılır bir mevki kazanmıştır. Bireysel alanda kullanıma başlamasıyla birlikte internet yayılım hızı ivme kazanmış, 2021 yılında TÜİK tarafından hazırlanan hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre 2021 yılında hanelerin %92'sinin internete erişim imkânının bulunduğu, bu oranın 2020 yılında ise %90,7 olduğu görülmüştür (TÜİK, 2021).



Şekil 1. Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması

Bilgisayar ağı teknolojisinin uygulama kapsamının sürekli genişlemesiyle birlikte, İnternet aralığında var olan çeşitli kötü niyetli saldırılar, bilgisayar kullanıcılarına ve ağ kaynaklarına ciddi zararlar vermiştir. Siber Saldırı olarak isimlendirilen bu tehditler gizli ve hassas bilgilere erişilmesi veyahut bir veya birden fazla bilgisayardan karşıdaki bilgisayarlara veya ağlara yapılan veri çalmak, değiştirmek ya da yok etmek için çeşitli yöntemler kullanılarak yapılan saldırı eylemlerinin bütününe verilen isimdir. Politik nedenler, Meydan okuma, Web sitelerinden intikam alma isteği, Vatanperverlik/Milliyetçilik düşüncesi, Maddi kazanç elde etme isteği vb. sebepleri ile gerçekleştirilen bu saldırılar hem maddi hem de itibar açısından kurum ve kuruluşlara geri dönülmez zararlar verebilmektedir.

Kasperky tarafından 2020 yılı özelinde yapılan araştırmaya göre web tehditlerini tespit etmede kullanılan teknolojilerin engellediği ortalama web saldırısı sayısı da %25 oranında arttığı gözlenmiştir. Tüm tehditlerin sayısında artış gözlendiği, engellenen web saldırılarının çoğunun ise kullanıcıları kimlik avı sitelerine yönlendiren saldırılar olduğu tespit edilmiştir (Anonim, 2020).

Ağlara ve sistemlere yapılan siber saldırıların son yıllarda bu denli artmasının nedenleri düşünüldüğünde, dünya genelinde hemen hemen her konuda olduğu gibi internet kullanımının da globalleşmesi, mevcut kurum ve kuruluşların dağınık sistemler şeklinde, çok bileşenli sistemlerin bulunması, tehdit unsuru olan ve bilgisayar korsanı olarak adlandırılan saldırganların ağ yapılarını, sistemleri hızlı öğrenmesi, saldırı araçlarının otomatikleştirilmesi ile saldırıların daha kolay yapılabilmesi, geliştirilen yeni yazılım ve donanım sistemlerinin zayıflıklarından kaynaklanan güvenlik açıklarının mevcut olması vb. unsurların etkin olacağı görülmektedir.

Ağ yapılarına ve bilgisayar sistemlerine karşı yapılan siber tehditlerin tespit edilmesi, bilgisayar ve ağ sistemlerine ilk giriş noktalarında bertaraf edilebilmesi, gerektiğinde bu bilgilerin gelecek dönemlerdeki saldırıları tahmininde kullanılması maksadıyla güvenlik duvarları, şifreli yapılar kullanılmaya başlanmıştır. Fakat özellikle sosyal mühendislik yöntemleri kullanılarak aşılabilir bu yöntemlerin eksikliklerinin bulunduğu görülmüş, otomatikleşmiş, saldırı tespitinde doğru saptamaları yapabilecek Saldırı Tespit Sistemleri'nin tasarlanması söz konusu olmuştur. Saldırı Tespit Sistemi, saldırı uyarılarının yorumlanma süreci olarak tanımlanır ve bir bilgisayar sisteminde veya ağda meydana gelen durumların gözlenerek, dersler çıkarılarak bilginin mahremiyetini, bütünlüğünü ve erişilebilirliğini bozmak ya da sistemin güvenlik mekanizmalarını atlatmak için yapılan bir dizi komutlar olarak göz önüne çıkar. Saldırı Tespit Sistemleri, sisteme olan saldırılar sonucunda sistem içerisinde meydana gelen anomalileri, kötü amaç ile kullanılan işlemlerin tespiti yaparak daha sonra olabilecek saldırılara karşı bir önlem oluşturmaya çalışmaktadır. Saldırı Tespit Sistemleri temelde yazımızda da ilgileneceğimiz üzere tespit yöntemlerine göre farklı isimler almaktadır (Yıldız ve Arıcı, 2010).

2. Saldırı Tespit Sistemlerinin Yapısal İncelemesi

Saldırı Tespit Sistemleri temel olarak İmza Tabanlı ve Anomali Tespiti yapan sistemler olarak iki ana yapıdan oluşmaktadır.

2.1. İmza Tanıma Temelli veya Kötüye Kullanım yolu ile Saldırı Tespiti

Ağlarda meydana gelen saldırıların karakteristiğini oluşturarak bir anlamda saldırı yapan unsurun bir imzasını çıkararak daha sonra aynı saldırı unsuru tarafından gelebilecek saldırıları saptama için kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntemin kullanılmasında, saldırgan daha önce kullandığı saldırı yöntemleri bir veri seti ki bu veri setinin oluşturulmasında istatistik biliminden faydalanılmaktadır, haline getirilerek kurallar oluşturulmakta, dışarıdan ağ sistemine yeni gelen her bir davranış, bu kural seti ile karşılaştırılarak aynı tip bir saldırı olup olmadığı belirlenmektedir.

Eğer ağa dışarıdan yeni gelen davranış mevcut saldırı veri setleri ile benzeşiyorsa saldırı olarak nitelendirilmektedir. Fakat söz konusu davranış, eğer mevcut veri setleri ile uyuşmuyorsa saldırı olarak nitelendirilmez. Bu durum saldırı niteliğinde olan, sadece veri setimize uymadığı için saldırı olmadığına karar verebildiğimiz bir ikileme sürüklenmemize sebebiyet verebilmektedir (Frank, 1994).

2.2. Anomali Tabanlı Saldırı Tespiti

Anomali Tabanlı Saldırı Tespitinde mevcut ağ trafiğinin izlenmesi sürecin en önemli parçasıdır. Durgun ve normal olarak adlandırabileceğimiz ağ üzerindeki farklılıkları yani "anomalileri" izlemek söz konusu ağ üzerindeki saldırıların tespitini kolaylaştıracaktır.

Anomali Tabanlı Saldırı Tespiti yönteminde esasında "normal" olan durumun karakteristiği çıkarılır ve bu "normal" durum haricindeki durumlar ki bunlar anomali olarak adlandırılır saldırı olarak nitelendirilmektedir. Bu tespit yöntemi ile daha geniş bir aralıktaki saldırıların tespiti kolaylaşırken, esasında saldırı olmayan davranışlar da saldırı olarak etiketlenebileceği gözlemlenmiştir.

Son yıllarda ağ ve bilgisayar sistemlerine yapılan saldırıların artması ve çeşitlenmesi siber güvenlik alanında çalışmalar yapan insanlar tarafından bahsi geçen iki ana Saldırı Tespit Sistemleri için iyileştirmeler yapılmasını zorunlu kılmıştır. Özellikle daha önce tespit edilmeyen türde bir saldırıyı bertaraf etmek önemli bir dayanak haline gelmiş, bu saikle Anomali Tabanlı Saldırı Tespit Sistemlerinin temel yapı olarak alınarak, yapay zekâ yöntemleri ile harmanlanması, bu sayede insan unsurunu elimine eden, başarı oranı yüksek, kendi kendine öğrenebilen, yüksek performans ile çalışan, düşük hata oranları ile işlem yapabilen Saldırı Tespit Sistemlerinin tasarlanması ön plana çıkmıştır. İşbu yazıda yapay zekâ hakkında kısa bir bilgi verilerek, yapay zekânın Saldırı Tespit Sistemlerindeki kullanım yöntemlerinin bir derlemesi yapılacaktır (Tanrıku, 2009).

3. Yapay Zekâ ve Saldırı Tespit İlişkisi

Yapay zekâ, insan düşünce biçimini temel alarak, insanlar tarafından yapılabilen tüm görevleri insanlar kadar ve bazı durumlarda insanlardan daha iyi yerine getirebilen yetenekli yazılım ve sistemlerin genel adıdır. Yapay zekâ özellikle gelişen teknoloji ve bununla birlikte artışa geçen siber saldırıların önlenmesi için yardımcı unsurlar olarak görülebilirler. Siber teknoloji alanında en başta makine öğrenmesi olmak üzere, sinir ağları, akıllı ajanlar, bulanık mantık, yapay bağışıklık sistemleri, veri madenciliği, patern tanıma vb. benzer yöntemler kullanılmaktadır.

Yapay zekâ, temel olarak insan düşünce biçimi ile örtüşebilen, sadece verilen komutlar ile değil, kendi işlevleri ile de hareket edebilen güçlü yapay zekâlar ve sadece verilen veriler ışığında çıkarım yapabilen, bütünlük bir düşünce biçimine sahip olmayan zayıf yapay zekâlar olmak üzere iki ayrı yapıda incelenebilir. Günümüzdeki amaç güçlü yapay zekâları hayata geçirmek olmak ile birlikte, halen zayıf yapay zekâların kullanılmakta olduğu görülebilir (Dilek ve ark., 2015).

Saldırı Tespit Sistemleri, siber saldırılarda ilk savunma mekanizmalardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Siber savunma ortamı içerisinde engelleyici bir unsur olması bakımından, özellikle büyük kurum ve kuruluşlar, devletler ve askeri sistemlerin büyük ve karmaşık siber altyapılarının korunmasında etkin olarak Saldırı Tespit Sistemleri kullanılmaktadır. Gelişen teknoloji ile sayıca artış gösteren ağ sistemleri, bağlantı noktaları saldırganlar için çekici hale gelmiştir. Saldırı Tespit Sistemlerinin bu karmaşık yapıya sahip ağ yapılarının korunmasında en önemli gücü sistem büyük ölçüde zarar görmeden, saldırganın etkisi tüm noktalara ulaşmadan ve geri dönülemez bir altyapı kaybı yaşamadan önce saldırıyı tespit edebilmesidir. Saldırı Tespit Sistemleri devlet ve askeri ağ sistemleri gibi kritik, özel ve riskli bilgiler içeren verilerin korunmasında, bu verilere karşı yapılacak gelecek saldırıların da karakteristiğini ve teknik yapısını çıkarmak için kullanılabilirler.

Saldırı Tespit Sistemleri siber saldırıların bertaraf edilmesinde etkin bir rol almakta fakat saldırganların bir adım önde hareket etmeleri nedeniyle bazı durumlarda saldırıları tamamen ortadan kaldıramamaktadır. Bunun en büyük sebebi olarak özellikle geleneksel Saldırı Tespit Sistemlerinin sınırlı bir veri ve yazılıma sahip olmaları, yeterince hızlı karar verememeleri, anlık ve proaktif olarak saldırıyı tespit etmekte güçlük yaşamaları verilebilir. Bu noktada akıllı bir algoritma ile tasarlanmış, değişen saldırıları erkenden algılayabilecek yapay zekânın kullanıldığı Saldırı Tespit Sistemleri görevi devralmaktadır.

Günümüz teknolojisinde yapay zekâ algoritmaları ve Saldırı Tespit Sistemleri iki farklı yapı ile birlikte çalışmaktadır.

Bunlardan ilki “analist yönlendirmeli” bir diğeri ise “makine öğrenmeli” yapılarıdır. Bu iki yapının temel farkı sınıflara ayrılmış, etiketlenmiş veriler ile eğitilen sistemler analist yönlendirmeli olarak isimlendirilirken, daha önceden herhangi bir şekilde üzerinde çalışılmamış, bilinmeyen veri setleri kullanılarak bağlantılar bulmaya, birbiriyle ilişkili olan verileri kategorize etmeye çalışan sistemler ise makine öğrenmeli yapılar olarak isimlendirilirler.

Her yapıda olduğu gibi bu iki yapının kullanılmasının da bazı avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır. Makine öğrenmeli yapay zekâ algoritmasının kullanılması, yeni ve daha önce karşılaşmamış saldırıların tespitinde kolaylık sağlarken, analist tabanlı yapay zekâ algoritmaları bir davranışın daha önceki saldırılardan biriye yüksek oranda saldırıyı tespit edebilmektedir. Bunun yanı sıra makine öğrenmeli yapay zekâ algoritması kullanılması, esasen saldırı olmayan veyahut saldırırken saldırı olarak etiketlenmeyen davranışların meydana gelmesine sebebiyet verebilirken, analist tabanlı yapay zekâ algoritmalarında ise daha önce karşılaşmamış saldırıların tespit edilememesi söz konusu olabilmektedir. Her iki yapay zekâ algoritmasında da büyük bir çaba gerektiren saldırı ve normal davranış analizlerinin yapılması yorucu ve uzun süreli olabilmekte, doğru olarak tanımlanmış veri setlerinin olmasını zorunlu kılmaktadır. Buna ek olarak araştırma sürecinin sınırlı bir zaman zarfı ve maddi kısıtlar içermesi sistemlerin, değişen ve gelişen saldırganların hızına bahsedilen sebeplerden ötürü yetişilememesi en önemli dezavantajlar olarak görülebilmektedir (Veeramachaneni ve ark., 2016).

4. Saldırı Tespit Sistemlerinde Kullanılan Yapay Zekâ Algoritma Yapıları

Yapay Zekâ algoritmalarının Saldırı Tespit Sistemlerinde kullanılmasının hız, performans, doğru belirlenmiş saldırı tespiti konularında önemli ayrıcalıklar kazandıracığı görülebilmektedir. Yapay zekâ algoritması denildiğinde farklı altyapı sistemleri ve öğrenme biçimleri kullanılmakta olup aşağıda en çok kullanılan Yapay Zekâ algoritmalarına yer verilmiştir (Haq ve ark., 2015).

- I.** Bayes Sınıflama
- II.** Destek Vektör Makinesi
- III.** Karar Ağaçları
- IV.** Yapay Sinir Ağları
- V.** Uzman Sistemler
- VI.** Akıllı Ajanlar
- VII.** Arama Yöntemi

4.1. Bayes Sınıflama

Bayes sınıflandırma yöntemi, analist yönlendirmeli yapay zekâ sınıfına girmektedir. Bu yöntem için mevcut sistemin elinde bir karakteristik bulunmakta olup, bu karakteristik benzeri davranışların tespit edilmesi için kullanılmaktadır. Bu yöntemle verilebilecek en iyi yöntem spam e-posta olarak adlandırdığımız e-posta içeriğidir. Sistem bünyesinde mevcut olan spam ve spam olmayan e-postaların karakteristiklerine bakarak, gelecek dönemlerde ulaşan e-postaları, belirlediğimiz örtüntü yardımı ile bulabilmek kolay olacaktır.

Bayes teoremi esasında bir olayı meydana getiren unsurlardan hangisinin daha etkili olduğunu belirleyen bir istatistiki modeldir. Sınıflandırma temeline dayanan bir model olması sebebi ile yapay zekâ algoritmaları ve Saldırı Tespit Sistemleri ile kullanılabilir. Sınıflandırma temeline dayanan bir model olması sebebi ile yapay zekâ algoritmaları ve Saldırı Tespit Sistemleri ile kullanılabilir.

Farah Jemili tarafından DARPA 99 veri seti (DARPA 99 veri seti MIT Lincoln Laboratuvarı tarafından Saldırı Tespit Sistemlerinin verimliliğini ölçmek için tasarlanmış, farklı IP'ler arasındaki siber saldırı örneklerini içermektedir.) kullanılarak bir STS oluşturulmasında kullanılmış, bu çalışma ile %99,62 oranında DOS saldırılarının, %100 oranında bilgi tarama saldırılarının, %98,63 oranında U2R saldırılarının ve son olarak %42,62 oranında RL2 saldırılarının tespiti başarılı olmuştur (Jemili ve ark., 2007).

Dewan ise KDD CUP99 veri setini (KDD Cup 99 veri seti KDD-99 Beşinci Uluslararası Bilgi Keşfi ve Veri Madenciliği Konferansı ile düzenlenen Üçüncü Uluslararası Bilgi Keşfi ve Veri Madenciliği Araçları Yarışması için kullanılan veri setidir. Yarışma görevi, izinsiz girişler veya saldırılar olarak adlandırılan "kötü" bağlantılar ile "iyi" normal bağlantıları ayırt edebilen bir tahmine dayalı model olan bir ağ saldırı detektörü oluşturmaktır. Bu veri tabanı, bir askeri ağ ortamında simüle edilen çok çeşitli izinsiz girişleri içeren, denetlenecek standart bir veri kümesi içerir.) kullanmış %99,49 oranında DOS saldırısını, %99,72 oranında bilgi tarama saldırısını ve %99,47 oranında U2R saldırısını ve %99,35 R2L saldırısının saptanmasında başarı kazanılmıştır (Farid ve Rahman, 2010).

4.2. Destek Vektör Makinesi (DVM)

Vapnik tarafından 1998 yılında ortaya atılmış, istatistiki modelleme tekniklerinden regresyon kullanarak, verilerin öğrenme esnasında oluşturulan karakteristik davranışlarının tanımında ve analizinde kullanılmakta olup, analist yönlendirmeli bir yapay zekâ algoritması olarak adlandırılmaktadır.

DVM'de başlangıçta verilen bilinen, saptanmış, etiketlenmiş veri iki parçaya bölünmekte, her bir yeni gelen veri bu iki gruptan birine dahil edilmek üzere istatistiki bir model içerisine yerleştirilmektedir. Bu modellemede temel varsayım iki kategorinin içerisindeki verilerin kategorileri iyi temsil etmesi ve iki kategorinin birbirinden kesin sınırlar ile ayrılmasıdır.

Saldırı Tespit Sistemlerinde kullanılmak üzere 2010 yılında Yongli Zhang KDD CUP 99 veri setini kullanmış, [18] %99,32, oranında normal davranışların, %93,81 oranında DOS saldırılarının, %33,67, bilgi tarama saldırılarının, %39,31 oranında U2R saldırılarının ve son olarak %99,42 R2L saldırılarının tespitini doğru olarak gerçekleştirmişlerdir (Zhang ve Zhu, 2010).

4.3. Karar Ağaçları

Karar ağacı sınıflandırma amaçlı kullanılan bir yapay zekâ algoritması olup, bir kök, iç düğümler ve terminal düğümü adı verilen yaprak şeklinde unsurlardan oluşmaktadır. Karar ağacında temel mantık kök olarak adlandırılan ana başlangıç noktası vereceğimiz kararı, kararın alternatiflerini ise düğümler oluşturmaktadır. Karar ağaçları oluştururken en önemli nokta algoritmanın belirlenmesidir. Farklı algoritmalar farklı sınıflandırmalara sebep olacaktır. Karar ağaçları kullanılarak oluşturulan yapay zekâ algoritmaları kök ve düğümlerine göre farklı isimler almaktadır. ID3, C4.5 ve C5 yaygın olarak kullanılmaktadır.

Ammar Alazab, 2012 yılında KDD CUP 99 verisini bir Saldırı Tespit Sistemi ile birleştirmiş, ve böylece %97,2 oranında DOS saldırılarını, %99,6 oranında bilgi tarama saldırılarını, % 92,5 oranında U2R saldırılarını ve son olarak saldırılarında %99,7 oranında ve R2L saldırılarını doğru olarak tespit etmiştir (Alazab ve ark., 2012).

4.4. Yapay Sinir Ağları

İnsan beyni içerisindeki nöronlar emsal alınarak oluşturulmuş Yapay Sinir Ağları (YSA) sınıflandırmadaki başarısı sebebi ile Saldırı Tespit Sistemlerinde kullanılmaktadır. Yapay sinir ağı, üzerinde bulunan yapay sinir hücrelerine ağırlıklandırılmış değerler verilmesi ile oluşturulur. Veri setinin sisteme öğretilmesi ağırlıklandırmayı belirleyen ana unsurdur. Ağırlık değişiminin mevcut olmaması öğrenme işleminin devam etmediğini göstermektedir. En çok kullanılan algoritma tipi çok katmanlı -Multi Layer Perceptron MLP olup, fonksiyon oluşturma, kategorize etmede büyük kolaylık sağlamaktadır.

Guisong Liu, KDD Cup99 veri seti ile HPCANN (Hierarchical Principal Component Analysis Neural Networks) ile Saldırı Saptama Sistemi oluşturmuş, bu sistemin %100 oranında DOS saldırılarını %100 oranında bilgi tarama saldırılarını ve %97,2 oranında ise R2L saldırılarını başarı ile doğru olarak belirlediği görülmüştür (Liu ve ark., 2007).

Yukarıda bahsi geçen dört farklı yapay zekâ algoritması ile oluşturulmuş Saldırı Tespit Sistemlerinin karşılaştırılması aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 1. Saldırı Tespit Oranları

	DOS	Bilgi tarama	R2L	U2L
Bayes	99,62%	100,00%	99,35%	99,47%
Destek Vektör Makinası	100,00%	100,00%	99,42%	100,00%
Karar Ağaçları	99,98%	99,66%	99,70%	92,50%
Yapay Sinir Ağları	100,00%	100,00%	99,98%	99,85%

Tablodan çıkarılacak sonuç; Yapay Sinir Ağları ve Destek Vektör Makinası'nın yüksek performans gösterdiği, buna karşın Bayes ve Karar Ağaçları yöntemlerinin diğer iki yöntemle göre daha az performans gösterdiği görülmüştür. Yapay Zekâ Algoritmalarının Saldırı Tespit Sistemlerinde kullanılmasının uygun bir yöntem olduğu görülmüştür.

4.5. Uzman Sistemler

Uzman sistemler en eski ve sıklıkla kullanılan bir yapay zekâ algoritmasıdır. Uzman sistemlerin yapısına bakıldığında, uzman gözlem ve önerilerinin yer aldığı bir veri tabanı işlevi gördüğü tespit edilebilir. Buna ek olarak veri tabanında yer alan bilgiler ışığında yorumlama kabiliyeti ve bu sayede cevapları veri tabanında bulunmayan sorular için de bilgi kaynağı görevi görmektedir. Uzman sistem kabuğu adı verilen yorumlama makinesi ve boş bilgi tabanının birleşiminden oluşan ana bir unsura sahiptir. Bu sistem kabuğunun diğer uygulama ve yazılımlar ile uyumlu olması çalışma performansı için önemlidir. Uzman sistem çalışma prensibi, mevcut sistem kabuğunun seçilmesi ve içerisinde bulunan boş veri tabanının uzman bilgisi ile doldurulması aşamalarını kapsamaktadır.

Saldırı Tespit Sistemi olarak Uzman Sistemler kullanılmak istenir ise bu daha çok mevcut güvenlik unsurlarının planlanması için kullanılacak ve böylece mevcut kaynakların uygun dağıtılması gerçekleştirilebilir (Kivimaa ve ark., 2009).

4.6. Akıllı Ajanlar

Akıllı ajanlar, saldırı anında cevap verme, iletişim dilini anlayabilme, sonucunda bir davranış geliştirme sistemi kurabilen bir yapay zekâ yazılımıdır. Davranış geliştirme, anlayabilme özelliklerinden ötürü yazılım sistemlerindeki nesnelere ayırılır (Tyugu, 2011). Igor Kotenko tarafından yapılan bir çalışmada önerilen yaklaşım, çok ajanlı bir yapay zekâ simülasyonuna dayanmaktadır. Bu yaklaşıma göre oluşturulacak Saldırı Tespit Sistemleri daha önceden belirlenmiş kriterlere göre hareket eden, davranış geliştirebilen ajanlar tarafından oluşturulacaktır. Bu simülasyonun içerisinde ayrık olay, internet protokollerinin paket düzeyindeki halleri bulunmaktadır. Bu çalışma sonucunda kullanılan ajanların DDOS saldırılarını tespit edebildikleri görülmüştür (Kotenko, A. Ulanov, 2007).

4.7. Arama Yöntemi

Arama yöntemi tüm yapay zekâ programlarında bulunan ve programın verimliliğini belirleyen temel bir fonksiyondur. Bir arama fonksiyonunun geliştirilebilmesi için ana etken yardımcı unsurların arama ile ilişkilendirilebilmesidir. Oyun yazılımlarında, dinamik yazılımların içerisinde gömülü olarak güvenlik problemlerinin çözümünde kullanılmaktadır. En önemli çeşitleri ise stokastik arama, Andor ağaçları, minimax, $\alpha\beta$ arama, yöntemleri olarak gösterilebilir. Özellikle kullanılan $\alpha\beta$ -arama algoritması bilgisayardaki satranç programlarındaki problemlerin çözümünde kullanılmaktadır (Şeker, 2020).

Siber savunma sistemlerinde kullanımını ise Kivimaa tarafından “ParetoOptimal Situation Analysis for Selection of Security Measures” makalesinde sunulmuştur. Bu çalışmaya göre; Bir kullanıcının ayrı bir dinamik programlama yöntemi kullanarak Pareto optimali hesaplamasına dayalı olarak güvenlik önlemlerini rasyonel bir şekilde seçmesini sağlar. Bu, yalnızca standartların öngördüğü katı kısıtlamaları kullanmak yerine, mevcut kaynakları hesaba katan rasyonel karşı önlemlerin seçilmesini sağlar (Ojamaa ve ark., 2008).

5. Sonuç ve Değerlendirme

Ağ ve bilgisayar sistemleri sadece iş ve haberleşme alanlarında değil, yaşam alanları, sağlık, ulaşım, üretim vb. alanlarının vazgeçilmez bir öznesi haline gelmiş, bu sebeple ağ ve bilgisayar sistemlerine yapılacak olan her türlü saldırının etkisi yalnızca saldırılan alana değil, bu ağlarla çevrilmiş tüm noktalara sirayet edecektir. Bu saikle, ağ ve bilgisayar sistemlerinin saldırılardan korunması için alınacak önlemler büyük bir çalışma sahası haline gelmiştir.

Günümüzde Saldırı Tespit Sistemlerinin ilk örnekleri olan güvenlik duvarları, virüs programları vb. nin kullanımı halen devam etmektedir.

Geleneksel saldırı saptama sistemlerinin hız, performans, kapsadığı alan, saldırının doğru ve zamanında tespit edilebilmesi vb. sebeplerle yeterince özellikle ileriki dönemlerde yeterince etkinlik gösteremeyeceği düşünülerek, yapay zeka gibi anlık kontrol sağlayabilen, saldırı tespitinin doğru algılama oranı yüksek, insan faktörünün etkin rol almadığı sistemlere geçişin yüksek olduğu görülmüş, yapay zekanın Saldırı Tespit Sistemleri'nde kullanımının ise makine öğrenmesi ve analist öğretici olarak iki farklı sistemle ile mümkün hale getirildiği, bu iki yapının en büyük farkının birinin yapay zekayı mevcut veriler ile beslerken diğerinin mevcut veriler arasında bağlantı kurarak, makine tarafından üretilmesi olduğu görülmüştür. Saldırı Tespit Sistemleri ile Bayes, Destek Vektör Makinası, Karar Ağaçları, Yapay Sinir Ağları, Uzman Sistemler, Akıllı Ajanlar ve Arama yöntemlerinin sıklıkla kullanıldığı görülmüştür.

Yapılan çalışmalarda yapay zekanın Saldırı Tespit Sistemlerinde kullanılması için DARPA 99 ve KDD Cup 99 verilerinin kullanıldığı, bu verilerin Beşinci Uluslararası Bilgi Keşfi ve Veri Madenciliği Konferansı ile düzenlenen Üçüncü Uluslararası Bilgi Keşfi ve Veri Madenciliği Araçları Yarışması için kullanıldığı görülmüş, bu veri seti üzerinde yapılan çalışmalar ile en çok verim alınan yapay zekâ tekniğinin Yapay Sinir Ağları ve Destek Vektör Makinası olduğu tespit edilmiştir. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte bundan sonra tasarlanacak Saldırı Tespit Sistemlerinin mekanizmalarının yapay zeka tabanlı olacağı; yapay zeka ile yapılan çalışmalarda saldırıların doğru ve hızlı tespit edilmesi ile öngörülmektedir. Yapay zekanın her alanda olduğu gibi Saldırı Tespit Sistemlerinde de lokomotif güç olacağı, saldırı tespit edilmesinde hız, güven ve tarafsızlık anlamında iyileştirmeler getireceği şüphesizdir.

Kaynakça

- Alazab, A., Hobbs, M., Abawajy, J., & Alazab, M. (2012). Using feature selection for intrusion detection system. In *2012 international symposium on communications and information technologies (ISCIT)* (pp. 296-301). IEEE.
- Anonim (2020). *Cyber Security Technology*. <https://securelist.com/cyberthreats-on-lockdown/96988>.
- Arıcı, N., & Yıldız, E. (2010). Gerçek Zamanlı Bir Saldırı Tespit Sistemi Tasarımı Ve Gerçekleştirimi. *E-Journal of New World Sciences Academy Engineering Sciences*, 5(2).
- Dilek, S., Çakır, H., & Aydın, M. (2015). Applications of artificial intelligence techniques to combating cyber crimes: A review. *arXiv preprint arXiv:1502.03552*.
- Farid, D. M., & Rahman, M. Z. (2010). Anomaly Network Intrusion Detection Based on Improved Self Adaptive Bayesian Algorithm. *J. Comput.*, 5(1), 23-31.
- Frank, J. (1994). *Artificial Intelligence and Intrusion Detection: Current and Future Directions*.
- Haq, N. F., Onik, A. R., Hridoy, M. A. K., Rafni, M., Shah, F. M., & Farid, D. M. (2015). Application of machine learning approaches in intrusion detection system: a survey. *IJARAI-International Journal of Advanced Research in Artificial Intelligence*, 4(3), 9-18.
- Jemili, F., Zaghoud, M., & Ahmed, M. B. (2007, May). A framework for an adaptive intrusion detection system using Bayesian network. In *2007 IEEE Intelligence and Security Informatics* (pp. 66-70). IEEE.
- Kivimaa, J., Ojamaa, A., & Tyugu, E. (2008, October). Graded security expert system. In *International Workshop on Critical Information Infrastructures Security* (pp. 279-286). Springer, Berlin, Heidelberg.

- Kotenko, I., & Ulanov, A. (2007, June). Multi-agent framework for simulation of adaptive cooperative defense against internet attacks. In *International Workshop on Autonomous Intelligent Systems: Multi-Agents and Data Mining* (pp. 212-228). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Liu, G., Yi, Z., & Yang, S. (2007). A hierarchical intrusion detection model based on the PCA neural networks. *Neurocomputing*, 70(7-9), 1561-1568.
- Ojamaa, A., Tyugu, E., & Kivimaa, J. (2008). Pareto-optimal situation analysis for selection of security measures. In *MILCOM 2008-2008 IEEE Military Communications Conference* (pp. 1-7). IEEE.
- Şeker, E. (2020). Yapay Zeka Tekniklerinin/Uygulamalarının Siber Savunmada Kullanımı. *Uluslararası Bilgi Güvenliği Mühendisliği Dergisi*, 6(2), 108-115.
- Tanrıkulu, H. (2009). Saldırı Tespit Sistemlerinde Yapay Sinir Ağlarının Kullanılması. (Doctoral dissertation, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara)
- TUIK. (2021). *Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*. www.tuik.gov.tr
- Tyugu, E. (2011, June). Artificial intelligence in cyber defense. In *2011 3rd International conference on cyber conflict* (pp. 1-11). IEEE.
- Veeramachaneni, K., Arnaldo, I., Korrapati, V., Bassias, C., & Li, K. (2016, April). AI²: training a big data machine to defend. In *2016 IEEE 2nd International Conference on Big Data Security on Cloud (BigDataSecurity), IEEE International Conference on High Performance and Smart Computing (HPSC), and IEEE International Conference on Intelligent Data and Security (IDS)* (pp. 49-54). IEEE.
- Zhang, Y., & Zhu, Y. (2010, May). Application of improved support vector machines in intrusion detection. In *2010 2nd International Conference on E-business and Information System Security* (pp. 1-4). IEEE.

SON DÖNEM OSMANLI DEVLETİ'NDE FUHUŞ VE YEREL AKTÖRLER (1876-1909)

Burcu BELLİ¹

Öz

XIX. yüzyıl Osmanlı Devleti için yeni bir dünyanın kapılarının açıldığı yüzyıldır. Bu yüzyıla damgasını vuran çokça gelişme yaşandı, bunlardan birisi de yüzyılın son çeyreğinde meydana gelen kadın fuhşunun meşrulaşmasıdır. 1879 ve 1884'te yayınlanan iki nizamname ile birlikte Osmanlı Devleti ilk defa meşru fuhşu tartışmaya başladı. Böylece, Osmanlı Devleti'nin ajandasına ansızın yeni konular ve özneler dahil oldu. Devletin meşru olarak tanışmak zorunda olduğu ilk özneler elbette fahişeler ve yerel liderlerdi. XVI. yüzyılda kendi eli ile verdiği iktidar gücünü, XIX. yüzyılda geri almak isteyen Osmanlı iktidarı, 1884 ile 1909 arasında, çok sıkıntı çekmiştir. Bu çalışma, XIX. yüzyılın sonunda Osmanlı Devleti'nin yerel liderlerle girdiği görünmez ve sessiz iktidar çatışmasını fuhşu üzerinden değerlendirmektedir. Bu çalışma, çeşitli disiplinlerde üretilmiş farklı odak noktalarına ve temaya sahip çok sayıda ikinci el kaynaktan ve Osmanlı Devlet Arşivi'nde yer alan belgelerden faydalanmıştır.

Anahtar kelimeler: Fuhşu, modernleşme, Osmanlı, merkezileşme

JEL Sınıflandırması: B15, B3, B5

PROSTITUTION AND LOCAL ACTORS IN THE LATE OTTOMAN EMPIRE

(1876-1909)

Abstract

The 19th century was a century when the windows of a new world were opened for the Ottoman Empire. Many developments marked this century, one of them was the legitimization of prostitution, which took place in the last quarter of the century in the Ottoman lands. With the two regulations published in 1879 and 1884, the Ottoman Empire started to discuss the legitimization of prostitution for the first time. Therefore, new subjects and actors suddenly appeared on the agenda of the Ottoman Empire. Some of these subjects were prostitutes and local leaders off course. The state that gave the power to several agencies in the 16th century wanted to take it back in the 19th century, and the Ottoman government had lots of trouble in this regard. This article evaluates the invisible and silent power conflict between the Ottoman Empire and local leaders at the end of the 19th century through prostitution. This study benefits from a large number of second-hand sources with different focus points and themes created in various disciplines, as well as many primary sources in the Ottoman State Archive.

Key words: Prostitution, modernization, Ottoman, centralization.

JEL Classification: B15, B3, B5

¹ Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Rumeli Üniversitesi, Rumeli Araştırmaları Merkezi (RÜÇAM), burcu.belli@rumeli.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7139-1406

1. Giriş: Tarih Yazımında Değişiklikler ve Marjinal Çalışmalar

Tarih, siyasi iktidarlar tarafından yüzyıllar boyunca gündelik siyasetin bir enstrümanı olarak kullanıldı. Bu, hem dünya hem de Türk ve Osmanlı tarih yazımında böyle gelişti. Erkek ve iktidar egemen bu tarih yazımı neredeyse son 30-35 yıla kadar Türk tarih yazımına tamamen hakimdi.

Bu zamana değin, çalışılan konular hocadan öğrencisine benzer şekilde aktarıldı, çoğunlukla da “şanlı ve muzaffer” padişahların çeşitli seferleri veya paşaların kişi odaklı reformları uzun zaman Türk tarih yazımının vazgeçilmez konuları oldu. Bu yaklaşım Avrupa’da Annales Okulu ve İngiliz Marksist tarihçilerle değişmeye başladı, çok geçmeden de Ömer Lütfü Barkan gibi isimlerle Türk tarih yazımında karşılığını buldu (Burke, 2015; Burguière, 2009). Böylece, konulara bakış açısı değişmeye başladı ancak konuların ya da öznelerin değişmesi için biraz daha zamana ihtiyaç vardı. İlerleyen yıllarda yavaş ama istikrarlı bir dalga gelmeye devam etti, böylece muzaffer komutanlar yerlerini sıradan insanlara bırakmaya başladı. Bu yeni tarih yazımının özneleri artık kadınlar, sıradan askerler ya da çocuklar oluyordu. Kadın konusunda Türk ve Osmanlı tarih yazımında öncülük eden isimlerin başında şüphesiz Zafer Toprak, Serpil Çakır, Deniz Kandiyoti, Ayşe Durakbaşa, Birsen Talay Keşoğlu gibi isimler geliyor (Toprak, 2015; Çakır, 1994; Kandiyoti & Türköz, 1981; Durakbaşa, 2000; Durakbaşa & İlyasoğlu, 2001; Talay Keşoğlu, 2010; Talay Keşoğlu, 2019). Bu akademisyenler, çoğunlukla Osmanlı Devleti’nin son zamanlarında yaşamış başarılı, kadınların üstü örtülmüş hikayelerine odaklandılar. Başka bir kanat, bir adım daha ileriye giderek, bu defa sözü marjinal olanlara bırakmaya başladı. Bu yeni özneler, bugün bile hâlâ tedirginlikle yaklaşılacak, çoğunlukla da konuşulmak istenmeyen ve pek de övünülmemeyen kişilerdir. Suçlular, deliler, fahişe kadınlar bu yeni grubun parlayan önde gelenleridir. Akademisyenler için el değmemiş bu yeni alanlarda çalışmak konforlu ve de bir o kadar zahmetli bir iştir. Konforludur; zira alan çok bakir olduğu için bu konularda çalışan her akademisyen istemeden de olsa bazı şeyleri ilk söyleyen ya da bulan olur. Zahmetli bir çalışma alanıdır; çünkü, kaynakları uzun zaman okuyanlar kadar yazanlar da genellikle iktidar ve erkek odaklı yaklaşıma sahip oldukları için kendilerine göre önemli olmayan kısımları çoğu defa kaydetmeye değer bulmamışlardır. Haliyle, kayda geçmedikleri için bu insanların neler yaşadığını tespit edebilmek oldukça zahmetlidir. Kaynak eksikliği ve var olan kaynakların daima önyargılarla kaydedilmiş olması, bu alanda çalışan sosyal bilimcilerin en büyük zorluğudur. Devletten ya da coğrafyadan bağımsız olarak söylemek gerekirse, marjinal alanlarda kaynaklar neredeyse her zaman yetersiz, eksik ve kusurludur. Bu konuları tercih eden akademisyenler, çoğunlukla çalıştıkları alanları paylaşacak platformlardan mahrum kalırlar ve hâlâ baskın ve güçlü olan erkek egemen tarih ve diğer sosyal bilimler dünyası bu akademisyenleri sıcak karşılamaz. Tüm bu güçlülere rağmen marjinal özneleri ve konuları çalışmaktan vazgeçmeyen akademisyenler elbette var (Artvinli, 2013). Özellikle fahişeler ve cinsel suçlar hem Batı Avrupalı ve Kuzey Amerikalı hem de yavaş yavaş Türk tarihçilerinin ve diğer sosyal bilimcilerinin ilgisini çekmeye başladı. Müge Özbek son dönem Osmanlı’da yoksul kadınlara odaklandığı çalışmasında göz artı edilen fahişelerin ve ev içi hizmetlilerinin pozisyonunu oldukça geniş bir açıdan sunmaktadır (Özbek, 2019). Tema odaklı bu çalışma, erkek egemen dünyanın çizdiğinden oldukça farklı bir çerçeve çizer. Başak Tuğ, özellikle dilekçelere baktığı çalışmasında Osmanlı toplumunda kadınların sanıldığı kadar sessiz ve görünmez olmadığını gösteriyor (Tuğ, 2017). Gülhan Balsoy, kadın istihdam alanlarına ve aile konularına odaklanmış; kadınların aile kavramı ile nasıl sıkıştırıldığını ve bir alana mahkum bırakıldığını göstermiştir (Balsoy, 2013).

Fuhuş ve fahişelere güncel açıdan yaklaşan Aslı Zengin ise yepyeni bir alanın kapısını sosyal bilimcilere açtığı yüksek lisans tezinde, fahişe kadınların günümüzde kendilerini nasıl gördüklerini ve toplumla aralarındaki iletişim sorunlarına odaklanır. Ayrıca Zengin, trans bireylerin güncel sorunlarına, cenazeleri ile ilgili zorluklara ve kolayca cesaret edilmeyecek diğer konulara odaklanıp onları yüksek sesle anlatıyor (Zengin, 2011; 2014). Fuhuş ya da ücretli seks konuları her zaman bu başlıklar altında incelenmek zorunda değil, Seçil Yılmaz cinsel hastalıklara odaklandığı tezinde, oldukça çarpıcı bir pencereden hiç konuşulmamış konulara değinmiştir (Yılmaz, 2016). Bu alandaki öncü isimlerden birisi de Ahlak Krizleri isimli çalışması ile, I. Dünya Savaşı yıllarında Osmanlı Devleti'nde ahlakın temel ve kavramsal yapısına kadınlar üzerinden odaklanan sisteme yeni bir ses getiren Çiğdem Oğuz'dur (Oğuz, 2021). Kadınlar, cinsel suçlar ve hastalıklar yukarıda ismi geçen akademisyenlerin eşsiz çalışmaları ışığında her geçen gün yavaşça da olsa yepyeni açılarla çalışılmaya devam ediyor. Özellikle son 10 yılda, Osmanlı Devleti'nde fuhuş, fahişelik, fahişe ve toplum ilişkileri kendi alanını devamlı güçlendiriyor. Var olan algılar geriye dönülüp yeni kavramlar ve kaynaklar ışığında baştan inşa ediliyor. Bu makale de benzer bir motivasyonla hazırlanmıştır. Bu çalışma, literatüre bu defa fuhuş ya da fahişelik üzerinden değil, bu mekanizmada yer alan diğer iktidarların devlet ile çekişmelerine bakarak dahil olmaya çalışır.

Bu makalenin amacı, Osmanlı Devleti'nin 1879 ve 1884 yıllarında ilan ettiği iki nizamname ile meşrulaştırdığı kadın fuhuşu üzerindeki gücün yerel özneler ile devlet iktidarı arasındaki çelişmesini ve uzlaşmasını takip etmektir. Bu çalışma, Osmanlı Devleti'nde bir fuhuş tarihi vermeyi hedef edinmedi; o konu tamamen farklı bir tartışmanın odağı olacak kadar geniştir. Bu çalışmada, yalnızca yüzyıllardır var olan sistemin, 1879 ve 1909 arasında deneyimlenen modernleşme pratikleri neticesinde, yerel aktörlerle iktidarın yaşadığı tansiyon gösterilecektir. Kamusal alan çalışmaları ve mekânsal öznelerin varlığı son zamanlarda ilgi çeken konuların başında geliyor, bu makale literatürde daha evvel pek bakılmayan bir açıdan mekânsal güçlerle devletin, fuhuş etrafındaki konumlandırılmalarından bakacaktır. Osmanlı Devleti'nin modernleşme pratiği 1839 itibarı ile resmîlik kazandı. Böylece XIX. yüzyıl, devletin hemen hemen her alanda kendisini yeniden tasarladığı bir asır oldu. Bu süreçte, hem devlet hem de toplum, yepyeni kavramlar ve özneler ile resmî olarak karşılaştı. Bu öznelerin birisi de fahişe kadınlardı. Osmanlı Devleti, diğer Avrupalı devletlerin yaptığı gibi XIX. yüzyılda yayınladığı nizamnamelerle birçok anlamda kadınların alanına müdahil olurken bir taraftan da kadınların ve bu kadınlarla birlikte olan erkeklerin sağlık sorumluluğunu üstlendi. Üstlendiği bu sorumluluk nedeni ile devlet, aradaki alternatif özneleri saf dışı etmeye çalıştı ancak çeşitli nedenlerle bunu başaramadı. Aşağıda, devletin fuhuş ve zührevi hastalıklarla mücadele sürecinde yerel güçlerden neden vazgeçemediği tartışılacaktır.

2. Osmanlı'nın Fuhuş Nizamnameleri ve Zührevi Hastalıkların Yayılması

Osmanlı Devleti, XIX. yüzyılın sonlarına doğru topraklarında zührevi hastalıkların hızla arttığını fark etti, özellikle milliyetçilik rüzgarının esmeye başladığı Batı Avrupalı devletler de benzer tehlikeden uzun süredir şikayetçiydi. Batılı devletler ve onların çeşitli iktidarları², bu tehlikeden kurtulmak için yüzyıllar boyunca fuhuşu yasaklamayı, bastırmayı, özellikle de kadınları cezalandırmayı denedikten sonra bu sözde çözümlerin işe yaramadığını kabul etmek zorunda kaldılar.

² Papalık daima bu mesele ile iç içeydi

İktidarlar, kendi varlıklarını koruyabilmek ve sürdürebilmek için XIX. yüzyıla gelince, kadın fuhşuna dair düzenlemeler yapmaya mecbur kaldı. Osmanlı Devleti, benzer motiflerle 1879 yılında ilk defa fuhşun resmîleşmesinden bahseden bir nizamname yayımladı (Engin, 1995). 5 yıllık bir araştırmadan sonra da daha kapsamlı yeni bir uygulamayı sisteme soktu (Engin, 1995). 1879 yılında yayınlanan Emraz-ı Sariye Talimatnamesi, 1884 Nizamnamesi'nin bir *taslağı* olarak kabul edilebilir. Emraz-ı Sariye Talimatnamesi ile birlikte Galata ve Beyoğlu'nda iki klinik açıldı. Bu klinikler tedavi için kullanılmıyordu, buralarda hastalık taşıdığı tespit edilen kadınlar, Yüksekaldırım'daki Nisa Hastanesi'ne sevk ediliyorlardı, tedaviler hastanede yapılacaktı. Nisa Hastanesi büyük ve kapsamlı bir hastane değildi, yatak kapasitesi 30 ile 40 arasındaydı fakat hasta sayısı daima bunun üzerindeydi. Bu yoğunluk, birçok alanda yetersizliği de beraberinde getirdi, hastanenin koşullarının kötü olduğu kısa süre içinde fark edildi. Paris'te dermatoloji eğitimi gören Doktor Celal Muhtar'dan hastane hakkında bir rapor yazması istendi.³ Celal Muhtar, bu raporunda hastanenin tedavi değil aksine hastalık yayan bir merkez olduğunu yazdı. Kısa süre içinde daha ciddi tedbirler alması gerektiğini kabul eden yetkililer, 1884 yılında *Beyoğlu'ndaki Bazı Özel Hanelerin Hizmeti Sıhhiyesine Dair Nizamnameyi* yayımladılar. Bu nizamname 28 madde ve 5 ana başlıktan oluşur. Bu metin tam anlamıyla orijinal bir metin değildir. Kısmen Fransızcadan tercümedir. Fransa, nizamnameler konusunda 1789'dan itibaren Avrupa'ya kerteriz oldu, birçok ülke onun uygulamalarını adım adım takip etti. Osmanlı Devleti'nin 1884 Nizamnamesi de içeriği açısından böyle oluşturuldu. Nizamnamenin üzerinde durduğu ilk konu, sağlık komitelerinin gerekliliğiydi. Ardından kadınların muayene sıklıkları belirtildi, kadınlar haftada bir muayene olmalıydı. 1884 Nizamnamesi'ne göre, öncelikli mesele kayıt tutmaktı. Bu yeni alışkanlık, Avrupa'nın o sıralar üzerinde en fazla durduğu konuydu. Buna paralel olarak, kadınların, doktorların ve genelevlerin defterleri olmalıydı. Kadınlar defterlerine kendilerini tanıttıkları fiziksel ve ailevi bilgilerini yazmak zorundalardı. Ayrıca tıbbi sonuçları da bu defterde olmalıydı. Devamlı bu defteri taşımak zorunda kalan kadınlar, güvenlik güçleri istediği taktirde, kayıtlarını onlara göstermek zorundaydı. Genelevlerin de tutmak zorunda olduğu kayıtlar vardı, evde çalışan kadınların sağlık durumları evlerde tutulan defterlerde mutlaka kayıtlı olmalıydı. Sonraki maddeler, muayene süreçlerine odaklanır.

Bu iş için özel atanan doktorların, haftada bir gün genelevleri ziyaret etmesi gerekiyordu. Doktorlardan muayene sonuçlarını hem kendi defterlerine hem de kadınların defterlerine işlemeleri bekleniyordu. Genelev sahipleri ve işletmecileri de doktorların gerek duyduğu zamanlarda muayene edilmeliydi. Ayrıca evlerden nasıl para alınacağı da nizamnamede belirtildi. Doktorların kadınlardan ya da ev sahiplerinden para almaları kesinlikle yasaktı. Ayrıca, doktorların evde tedavi yapmaları da yasaklandı. Hasta olan ya da hasta olduğundan kuşku edilen kadınların hızla hastaneye sevk edilmesi ve tedavisini burada tamamlaması gerekiyordu. Evlerin tıbbi kontrollerine gelince,

bu konu ana başlıklardan bir tanesiydi, genelevler, evlerin yer aldığı bölgelere ya da kaç kadının çalıştığına bağlı olarak 5 gruba ayrılmıştı. Her bir sınıf için ayrı ayrı doktor ve personel atanması gerekiyordu. Doktorlar yalnızca atandıkları evlerin kontrollerinden sorumlulardı, bu evleri haftada bir defa ziyaret etmek zorundalardı. Hastaneye sevk edilen kadınların tedavileri nazikçe yapılmalıydı. Kadınlar tedavi için işbirliği yapmazlarsa, bu durumdan belediye hemen haberdar

³ BOA.DH.MKT.1577/24 (18.04.1306/22.12.1888)

BOA.DH.MKT.1642/90 (27.11.1306/25.07.1889)

BOA DH. MKT. 577/16 (08.06.1320/12.09.1902)

edilmeliydi. Doktorlar yalnızca kadınların sağlığından değil aynı zamanda evlerin durumunda da sorumlulardı.

Bu evlere dair aylık raporlar yazıp belediyeye ya da farklı bir otoritelere sunmaları gerekiyordu. Doktorların çalıştığı evler ve kadınlar her altı ayda bir değişmeliydi. Güvenlik güçlerinin yarattığı sorunların farkında olan devlet, bu maddeyi muhtemelen doktorların kadınlarla ve evlerle kemikleşen ilişkiler kurmaması için eklemiş olmalı.

Böylece, 1884 yılı itibari ile bazı kurallar dahilinde, Osmanlı Devleti'nde kayıtlı kadın fuhuş meşrulaştı. Osmanlı Devleti, bu şekilde yeni bir alan ile karşı karşıya gelmiş oldu. Bu yeni konu yanında yepyeni özneler de getirdi. Bu süreçte, Devlet'in merceğine giren yeni özneler, yalnızca fahişe kadınlar değildi; kadınlarla beraber yüzyıllardır fuhuştan "sorumlu" olan alternatif liderler de devletin gündeminde yeniden belirdi.

XIX. yüzyıl hem Avrupa'nın hem de Osmanlı Devleti'nin salgınlarla öncesinden daha fazla baş etmesi gereken yüzyıl oldu. Bunun temel sebebi, gelişen teknoloji sayesinde ulaşımın çok hızlanmasıydı.

Osmanlı Devleti genelinde neredeyse devamlı olarak çeşitli salgın hastalıklarla mücadele vardı.⁴ Bu hastalıkların sebeplerini anlamak ve bulaşıcılıklarını bastırmak çoğu zaman başarılmadı, ve salgınların farklı felaketlerle sona ermesi beklendi (Kılıç, 2004; Bingül, 2021; Çalışkan & Eycil 2019; Çaycı & Çevik, 2021; Menekşe, 2020; Gül, 2009; Pancaz, 2011; Sarıyıldız, 2002). Nasıl yayıldığı bilinen ve görece en kolay engellenebilecek olan salgın türü zührevi hastalıklardı. Dolayısıyla, insanın en kıymetli kaynak olarak görülmeye başlandığı XIX. yüzyılda, devletlerin zührevi hastalıklar için peş peşe uygulamalar yayınlamasının temel motifi bu hastalıkların yayılmadan durdurulmasının mümkün olmasıydı.

Osmanlı Devleti diğer devlet ve toplumlar gibi, fuhuş ile hep iç içe yaşadı. Teorik olarak Sünni İslam Hukuku ile yönetilen Osmanlı'da, pratik uygulamalar padişahların hazırladığı kanunnameler etrafındaydı. İslam Hukuku'na göre, fuhuş ya da zina (bu iki ifade Osmanlı belgelerinde birbirini yerine çok sık kullanılır⁵) yapan taraflar evli değillerse fiziksel cezalara, şayet evlilerse de ölüm cezasına çarptırılırdı (Keskinoglu, 1969). Ancak kaynaklara göre, fuhuş ya da zina temelli ölüm veya recm cezası Peygamber zamanında bile uygulanmamıştır (Semerdijan, 2008). Osmanlı Devleti de gündelik hayatta, sosyal yaşamı sarsacak bu ağır cezaları istisnalar dışında tercih etmedi (Osmanoğlu, 2008). Fuhuş ya da zina yapan taraflar evli ve ya değil genelde ufak tefek cezalara çarptırıldılar. Zaten fatura çoğunlukla kadına çıkartıldı, genellikle kadınlar para ya da sürgün cezası aldılar. Erkekler kadınlara nazaran hep daha şanslılardı.

3. III.Osmanlı Mahallelerinde Örgütlenme Biçimleri

Osmanlı toplumunda kırsalda ya da kentlerde fuhuş, mahallî bir gerçeklikti. Yani fuhuşun varlığı ya da yokluğu bunu yapan kadına veya erkeğe değil, etrafta güçlü kabul edilen öznelerin olan bitene karşı tavrına bağlıydı. Osmanlı toplumu birçok pre-modern devlet gibi, aşağıdan yukarıya doğru şekilleniyordu.

⁵ BOA. ŞFR.362/69 (30.01.1322/ 12.04.1906), bu belgede Aluca Valisi Hilmi Bey, Jandarma Osman'ın karısı ile basılmıştı, bu ilişki fuhuş olmamasına rağmen belgede *icra-i fuhuş* şeklinde yer almıştır.

Neomy Levy Aksu'nun belirttiği gibi, Osmanlı toplumu kendi içine kapanık, dışarı ile temas etmeden mahallelere bölünmüş bir yapı şeklinde de okunabilir (Levy Aksu, 2007). Yani mahalle tek ses olana kadar kendi içinde örgütlenirdi, benzer durum kasaba ve kentlerde de yaşanır. Mahallelerde yetkisi olan ve çoğunluğun seslerini kontrol eden etkin güçler, dinî liderler, muhtar ve çeşitli güvenlik güçleriydi (Levy Aksu, 2007).

Osmanlı kaynakları istisnai zamanlar ve olaylar haricinde fuhuş ya da zinaya dair oldukça kısıtlı bilgi verir. Diğer bir deyişle, merkeze yansıyan olaylar, diğer suçlarla mukayese edildiğinde görece az sayıdadır. Bunun nedeni, fuhşun aşağıdan yukarıya doğru giden örgütlenmede çoğunlukla yerelde yukarıda bahsi geçen mahallî liderler tarafından "halledilmesidir". Mekânsal aktörlerin Osmanlı toplumunda en fazla yetkin oldukları konulardan birisi fuhuştu. Dolayısıyla, Osmanlı toplumunda fuhuş çalışırken toplumsal dinamiklerin beklentilerini, eylemin kendisinden önde tutmak elzemdir.

İnsanları bir arada tutan en geçerli kaygılardan birisi belki de ilki, şüphesiz ekonomik bağlantılardır. Osmanlı mahallelerinde, imamın ya da mahalledeki öğretmenin maaşı gibi birçok yerel gider ve vergi, mahalleli tarafından hep birlikte ödeniyordu. Bu düzenli ödemelerin yanı sıra bazı durumlarda mahalleli birlikte ek vergileri ya da giderleri de ödemek zorundaydı. Örneğin, Leslie Pierce, birlikte yaşayan mahallelinin ödemekle yükümlü olduğu istisnai bir vergiden bahseder (Pierce, 2003). Eğer bir mahallede, bir suç işlenirse ve o suçlu yakalanamazsa, mahalleli bu durum karşısında bir vergi ödemek zorundadır. Aslında bu, vergiden ziyade bir çeşit cezalandırma yöntemi olarak da okunabilir.

Mahallelinin birlikte suçluyu yakalama ya da ele vermesi için bir çeşit ters motivasyon olarak da değerlendirilebilir. Bu ve buna benzer finansal bağlarla, Osmanlı gündelik hayatında toplum daima birbirine mahkûm bırakılmıştı.

Osmanlı Devleti'nde, siyasi iktidar, fuhuş konusundaki sorumluluğu XVI. yüzyıla gelindiğinde çeşitli yerel liderlere dağıtmış ve kendisini bu konunun dışında konumlandırmıştı. Belgelerdeki ses, devletin bu konulara doğrudan dahil olmaksızın hoşnutsuzluğunu açıkça gösterir. İşler planladığı veya beklediği gibi gitmediğindeyse, devletin muhatabı fuhuş yapan kadın ya da erkek değildi, doğrudan bu yerel aktörlerdi. 1572 yılında, Galata kadısına ithafen yazılan belgede, erkeklerin kıyılara fahişeleri getirdiği ve burada geceleri beraber oldukları aktarılmıştır. İlgililer, bunun engellenmesi için gerekirse peremeleri bekçiler ile kontrol ettirmelilerdi. 1581 yılında yazılan bir başka belge de muhatap olarak peremeciler kethüdasını seçmiştir. Genç kadınların ve erkeklerin birlikte peremelere binmeleri yasaklanmıştı.⁶ Devlet fuhuşu çeşitli gerekçelerle önemsiyordu ancak fahişeleri görmezden geliyordu.

Zamanla, mahalleli özellikle de yetkin kişiler, devletin onlara dağıttığı ya da ya da sahiplenmelerine göz yumduğu iktidarı benimsediler ve kendi baskın sesleri dışında ses çıkartan özneleri ya dışladılar ya da baskı ile onların sesini kısıp, kendi seslerine dahil ettiler. Böylece yatay bir kontrol mekanizması da kendiliğinden oluşmuş oldu. Bu rol dağılımı XVI. yüzyıldan XIX. yüzyılın sonuna kadar neredeyse hiç değişmeden geldi. Savaş ya da buna benzer kriz anlarında mahallelinin rolü daha da belirginleşiyordu. Bir mahallenin güvenilir kişisi olmak ya da ondan kefalet almak, Osmanlı gündelik yaşamında hayatta kalmak için en önemli gereklilikti.

⁶ BOA. A. DVNSMHM.d 19/ 652. (09.04.980/ 10.08.1572)
BOA. A. DVNSMHM.d 42/1015. (23.12.988/ 29.01.1581)

Osmanlı mahallelerinde toplumun aktif bir üyesi olmanın çok sayıda avantajı vardı öte yandan toplumun aktif olarak bir parçası olmamış ya da olamamış özneleri için dezavantajları da gündelik hayatta hissedilir durumdaydı.

Kolektif sorumluluk, pre- modern devletin sıradan bir rutini olan özellikle de savaş ve kıtlık gibi zor zamanlarda toplumun birlikte hareket etmesini ve böylece çoğu defa öznelerin hayatta kalmasını sağladı. Kolektif sorumluluğun parçası olan sıradan mahalleli, yetkin güçlerden sonraki sestü ve hem yargılayan hem de yargılanan pozisyonunda olabiliyordu. Osmanlı toplumunda pozisyonu pek değişmeyen, yetkin aktörler imam,⁷ muhtar, güvenlik güçleri ve kabadayılardı. Muhtemelen bahsi geçenden daha fazla aktör yerel meselelerde rol oynuyordu fakat bu çalışma yalnızca bu güçlere odaklanmaktadır.

3.1. Mahallî Güçler

Osmanlı yerel güçleri, XIX. yüzyılın ortasına kadar, devletten ve toplumdaki aldıkları ya da bir şekilde edindikleri yetkiyle, mahallelerde ve öznelerin üzerinde, kendiliğinden bir kontrol gücüne ve hakkına sahip oldular. Ancak, XIX. yüzyılın ikinci yarısından sonra devlet, gücünü bu yerel aktörlerden toplamak, merkezi ve tek iktidar olmak istediğinde çatışmalar başladı. Kısacası, 1850lerden sonra devlet ile yukarıda bahsedilen yerel güçler çeşitli mecralarda iktidar meselesi ve alanı nedeniyle karşı karşıya geldiler. Bu, her zaman ve her noktada benzer şekilde meydana gelen bir durum olmasa da yerel güçlerden yetkilerini (geri) alıp tek ve merkezileşmiş güç olmak isteyen her modernleşme süreci devletin bir biçimde deneyimlediği durumdur.

3.1.1. Dinî Liderler, Muhtar ve Çeşitli Güvenlik Güçleri

Yerel lider deyince elbette akla ilk gelenler, toplum ile ilk karşılaşan figür olan dinî yükümlülükleri üstlenen kişilerdir. Osmanlı Devleti'ndeki yerel güçlerin içinde enstrümanları en gelişmiş ve etkili olan şüphesiz ki bu dinî liderlerdi. Dinî liderler, yalnızca dinî alanların sorumluluğunu taşımazlar, dinin gündelik hayat pratikleri ile iç içe şekillendiği pre- modern Osmanlı toplumunda, papaz, imam ya da haham, kilise, cami ve sinagog dışında da oldukça güçlüdür. Hepsinin ardındaki cemaatin sorumluluğunu hem uhrevi hem de dünyevi hayatta üstlenmiştir. Üst basamak iktidarlar ile sakinler arasındaki ilişki bu özneler sayesinde olur. En temelde bu dinî figürler mahalle sakinlerinin kefilidir (Başaran, 2014). Modernleşme öncesi Osmanlı toplumunda bir mahalleye taşınabilmek için onayının olması gereken kişiler bu dinî liderlerdir. Osmanlı Devleti'nin teorik olarak Sünnî bir İslam Devleti olduğu genel kabul gördüğü için ayrıca bu çalışmanın kapsadığı 1870ler sonrasında gayri-Müslim unsurların yaşadığı toprakların Osmanlı kontrolünden hızla çıkması sebebiyle, tartışma bundan sonra yalnızca imam üzerinden devam edecektir. İmam, merkezden gelen kararları Cuma vaazında insanlara duyururdu. Kriz zamanlarında ortalığı yatıştıran, akıl danışılan ve arabuluculuk yapan kişi de imam ya da diğer dinî liderlerdi (Pierce, 2003). Göçebe toplumlarda, o kabilenin ya da aşiretin en yaşlıları bu görevi üstlenirdi. İmanın pozisyonu, yukarıda da söylendiği gibi klasik Osmanlı toplumunda yalnızca din temelli konularla sınırlı olmamıştı, genellikle yerel Müslüman tebaa ile kadı arasındaki bağı da imam sağladı. Kadıdan aldığı yetkiler, ona bir de yargı gücü veriyordu; haliyle fuhuş meselesinde oldukça etkili bir rolü vardı.

⁷ Papaz ya da Hamam da olabilir, önemli olan dini bir sıfatının olması

İmam, bir zina şüphesi varken mahalleliyi baskına toplayan, eve girme izni olan, kadın ile erkeğin, ya da o mahallenin nihai kaderine karar verecek olan öznelerin başında geliyordu.⁸ İmam birçok rolünü modernleşme sırasında kaybetmiş olmasına rağmen XIX. yüzyılın sonlarında hâlâ Osmanlı Devleti'nin en güvenilir yerel aktörlerindendi.

Doktorun ya da herhangi bir sağlık personelinin olmadığı, erişemediği kırsal bölgelerde çiftlere evlenme iznini imam verirdi, taraflardan herhangi birisinin zührevi hastalık taşıma riskinin olup olmaması da imamın ya da papazın inisiyatifine bağlıydı.

Bu tekil güç, şüphesiz çok sayıda haksızlığa ve işgüzarlığa sebep olmuştur. Aslında doktorun ya da bir sağlık personelinin vermesi gereken kararı, hâlâ geleneksel bir otoritenin verebilmesi, devletin modernleşme girişiminin yetersizliğini kabul etmesi anlamına gelir. Devlet, özellikle pandemi ve karantina zamanlarında devletin iş verdiği bir doktordan ya da sağlık personelinin alınacak hasta değil raporunu, özellikle doktorların gitmeyi tercih etmediği ya da yeterli sayıda istihdamı sağlayamadığı için hekim bulunduramadığı yerlerde şart koşmuyordu (Kurt & Yaşayanlar, 2017). Bu durum aslında kendi giriştiği modernleşme hareketinin başarısızlığını veya yetersizliğini kabul ettiği anlamına gelir. Bu eksikliği geleneksel güçlerle kapatmaya çalışması ise, tıbbi bilgi gerektiren yeri, toplum içindeki sosyal ilişkilerle doldurmaya çalışması anlamını taşır. Diğer bir deyişle, 1890larda imamlardan alınan sağlıklı raporunun yeterli görülmesi ile, devlet bir raporunun gerekli olduğunu kabul etmiş ancak bunu profesyonelce sağlayamadığını da itiraf etmiş oluyordu. Bu durum, aslında devletin imamla giriştiği iktidar çatışmasında çok da başarılı olamadığı gösterir. Modernleşme araçları sayılabilecek hekim ya da diğer sağlık personelleri yetersiz olduğu için imparatorluk geneline istendiği kadar yayılmadı ve devlet, imama verdiği yetkileri 1900lerin başında geri alamadı.

İmam ya da papazdan sonra Osmanlı toplumundaki bir diğer yerel aktör muhtar. Muhtar, XIX. yüzyılın ikinci yarısında Osmanlı bürokrasisinde kendisine yer buldu. Aslında muhtarın belediyeleşme sürecinde bürokrasiye dahil olması kendi başına bir merkezleşme çabasıydı. İmama kıyasla seküler bir pozisyonu vardı, buna rağmen kısa zamanda güçlendi ve genellikle imam ile işbirliği yapmayı tercih etti. Bu iki yetkili, "toplumun selameti" için birlikte genele hitap edecek şekilde davrandılar. Muhtarın dahil olması ile birlikte imamın organize ettiği kitlesel olaylar bir kat daha meşruluk kazandı. Böylece, olan bitene devletin bir başka aracı da dahil oluyordu, dolayısıyla meydana gelen olayın yanlışlanması bir kat kadar zorlaşmıştı. Örneğin, bu ittifakın önderliğini yaptığı ev baskınlarını sorgulamak zor ve gereksiz hale gelmişti. Muhtarın pozisyonu da tıpkı dinî liderler gibi iki uçluydu. Muhtar, devletin bir uzantısı olmasına rağmen zaman içinde sahip olduğu geniş yetkiler nedeniyle, devletin tedirgin olduğu bir güce dönüştüğü de olmuştu. Öte yandan da iktidarın, varlığını istediği ve aynı oranda da faydalandığı bir güçtü. 1884'ten sonra hızla yaygınlaşan yerel sağlık taramalarında, halkın tepkisinden korkulduğu durumlarda muhtar hep olay mahallindeydi, yatıştırıcı gerekirse de cezalandırıcı pozisyondaydı. Özellikle merkezden uzak eyaletlerde insanların çeşitli tedbirlere ve uygulamalara tepkileri daha sertti, örneğin Bedeviler 1880lerin sonunda dezenfekte cihazlarının kullanımında ya da diğer tedavilerde devletin ısrarcı olması durumunda isyan edeceklerini bildirdiler (Yıldırım, 2014).

⁸ Teorik olarak Tanzimat öncesinden kadından, 1839 sonrasında da gerekli mahkemelerden izin almadan eve girilmezdi. Öte yandan kapitülasyonların sağladığı imkanlar dahilinde yabancıların evine Hariciye Nezareti'nin haberi olmadan girilmez ya da arama yapılmazdı.

Anadolu'daki halk daha işbirlikçiydi, 1894'teki rapora göre, Anadolu'da 296 tane ev dezenfekte edilmişti, içlerinden yalnızca 11 evin sahibi, özel hayat nedeni ile sağlık personelini evine almamıştı.⁹ Bu süreçte, sağlık komitelerinin başında genellikle muhtar bulunuyordu (Kurt & Yaşayanlar, 2017). Muhtarın kırsalda ya da merkezlerin kırsalındaki otoritesi çok uzun yıllar devam etti. 1850lerde başlayan muhtarın gücü, Cumhuriyet yıllarında da sürdü. Cumhuriyetin seküler yapısıyla beraber genellikle imamın rolünü de kısmen elinden aldı. Muhtarlar, çoğunlukla siyasi iktidarların yereldeki temsilcileri gibi değerlendirildi. Muhtarın gittikçe artan gücü ve etkisi Türk edebiyatında da kendisine yer buldu. En fazla bilinen eserlerin başında Fakir Baykurt'un *Yılanların Öcü* isimli romanı gelir (Baykurt, 2006). Burada, muhtar ya da muhtarın heyetinde olmak erken Cumhuriyet döneminde oldukça zor koşullarda yaşamaya çalışan köy halkı için hayati önemli taşır. Bu ayrıcalıklı durum, her bir avantajdan faydalanabilmek anlamına gelir. Romanda, ana karakterlerden birisi olan Haceli, muhtarın ihtiyar heyetindedir, ve bu pozisyonu ona köyün istediği yerinde ev yapabilme olanağı sağlar. Öte yandan, roman köylüyü ve zayıfı temsil eden Kara Bayram ile güçlü ve kötüyü temsil eden muhtar ve heyeti arasındaki sonucu belli çatışmayı işaret eder.

Muhtar, devletin doğrudan çatıştığı bir güç olmasa da sahip olduğu yetki, devletin merkezileşmesi için bir tehditti. Öte yandan muhtar ne kadar güçlü ise orada devlet de o kadar güçlüydü. Fakat, merkezileşmekte zorluk yaşayan geç XIX. yüzyıl Osmanlısı, muhtarın kapasitesinin devletin kendi gücünden gelmediğinin farkındaydı. Buna rağmen, muhtarın geniş yetkisini özellikle siyasi kırılma anlarında rahatlıkla kullandı ve onu imam gibi, profesyonel güçlerin yerine koydu. XIX. yüzyıl Osmanlısı'nda imam ve muhtar gücünü meşru iktidardan alıyordu, fakat en az onlar kadar etkin olan kabadayılar ve külhanbeyleri kendilerini meşru olan bir güce dayandırmadan var etmenin peşindeledir.

Kabadayı ve külhanbeyleri Osmanlı toplumunda 1826 sonrasında geleneksel Yeniçeri kültürünün devamı ve bir uzantısıdır. Yeniçerilerin kaldırıldığı 1826 yılı ile onun yerine resmî bir güvenlik teşkilatının kurulduğu 1846 yılına kadar, bu özneler aradaki güvenlik boşluğunu doldurdular. Bu esnada güçlendiler. Bu agresif erkekleri konu alan az çalışmadan birisinin sahibi olan Roger Deal'e göre bu erkekler, kendilerini mahallelerin koruyucusu ilan etmişlerdi (Deal, 2010). Mahalleyi kime ya da neye karşı koruduklarına da kendileri karar veriyordu. Bu aktörlerin, güçleri ya da yetkileri imam veya muhtar gibi meşru bir kanaldan gelmiyordu, ancak kimse onların bu gayrimeşru yetkilerine mukavemet gösteremezdi. Kendi geleneğini ve terminolojisini oluşturmuş bu aktörler, meşruluklarını şiddet kabiliyetlerine borçluydular. Zaman zaman mahalle değiştirir ya da ellerindeki mahalleyi dövüş kabiliyetlerine göre kazanıp kaybederlerdi. Ahmet Rasim, *Fuhş-u Atik* isimli eserinde bu aktörlerden Osmanlı toplumun en problemlî kişileri, diye bahseder (Rasim, 2007). Külhanbeyleri ve kabadayılar, fuhuş ya da gayri meşru ilişkiler konusunda diğer aktörlerden farklı bir pozisyona sahiplerdi. Bunun ilk sebebi yetkilerini devletten almamaları hatta devlete rağmen var olmalarıydı.

Bir diğer neden ise bu erkeklerin fuhuş konusunda hem suçlayıcı hem de savunucu pozisyonda; çift taraflı bir konuma sahip olmalarıydı. Kabadayılar ve külhanbeyleri teoride ve söylemlerinde kendilerini mahallenin organik koruyucusu, namus bekçisi olarak kodladılar ve mahallede "namussuzluğa" müsaade etmediler. Fakat, genellikle "korudukları" mahalledeki genelevlerde çalışan ya da farklı kadınlarla gayrimeşru ilişkileri vardı.

⁹ BOA.Y.MTV.87/190 (26.05.1311/04.12.1893)

Osmanlı toplumunda, erkekler arasında ama özellikle de sorun çıkartan kabadayılar gibi otoriter erkekler arasında, evlilik haricinde bir kadın ile uzun süreli duygusal ve cinsel ilişkide bulunmak, erkeklik prestijlerini güçlendirdiği gerekçesi ile oldukça yaygın ve önemliydi. Özellikle de en meşhur kadınlarla olmak, onları kapatmak bu erkekler için gurur konusuydu. Öte yandan, kendi meşruluklarını mahallenin namusunun korunması ile açıklıyorlardı. Özellikle mahalle baskınlarında bu iki taraflı pozisyon, kabadayıların aleyhine duruyordu. Kabadayı ve külhanbeylerinin varlığı devletin hiç istemediği bir gerçeklikti. XIX. yüzyılın sonlarında, yalnızca sorun çıkartan ve lanetlenmiş Yeniçeri geleneğini anımsatan bu öznelere sokaklardaki varlığı, devleti tamamen tedirgin etti. İmam ya da muhtar sahip oldukları meşru güç ile devletin uzlaşabileceği araçlardı, fakat kabadayılar bu gruba dahil değildi. Buna rağmen onların varlığını sağlayan şey, devletin 1826 ve 1846 arasında istikrarlı bir güvenlik teşkilatı kuramamasıydı (Ergut, 2004). Yeniçeriler kaldırıldığında özellikle başkentte ve başkente yakın bazı merkezlerde güvenlik ve asayiş uzun zaman kabadayıların kontrolünde kaldı. Devlet beğenmiyor olsa bile bu öznelere mahalleler içindeki düzeni sağlamakta çok da fena değillerdi. Bu nedenle güvenlik teşkilatı yeniden oluşturulana kadar bu erkeklerin, sokaklarda dolaşmasına ve “racon kesmesine” göz yumuldu. Ancak sonrasında, devamlı kötülendiler, buldukları yerde bir sorun olursa sorgusuz sualsiz kabahatli bulundular, haklarında çok sayıda dedikodu ve rivayet yayıldı. Böylece zaman içinde eritildiler. Kabadayılar ile onların yerini alacak 1850lerde teşkilatlanan profesyonel güvenlik güçlerinin geçişi yavaşça oldu. Ancak devlet, kabadayılarla açıkça asla uzlaşmadı. Onlardan aldığı güvenlik ve asayiş gücünü kendi polisine ya da zabıtasına yavaşça da olsa dağıttı. Böylece, fuhuş ya da diğer mahallî konularda bir ortağını XX. yüzyılın başına geldiğinde ortadan kaldırmış oldu. Diğer bir değişle, Abdülhamid iktidarından II. Meşrutiyet yıllarına geçerken bu tarz kolluk kuvvetlerinin ortadan kaldırıldığını ya da devlet aygıtlarına eklemeli olduğu görülüyor (Levy Aksu, 2007). Buna rağmen kabadayı geleneği retorik olarak da olsa Cumhuriyet’te de kendisine sosyal hayatta yer bulabildi.

Bu çalışmada yer alan bir sonraki yetkili aktör ise, meşru olan güvenlik güçleridir. Osmanlı Devleti’nde 1826’dan önce başkentte yetkili olan güvenlik gücü Yeniçerilerdi. Savaşta olmadıkları zaman başkentte asayişinden onlar sorumluydu. Fakat şehir içi asayiş ile savaş kavramını çok iyi ayırt edemeyen Yeniçeriler, insanlara sıradan bir sorun sırasında gerektiğinden daha katı davranıyorlardı. Bu da kendi içinde daha kalıcı ve uzun süren yeni sorunlara neden oldu.

Haliyle, Yeniçerilerin güvenlik gücü olarak modern bir devlette yeri yoktu. Bu durum, 1826’da Yeniçerilerin lağvedilmesi ile kendiliğinden ortadan kalktı; asayiş için profesyonel güçlerin olması gerektiği fikri, yetkililer tarafından bu dönemde kabul edildi. Ancak 1846’ya kadar asayiş boşluğu devam etti. Bu 20 yıl boyunca yerel güçler yukarıda da bahsedildiği gibi ortadaki asayiş ve güvenlik boşluğunu kendi inisiyatifleri doğrultusunda doldurdular. Dolayısıyla, muhtarın, imamın ve kabadayıların mahallede en etkin olduğu dönem bu 20 yıllık boşluk dönemidir denilebilir. Sonrasında asayiş için Zaptiye Teşkilatı kuruldu; bu teşkilat 1879’a kadar varlığını sürdürdü. Osmanlı ve Türkiye’de güvenlik güçlerinin gelişimi ve değişimi üzerine Halim Alyot ve Hikmet Tongur bu konudaki referans eserleri kaleme almışlardır (Alyot,1947; Tongur, 1946). Ferdan Ergut, Osmanlı’da polis ve zaptiye gücünün adım adım nasıl ilerlediğini alandan olmayan akademik bir perspektif ile doktora tezinde detaylıca anlatır.

Ergut'a göre, Osmanlı Devleti'nde ancak XIX. sonuna gelindiğinde organize olmuş bir güvenlik teşkilatından bahsetmek mümkün oluyor.¹⁰ XIX. yüzyılda hem Avrupa'da hem de buna bağlı olarak Osmanlı Devleti'nde suçlar yeniden kategorize edildi, Osmanlı Devleti'nde polisin sorumluluğu ve yetkisi ise bu değişikliklere göre yeniden yorumlandı. Aslında polisin ilk hedefi, başkentteki güvenlik ile düzeni sağlamak ve muhafaza etmektir. Burada karmaşık olan nokta, suçlulara müdahale kısmıdır. Çünkü, polis şehrin düzeni ve güvenliği için henüz suç işlememiş kişileri de tutuklama yetkisine sahipti. Buna önleyici güç ya da yetki demek mümkün. Fahişelerle polisin ya da genel olarak güvenlik güçlerinin arasındaki ilişki, topluma ve zamana bakmaksızın daima sorunlu olagelmıştır. Bu durumun temel nedeni, polisin, zabitanın ya da çeşitli erkek egemen güvenlik güçlerinin, kadınlar üzerindeki kapsamlı egemenlik yetkisidir. Osmanlı toplumunda kadın fahişelerle temas kuran polisler, egemen ve güçlü pozisyondaydı; bir sorun çıkartacakları gerekçesi ile fahişe kadınları alıkoyabilecek yetkileri vardı. Bu durum kadınları birçok açıdan sömürülmeye müsait hale getirdi.¹¹

Kadınlar açısından bakılacak olursa, Osmanlı toplumunda kriminalize edilmiş kadınlar için güçlü ve muktedir erkeklerle temas kurmak her anlamda avantajlı bir durumdur. En azından, sözlü kötü muameleyi hafifletmek bile kadınlar için bir ayrıcalıktır. Polis memurları ile ilişkilerinin olması onlar için kabadayılarla ilişkilerinin olmasından daha "büyük" kolaylıklar yaratabiliyordu. Erkek ve ahlak odaklı sistem, kadınları suiistimale müsait bir pozisyonda tutuyordu. Zaman içinde bu aktörler sınırsız denilecek yetkilerini sıklıkla kötüye kullanmaya başladılar. Bu durumda Devlet, bu yeni aktörlere verdiği gücü devamlı denetlemek zorunda kaldı.

Örneğin, 1894 yılında komiser Şemsi ve bir başka komiser Ahmet, Beyoğlu'nda Bülbülдерesi'nde bir genelevde sarhoş olmuş ve etrafa rahatsızlık vermişlerdi. Durum, merkeze bir şekilde bildirdi ve sultanın emrine apaçık karşı gelen bu iki komiserin acilen cezalandırılmaları talep edildi.¹² Bir başka belgeye göre, 1897 yılında Taksim'de görevli olan Raib Efendi isimli bir polis memuru, sarhoş olup Macar Sokak'taki bir genelevi taciz etmeye başlayınca etrafın dikkatini çekti. Raib Efendi de şikâyet edildi, hemen yakalandı ve merkeze gönderildi. Böylesine disiplinsiz bir erkeğin bir daha polis memurluğu yapamayacağı gerekçesiyle de görevinden alındı.¹³ Buradaki memurların görevlerinden alınmalarının sebebi, kontrol alanları ya da yetkileri altındaki kadınlara ve ya insanlara rahatsızlık vermeleri, toplum düzenini onların aleyhinde zedelemeleri değildir. Burada, onları mesleklerinden eden, devletin verdiği yetkiyi devlete karşı kullanmış olmalarıdır. Diğer bir deyişle, devletin emaneten verdiği güce resmen ortak olma çabalarıdır. 1905 yılındaki bir başka belge de bu durumu destekler niteliktedir, polis memuru Mehmet Sıtkı Efendi, Çiçekçi Sokak'ta bir genelevde sarhoş halde eğlenirken yakalanmıştır.

¹⁰ 1845 yılında *Polis Nizamnamesi* yayımlandı. 1846 yılında da Zaptiye Teşkilatı kuruldu. 1879 yılına kadar tüm güvenlik güçleri bir aradaydı, zaten bu döneme de güvenliğin birliği anlamında *Tevhid-i Zabıta* denilmektedir. Bu kurum için sıfırdan insan alınmadı, tımar sisteminin kalıntıları olan kişilerin çoğu, güvenlik gücü olarak kullanılmaya devam edildi. 1869 yılında asayiş ile alakalı *Asakir-i Zaptiye Nizamnamesi* isminde bir başka nizamname yayımlandı, burada zaptiyenin pozisyonu, rolü, görevi biraz daha vurgulandı ve böylece belirginleşti.

¹¹ Bu durum yalnızca Osmanlı Devleti'nde böyle değildi, Batı Avrupa devletlerinde ve hatta Japonya'da bile polis ya da çeşitli güvenlik güçleri, fahişeler üzerinde neredeyse sınırsız yetkiye sahipti (Garon, 1993).

¹² BOA.ZB. 70/ 18 (R. 28.09.1310/10.12.1894)

¹³ BOA.ZB. 70/ 53 (R. 12.05.1313/ 24.07.1897)

Sonrasında derhal işinden kovulur, gerekçe olarak da disiplinsiz tavırları gösterilmiştir.¹⁴ Mehmet Sıtkı Efendi de devlete verdiği sözü tutmadığı için işinden atılmıştır. Diğer bir deyişle, devlet kendi verdiği yetkinin kendisine sorun olduğu noktalarda müdahil olmaktan çekinmemiş ve düzeni sarsacak dengesizliklere olabildiğince engel olmaya gayret etmiştir. Polislerle genelevlerin ya da diğer yasaklı mekânların ilişkisi, kadımlarla ve fiziksel eğlence ile sınırlı değildi, polisler ya da çeşitli güvenlik görevlileri kontrol etmekle yükümlü oldukları yerlerden rüşvet alıp, burada olan bitenleri göz ardı edebiliyordu. Özgür Sevgi Göral, XIX. yüzyılda suça ilişkin gazete haberlerinin neredeyse %10'luk bir bölümünün görevini kötü kullanan memurlara ve devlet görevlilerine dair haberler olduğunu aktarıyor (Göral, 2007). Kumarhanelerden ya da genelevlerden rüşvet alabiliyor ya da yiyip içip hesap ödemedi kalkabiliyorlardı. 1895 yılına ait bir belge, polis memuru Hayri ve Selahattin Efendilerin genelev sahibi Iros'tan rüşvet aldığını gösteriyor. Otoriteler bu durumdan bir şekilde haberdar olur olmaz bu polis memurlarını mahkemeye gönderdiler.¹⁵ Hayri ve Salahattin'in rüşvet alması da devletin verdiği yetkiyi kötü kullanmak anlamına geliyordu. Burada da devletin gücüne devletin izni ve haberi olmadan ortak olma çabası görülüyor. Meşru güvenlik güçleri, kabadayılar gibi devletin eritmeye çalıştığı özneler değildi. Onlar da muhtar ya da imam gibi devletin enstrümanlarıydı ve düzene tehdit oluşturduklarında kurum olarak değil ama özne olarak devletin alanından tasfiye edildiler.

4. Sonuç Yerine: Merkezileşememek

Osmanlı idaresi, 1879 yılında *Emraz-ı Zühreviye (Sariye) Nizamnamesi*'ni, 1884 yılında ise *Beyoğlu'ndaki Bazı Özel Hanelerin Hıdematı Sıhhiyesine Dair Nizamname*'yi yayınladı. 1884 Nizamnamesi yukarıda bahsi geçen aktörlerin yetkilerini pratikte kısıtlamayı amaçlamıştır ancak, bu plan birçok yetersizlik yüzünden özellikle de altyapısal zayıflıklar nedeniyle asla tam olarak gerçekleşemedi (Mann, 1984). 1884 Nizamnamesi Devlet'in alternatif güçleri fuhuş alandan çekme girişimi olarak da değerlendirilebilir. 1884 sonrasında fuhuşun etrafında gelişen gerilimler, genel olarak güç çatışmaları ve devletin merkezileşme hamlesiydi. Devlet genellikle yerel aktörleri alandan çekmek istemiş olmasına rağmen, en kırılgan noktalarda onların yetkilerini kullanmaktan da asla tam olarak vaz geçemedi. Bunun temel sebebi de muhtarın ya da imamın yerine atayacağı ya da yerleştireceği donanımlı ve yetkin profesyonellerin olmamasıydı. Zaten yeni atanan kişiler de (örneğin sağlık komisyonlarının başındaki hekimler) yerel halk tarafından neredeyse hiç benimsenmedi ve sözleri dinlenmedi. Çalışmalar, çok sayıda doktorun ya da sağlık personelinin ciddi çalışmalarla hayatlarının tehlikede olduğunu göstermiştir. Doktorlar bu alanda alternatif olamadılar çünkü hem sayıları azdı hem de özellikle kırsala müdahale etmekte yerel güçler kadar hevesli değillerdi. Ayrıca yerel halk, bu yeni aktörlere hiç şans vermedi, onları bozguncu olarak değerlendirdi (Ancak Cumhuriyet, doktor kadrolarından yeterince faydalanabilecektir). Dolayısıyla, Osmanlı Devleti imamlardan ya da muhtarlardan ara güç unsurları olarak hiç vazgeçemedi. İmam ve muhtar 1918 yılına kadar gücünü arttırmaya devam etti. Bu anlamda devletin her girişimi neredeyse onun aleyhine sonuçlandı. Kabadayı ve külhanbeyleri yetkilerini ve güçlerini bu mücadele resmen kaybeden tek unsur oldu. Kabadayılar, Cumhuriyet tarihine, nostaljik bir enstantane olarak aktarılabildi. Polis ya da zabıta ise var olduğu sürece sorunları ile sistemin içinde yer aldılar. 1900lerde, sistem özellikle ahlak ve asayiş anlamında güvenlik güçlerine daha bağımlı hale geldi.

¹⁴ BOA.ZB. 71/ 41 (R. 11.08.1321/ 24.10.1905)

¹⁵ BOA. ŞD. 2571/ 16 (08.02.1313/ 23.07.1895)

Özellikle de 1909'da II. Meşrutiyet'in ilanı ile birlikte eski uygulamalar çoğunlukla unutulmuş, yeniler ise beklentileri henüz karşılayamamış ya da yeterince organize edilememişti. Örneğin, polislerin 1910'larda fahişeler üzerindeki etkisi öncesi ile mukayese edildiğinde oldukça artmıştı. Bu nedenle meşru güvenlik güçleri ile devletin iktidar çalışmaları neredeyse bir ip üzerinde devam etti. Devlet, geniş yetki verdiği polisini ya da zabıtasını devamlı denetlemek zorunda kaldı, kendi iktidarına ortak olduğunu fark ettiğindeyse cezalandırmaktan geri durmadı. Kendi yetkisini devletin yetkisinin üzerinde tutmaya başladığında polis, üniformasının dışında özne olarak cezalandırıldı. Bu açıdan bakıldığında polisin, muhtar ya da imam gibi kurumsal anlamda iktidar ortağı olarak tehlikeli kabul edilmediğini söylemek mümkün. Sonuç olarak, XIX. yüzyılın sonunda ve XX. yüzyılın başında Devlet, bu yerel aktörlerin varlığı ve vaz geçmek istemedikleri yetkileri nedeniyle tam olarak merkezileşemedi. Merkezileşmek adına yaptığı girişimler zaman içinde onun merkezileşmesindeki en büyük engellere dönüştü.

Kaynakça

- Alyot, H. (1947). *Türkiye'de Zabıta*, Ankara: Kanaat Basımevi.
- Artvinli, F. (2013). *Delilik, Siyaset ve Toplum: Toptaşı Bimarhanesi (1873-1927)*, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Balson, G. (2013). *The Politics of Reproduction in Ottoman Society, 1838-1900*, Londra: Pickering & Chatto.
- Bingül, Ş. (2021). II. Meşrutiyet Dönemi Osmanlı İslamcı Basınında Salgın Hastalık Tedbirleri, *İlahiyat Tetkikleri Dergisi*, 2021(5), Erzurum: Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi.
- Burguière, A. (2009). *The Annales School: an Intellectual History*, New York: Cornell University Press.
- Burke, P. (2015). *The French Historical Revolution: the Annales School, 1929-2014*, California: Stanford University Press.
- Çakır, S. (1994). *Osmanlı Kadın Hareketi*, İstanbul: Metis Yayınları.
- Çalışkan, A., Eyicil A. (2019). XVIII. ve XIX. yüzyılda Halep ve Civarında Salgın Hastalıklar, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (18), Bingöl: Bingöl Üniversitesi Yayınları.
- Çaycı, M.E., Çevik, A. (2021). Yıkıma Doğru Bir İmparatorluğun Salgınlarla İmtihani: II. Meşrutiyet Dönemi Örneği, *İnsan & İnsan*, 8(28), Okur Yazar Derneği.
- Deal, R. (2010). *Crimes of Honor, Drunken Brawls and Murder: Violence in Istanbul Under Abdülhamid*, İstanbul: Libra Kitapçılık ve Yayıncılık.
- Durakbasa, A., İlyasoglu, A. (2001). Formation of Gender Identities in Republican Turkey and Women's Narratives as Transmitters of Herstory of Modernization, *Journal of Social History*, 35(1), Londra: Oxford University Press.
- Durakbaşa, A. (2000). *Halide Edib: Türk Modernleşmesi ve Feminizm*, İstanbul: İletişim Yayınları,
- Ergin, O. N. (1994). *Düstur*, I. Cilt, VI. Part, İstanbul: Matbaa -i Amire: 1289.
- Ergut, F. (2004). *Modern Devlet ve Polis: Osmanlıdan Cumhuriyet'e Toplam Denetlemenin Diyalektiği*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Fakir, B. (2006). *Yılanların Öcü*, İstanbul: Literatür Yayıncılık, 2006.

- Garon, S. (1993). The World's Oldest Debate? Prostitution and the State in Imperial Japan, 1900- 1945, *The American Historical Review*, 98(3).
- Göral, S. (2007). 19. Yüzyıl İstanbul'unda Suç, Toplumsal Kontrol ve Hapishaneler Üzerine Çalışmak, *Osmanlı'da Asayiş, Suç ve Ceza: 18. – 20. Yüzyıllar*, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Gül, A. (2009). XIX. Yüzyılda Erzincan Kazasında Salgın Hastalıklar (Kolera, Frengi, Çiçek Ve Kızamık), *Journal of Turkish Research Institute*, 41.
- Kandiyoti D., Türköz E. (1981). *Türk Kadınının Sorunları: Çözüm Önerileri*, İstanbul: Türk Sosyal Bilimler Derneği.
- Kaye, H. J. (1995). *The British Marxist Historians: an Introductory Analysis*, New York: St. Martin's Press.
- Keskinoğlu, O. (1969). *Fıkıh Tarihi ve İslam Hukuku*, İstanbul: Ayyıldız Yayınevi.
- Keşoğlu, B. (2019). *Osmanlı ve Erken Cumhuriyet Kadın Dergileri: Talepler, Engeller, Mücadele*, İstanbul: Libra Kitapçılık ve Yayıncılık.
- Keşoğlu, B., Keşoğlu, M. (2010). *Türk Kadını 1918/1919 (Yeni Harflerle)*, İstanbul: Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi Vakfı.
- Kılıç, O. (2004). *Eski Çağdan Yakın çağa Genel hatlarıyla dünyada ve Osmanlı Devletinde Salgın Hastalıklar*, Elazığ: Fırat Üniversitesi Yayınları.
- Koçu, R. E. (2002). *Aşk Yolunda İstanbul'da Neler Olmuş*, İstanbul: Doğan Kitap.
- Kurt, B., Yaşayanlar, İ. (2017). *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Salgın Hastalıklar ve Kamu Sağlığı*, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Levy Aksu, N. (2007). 19. Yüzyılda Osmanlı'da Kamu Düzeni Konusunda Çalışmak: Bibliyografya Üzerinden Bir Değerlendirme, *Osmanlı'da Asayiş, Suç ve Ceza: 18. – 20. Yüzyıllar*, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Levy Aksu, N. (2007). Yakından Korunan Düzen: Abdülhamid Devrinden II. Meşrutiyet Dönemine Bekçi Örneği, *Osmanlı'da Asayiş, Suç ve Ceza: 18. – 20. Yüzyıllar*, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Mann, M. (1984). The Autonomous Power of the State: Its Origin, Mechanism and Results, *European Journal Of Sociology*, 25.
- Menekşe, M. (2020). Eskişehir'de Kolera Salgını: Etkileri ve Alınan Önlemler (1893), *Journal of history and future*, 6(1).
- Osmanağaoğlu, C. (2008). Klasik Dönem Osmanlı Hukukunda Zina Suçu ve Cezası, *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi mecmuası*.
- Özbek, M. (2019). *Single, Poor Women in Istanbul, 1850-1915: Prostitution Sexuality and Female Labor*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Boğaziçi University.
- Panzac, D. (2021) *Osmanlı İmparatorluğu'nda Veba: 1700-1850*, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Peirce, L. (2003). *Morality Tales Law and Gender in the Ottoman Court of Aintab*, California: University of California Press.
- Rasim, A. (2007). *Fuhş-ı Atik*, İstanbul: Avrupa Yakası Yayınları.
- Sariyıldız, G. (2002). XIX. Yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu'nda Kolera Salgını, *Tarih Boyunca Anadolu'da Doğal Afetler ve Deprem Semineri*, İstanbul.
- Semerdjian, E. (2008) *"Off the Straight Path": Illicit Sex, Law, and Community in Ottoman Aleppo*, Syracuse: Syracuse University Press.
- Tongur, H. (1946). *Türkiye'de Genel Kolluk*, Ankara: Kanaat Basımevi.,
- Toprak, Z. (2015). *Türkiye'de Kadın Özgürlüğü ve Feminizm (1908-1935)*, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

- Tuğ, B. (2017). *Politics of Honor in Ottoman Anatolia: Sexual Violence and Socio-Legal Surveillance in the Eighteenth Century*. Boston: Brill.
- Yıldırım, N. (2014). *14. Yüzyıldan Cumhuriyet'e Hastalıklar, Hastaneler, Kurumlar, Karantina İstemezük Osmanlı Coğrafyasında Karantina Uygulamalarına İsyen*, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Yılmaz, S. (2016). *Love in the Time of Syphilis: Medicine and Sex in the Ottoman Empire, 1860- 1922*, (Yayınlanmamış doktora tezi), CUNY.
- Zengin, A. (2011). *İktidarın Mahremiyeti: İstanbul'da Hayat Kadınları, Seks İşçiliği ve Şiddet*, İstanbul: Metis Yayınları.
- Zengin, A. (2014). Sex for Law, Sex for Psychiatry: Pre-Sex Reassignment Surgical Psychotherapy in Turkey *Anthropologica*.

GİG EKONOMİDE PSİKOSOSYAL RİSKLER

“NİTEL BİR ANALİZ”

Nevin KÜÇÜK¹, Pınar TINAZ²

Öz

Adını müzik sektöründen alan ve “kısa süreli iş” anlamına gelen gig ekonomi kavramı işe gidilmeyen ve işverenin olmadığı bir mekanizma olarak serbest ve kısa süreli işlerden oluşan bir iş gücü piyasasını benimseyen bir ekonomidir. Psikososyal riskler/psikososyal tehlikeler ise 1984 yılında Uluslararası Çalışma Örgütü tarafından “çalışma ortamı, işin içeriği, örgütsel koşullar ve çalışanların kapasiteleri, ihtiyaçları, kültürü ve iş dışı konular arasındaki algılama şekilleri ve deneyimler aracılığıyla sağlığı, iş performansını ve iş memnuniyetini etkileyebilme potansiyeli olan etkileşimler” olarak tanımlanmıştır. İşin bağlamı ve işin içeriği açısından iki ana kategoride değerlendirilen psikososyal riskler gig ekonomide az çalışılan konulardan birisi olmakla birlikte gig ekonomide çalışan sağlığı ve güvenliği açısından kapsamlı değerlendirilmesine ihtiyaç duyulan bir konudur. Bu çalışma gig ekonomi çalışanlarında psikososyal riskleri analiz etmek amacıyla nitel bir araştırma olarak tasarlanmış olup 20 kişi ile yapılan derinlemesine görüşmeler ve bu görüşmelerin detaylı analizinden oluşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gig Ekonomi, Psikososyal Riskler, Gig Ekonomi Çalışanı, Platform Çalışanı, Paylaşım Ekonomisi

Jel Sınıflaması: F16, J21, J23

PSYCHOSOCIAL RISKS IN THE GIG ECONOMY

“A QUALITATIVE ANALYSIS”

Abstract

The gig economy concept is an economy that adopts a labor market consisting of freelance and short-term jobs as a mechanism that does not go to work and has no employer. Psychosocial risks/psychosocial hazards were defined by the International Labor Organization in 1984 as “interactions that have the potential to affect health, job performance, and job satisfaction through perceptions and experiences between the working environment, job content, organizational conditions, and employee capacities, needs, culture, and non-work issues” defined as. Psychosocial risks are one of the less-studied topics in the gig economy, but it is an issue that needs a comprehensive evaluation in terms of employee health and safety in the gig economy. This study was designed as qualitative research to analyze psychosocial risks in gig economy workers and consists of in-depth interviews with 20 people and a detailed analysis of these interviews.

Keywords: Gig Economy, Psychosocial Risks, Gig Economy Worker, Platform Worker, Sharing Economy

JEL Classification: F16, J21, J23

¹ İş ve Örgüt Psikoloğu, N_Human, nevin@nhumandanismanlik.com, ORCID: 0000-0003-0685-1677

² Prof. Dr., Beykoz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Fakültesi, Psikoloji Bölümü, pinartnaz@beykoz.edu.tr
ORCID: 0000-0003-3491-6503

1. Giriş

Gig ekonomisi adını İngilizce'ye müzik sektöründen geçen ve "kısa süreli iş" anlamına gelen "gig" kelimesinden almaktadır (Türkiye İş Bankası, 2021). Gig ekonomisi; platform veya uygulama ekonomisi, paylaşım ekonomisi veya isteğe bağlı işgücü olarak da bilinmektedir (Fairwork, 2021). Geçmişe dönüp bakıldığında insanların dönem dönem kısa süreli işler veya ek gelir elde etmek için ek işler yaptığı görülmektedir. Fakat 2000li yıllarda bu durum gerek ekonomik kriz gerekse dijital dönüşümün hızla devam etmesiyle birlikte yükselişe geçerek geleneksel çalışma sistemlerine meydan okumuştur (Caro ve ark., 2021). Süreç içerisinde tam zamanlı ve maaşlı pozisyonların yanı sıra çalışanların çalışma saatleri, gelir gibi faktörleri kendilerinin belirlediği herhangi bir işverene bağlı kalmadan çalıştıkları serbest meslekler ve serbest çalışma biçimleri ortaya çıkmıştır. Gig ekonomi kavramı ise işe gidilmeyen ve işverenin olmadığı bir mekanizma olarak serbest ve kısa süreli işlerden oluşan bir iş gücü piyasasını benimsemiştir.

Son birkaç yılda gittikçe yaygınlaşan ve ekonominin büyük bir parçası haline gelen gig ekonomi, geçici pozisyonların yaygın olduğu ve işverenin kendi hesabına çalışanlar ile kısa süreli sözleşmeler yaptığı bir piyasa olarak tanımlanabilmektedir (Çiğdem, 2018). Kısa dönemli ve geçici süreli çalışmaların söz konusu olduğu alanlardan birisi olan gig ekonomi, yapay zekâ ile gerçekleştirilen inovasyonlarla hayat kazanmış bir sektördür (Özbilgin ve Erbil, 2021). Bu sektör, çalışanlara günün her dakikasını nasıl harcayacakları üzerinde kontrol sağlayarak zamansal esneklik sağlamakla birlikte fiziksel ve dijital olmak üzere çalışma alanları açısından da çeşitlilik sağlamaktadır. Gig ekonomisi kısa süreli sözleşmeler veya sürekli çalışma yerine serbest çalışma ile ayırt edilen ekonomi modelidir. Burada çalışanlara kalıcı işlerle ilgili düzenli maaşlar yerine, tamamladıkları "işler" karşılığında ödeme yapılmaktadır. Bu nedenle, gig ekonomisi, çalışanların tam zamanlı istihdamını öngören geleneksel modeli yıkmaktadır (Çiğdem ve Erdoğan, 2018). Gig ekonomi çalışanları işlerini genellikle dijital iş platformları aracılığıyla yürütmektedir. Çalışanlar çevrim içi olarak bulut teknolojisi³ üzerinden çalışması (örneğin programlama veya içerik oluşturma) gerçekleştirilebilmekte veya konum tabanlı çalışma (örneğin dağıtım hizmetleri) olarak yerleştirilmiş bir şekilde işlerini yürütülebilmektedir. "Kitlese çalışma" ve "talep üzerine çalışma uygulamaları" içeren gig ekonomi, genellikle işin geleceği olarak görülmektedir. Kitlese çalışma, çevrim içi çağrılara yanıt veren bireysel çalışan grupları tarafından çevrim içi platformlarda gerçekleştirilen işlerdir. Verileri temizleme, fotoğrafları etiketleme veya çevrim içi müşterilerin satın almak isteyebileceği kitap ya da film listelerini derleme gibi daha rutin işlere yönelik programlama ve çeviri gibi yetenek isteyen işleri içerebilmektedir. İş, internete bağlı olduğu sürece dünyanın herhangi bir yerinde yaşayabilen 'kitle' tarafından çevrim içi olarak gerçekleştirilmektedir. Talep üzerine çalışma uygulamaları ile çalışanlar ulaşım sağlama, temizlik, ev onarımları veya günlük işleri yapma gibi görevleri yerine getirmekte, ancak çalışanlar bu işleri mobil uygulamalar aracılığıyla öğrenmekte, işler yerel olarak gerçekleştirilmektedir (Blog, 2021).

³ Bulut teknolojisi bilgisayarlar ve diğer cihazlar için, istendiği zaman kullanılabilen ve kullanıcılar arasında paylaşılan bilgisayar kaynakları sağlayan, internet tabanlı bilişim hizmetlerinin genel adıdır. (Çark, 2019)

1.1. Neden Önemli?

Teknoloji odaklı spesifik olgular üzerinde çalışılması; eski sektörleri değiştirmesiyle veya yeni sektörleri ortaya çıkartmasıyla *çevrim içi çalışma, gig, überizasyon, platform ve kitlese çalışma* gibi kelimelerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Böylelikle uygulamada bu kavramların devrim niteliğinde olup iş yaşamındaki dinamikleri etkilemesiyle de uluslararası politika yapıcılarının ve kamuoyunun dağarcığına girmesi söz konusu olmuştur. Bunun yanı sıra yeni kavramların oluşması, konuya ilişkin yeni araştırma sorularına merak uyandırmış ve yeni çalışmalara ışık tutmuştur. Gig ekonomisi, kalıcı işlerin yanı sıra birçok esnek istihdam modellerinin önünü açmıştır (Gross, 2018). Dijital veya fiziksel olmak üzere yaşamı kolaylaştıran birçok yenilik yaratarak çoğunlukla gençler olmak üzere gittikçe artan bir oranla istihdam sağlamıştır. Literatüre bakıldığında kişilerin gig ekonomisi kapsamında neden ve nasıl çalıştığına dair net bir veri bulunmamakla birlikte bu konu kapsamındaki bilgi çeşitliliği oldukça fazladır. Manyika ve arkadaşlarının yaptığı bir çalışmada geleneksel işlerde çalışan 6 çalışandan 1'i birincil bağımsız çalışan olmak istediğini belirtmiştir (Manyika ve ark., 2016). Deloitte'un 2018'te yaptığı araştırma ise tam zamanlı çalışanların %64'ünün fazladan para kazanmak için "yan işler" yapmak istediğini ortaya koymuştur (Deloitte, 2018). BCG Henderson raporunda (2019) dünya çapındaki yöneticilerin yaklaşık %40'ı önümüzdeki beş yıl içinde serbest çalışanların iş gücünden yüksek bir payı alacağını ve yöneticilerin %50'si, gig platformlarının kurumsal olarak benimsenmesinin oldukça önemli bir trend olacağı belirtilmektedir (Ju ve ark., 2019). 2018'de yayınlanan ILO'nun *Çalışmanın Geleceği* 6. Araştırma makalesinde "Gig Ekonomi ve İsteğe Bağlı Çalışma" olarak anlatılan bölümde gig ekonomisinin "talep üzerine ekonomi" olarak adlandırılabilirliğinden bahsedilmiştir (Messenger, 2018). Rapor gig ekonomisini "çevrim içi gerçekleştirilen ve bu nedenle küresel ölçekte organize edilebilen mikro işler ile web siteleri ve mobil uygulamalar kullanan çevrim içi şirketler tarafından etkinleştirilen ancak yerel olarak gerçekleştirilen manuel hizmetler" olarak ikiye ayırmaktadır. Her iki iş türü de büyük ölçüde Bilgi ve İletişim Teknolojileri (ICT)'ne dayanmakta ve bu nedenle en son teknolojik gelişmelerle güçlü bir şekilde bağlantılıdır. Gig ekonomisinin önemli bir yönü, çalışanları ve müşterileri arasındaki mekânsal ayrımdır. Özellikle herhangi bir zamanda herhangi bir yerde gerçekleştirilebilen kitle çalışmasıyla ilgili olarak gig ekonomisi çalışanları arasında geniş bir mekânsal dağılım da mevcuttur. Gig ekonomisi, ücretli iş ve kişisel yaşam arasında uzlaşma sağlama potansiyeli nedeniyle sık sık övülmekte; hizmet alıcılar, iş-yaşam dengesi vaadini emeği çekmek için ana araç olarak kullanmaktadırlar. Temel varsayım, çalışanların ne zaman çalışacaklarına, nerede çalışacaklarına ve hangi işi kabul edeceklerine kendileri karar verebileceklerdir.

Gallup'un(2018) verilerine göre ABD'li çalışanların %36'sı, birincil veya ikincil iş yaparak gig ekonomisine katılmaktadır ve gig-tabanlı çalışanların %64'ü tercih ettikleri iş türünü yaptıklarını söylemektedir (Gallup, 2018). Ekonomi Politikaları Enstitüsü'nün raporuna göre 2005 yılında %10,9 olan standart dışı düzenlemelerde çalışan işgücünün toplam payı 2017 yılında %10,1 olmuştur (Appelbaum ve ark., 2019). Genel ekonomi içindeki boyutu hala nispeten küçük olmasına rağmen gig ekonomisi; işlerin organizasyonunu ve yapılış şeklini, içeriğini ve kalitesini hızlı bir biçimde değiştirme ve endüstrileri yeniden şekillendirme potansiyeline sahiptir (Görmüş, 2020).

BCG Henderson çalışmasına (2019) göre ise gig ekonomi çalışanlarından gelecekte tercih ettikleri istihdam tanımlamaları istendiğinde yaklaşık %45'i bağımsız kalmayı ve gelirlerini artırmak için gerektiğinde müşteri eklemeyi seçerken tam zamanlı maaşlı bir pozisyon bulmayı tercih edenlerin oranının sadece %20 olduğu görülmektedir (Ju, 2019). 2008-09 küresel mali krizinden bu yana, yüksek gelirli ülkelerde gençlerin serbest meslek olarak çalışma oranlarında gözle görülür bir artış olmasıyla daha önceleri maaşlı istihdama yönelik genel eğilimin bazı gelişmiş ekonomilerde tersine döndüğü görülmektedir (Caro ve ark., 2021). Bu ekonomik gelişmenin 21. yüzyılın gençleri arasında yalnızca bir "girişimcilik faaliyeti" patlaması mı olduğu yoksa iş dünyasındaki değişimlerin bir sonucu mu olduğu tartışmalar konusuyken serbest meslek olarak adlandırılan alanda çalışan gençlerin oranları hızla artmıştır. 2015 yılında gençler arasında bağımsız çalışanların oranı İtalya'da yüzde 11,4'e, İspanya'da yüzde 5,7'ye, Hollanda'da yüzde 5,3'e ve Birleşik Krallık'ta yüzde 4,9'a ulaşmıştır (Caro ve ark., 2021). Bu oranların daha da artmasıyla bir yıl sonra, Avrupa Yaşam ve Çalışma Koşullarını İyileştirme Vakfı'nda (2016), 23 Avrupa Birliği üyesi bir araya gelerek serbest meslek ve serbest çalışmanın hileli kullanımıyla ilgili endişelerini dile getirmiştir (Caro ve ark., 2021). Serbest çalışmanın hileli kullanımı alınan paranın vergi vb konularda yasal kaynaklara bildirilmemesi, kontratın yasalardaki gereklilikleri tam olarak karşılamaması gibi sorunları içermektedir (Eurofund,2016). Dünya'da gig ekonomi ile ilgili istatistikler bugün bu ekonomi biçiminin hızlı yükselişini ve gelecekteki durumunu anlamak için önemlidir.

ABD'de faaliyet gösteren Zety (2021) adlı kariyer sitesine göre COVID-19 salgın sonrası bir dünyada, birçok iş arayan için gig ekonomisi önemli bir trend olacaktır ve aynı siteden alınan aşağıdaki istatistikler gig ekonominin bugünü ve geleceği ile ilgili önemli detaylar barındırmaktadır. Buna göre gig ekonomisi çalışanlarının gelirlerinin/ekonomik katkılarının 2018'deki toplam ABD gelirinini 1,4 trilyon dolarından fazlasını oluşturması beklenmekte olup, gig ekonomi çalışanlarının %19'u bu şekilde çalışmanın ana nedeninin ekstra para kazanmak veya günlük masrafları karşılamak olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca gig-tabanlı çalışanların %41'i, geçici projeleri tamamlamak üzere benzersiz becerilere sahip oldukları için işe alındıklarını söylemektedir. İşletmeleri yetenekli insan kaynaklarıyla buluşturan bir platform olan Noble House tarafından hazırlanan 2019 raporu, katılımcıların %73'ünün geleneksel tam zamanlı bir iş yerine serbest çalışmayı tercih ettiğini söylemiştir (Noble House, 2019).

1.2. Gig Ekonomi Çalışanları Kimlerdir?

Gig ekonomisi çalışanları, işlerini bazen ana gelir kaynakları olarak, bazen de ikincil gelir kaynağı olarak gören çalışanlardır. Gig ekonomisi katılımcılarının çok çeşitli olması nedeniyle, her çalışma bu gruptan bahsederken farklı bir terminoloji kullanılmaktadır. Örneğin MBO Partners, bağımsız olan çalışanların 3 farklı çalışma biçiminden oluştuğunu söylemektedir (Zety, 2021). Buna göre tam zamanlı bağımsız çalışanlar, haftada 15 saatten fazla çalışan, bu belirli çalışma modunu seçen ve öngörülebilir gelecekte bunu değiştirmeyi planlamayan kişilerdir. Yarı zamanlı bağımsız çalışanlar, düzenli olarak haftada 15 saatten az çalışan ve gig çalışmayı genellikle yetersiz aylık gelirlerini tamamlamanın bir yolu olarak gören çalışan kişilerdir. Ara sıra bağımsız çalışanlar ise ara sıra, ancak en az ayda bir kez bağımsız çalışma yapan kişileri kapsamaktadır. Ancak bu kavramların hiçbiri, kişinin yaptığı işin türünü göstermemektedir. Bu nedenle tam zamanlı bir bağımsız çalışan, bir Uber sürücüsüne, bağımsız sanatçıya veya çalışmalarını çevrim içi kanallar aracılığıyla satan bir marangoza dönüşebildiği gibi serbest çalışan bir yönetim danışmanı da olabilmektedir (Zety, 2021).

Konuya ilişkin başka bir adlandırma ve sınıflandırma ise McKinsey raporunda ele alınmıştır. Bu raporda bağımsız çalışanlar serbest meslek veya serbest çalışma kavramlarından daha geniş bir bakış açısıyla ele alınmış olup gig ekonomi çalışanları birincil bağımsız ve ek bağımsız çalışanlar olarak ikiye ayrılmıştır. Birincil bağımsız çalışan kavramı, birincil yaşamını bağımsız işten kazanan kişileri betimlemektedir. Ek bağımsız çalışan ise toplam kazanılan gelirlerinin yüzde 50'sini veya daha azını bağımsız faaliyetlerden elde edildiğinde kullanılmaktadır (Manyika ve ark., 2016). Mckinsey bu sınıflandırmayı takiben bağımsız çalışanları, birincil veya ek gelirli olup olmadıklarına ve seçim yoluyla mı yoksa ekonomik zorunluluktan mı bağımsız olduklarına bakarak serbest ajanlar, gündelikçiler, isteksizler ve mali açıdan sıkıntılar yaşayanlar olarak dört gruba ayırmıştır. Genel olarak çalışmalarda kullanılan terminolojinin bu değişkenliği, kişinin ne tür bir iş yaptığından çok, bir kişinin gelirinin büyük kısmının nereden geldiğini belirtmek ile ilişkilidir (Zety, 2021).

1.3. Gig Ekonominin Avantaj ve Dezavantajları

Bağımsız çalışan olmanın avantajları ve dezavantajları olduğu gibi birçok noktada denetimden yoksun olması beraberinde birçok sorunu da getirmiştir. Gig ekonomi çalışanı olmanın birtakım avantaj ve dezavantajlara sahip olmak anlamına geldiği literatürde ve raporlarda dile getirilmektedir. Gig tabanlı çalışanların işlerini seçme veya reddetme, çalışma saatlerini ve katılım düzeylerini belirleme ve işlerinin bazı yönlerini kontrol etme noktasında daha fazla esnekliğe sahip olması bakımından birtakım avantajları bulunmaktadır (Donovan ve ark., 2016; Durward ve ark., 2016; Todolí-Signes, 2017). Şirketler, belirli bir projede ihtiyaç duydukları (ve büyük olasılıkla şirket içinde olmayan) insan kaynaklarıyla iş birliği yaparken çalışanlara sağlanan faydalardan ve ofis genel giderlerinden tasarruf sağlamakta, öte yandan serbest çalışanlar portföylerine başka bir şirket ekleyebilmekte ve böylece güvenilirliklerini ve markalarını inşa edebilmektedirler. Platformlar görevleri paralelleştirerek ve daha küçük alt görevlere bölmek suretiyle görevlerin yapılması için gereken süreyi de önemli ölçüde azaltmakta ve böylece verimlilik artışı sağlamaktadır (Durward ve ark., 2016). Ayrıca gig ekonomisi, örneğin, kariyer işleri veya tam zamanlı çalışma ile emeklilik arasında geçici istihdam gibi “köprü istihdamı”⁴ kolaylaştırabilmekte veya koşullar geleneksel tam zamanlı, tam yıl istihdama uygun olmadığına, gelir elde etmek için çeşitli fırsatlar sunmaktadır (Donovan ve ark., 2016; Askitas ve ark., 2018). Gig ekonomisinin iş bulma kolaylığının yanı sıra, esneklik, özerklik ve iş-yaşam dengesi, kendi yetkinlik ve kaynaklarını (zihinlerini, zamanlarını, yeteneklerini, araçlarını, bilgisayarlarını vb.) kullanarak ek gelir elde etme fırsatları sunan işlerle birlikte girişimciliği ve sınırsız yeniliği teşvik ettiğini düşünenler de bulunmaktadır (Kalleberg ve Dunn, 2016).

Dezavantajlarına bakıldığında ise gig tabanlı çalışanların çoğunlukla bağımsız yüklenici veya serbest çalışan olarak sınıflandırılması nedeniyle istihdam korumaları ile örgütlenme ve toplu pazarlık hakkı açısından iş hukukunun koruyucu kurum ve kurallarının dışında bırakıldığı ve gig ekonomisinde platform, müşteri ve çalışan arasındaki üçgen iş ilişkisinin geleneksel “çalışan-işveren” ilişkisini zayıflattığı gerekçesiyle sürekli eleştirildiği görülmektedir (De Stafano, 2016; Aloisi, 2016).

⁴ Köprü istihdam bir kişinin tam zamanlı işinden emekliliğe geçiş sürecindeki istihdam şeklidir. Bu durum yarı zamanlı çalışmaya geçiş ya da geçici işçi olarak çalışma şeklinde görülmektedir. (Alpass, 2017)

Mütevazı ödeme (bir ayda tam zamanlı bir çalışandan daha fazla kazanmalarına rağmen az sayıda iş aldıkları takdirde düşük miktarların söz konusu olması), faydasızlık (çoğu işin herhangi bir sağlık veya emeklilik avantajıyla birlikte gelmemesi), vergiler ve giderler (sözleşmeli çalışanlar yasal olarak "çalışanlar" olarak sınıflandırılmadığından, işverenin maaşlarından gelir vergisi veya sosyal güvenlik vergileri kesmemesi vs.) ve stres (yukarıdakilerin tümü, sürekli olarak bir sonraki işlerini arama ve mevcut sözleşmelerindeki değişikliklerle uğraşma ihtiyacı ve söz konusu birçok alandaki esnekliğin olması) gibi olumsuz faktörler söz konusudur (Greelane, 2021).

Gig ekonomi çalışanlarının sorunlarından birisi de çevrim içi platformların sadece bir aracı olduklarını iddia etmesiyle işveren sorumluluklarını reddetmesidir (Florisson ve Mandl, 2018). Bu nedenle, gig tabanlı çalışanlar normal iş ilişkisinde çalışanlara tanınan istihdam korumalarından yoksun bırakıldıkları önemli sorunlarla gündeme gelmektedirler (De Stafano, 2016; Florisson ve Mandl, 2018). Bir diğer sorun ise gig tabanlı çalışanların bağımsız yüklenici olarak yanlış sınıflandırılmasıdır (Fairwork, 2021). Bunun yanı sıra gig ekonomisi haksız rekabet, düşük verimlilik ve işe devamsızlık nedeniyle platformları olumsuz yönde etkileme potansiyeline de sahiptir (Johnston ve Land-Kazlauskas, 2019). Bu çalışma biçiminde; çalışan, hizmet talep eden müşteri ve platformdan oluşan üçgen iş ilişkisi, toplu pazarlığın karşı tarafını, yani işvereni tanımlamayı zorlaştırmaktadır (Johnston ve Land-Kazlauskas, 2019). "Gig Ekonomisinde Sağlık ve Ruh Sağlığı" adlı çalışmada ise gig ekonomisine özgü çeşitli sorunlar için birtakım öneriler, güvencesizlik üzerine politika perspektifleriyle ele alınmıştır (Gross, 2018). Bu öneriler kapsamında gig ekonomisinin neden olduğu sorunları engellemek için hükümet, güvencesiz çalışma koşullarının yayılmasına karşı hareket etmeli ve adil iş modellerini teşvik etmelidir. Hükümetin veya serbest meslek sahiplerinin üzerine binen mali ve/veya idari yükleri artırmak yerine gig ekonomisindeki çalışanlara destek sağlayan politikaların tasarlanması gerekmekte olup gig ekonomisi çalışanları ruh sağlığı hakkında bilgi almaları için teşvik edilmeli ve ruh sağlığı sorunlarıyla karşılaştıklarında uygun önlemleri almalarını sağlayacak düzenlemeler yapılmalıdır. Bu konuda çalışan çeşitli kurum ve kuruluşlar bulunmaktadır. Örneğin İngiltere merkezli Fairwork projesi (Fairwork, 2022) Oxford İnternet Enstitüsü ve WZB Berlin Sosyal Bilimler Merkezi'ne dayanan ve platform ekonomisindeki en iyi ve en kötü işgücü uygulamaları vurgulayarak platform ekonomisinde daha iyi ve daha adil işlerin mümkün olduğunu göstermeyi amaçlayan bir kuruluştur. Küresel araştırmacı ağı aracılığıyla dijital platformların çalışma koşullarını adil çalışma ilkelerine (Adil Ücret, Adil Şartlar, Adil Sözleşmeler, Adil Yönetim, Adil Temsil) göre değerlendirmektedir.

1.4. Psikososyal Riskler

Çalışanların/işgörenlerin karşılaştığı veya karşılaşılabileceği psikososyal riskler/psikososyal tehlikeler 1984 yılında ILO tarafından "çalışma ortamı, işin içeriği, örgütsel koşullar ve çalışanların kapasiteleri, ihtiyaçları, kültürü ve iş dışı konular arasındaki algılama şekilleri ve deneyimler aracılığıyla sağlığı, iş performansını ve iş memnuniyetini etkileyebilme potansiyeli olan etkileşimler" olarak tanımlanmıştır. Literatürdeki bir başka tanım ise psikososyal riskler, işin tasarım ve yönetimi bakımından psikolojik/fiziksel zarara neden olma potansiyeli olan sosyal ve örgütsel bağlamlar olarak kabul edilmektedir (Cox ve Griffiths, 2005). Ancak yeni çalışma biçimlerinin ve değişen çalışma ortamının yeni risklere yol açması nedeniyle psikososyal risklerin tanımı ve kapsamı hala geliştirilmektedir.

Literatürde psikososyal riskler işin içeriği ve işin bağlamı olmak üzere iki gruba ayrılarak tanımlanmaktadır. İşin içeriği; çalışma koşulları ve iş organizasyonu ile ilgili işin bağlamı örgüt kültürü ve işlevi, kurumdaki rol ve kariyer gelişimi, psikososyal iş yükü ve iş kontrolü (özellik toleransı), iş yaşam dengesi, iş yerindeki hiyerarşik yapıdaki kişilerarası ilişkiler gibi işin örgütlenmesi ve çalışan ilişkileri ile ilgili psikososyal riskleri içermektedir (Cox ve ark., 2000). Tablo 1’de işin içeriği ve işin bağlamı kapsamına giren konuların tanımlayıcı koşulları görülmektedir:

Tablo 1: Psikososyal Riskler

Kategori	Tanımlayıcı Koşullar
İşin İçeriği	
Çalışma Ortamı & Ekipman	Ekipman ve tesislerin güvenilirliği, bulunabilirliği, uygunluğu ve bakımı veya onarımı ile ilgili problemler
Görev Tasarımı	Çeşitlilik eksikliği veya kısa çalışma döngüleri, parçalı ya da anlamsız iş, beceri yetersizliği, yüksek belirsizlik vb.
İş Yükü & Çalışma Temposu	İş yükü veya düşük yük, çalışma temposu üzerinde kontrol eksikliği, zaman baskısının yüksek olması vb.
Çalışma Programı	Vardiyalı çalışma, esnek çalışma programlarında, öngörülemeyen saatler, uzun veya sosyal olmayan saatler vb.
İşin Bağlamı	
Organizasyon Kültürü	Yetersiz iletişim, problem çözüme ve kişisel gelişim için yetersiz destek mekanizmaları, kurumsal hedeflerin tanımlanmaması
Organizasyondaki Rol	Rol belirsizliği ve rol çatışması, yetki-sorumluluk karmaşası
Kariyer Gelişimi	Kariyer durgunluğu ve belirsizlik, terfi alamama veya haksız terfi, düşük ücret, iş güvensizliği, işin sosyal prestijinin yetersizliği
Karar Serbestisi/Kontrol	Karar vermede katılımın düşük olması, iş üzerinde kontrolün olmaması (özellikle katılım şeklinde kontrol aynı zamanda bağlamsal ve daha geniş bir organizasyon sorunudur)
Kişiler Arası İlişkiler	Sosyal veya fiziksel izolasyon, üstlerle/astlarla zayıf ilişkiler, kişiler arası çatışma, sosyal destek eksikliği
İş/Yaşam Dengesi	İş ve yaşam taleplerindeki çatışma, evde yetersiz destek, iki meslekli çiftlerdeki sorunlar

Kaynak: ILO (2016)

Psikososyal risklerin sebep olduğu işe bağlı stresin çalışanların sağlığı, iyi oluşu, verimi ve performansı üzerinde negatif bir etkisi olduğuna dair kanıtlar giderek artmaktadır.

İş yeri ölçeğine bakıldığında bu sorunlar *presenteizm*⁵ ve *absenteizm*⁶ olarak öne çıkmakla beraber çalışanların motivasyonundaki iş doyumundaki ve memnuniyetlerindeki düşüş, yaratıcılığın azalması, işi bırakma oranlarının artması, personel değişimindeki artış olarak da karşımıza çıkmaktadır.

Personel değişim hızının yüksek olması, iş yerinde nitelikli çalışanların sayısının azalması ve her yeni gelen çalışanın eğitimi, oryantasyonu ve kuruma olan aidiyet hissinin gelişmesi için hem zamana hem de paraya ihtiyacın artması anlamına gelmektedir. Ayrıca bahsedilen durumları deneyimleyen kurumların kurum imajı da zayıflamaktadır (Dahler-Larsen ve ark., 2020). Absenteizm ve presentizme sebep olan iş yeri faktörleri; işe bağlı stres ve iş yükü, iş kontrolü, rol çatışması, çaba-ödül dengesizliği, liderlik, vardiyalı çalışma, sınırlı kariyer ilerlemesi ve işteki zayıf sosyal ilişkiler (düşük sosyal destek ve iş yerinde şiddet, zorbalık ve ayrımcılık vb.) gibi psikososyal risklerle ilişkilidir (Elstad ve Vabo, 2008). Gig tabanlı çalışma sisteminin son dönemde hızlı bir şekilde artmasıyla ve bu sistemin getirdiği sorunlarla birlikte gig çalışmasının organize edilmesi, tasarlanması ve yönetilmesiyle ilgili psikososyal riskler de ortaya çıkmıştır. Literatüre bakıldığında konuya dair 3 geniş alanda zorluk ve buna bağlı olarak risklerin ortaya çıktığı görülmüştür. Bu riskler fiziksel ve sosyal izolasyon, algoritmik yönetim⁷ ve dijital gözetim⁸, geçici iş ve sınırsız kariyer olarak tanımlanmıştır. (Bérastégui, 2021). “Fiziksel ve sosyal izolasyon” görevlerin ayrı ayrı yapılması, diğer çalışanlarla temas kurmadan ve genellikle onlarla rekabet halinde olunması, bu nedenle de iş yerinde sosyal destek eksikliğini, iş ve kişisel yaşam arasındaki sınırların bulanıklaşması ve tutarlı bir profesyonel kimlik oluşturmada yaşanan zorlukları, “algoritmik yönetim ve dijital gözetim” devamlı izleme ve otomatikleştirilmiş yönetim teknikleri, giderek artan yoğun çalışma temposunu, geçici iş ve sınırsız kariyer ise yalnızca sınırlı bir süre için iş sağlayan kısa vadeli görevlere dayalı olarak, kalıcı iş güvencesizliği duygularının yaşanmasını ve istihdam edilebilirliği korumak için duygusal emek biçimleriyle meşgul olunmasını ifade etmektedir. Bunlara ek olarak Oxford İnternet Enstitüsü’nün bir araştırma projesinde dijital gig çalışmasının daha yüksek gelir ve çalışanların gittikçe artan özerkliği gibi ödüllerin olmasının yanı sıra sosyal izolasyon, iş-yaşam dengesi eksikliği, ayrımcılık gibi riskleri de beraberinde getirdiği görülmüştür (Graham, 2017).

Tüm bu bilgiler ışığında bu çalışma gig ekonomi çalışanlarında psikososyal riskleri analiz etmek amacıyla nitel bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Araştırma gig ekonomi çalışanı olan 20 kişi ile yapılan derinlemesine görüşmeler ve bu görüşmelerin detaylı analizinden oluşmaktadır. Araştırma Türkiye’nin çeşitli illerinden katılımcılar ile çevrim içi görüşmeler yoluyla yapılmış, cinsiyete bağlı değerlendirme yapabilmek için kadın ve erkek cinsiyeti açısından eşit bir örneklem ile çalışmıştır. Bu çalışma ile Türkiye’de henüz çalışılmamış bir alan olan gig ekonomide psikososyal riskler araştırmasının alan yazına ve uygulamalara önemli bir katkı sunacağı düşünülmektedir. Bu araştırmanın amacı; gig ekonomi çalışanlarında psikososyal riskleri incelemek, işin içeriği ve işin bağlamı odağında psikososyal risk faktörlerini gig ekonomi açısından değerlendirmektir.

⁵ Presenteizm, (İşte varolmama sorunu), çalışanların işlerinin başında olmalarına rağmen, görevlerini eksiksiz ve verimli şekilde Dyerine getirememeleridir (Capaldi ve Idowu, 2013)

⁶ Absenteizm, çalışanın işe gelmeme durumunun davranışsal bir örüntü şeklinde tekrarlanmasıdır (Kirch, 2008).

⁷ Algoritmik yönetim, matematiksel algoritmalar tarafından yönlendirilen bir dizi denetim, yönetim ve kontrol uygulaması olarak tanımlanabilir. (Möhlmann ve Zalmason, 2017).

⁸ Dijital gözetim gerçek zamanlı ve geriye dönük olarak çevrimiçi ayak izlerinin verilerin ait olduğu kişilerin bilgisi olmadan görüntülenmesi, işlenmesi ve kataloglanması eylemini tanımlanmaktadır. (Marx 2003).

2. Amaç ve Yöntem

Araştırma 1 Aralık-30 Aralık tarihleri arasında Beykoz Üniversitesi Lisansüstü programlar Enstitüsü İş ve Örgüt Psikolojisi Bölümü Yüksek lisans projesi kapsamında yapılmıştır. Araştırmannın evreni, Türkiye’de yaşayan gig ekonomi çalışanlarıdır. Örnekleme ise, Türkiye’de çalışan ve çalışma biçimi en az 1 senedir gig ekonomi kapsamında yer alan 10 kadın ve 10 erkek olmak üzere toplam 20 katılımcıdır.

Gig ekonomi çalışanlarının psikososyal risk faktörlerini belirlemek amacıyla araştırmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Nitel araştırma, içinde üretildiği sosyal bağlama duyarlı, esnek veri toplama teknikleriyle bağlamın derinliğine anlaşılmasına dayalı bir yaklaşımdır (Mason, 2017). Nitel yaklaşım çerçevesinde veri toplama tekniği olarak yapılandırılmış görüşme, veri analizi olarak da tematik analizden yararlanılmıştır. Araştırmada nitel veri toplama araçlarından bazıları olan çevrim içi görüşme notları, ses kaydı ve video kullanılmıştır. Görüşmeler 45 dakika ile 1 saat arasında gerçekleşecek şekilde planlanmıştır. Görüşme formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm cinsiyet, yaş, eğitim durumu, aylık gelir, sosyal güvence gibi gig ekonomi çalışanlarını betimleyen ve aralarında katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 8 sorunun da bulunduğu soru setinden oluşmaktadır. İkinci bölüm ise psikososyal riskler kapsamında işin bağlamı ve işin içeriğine bağlı risk faktörlerini ortaya koyabilecek sorulardan oluşmaktadır. Nitel araştırma yaklaşımı doğrultusunda tasarlanan bu araştırmada “tematik analiz” yapılmıştır. Tematik analiz, verilerdeki örüntüleri (temaları) belirleme, analiz etme ve raporlama için kullanılan bir yöntemdir (Boyatzis, 1998). Gig ekonomi çalışanı olan 20 katılımcının derinlemesine görüşmede verdikleri cevapların analizinde, ifadelerin benzerliğine göre gruplamalar yapılmıştır. Çözümlemelerde katılımcılara birer kod numarası verilerek (K1, E1) açıklamalar yapılmıştır. Veri seti baştan sona incelendikten sonra kodlar oluşturulmaya başlanmıştır. İlk kodlar oluşturulurken psikososyal riskler çerçevesi kullanılmıştır Araştırmada geçerliği sağlamak için katılımcıların verdikleri cevaplar önce kodlanmış sonradan doğrudan alıntılarla kodlar desteklenmiştir. Araştırmada güvenilirliği sağlamak için deşifre aşamasında veriler yeterince ayrıntıyı içerecek şekilde deşifre edilmiştir ve yapılan deşifrelerin doğruluğu derinlemesine görüşmelerin kayıtları ile karşılaştırılarak kontrol edilmiştir.

3. Bulgular

3.1. Demografik Bulgular

Araştırma kapsamında katılımcıların meslek/iş dağılımlarına bakıldığında danışmanlık, eğitim, çeviri hizmetleri, araştırma, motosikletli kuryelik, tasarım, içerik geliştirme, sanal asistanlık, evcil hayvan bakıcılığı olmak üzere farklı iş alanlarından oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların %35’inin (f: 7) son 2 senedir, 2020 Mart ayında ilan edilen COVID-19 pandemisiyle bu şekilde çalışmaya başladığı görülmekte olup gig ekonomi çalışanı olarak geçirdikleri ortalama süre 3,3 yıldır. Katılımcıların çalışma şekilleri McKinsey’nin kategorizasyonu kapsamında incelendiğinde katılımcıların %10’u ek bağımsız çalışan olarak (f: 2), katılımcıların %90’ı birincil bağımsız çalışan olarak (f: 18) çalışmaktadır.

Aylık gelir dağılımı incelendiğinde bu şekilde çalışarak bazı aylar kazanç elde edilemeyebilirken (0 TL) en yüksek kazancın ise 163.338 TL olduğu görülmekte, aylık gelir dağılımına bakıldığında ise 5.000 TL ile 15.000 TL arasında gelir elde eden katılımcılar çoğunlukta olduğu gözlenmiştir. Katılımcıların iş ekonomi çalışanı olarak geçirdikleri süre ile aylık gelir arasında bir ilişki bulunamamıştır.

Katılımcıların sosyal güvenceleri ve sosyal hakları incelendiğinde çalışanların %35'i (f: 7) 4-B⁹ sigorta sistemine dahil çalışırken, %15'i (f: 3) 4-A¹⁰ sigorta sistemine dahil çalışmakta, %25'i (f: 5) aile bireylerinden birinin sigorta sisteme tabi, %15'i (f: 3) genel sağlık sigortasına sahip ve %5'i (f: 1) herhangi bir sosyal güvencesi olmadan çalıştığı gözlenmiştir.

Katılımcıların sahip olduğu sosyal haklar incelendiğinde ise %80'i (f: 16) herhangi bir sosyal hakka sahip olmadıklarını beyan etmiştir. Bir kurumla hizmet alım sözleşmesi aracılığıyla çalışan 38 yaşındaki bir kadın katılımcı, sosyal haklarla ilgili durumunu şu şekilde özetlemiştir: *"Sosyal haklarımı kendim belirliyorum."*

3.2. Psikososyal Riskler

Gig ekonomi çalışanlarının yaşadıkları psikososyal riskleri tanımlamak için yapılan derinlemesine görüşmelerde katılımcılara işlerinin en zor tarafı sorulduğunda en sık gelen cevap kariyer gelişimi kategorisi (f: 12) altında toplanmaktadır. Bu kapsamda katılımcılar çaba-ödül dengesizliği (f: 7), işin belirsizliği, geleceği ve sosyal hakları (f: 7) hakkında deneyimlerini dile getirmişlerdir. Bu konuyla ilgili 27 yaşındaki bir kadın katılımcı, yaşadığı durumu *"Gelecek görmüyorum. Açıkçası çok düşük parayla yapıyorum. Firmalar personel çalıştırmak istemedikleri için bu yola gidiyor. Bir güvencem yok."* şeklinde ifade etmiştir.

Kariyer gelişiminin yanı sıra en sık bahsedilen bir diğer risk alanı iş yaşam dengesi (f: 9) olarak karşımıza çıkmaktadır.¹¹ Katılımcıların maruz kaldığı bir diğer psikososyal risk etmeni kişiler arası ilişkiler (f: 5) kategorisindedir. Kişiler arası ilişkilerdeki çatışma unsurları incelendiğinde rol karmaşası öne çıkmaktadır. Bu durumu 28 yaşındaki bir kadın katılımcı şu şekilde ifade etmiştir:

"Full time çalışan ekiplerle çalışırken freelancer olarak çalışmak zorluyor. Kendin hariç biri varsa iletişim en önemli şey ama senin rolünü oturtamadıkları için iletişim sekteye uğruyor. Ekipte başka bir freelancer yoksa iletişim zor oluyor ve daha çok çalışmak zorunda kalabiliyorum."

Kişiler arası ilişkilere ilişkin katılımcıların en sık yaşadığı problem yalnız çalışmaya bağlı olarak sosyal ilişki ve sosyal destek ihtiyacı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum çalışma programına (f: 4) dair de risk yaratmaktadır. Katılımcılar uzun saatler boyunca izole bir şekilde çalışmak durumunda olduklarını belirtmiştir. Bu durumu 32 yaşındaki bir kadın katılımcı *"Bazen çok sıkışmış hissediyorum. Konsantre olmakta güçlük çekiyorum. Birileri ile çalışmaya ihtiyaç duyuyorum."* şeklinde ifade etmiştir. Çalışma programına bağlı olarak gelişen bir diğer risk alanı iş yükü (f: 4)'dür.

⁹ 4B sigorta türü kendi adına ve/veya hesabına bağımsız çalışanları kapsayan sigorta türüdür.

¹⁰ 4A sigorta türü bir işveren tarafından işe alınıp, hizmet akdi ile çalıştırılan kişileri kapsayan sigorta türüdür.

¹¹ Katılımcıların iş yaşam dengesiyle ilgili yaşadıkları zorlukların detaylı incelemesi için bkz. işin bağlamına yönelik risk faktörleri: 3.2.2.4. İş Yaşam Dengesi

İş yüküne ek olarak çalışma ortamı ve ekipmana bağlı gelişen ergonomik riskler (OROSHA, 2007)¹² (f: 3) ve görev tasarımına bağlı gelişen riskler (f: 3) öne çıkmaktadır.

Görev tasarımına bağlı gelişen riskler incelediğinde görevlerin sürekli yaratıcılık üzerine kurulu olması (f: 1) ve görevlerin sürekli dikkat gerektiren görevler olması (f: 2) durumu karşımıza çıkmaktadır. Bu başlıklarla ilgili detaylı bilgi ve açıklamalar bir sonraki başlıkta ele alınmaktadır. 24 yaşındaki bir erkek katılımcı işiyle ilgili yaşadığı zorlukları aşağıdaki şekilde ifade etmiştir:

“Sosyal alanınızı işgal etmiş oluyorsunuz. Farklı ülkeden insanlarla çalışmak gecenin 5’inde kalkmanız demek. Evi işgal ediyorsunuz. Sürekli yaratıcı olmaya zorlamak çok zor. Uzun süreli fiziksel olarak hareketsiz kalmak, sürekli hareketsiz kalmak beni olumsuz etkiliyor. Sosyalikten uzağım. Kendimi bazen zorluyorum.”

3.2.1. İşin İçeriğine Yönelik Risk Faktörleri

3.2.1.1. Görev Tasarımı

Katılımcıların görev tasarımı kategorisinde yer alan çalışma sistemleri ve koşulları incelendiğinde görevleri çevrim içi gerçekleştirmek (f: 12), görevleri hem çevrim içi hem yüz yüze ortamda gerçekleştirmek (f: 4), görevleri yüz yüze ortamda gerçekleştirmek (f: 4) kodları karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda görevlerini hem çevrim içi hem de yüz yüze ortamda gerçekleştiren 38 yaşındaki bir kadın katılımcı durumu şu şekilde belirtmiştir. “*Çalışma sistemim değişken, bir kısmı fabrikalara gidip denetim yapıyorum. Diğer zamanlar evden çalışıyorum.*” Görevlerin tasarımında katılımcıların görevlerini yerine getirirken kendi çalışma düzenleri üzerindeki kontrol ve etkileri incelendiğinde görevleri kişilerin uzmanlığını gerektirdiği için işin yapılışında otonom (f: 4), işin yapılışında belli regülasyonlara tabi ama otonom da çalışabilen (f: 10), görevleri önceden belirlenmiş (f: 6) olmak üzere 3 kod ön plana çıkmaktadır. İşin yapılışında otonomi sahibi olan 42 yaşındaki bir erkek katılımcı durumu “*Tamamıyla bana bağlı, esnek. Mesai yok. Böyle bir talep yok. Deadlinelar üstünden gidiyoruz. İstedğim zaman çalışıyorum.*” şeklinde ifade ederken işin yapılışında belli regülasyonlara tabi ama otonom da çalışabilen 28 yaşındaki bir kadın katılımcı durumu şu şekilde ifade etmiştir: “*Freelancer olarak yaptığım işlerde süreyi belirliyorum. Kurumun beklentilerini alıyorum. Kendim planlıyorum.*”

3.2.1.2. Çalışma Programı

Katılımcıların cevapları çalışma programı kategorisinde incelendiğinde esnek çalışma saatleri (f: 16), dengesiz çalışma saatleri (f: 8), ön görülemeyen saatler (f: 9), uzun ve sosyal olmayan saatler¹³ (f: 7), belli zaman aralığında çalışmak (f: 3), son teslim tarihine bağlı çalışmak (f: 9) kodları ön plana çıkmaktadır. Uzun ve sosyal olmayan saatlerde çalışan 27 yaşındaki bir erkek katılımcı durumunu şu şekilde açıklamıştır:

¹² OROSHA (Oregon Occupational Safety and Health Division)’nın tanımlamasına göre ergonomik risk faktörleri, çalışmanı bedensel olarak zorlayan, yıpranmaya yaralanmalara neden olabilen iş yeri durumlarıdır. Bunlar, tekrarlayan işler, yanlış postür, bedensel güç isteyen görevler, sabit pozisyon, doğrudan basınç, titreşim, aşırı sıcaklık, gürültü ve iş stresini içermektedir.

¹³ Sosyal olmayan çalışma saatleri genel mesai saatlerinin (örneğin 9-5) dışında kalan çalışma saatleri olarak tanımlanmaktadır. (Macdonald, 2008)

“Genelde gün içinde gelen işleri duruma göre yapıyorum. Gece çalışmayı tercih ediyorum. Gündüz çok erken kalkmıyorum. Bana işler öğleden sonra geliyor, yani o şekilde konuşuyorum. Ekstra işler gelirse de durum işe göre değişiyor. Öğlen bilgisayar başına geçiyorum. Genelde uzun süre bilgisayar başında kalıyorum.”

Esnek çalışma saatleriyle çalışan 23 yaşındaki bir erkek katılımcı deneyimini “*Her gün birkaç saat okul dışı zamanlarda mutlaka çalışıyorum. Bazen sabahlıyorum. Kendim ayarlıyorum.*

Ne kadar erken bitirsem o kadar iyi benim için.” şeklinde ifade etmiştir. Dengesiz ve öngörülemeyen çalışma saatleri ile çalışan 35 yaşındaki bir erkek katılımcı durumu “*7/24 telefonum hep açık. Bir program üzerinden gelen işleri yerine ulaştırıyorum. Bu saat 9 da olabilir, gece 12’de*” şeklinde ifade etmiştir. Belli zaman aralığında çalışan 21 yaşındaki bir kadın katılımcı durumu “*Okul durumuna göre köpekleri gezdirme programım belirleniyor. Bazı günler gün içi bazı günler akşam olacak şekilde belirlenmiş oluyor. Pazar günlerim tatil.*” şeklinde ifade etmiştir.

3.2.1.3. İş Yükü & İş Temposu

Katılımcıların iş yükü ve iş temposu incelendiğinde yüksek iş yükü (f: 5), düşük iş yükü (f: 3), dengesiz iş yükü (f: 10), yoğun iş temposu (f: 3), hız ve zaman baskısı (f: 7), dengesiz iş temposu (f: 7), yeterli iş yükü ve iş temposu (f: 2) kodları ön plana çıkmaktadır. Katılımcıların iş yükü ve iş temposuna dair deneyimleri ve görüşleri görüşmeler esnasında genel olarak birlikte ifade edilmiştir (Örneğin dengesiz iş yükü ve dengesiz iş temposu vb.). Dengesiz iş yükü ve dengesiz iş temposunu aynı anda deneyimleyen 42 yaşındaki bir erkek katılımcı durumu aşağıdaki şekilde açıklamıştır:

“İş yüküm ve iş tempom değişken, COVID’in ilk zamanı çok yoğundu. Bu sene Haziran Ekim arası çok yoğundu. Ailemle ilgilenmediğim kendimle ilgilenemediğim zamanlar oluyor. Şu sıralar daha rahat. İş azaldığında telaş başlıyor. Ne yapcaz diye düşünüyorum. Tempo düştüğünde telaşlanıyorum.”

Dengesiz iş yükü ve iş temposuyla beraber hız ve zaman baskısı hisseden 28 yaşında bir erkek katılımcı ise durumu “*Bazen çok yoğun bazen çok boş. Çalışma sistemim değişken, bir iş planım oluyor. Örneğin 1 ay içinde bu raporu şu şekilde yazmamız lazım gibi. Ben de o işe göre kendi işim dışındaki zamanlarda raporu yetiştirmeye çalışıyorum.*” şeklinde ifade etmiştir. İş yükü ve iş temposu kendine yeterli gelen 36 yaşındaki bir kadın katılımcı deneyimini aşağıdaki gibi aktarmıştır:

“En büyük avantajım yükümü kendim ayarlıyorum. Yıprandığım noktada yapmamayı tercih ediyorum. Genel olarak kendime uygun gördüğüm saatlerde çalışıyorum. Bu sabah 8 de de olabilir otobüs içinde ya da ayrıca zaman da ayırabilirim.”

3.2.1.4. Çalışma Ortamı

Katılımcıların çalışma ortamları incelendiğinde %60’ının (f: 12) belirli bir çalışma ortamı olmadığı, %30’unun (f: 6) evinde belirli bir alanı çalışma ortamına çevirdiği, %10’unun (f: 2) evindeki belirli çalışma alanı ile çalıştığı kuruma da gitmesi gerektiği belirlenmiştir. Belirli bir çalışma ortamına sahip olmayan kişiler için çoğu zaman teknolojik aletlerin ve internetin olduğu her yerin çalışma ortamına dönüşebileceği belirtilmiştir. Bu konuyla ilgili 24 yaşındaki bir erkek katılımcı “*laptop olan her yerin*” çalışma ortamı olduğunu söylemiştir.

Belirli bir çalışma ortamına sahip olmayan katılımcılar açısından çalışma ortamının güvenilirliği, bulunabilirliği, uygunluğu ile ilgili çıkarımlar yapılamamaktadır. Evinde kendine belirli bir çalışma ortamı ayırmış 36 yaşındaki bir kadın katılımcı durumu aşağıdaki şekilde ifade etmiştir.

“Salonun bir kısmını çalışma alanı olarak kullanıyorum. Kendime ait alanımda işlerimi yapıyorum. Bir ara coworking (paylaşımlı ofis) alanlarını denedim. Ancak olmadı. Saatler açısından uygun olmadı. Benim çalışma saatlerim bazen sabah 6 da olabiliyor.”

Çalışma ortamına ilişkin bir diğer risk alanı çalışma programıyla ilişkili olarak görülen ergonomik risklerdir (f: 3). Bu durumla ilgili 27 yaşındaki bir erkek katılımcı durumu “*Fazla bilgisayar başında geçiyor. Bazen sıkılıyorum. Sırt ağrılarım biraz fazla. Açıkçası çok iyi bir bilgisayarım var ama şimdi düşündüm de mesela oturduğum koltuğu hiç değiştirmedim. Galiba kendimi biraz ihmal ediyorum.*” şeklinde ifade etmiştir. Çalışma ortamının ev ortamı olmasına bağlı gelişen bir diğer psikososyal risk iş yaşam dengesini etkileyen mekânsal bir ayırım olmamasına bağlı olarak işin her zaman devamlılık/ kesintisizlik arz etmesi halidir (f: 9).¹⁴ Bununla beraber belirli bir çalışma ortamı olmayan katılımcılar da çoğunlukla evde çalışmayı tercih etmektedir.

3.2.1.5. Ekipman

Katılımcıların kullandıkları ekipmanlar ve söz konusu ekipmanları temin etme şekilleri incelendiğinde katılımcıların %90’ı (f: 18) kullandıkları ekipmanları kendileri temin ederken %10’u (f: 2) işlerini yapmak için ek bir ekipmana ihtiyaç duymadıklarını belirtmiştir. Bu durumla ilgili 23 yaşındaki bir erkek katılımcı “*Ekipmanların hepsini kendim temin ediyorum. Zaten bu yüzden freelancer ile çalışıyorlar*” beyanında bulunmuştur. Katılımcıların kullandıkları ekipmanlar incelendiğinde en sık rastlanan ekipmanlar teknolojik ekipmanlardır (f: 16).

3.2.1.6. İş Sözleşmeleri

Katılımcıların çalışırken yaptıkları iş sözleşmeleri incelendiğinde %20’sinin (f: 4) herhangi bir sözleşme olmadan çalıştığı, %5’inin (f: 1) nadiren iş sözleşmesi ile çalıştığı, %75’inin (f: 15) çeşitli iş sözleşmeleri ile çalıştığı belirlenmiştir. Katılımcıların çalıştığı kurumlarla yaptığı iş sözleşmeleri incelendiğinde ödemeler, haklar ve sorumluluklara dair sözleşme (f: 6), hizmet alım sözleşmesi (f: 7) ve gizlilik sözleşmesi (f: 5) ön plana çıkmaktadır. Ayrıca yazılı bir sözleşme olmadan sözel beyana dayalı anlaşmalar (f: 3) da görülmektedir. Sözleşmelerini sözel beyan üzerinden gerçekleştiren 28 yaşındaki bir erkek katılımcı bu konuyla ilgili olarak “*Yazılı sözleşmeler yapmıyorum, sözlü olarak anlaşıyorum.*” İfadelerini kullanmıştır.

¹⁴ Katılımcıların iş yaşam dengesiyle ilgili yaşadıkları zorlukların detaylı incelemesi için bkz. İşin bağlamına yönelik risk faktörleri: İşin bağlamı 3.3.2.4. İş yaşam dengesi

3.2.1.7. İş Kaynakları

Katılımcıların işleri hangi kanallardan aldıkları incelendiğinde çalıştığı/çalışmakta olduğu kurumun referansı (f: 9), sosyal çevre (f: 13), sosyal medya (f: 4), çevrim içi iş platformları (f: 6), ajanslar (f: 1) karşımıza çıkmaktadır. 1 katılımcı ise tek bir kurumla çalıştığını ve başka bir iş almadığını belirtmiştir.

İş kanalları olarak kurum referansları, sosyal çevre, sosyal medya ve çevrim içi iş platformlarının hepsini kullanan 24 yaşındaki bir erkek katılımcı durumu “*Genel olarak Discord¹⁵ kanalından alıyorum. Birkaç farklı yol var, iş ilanı kanalları var ve müşteriler ilan veriyor, freelancerlar başvuruyor. Bizim tasarım partnerliği var. Bu şirket bize iş buluyor.*” şeklinde ifade etmiştir.

3.2.2. İşin Bağlamına Yönelik Risk Faktörler

3.2.2.1. Kariyer Gelişimi

Katılımcıların gig ekonomi kapsamında çalışmaya başlama süreçleri incelendiğinde gig ekonomi çalışma kültürü ile kişisel özelliklerin uyumlu olması (f: 9), aileye daha çok zaman ayırma (f: 2), maddi sebepler (f: 8), (COVID-19) pandemi etkisi (f: 7), tam zamanlı çalışmanın getirdiği zorluklar (mobbing, tükenmişlik vb.) (f: 5) ön plana çıkmaktadır. Bununla beraber 1 katılımcı bu soruya “bilmiyorum” cevabı vermiştir. İşe başlama sebebi olarak kişisel özelliklerle gig ekonomi çalışma kültürünün uyumlu olması ve maddi sebepleri işaret eden 28 yaşındaki bir erkek katılımcı durumu “*Gelirim yetmiyor ve işim çok rutin bir işti. Daha iyi şeyler yapacağımı da düşünüyordum. O sebeple geçen sene gelen bir teklifi değerlendirdim ve çalışmaya başladım.*” şeklinde ifade ederken gig ekonomi çalışanı olarak çalışmaya başlama sebebi tam zamanlı çalışmanın getirdiği zorluklar ve kişisel özelliklerle gig ekonomi çalışma kültürünün uyumlu olması olan 36 yaşındaki bir kadın katılımcı düşüncelerini “*Kurumsalda çalışırken çok zorlanıyordum. Kurumsaldaki mobbing stres faktörleri ve hayatından çıkaramadığım bir stres yaşadığımı uyku sorunları ile fark ettim. Bir noktada tak dediği bir evre oldu ve tamam dedim sağlığım sorun olduğu için.*” şeklinde ifade etmiştir.

Kariyer gelişimi kapsamında işin geleceği incelendiğinde ise işin geleceğine dair umutlu (f: 7), işin geleceğine dair kaygılı (f: 10), işin geleceğine dair bir beklentisi mevcut değil (f: 2), ve işe gelecekte devam etmeyi düşünmüyor (f: 4) kodları ön plana çıkmaktadır. İşin geleceğine dair kaygılı hisseden 42 yaşındaki bir erkek katılımcı durumu şu şekilde ifade etmiştir:

“Endişeliyim, hep birlikte olmak duygusu iyi geliyor. Spesifik bir alanda çalıştığım için her daim bir konu bulabilirsiniz çalışacak. Bizim gibi insanlara hep iş olacak. Fakat işi bulma, bulamama, istediğin gibi olmaması gibi konular önemli. B planı yapmaya çalışıyorum. Düşünüyorum. Burdan bağımsız başka ne yapabilirim diye düşünüyorum. Alternatifler bakıyorum. Güvende hissetmiyorum. Finansal, insani ve kontratlar anlamında sürdürülebilir değil. Sürdürülebilirlik kendimize bağlı.”

Katılımcıların işin geleceğine dair en çok bahsettikleri kaygılar ise sosyal güvence ve sosyal haklara ilişkin durumlardır (f: 8). Bu durumu 32 yaşındaki bir kadın katılımcı “*Bu şekilde devam etmeyi düşünüyorum. Sadece vergi sistemleri, sosyal hak ve sigortalar kısmı biraz düşündürücü. Geleceğim yokmuş gibi hissedebiliyorum bazen.*” biçiminde anlatmıştır.

¹⁵ <https://discord.com>

3.2.2.1. Karar Serbestisi

Katılımcıların karar serbestisine ilişkin durumları incelendiğinde katılımcıların %35'inin (f: 7) yönetici/kurum ile karar alma süreçlerini yürüttüğü, %60'ının (f: 12) karar alma süreçlerinde kişisel katılımın olmadığı ve kurumdan gelen süreçleri uyguladığı, %5'inin (f: 1) karar alma süreçlerinde otonom olduğu görülmektedir. Bu durumla ilgili karar alma süreçlerine katılım göstermeyen 27 yaşındaki erkek bir katılımcı durumu *“Kararlara pek karışmam, söyleneni yaparım.*

Beklentilerin üstüne çıkmayı severim. Kurumlarda beni ilgilendiren bir şey olmuyor ya da oluyorsa da ben bilmiyorum.” şeklinde özetlerken karar alma süreçlerini yönetici/ekip ile yürüten 38 yaşındaki bir kadın katılımcı bu boyutu *“Çalıştığım kurumdaki yönetici ile görüşürüm, onunla karar alırız.”* şeklinde ifade etmiştir.

3.2.2.3. Kişiler Arası İlişkiler

Kişiler arası ilişkiler boyutu yönetici ile ilişkiler ve çalışma arkadaşları ile ilişkiler olmak üzere iki alt boyut kapsamında incelenmektedir. Bu bölümdeki yönetici genel olarak işin geldiği kurum yöneticisi ya da temsilcisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Yönetici ile ilişkiler boyutu incelendiğinde sosyal ilişki mevcut değil (f: 4), zayıf bir ilişki mevcut (f: 7), ilişki mevcut (f: 8), çatışma mevcut (f: 4), sosyal destek mevcut (f: 1), değişken bir ilişki mevcut (f: 3) kodları ön plana çıkmaktadır. Yöneticiyle yakın ilişki kuran ve sosyal destek gören 23 yaşındaki bir erkek katılımcı durumunu *“Gayet iyi insana değer veriyorlar. Beni öğrenci olarak görmüyorlar o sebeple mutluyum.”* şeklinde ifade ederken yönetici ile ilişkilerinin değişkenlik gösterdiğini söyleyen 42 yaşındaki bir erkek katılımcı ise durumu anlatan şu ifadeleri kullanmıştır:

“Yöneticiden yöneticiye değişiyor. Kurumdan kuruma değişiyor. Bazı kurumlarda sözleşmeye bağlı çalışmalarda birçok şey net. Yakın ilişkide olduğum kişilerde daha rahatım. Birden fazla rolü olan yöneticilerle çalışırken çeşitli zorluklar olsa bile çözülüyor. Uluslararası kurum yöneticileri zaman zaman zor oluyor.”

Yönetici ile ilişkideki çatışma sebepleri genel olarak incelendiğinde ise yöneticilerin kişisel özellikleri (f: 2), maddiyat (f: 1), rol karmaşası (f: 2) ön plana çıkmaktadır.

Çalışma arkadaşları ile ilişkiler boyutu incelendiğinde ise sosyal ilişki mevcut değil (f: 14), sosyal ilişki mevcut (f: 6), sosyal destek mevcut (f: 4), çatışma mevcut (f: 1), değişken bir ilişki mevcut (f: 1) kodları ön plana çıkmaktadır. Çalışma arkadaşları ile sosyal ilişkisi olmayan 38 yaşındaki bir kadın katılımcı bu durumdan kaynaklı zorlukları *“Bireysel çalıştığım için pek iş arkadaşım yok. Gittiğim firmalardaki kişilerle konuşuyorum. Bu biraz zorlayıcı bir konu, kurumsal yaşamı en çok bu sebeple özliyorum.”* şeklinde tarif ederken çalışma arkadaşları ile sosyal bir ilişkisi olan bununla beraber bu ilişkilerde çatışma yaşayan 28 yaşındaki bir kadın katılımcı deneyimini, *“Çalışma arkadaşlarım tam zamanlı çalışanlar olduğunda çalışma biçimimi her zaman anlamadıklarını düşünüyorum. Rolüm karıştırılabilir. Ekipten misin değil misin gibi. Rol karmaşası yaşıyor.”* Biçimde anlatmıştır.

3.2.2.4. İş-Yaşam Dengesi

İş yaşam dengesi boyutu incelendiği zaman katılımcıların genel olarak işin başlama ve bitişi arasında kesin bir ayırım olmaması (f: 14), mekânsal bir ayırım olmamasına bağlı olarak işin varlığının her zaman devam etmesi (f: 9), ev içi sorumluluklardaki aksamalar (f: 3), kişisel zaman ve sorumluluklarla ilgili aksamalar (f: 4), sosyal çevre ve aile ile ilgili sorumluluklardaki aksamalar (f: 4), işle ilgili sosyal destek eksikliği (f: 2) ön plana çıkmaktadır. Bununla beraber iş yaşam dengesi kapsamında sorun yaşamadığını belirten 4 katılımcı bulunmaktadır. Bu durumla ilgili işin başlama ve bitişi arasında kesin bir ayırım olmamasından kaynaklı iş yaşam dengesinde sorun yaşayan 35 yaşındaki bir erkek katılımcı kendini *“Oldukça karışık. İş eşittir yaşam benim için. Ne kadar çok çalışırsam o kadar çok hayatta olduğumu hissediyorum. Aralarındaki ayrımı unuttum.”* ifade ederken işin başlama ve bitişi arasında kesin bir ayırım olmamasından ve mekânsal bir ayırım olmamasına bağlı olarak işin varlığının her zaman devam etmesinden kaynaklı iş yaşam dengesinde sorun yaşayan 32 yaşındaki kadın katılımcı *“Eve zaman ayırmak kesinlikle bana iyi geliyor. Çocuklarıma da. Bazen sadece evden çalışmanın çalışmak olduğunu anlatmakta güçlük çekiyorum. Evde olduğum için herkes her şeye zamanım olduğunu düşünabiliyor.”* ifadelerini kullanmıştır.

Bu problemlere ek olarak 42 yaşındaki bir erkek katılımcı iş yaşam dengesindeki sorunların sosyal ilişkilerine etkisini şu şekilde ifade etmiştir:

“ İş yaşam dengem çok dengesiz. Ben bazen eşim ve oğlumu mu bu hayata oturtuyorum emin değilim. Onlar da mesainin bir parçası gibi geliyor. Ortalık karışıyor. Onlar da görev gibi. Standart bir tam zamanlı çalışsan mesai bitince bitiyor, o saatten sonra rahat. Ancak bizde iş hep bizle beraber.”

3.2.3. COVID-19

Gig ekonomi çalışanlarının yaptıkları işlerin COVID-19 salgınından nasıl etkilendiğini incelemek için katılımcılara COVID-19 dönemi değişiklikleri ve bu değişikliklerle ilgili düşünce/duyguları sorulmuştur. Katılımcıların verdiği cevaplar incelendiğinde gelir kaybı (f: 4), gelir artışı (f: 5), iş yükünde düşme (f: 2), iş yükünde artış (f: 6), yeni alanlarda/sektörlerde çalışmaya başlama (f: 7), çalışma biçiminin değişmesi (f: 7), kendini geliştirme (f: 1), değişiklik olmaması (f: 4) kodları ön plana çıkmaktadır. Bu dönemde gelir kaybına uğramasına rağmen iş yükü artmış olan 38 yaşındaki bir kadın katılımcı durumu *“Başta fabrikaların bir kısmı kapandı ya da ara verdi. Gelir kaybına uğradım. Ancak son 1 senedir çok fazla çalışıyorum.”* şeklinde ifade ederken bu dönemde işinde değişiklik olmayan katılımcıların hepsi pandemi öncesinde gig ekonomi çalışmanı olarak çalışmaya başlamış katılımcılardır. Ve bu katılımcıların hepsi sadece teknoloji temelli uzaktan yapılabilen işler yapmaktadır. Bu dönemde gelir azalışı yaşayan katılımcıların görev tasarımları incelendiğinde görevlerinin tamamının ya da önemli bir kısmının dijitalleştirilemeyecek görevler olduğu görülmektedir. COVID-19 dönemindeki değişikliklere yönelik katılımcıların düşünceleri sorulduğunda bu dönemi gergin (f: 4), yorucu (f: 4), belirsiz (f: 2) bulan katılımcıların yanı sıra bu dönemi fırsat dolu bulan (f: 8), bu dönemden memnun olan (f: 8) katılımcılar da mevcuttur. Pandemi döneminde iş kaybı endişesi yaşamış (f: 3) katılımcılar da bulunmaktadır. Bununla beraber olumlu ya da olumsuz herhangi bir düşüncesi olmayan (f: 3) katılımcılar da bulunmaktadır. Bu katılımcılar COVID-19 sürecinde işiyle ilgili herhangi bir değişiklik yaşamamış katılımcılardır.

Bu dönemi belirsiz bulan ve kendini gergin hissedenden 42 yaşındaki bir erkek katılımcı durumu *“Köpek gibi çalıştık, çok çalıştık. İş ve yaşamın birbirine girdiği yer COVID oldu. Oradan gelen alışkanlıklar oldu. Gece toplantıları, gece e-postaları o dönemin alışkanlığı.”* şeklinde ifade etmiştir. Bu dönemi genel olarak gergin ve belirsiz bulan katılımcılarda COVID-19 döneminde gelirlerinde azalma ve iş kaybı korkusu gözlemlenmektedir. Bunun yanı sıra bu dönemi yorucu bulan katılımcıların bu dönemle birlikte iş yükleri artmıştır. Bu durumu 32 yaşındaki bir kadın katılımcı *“Pozitif olarak dijitalde iş seçeneklerim arttı. Hem fırsat gibi geliyor hem de yorucu.”* şeklinde ifade etmiştir.

4. Tartışma ve Sonuç

4.1. Çalışma Şartları ve Düzenleri

Katılımcıların genel çalışma düzenleri incelendiğinde çoğunluğunun uzaktan çalışma sistemlerine kısmen ya da tamamen dahil olduğu görülmektedir. Bu durum kişilerin çalıştığı iş alanlarına göre değişiklik göstermektedir. Teknoloji temelli işler yapan ya da dijitalleştirilebilen sektörlerde çalışan katılımcılar genel olarak kısmen ya da tamamen uzaktan çalışabilmektedir. Katılımcıların gig ekonomi çalışanı olarak geçirdikleri süre incelendiğinde en sık karşılaşılan sonuç 2 sene (COVID-19 süreci ile) olmuştur.

Pandemi ile gig ekonomideki işgücü piyasası da büyümüştür. Serbest çalışanları işverenlerle buluşturan Upwork platformu 2019 Aralık ile 2020 Nisan ayı arasında hem çalışanlardan hem de işverenlerden gelen kayıtlarda %50'lik bir artış bildirmiştir (Bussewitz ve Olson, 2020). Dünyada gig ekonominin gelişimi incelendiğinde Forbes verilerine göre gig ekonomisi 2020'de yaklaşık %33'lük büyüme yaşamış ve bir bütün olarak ABD ekonomisinden çok daha hızlı genişlediği belirtilmiştir. Dünya çapında yaklaşık 1,1 milyar gig ekonomi çalışanı olduğu ve yalnızca 2020'de ABD'de 2 milyon kişinin gig ekonomi kapsamında çalışma sistemlerini değiştirdiği tespit edilmiştir. Bu durum ABD işgücü piyasasının %35'ini oluşturmaktadır (Forbes, 2021). Gig ekonominin Dünya genelindeki 2018-2023 arasındaki tahmini brüt hacmi projeksiyonu incelendiğinde 2018 yılında 204 milyar dolar iken 2020 yılında 296,7 milyar dolar olmuştur. Bu durum 2021 yılı için incelendiğinde 347,8 milyar dolara ulaşmıştır. Öngörülen büyüme hızına göre 2023 yılında bu rakamın 455,2 milyar dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir (Statista Araştırma Departmanı, 2020). Söz konusu büyüme beklentisi okumakta olduğunuz makaleye kaynak teşkil eden araştırmanın verileriyle de desteklenmektedir. Araştırmadaki katılımcıların neredeyse tamamına yakınının bağımsız işlerden kazandıkları ücret birincil gelir kaynaklarını oluşturmaktadır. Bu durum gig ekonominin sadece bir ek gelir olarak değil çalışma modeli olarak görüldüğü görüşünü desteklemektedir. Gig ekonomi modelinde aylık gelir çalıştığı kadar kazanma üzerine kuruludur. Bu sebeple bütün katılımcılar daha uzun çalıştıkça daha fazla kazanmaktadır. Sadece proje bazlı çalışan katılımcıların herhangi bir iş alamadıklarında aylık gelirleri 0 TL olabilmektedir ve bu kişiler işleri daha öngörülmez (belirsiz) olarak algılama eğilimindedirler. Ayrıca katılımcıların çalıştıkları sektör ve kurumlara bağlı olarak gelirleri fazlaca değişkenlik göstermektedir. Uluslararası kurumlara teknoloji temelli iş yapan katılımcıların kazançları döviz üzerinden olduğu için aylık gelirleri çok daha yüksek olabilmektedir. Çalışma şartları içerisinde işin geleceğine yönelik algıları etkileyen bir diğer unsur sosyal güvence sistemleri ve sosyal haklardır. Katılımcıların yarısı çalışan sigorta sistemlerine dahilken (4-A ve 4-B) diğer yarısında genel sağlık sigortası, aile bireylerinin sigortasından yararlanmak, sosyal güvencenin olmaması gibi sonuçlar karşımıza çıkmaktadır.

Gig ekonomi çalışma sistemlerindeki esnek yapı, yasal sınıflandırmaların ve standartların olmaması gig ekonomi içerisinde hizmet verenler için daha geniş bir hareket alanı sağlamaktadır (Messenger, 2018).

4.2. Psikososyal Riskler

Katılımcıların işin içeriğinden kaynaklanan psikososyal risk faktörleri incelendiğinde çalışma programı ve iş yükü birbiriyle ilişkili şekilde en önemli risk faktörleri arasındadır. Katılımcıların neredeyse tamamı iş yükü ve iş temposuna bağlı risk altındadır.

Bu sorunlardan en sık görüleni katılımcıların yarısının etkilendiğini belirttiği iş yükü dengesizliğidir. İş yükü dengesizliğiyle ilişkili olarak iş temposu da değişmektedir. Dengesiz iş yükü ve iş temposu özellikle proje bazlı çalışan katılımcılarda görülmektedir. Bu duruma bağlı olarak katılımcılar iş yükü ve iş temposu yüksekken kendilerini yorgun, iş yükü ve iş temposu düştüğünde ise gelir kaybına ve işin belirsizliğine bağlı olarak kaygılı hissetmektedir. Gig ekonomi çalışma düzeni birçok sektör için çalışanların iş yükünü bölebilmelerine imkân vermektedir. İş yükünü dengeli olarak nitelendiren katılımcıların hepsi son teslim tarihleri konusundaki kararları kurumla beraber veren katılımcılardır. Bu durum işin bağlamı başlığında yer verilecek olan karar serbestisi konusuyla yakından ilişkilidir (Zvala, 2002). Genel olarak katılımcıların %35'i iş yüküne bağlı olarak hız ve zaman baskısı hissetmektedirler.

İş yükünü ağır olarak nitelendirmeyen ama hız ve zaman baskısı hisseden katılımcılarda sürekli çevrim içi olma ve sürekli iletişimde olma zorunluluğu hissettikleri görülmüştür. Algoritmik yönetim ve dijital gözetimin gig ekonomi çalışanları üzerindeki psikososyal etkileri literatürde altı çizilen konulardan biridir (Bérestégui,2021). Hız ve zaman baskısı hisseden katılımcıların %71'inin ortak özellikleri esnek çalışma saatlerine bağlı çalışmalarıdır. Bu durum çalışma programı ile yakından ilişkilidir. Katılımcıların çalışma programına bağlı olarak esnek ve öngörülemeyen çalışma saatlerinin iş yükü yönetiminde sorunlar yaşamalarına ve uzun vadede iş yaşam dengesine dair zorlanmalara neden olduğu görülmektedir. Bu kapsamda uluslararası ekiplerle çalışan katılımcılarda saat farkına bağlı olarak da çeşitli zorlanmalar görülmektedir. Bir diğer risk alanı ise gig ekonomi çalışanlarının çalıştığı sektöre ve çalışma biçimine göre değişkenlik gösteren uzun ve sosyal olmayan çalışma saatleridir. Uzun ve sosyal olmayan çalışma saatlerinin katılımcılar üzerindeki en önemli etkisi işin bağlamını etkileyen kişiler arası ilişkiler boyutudur. Katılımcılar genel olarak yalnız çalıştıkları için yüz yüze çalışma ortamının getirdiği sosyal etkileşim ve sosyal destek konularında zorlanmaktadır. Katılımcıların görev tasarımları incelendiğinde görevlerini yüz yüze ortamda yerine getiren katılımcılarda bu zorlanma görülmezken çevrim içi çalışma düzeninde uzun saatler çalışan katılımcıların çalışma arkadaşları ile ilişki kurmaya ihtiyaç duydukları gözlemlenmiştir. Bu durumun kişiler üzerindeki uzun vadeli etkisi stres ve kaygı olarak dışa vurmaktadır (Aziz Rahman, 2020). Katılımcıların çoğunluğu görevlerini yerine getirirken görevlerinin yapılışına dair kararları kendileri alabilmekte fakat yine de kurumun belli düzenlemelerine tabi olmaktadır. Bu şekilde çalışanların gig ekonomi bağlamında sınıflandırması ne kuruma bağlı çalışan olarak ne de serbest çalışan olarak yapılamamaktadır. Ayrıca katılımcıların görevlerinin içeriğine dair beyanları yaygın olarak görülmemekle birlikte görevlerinin sürekli dikkatlerini üzerine yoğunlaştırmaları gerektiğini ve görevlerinin sürekli yaratıcılık üzerine kurulu olduğunu belirten katılımcılar mevcuttur. İşin içeriğine ilişkin son psikososyal risk faktörü çalışma ortamı ve ekipmandır. Katılımcıların işleri için gereken ekipmanlar incelendiğinde çoğunun işlerini bilgisayar gibi teknolojik aletleri aktif kullanarak gerçekleştirmektedir.

Katılımcıların yarısından fazlasının belirli bir çalışma alanı bulunmamaktadır. Gig ekonomisi kapsamındaki çalışma şekillerinden biri olan uzaktan çalışmanın çalışma ortamına dair sağladığı esnekliğin yanı sıra beraberinde birtakım riskleri de getirdiği kaydedilmiştir. Bu risklerin başında ergonomik riskler bulunmaktadır. Uzun saatler yüksek tempo ile bilgisayar başında çalışan katılımcılar için çalışma ortamının ergonomik koşullara uygun olarak ayarlanması önem arz etmektedir.

Katılımcıların işin bağlamından kaynaklanan psikososyal risk faktörleri incelendiğinde en öne çıkan tema kariyer gelişimi olmuştur. Gig ekonomisi çalışanı olmanın getirdiği zorluklar arasında sosyal hakların yetersiz oluşu ve sürdürülebilirliğine yönelik kaygılar ön plana çıkmaktadır. Gig ekonomisi çalışanı olarak çalışmaya başlama sebepleri arasında ise pandemi süreci ile evden çalışmanın yaygınlaşması, çalışma biçimindeki esneklik ve maddi sebepler görülmektedir. Ayrıca işin sürdürülebilirliğine yönelik kaygılar katılımcılarda olumlu nitelendirdikleri çalışma sistemlerinin getirdiği esnekliğe karşılık işin geleceğine dair belirsizlik yaratmaktadır. Bu kapsamda geçici iş ve sınırsız kariyer durumu gig ekonomisi çalışanlarında kariyer gelişimi boyutuna dair önemli bir risk alanı oluşturmaktadır (Bérestégui, 2021). Bu durum gig ekonomisi çalışanlarının dünya genelinde yaşadığı bir sorun alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. 2018 yılında Avustralya’da gig ekonomisi kapsamında çalışan saatlik ve geçici işçilerin de emeklilik, minimum ücret, yıllık izin gibi hakları Adil Çalışma Kanunu kapsamına alınmıştır (Cole,2018). Bu durum çaba-ödül dengesizliği ile yakından ilişkilidir.

Çaba-ödül dengesizliğinde ödülün 3 önemli boyutu bulunmaktadır. Bunlar finansal doyum, takdir ve terfi beklentileri/iş belirsizliğidir (Cox ve Griffiths, 2000). Katılımcılar, kurumların bağımsız çalışanlarla iş yapmasının sebebini standart bir piyasa olmamasından kaynaklı daha düşük ücret ödemesi olduğunu belirtmektedir. Bununla beraber çalışanların sosyal güvence, sigorta ve sosyal haklar gibi yükümlülükleri özellikle proje bazlı çalışanlarda kendi sorumluluklarındadır. Bu durum adil olmayan ücretle çalışan gig ekonomisi çalışanlarında stres yaratmaktadır. Yaptıkları işe karşılık kazandıkları geliri yeterli bulmayan katılımcılarda hastalık gibi çalışmalarını engelleyen acil durumlarda da gelirlerini kaybetmek önemli bir stres faktörü olarak karşımıza çıkmaktadır. Gig ekonomisi çalışanlarının işe bağlı stres ile uzun vadede fiziksel ve ruhsal sağlık sorunlarına sebep olan riskler konuyla ilgili benzer araştırmalarda iş yükü, çaba-ödül dengesizliği ve işin belirsizliği olarak belirlenmiştir (Freni-Sterrantino ve Salerno, 2021).

Katılımcılar için bir diğer önemli risk faktörü iş yaşam dengesi olarak öne çıkmaktadır. Özellikle çevrim içi ortamda çalışan katılımcılar arasında iş yaşam dengesine yönelik en sık görülen sorun, esnek çalışma programlarına ve çalışma ortamlarına bağlı olarak gelişen işin başlangıcı ve bitişi arasında kesin bir ayırım olmayışıdır. Bu durum katılımcılarda ev içi sorumluluklar, kişisel sorumluluklar gibi durumların da işin devamıymış gibi algılanmasına sebep olmaktadır. Bu durum mekânsal bir ayırım olmamasına bağlı işin devamlılığı ile de yakından ilişkilidir. Araştırma katılımcılarından çevrim içi ortamda çalışanlar arasında kendisine ev içinde belirli bir çalışma ortamı kurmuş kişi sayısı sınırlıdır. Bu durum katılımcıların hem kendileri hem aynı evi paylaştıkları kişiler açısından işin varlığına ve zamanına dair bir belirsizlik yaratmaktadır. Bu faktörler kişilerin işleriyle ilgili çevrelerinden aldıklarını hissettikleri sosyal destek seviyesini etkilemektedir. İş yaşam dengesine dair yukarıda bahsedilen faktörlere bağlı olarak katılımcıların bir kısmında iş ve yaşam arasında bir ayırım olmadığı, sadece işe odaklanıp yaşamın diğer alanlarını göz ardı edebilme riski ya da iş harici sorumluluklara odaklanıp işi aksatabilme durumu gözlemlenmiştir.

Bu durum aynı zamanda kişinin sahip olduğu ev içi rolleri ve işe dair rolleri arasında çatışma yaşamasına da sebep olmaktadır. Katılımcıların maruz kaldığı işin bağlamından kaynaklı bir diğer risk faktörü kişiler arası ilişkiler boyutudur. Uzun ve sosyal olmayan çalışma saatleri (çalışma programı) ve çevrim içi çalışma sistemine (görev tasarımı) bağlı olarak özellikle fiziksel çalışma ortamına sahip olmayan ve ekiple çalışmayan katılımcılarda sosyal izolasyonun getirdiği psikolojik zorlanmalar gözlemlenmiştir.

Katılımcıların çoğunluğunun çalışma arkadaşı ile sosyal bir ilişki kurma durumu olmazken genel olarak işi aldıkları kişi (yönetici) ile daha fazla ilişki kurdukları görülmüştür. Fakat bu ilişki temel düzeyde bir ilişkidir ve iş akışı üzerinden yürütülmektedir. Ekiplerle çalışan katılımcılarda çalışma arkadaşlarından gelen sosyal destek, yöneticilerden gelen sosyal desteğe oranla daha fazla görülmektedir. Kişiler arası ilişkilerin bir diğer konusu olan çatışma durumu ilişkinin temel düzeyde olmasına bağlı olarak yaygın değildir. Fakat hem yönetici hem de çalışma arkadaşlarıyla yaşanan çatışmalardaki ortak tema kişinin rolleri ile ilgili oluşan karışıklık ile ilişkilidir. Katılımcıların görev, yetki ve sorumluluklarına dair yönetici veya çalışma arkadaşlarında oluşan belirsizliklerin özellikle kişinin görevleri dışında da işe dair beklentilerin oluşmasına sebep olduğu görülmüştür. İşin bağlamı kapsamındaki son psikososyal risk faktörü karar serbestisi ile ilgilidir. Katılımcıların çoğunluğu işle ilgili karar süreçlerinin kurum tarafından verildiği ve kendisine iletildiğini, karar alma süreçlerine dahil edilmediklerini belirtmiştir. Bu durum özellikle son teslim tarihi ile çalışan katılımcıların doğrudan iş yükü ve çalışma programları üzerinde önemli bir risk oluşturmaktadır. Çalışanların iş yükü ve karar serbestisinin dengesi iş stresini deneyimleme derecelerini de etkilemektedir (Karasek,1979).

Kişiler son teslim tarihi başkası tarafından belirlenmiş bir işe göre kendi programlarını ayarlamaya çalışırken uzun saatler boyunca yoğun olarak çalışmaktadırlar. Çalışma ortamları ergonomik koşullar göz önünde bulundurularak düzenlenmemiş kişilerde bu durum uzun vadede ergonomik risklere sebep olurken (Hedge, 2017), işi teslim etmek için uzun saatler çalışan kişilerde iş yaşam dengesinde zorlanmalar yaşanmasına neden olmaktadır (Santos Silva ve Hauwerzijl, 2019).

COVID-19 sürecinde iş hayatındaki değişimler incelendiğinde katılımcıların çalışma biçimindeki değişimler ve iş seçeneklerinin artması öne çıkmaktadır. Katılımcıların bir kısmı COVID-19 ile gig ekonomi çalışma kültürü ve uzaktan çalışma seçeneklerini değerlendirmeye başlamıştır. Bununla beraber işleri dijitale aktarmakta zorluk yaşanan veya dönemin ihtiyacına karşılık veremeyen sektörlerde çalışan katılımcıların iş yüklerinde azalma ve gelir kaybı görülmüştür. İş yüklerinde azalma ve gelir kaybı yaşayan katılımcılar COVID-19 döneminde iş kaybı korkusunu yoğun olarak yaşadıklarını ve kendilerini genel olarak gergin hissettiklerini belirtmiştir. COVID-19 ile kısmi ya da tam olarak çevrim içi çalışan katılımcılarda iş yükünde artış ve gelir artışı gözlemlenmiştir. Bu dönemde özellikle gelir artışı yaşayan katılımcılar COVID-19 sürecini fırsatlarla dolu bir süreç olarak nitelendirip süreçten memnun olduklarını belirtmişlerdir. Bazı katılımcılar ise bu dönemin getirdiği fırsatlardan memnun olmalarına rağmen artan iş yükü ile kendilerini daha yorgun hissettiklerini vurgulamışlardır. COVID-19 süreci ile işlerine çevrim içi ortamda devam etmek durumunda olan katılımcıların bir kısmı ise bu değişikliklerden ötürü kendilerini genel olarak gergin hissetmiştir. İş yüklerindeki artış ve dijitalleşmenin getirdiği sürekli toplantı, mesai ve 7/24 çevrim içi olma hissi katılımcılar üzerinde bir stres faktörü olmuş ve iş yaşam dengelerinde bozulmaya sebep olmuştur.

Araştırmada yer alan katılımcıların maruz kaldığı psikososyal riskler ve deneyimleri cinsiyet boyutuna göre ele alındığı zaman çalışma şartları ve koşullarında cinsiyet temelli bir fark bulunmamaktadır. Psikososyal riskler incelendiği zaman ise iş yaşam dengesi teması altında yer alan ev içi rollerin iş rolleri ile çatışması özellikle kadın katılımcılar için bir sorun alanı oluşturduğu görülmektedir. Katılımcıların gig ekonomi çalışanı olarak çalışmaya başlama sebepleri incelendiğinde ev/aileye daha fazla zaman ayırmak için çalışma biçimini değiştirmiş katılımcıların tamamı kadın katılımcılardır. Bu durum toplumsal cinsiyet rolleri kapsamında incelenmelidir. ILO, Toplumsal Cinsiyet Eşitliği için Büyük Sıçrama: Herkes için Daha İyi Çalışma Yaşamı Geleceği Raporu'nda kadınların “annelik cezası”¹⁶ maruz kaldıkları ve bakım verme sorumluluğunun iş hayatında buldukları konumu ve aldıkları ücreti olumsuz etkilediği yer almıştır (ILO, 2019).

Gig ekonomide psikososyal riskleri tanımlamak ve anlamak için yapılan bu araştırmada kariyer gelişimi konusunda işin belirsizliği ve çaba ödül dengesizliği öne çıkmıştır. İşin belirsizliği konusu işin süresi ve işin içeriğinin dışında sosyal güvence ve sosyal hakların eksikliği açısından önemle değerlendirilmesi gereken bir konudur. Gig tabanlı çalışanların izin, emeklilik ve sağlık sorunları gibi ihtiyaçları oldukça belirsizdir. Avustralya Hükümeti'nin 2018'de gig tabanlı çalışanları adil çalışma kanununa tabii tutması uygulamalarda önemli bir örnektir. Çaba ödül dengesizliği konusunda ise işlere verilen ücretlerin belirlenmesi noktasında bir standart olmadığı için çalışanları gelire odaklı ve geçim sağlamaya odaklı iş kabullerine yöneltmektedir.

Bunun yanı sıra çoğu durumda “ekip” ile çalışılmadığı için takdir mekanizmaları da bulunmamaktadır. Teknolojideki hızlı gelişmeler ve esnek çalışma sistemleriyle cazip hale gelen gig ekonomi çalışanlar için bir yandan fırsatlar ve yenilikçi çalışma biçimlerini sunarken, bir yandan da işletmelerin sosyal güvencesiz ve en az ücretle hizmet almasını sağlamakta, İSG standartları açısından yeni sorun alanları oluşturmaktadır. Gig ekonomi çalışanlarında psikososyal riskler konusunda literatürde daha fazla araştırmaya ve kanıt temelli uygulama pratiklerine ihtiyaç duyulmaktadır.

Kaynakça

- A.Ş., T. (2021). *Esnek Ekonomi Nedir*. Isbank.com.tr. Retrieved 21 November 2021, from <https://www.isbank.com.tr/blog/esnek-ekonomi-nedir>.
- Aloisi, A. (2016). Commoditized Workers. Case Study Research on Labour Law Issues Arising from a Set of “on-Demand/Gig Economy” Platforms. *Comparative Labor Law Policy Journal*. 37(3). 653-690.
- Alpass F. (2017). *Bridge Employment*. In: Pachana N.A. (eds) *Encyclopedia of Geropsychology*. Springer, Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-287-082-7_314
- Appelbaum, E., Kalleberg, A., ve Rho, H. J. (2019). *Nonstandard work arrangements and older Americans, A2005–2017*. Washington, DC: Center for Economic and Policy Research and Economic Policy Institute.
- Askitas, N., Eichhorst, W., Fahrenholtz, B., Meys, N. ve Ody, M. (2018). *Industrial Relations on Social Dialogue in the Age of Collaborative Economy (IRSDACE)*. National Report Germany. IZA Research Report No. 86.

¹⁶ Annelik cezası, işyerinde çalışan annelerin çocuksuz kadınlara göre ücret, algılanan yeterlilik ve faydalarda biyolojik ve kültürel temelli dezavantajlarla karşılaştığını öne süren sosyologlar tarafından ortaya atılan bir terimdir. (Budig ve England, 2001)

- Aziz Rahman, M., Hoque, N., Sheikh, M., Salehin, M., Beyene, G., Tadele, Z., vd. (2020). Factors Associated With Psychological Distress, Fear and Coping Strategies During the COVID-19 Pandemic in Australia. *Global. Health.* 16, 1–15. doi:10.1186/s12992-020-00624-w
- Bérestégui, P. (2021). Exposure to Psychosocial risk factors in the gig economy: a systematic review. ETUI Research Paper-Report.
- Blog, I. (2021). Regulating work in the ‘gig economy’. Work In Progress. Retrieved 21 November 2021, from <https://iloblog.org/2015/07/10/regulating-work-in-the-gig-economy/>.
- Boyatzis, R.E. (1998). Transforming qualitative information: thematic analysis and code development. Sage
- Budig, M. J. ve England, P. (2001). The Wage Penalty for Motherhood. *American Sociological Review*, 66(2), 204–225. <https://doi.org/10.2307/2657415>
- Bussewitz, C. ve Olson, A. (2020). Gig Workers Face Shifting Roles, Competition in Pandemic. AP NEWS. <https://apnews.com/article/lifestyle-ap-top-news-business-pandemics-virus-outbreak-ebc223c6d783c49feca6ffb27af6264b>
- Capaldi, N., ve Idowu, S. O. (2013). Work Presenteeism. *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*, 2721–2721. https://doi.org/10.1007/978-3-642-28036-8_101755
- Caro, L. P., O’Higgins, N., ve Berg, J. (2021). J. It is safe to assume that gig work is here for the long run.
- Cole, S. (23 Mayıs 2018). Gig economy workers want more than just flexibility. *Finder.com.au*. <https://www.finder.com.au/gig-economy-workers-want-more-than-flexibility>
- Cox, T., Griffiths, A. (2005). *The Nature And Measurement of work-related stress in*. Wilson, N., Corlett, (Eds.) *Evaluation of Human Work: A Practical Ergonomics Methodology*. Boca Raton, FL: CRC Press.
- Cox, T., Griffiths, A., ve Rial-Gonzalez, E. (2000). *Research on Work Related Stress. European Agency for Safety and Health at Work*, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg
- Çark, Ö. (2019). *Kurumsal Kaynak Planlama (KPP) Sistemleri*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Çiğdem, S. (2018). Gig Ekonomisi ve Freelance İş Gücünün Yükselişi: Freelancer. Com Platformu Üzerinden Bir Literatür Taraması ve Değerlendirme. In ICPSS (International Congress on Politic, Economic Social Studies) (No. 4).
- Çiğdem, S. Erdoğan, E. (2018). *Gig Ekonomisi ve Freelance İş Gücünün Yükselişi: Freelancer. com Üzerinden Bir Değerlendirme* 1. Seçme Yazılar-II, 229.
- Dahler-Larsen, P., Sundby, A., ve Boodhoo, A. (2020). Can occupational health and safety management systems address psychosocial risk factors? An empirical study. *Safety Science*, 130, 104878. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.104878>
- Donovan, S. A., Bradley, D. H. ve Shimabukuro, J. O. (2016). What Does the Gig Economy Mean for Workers? *Congressional Research Service: Report*. 1–16.
- Durward, D., Blohm, I. ve Leimeister, J. M. (2016). Principal Forms of Crowdsourcing and Crowd Work. *The Digital Economy and the Single Market* (Eds. Wobbe, W., Bova, E. and Dragomirescu-Gaina, C.). The European Parliament. Triptyque. Belgium.
- Eurofound. (2016). Exploring the fraudulent contracting of work in the European Union. Publications Office of the European Union, Luxembourg.
- Elstad, J. Vabo, M. (2008). Job stress, sickness absence and sickness presenteeism in nordic elderly care. *Scandinavian Journal of Public Health*, 36(5), 467-474.
- Fairwork Gig Economy. Fair.work. (2021). Retrieved 24 November 2021, from <https://www.fairwork.gov.au/find-help-for/independent-contractors/gig-economy>
- Fairwork Homepage. Fair.work. (2021). Retrieved 21 November 2021, from <https://fair.work/en/fw/homepage/#continue>.

- Florisson, R. ve Mandl, I. (2018). Platform Work: Types and Implications for Work and Employment– Literature Review. European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. Dublin.
- Freni-Sterrantino, A., ve Salerno, V. (2021). A Plea for the Need to Investigate the Health Effects of Gig-Economy. *Frontiers in Public Health*, 9. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.638767>
- Gallup (Firm). (2018). The gig economy and alternative work arrangements.
- Gig Economy: Definition, Statistics & Trends [2021 Update]. zety. (2021). Retrieved 21 November 2021, from https://zety.com/blog/gig-economy-statistics?gclid=EAIaIQobChMI7OOO5tiJ7QIVh9GyCh1s_QPHEAAYASAAEgIdx_D_BwE
- Görmüş, A. (2020). Gig Ekonomisinde İstihdam ve Endüstri İlişkileri: İstihdam Statüsünden Kaynaklanan Zorluklar. *SGD-Sosyal Güvenlik Dergisi*, 10(2), 227-244.
- Graham, M., Lehdonvirta, V., Wood, A., Barnard, H., Hjorth, I., Simon, D. P. (2017). *The Risks and Rewards of Online Gig Work At The Global Margins*. Oxford: Oxford Internet Institute.
- Greelane.com. (2021). Retrieved 21 November 2021, from <https://www.greelane.com/tr/bilim-teknoloji-matematik/sosyal-bilimler/gig-economy-4588490/>.
- Gross, S.-A., 2018. *Well-Being and Mental Health in the Gig Economy*. London: University of Westminster Press. DOI: <https://doi.org/10.16997/book32>
- Hedge, A. (2017). *Ergonomic workplace design for health, wellness, and productivity* (1st ed.). Crc Press, Taylor & Francis Group.
- International Labour Organization (ILO). (1984). Psychosocial Factors at work: Recognition And Control. Report of the Joint International Labour Office and World Health Organization on Occupational Health, Ninth Session, 18-24 September 1984. Occupational Safety and Health Series No. 56. International Labour Office
- International Labour Organization (2019). Toplumsal Cinsiyet Eşitliği için Büyük Sıçrama: Herkes için Daha İyi Çalışma Yaşamı Geleceği. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_674831.pdf
- Johnston, H. ve Land-Kazlauskas, C. (2019). Organizing on-Demand: Representation, Voice, and Collective Bargaining in the Gig Economy. *Conditions of Work and Employment Series*. No. 94. ILO, Geneva.
- Ju, W., de Chalendar, A., Reeves, M., ve Bailey, A. (2019). *The new freelancers: Tapping talent in the gig economy*. BCG Henderson Institute.
- Kalleberg, A. L. ve Dunn, M. (2016). Good Job, Bad Jobs in the Gig Economy. *Perspectives on Work*. 10-14.
- Karasek, R. A. (1979). Job Demands, Job Decision Latitude, and Mental Strain: Implications for Job Redesign. *Administrative Science Quarterly*, 24(2), 285–308. <https://doi.org/10.2307/2392498>
- Kirch, W. (2008). Absenteeism. *Encyclopedia of Public Health*, 1–2. https://doi.org/10.1007/978-1-4020-5614-7_7
- Macdonald, L. (2008). Wellness at Work: Protecting and Promoting Employee Well-being. *Occupational Medicine*, 58(3), 225–225. <https://doi.org/10.1093/occmed/kqn004>
- Manyika, J., Lund, S., Bughin, J., Robinson, K., Mischke, J., ve Mahajan, D. (2016). *Independent-Work-Choice-necessity-and-the-gig-economy*. McKinsey Global Institute.
- Marx G.T. (2003) A tack in the shoe: neutralizing and resisting the new surveillance. *Journal of Social Issues*, 59 (2), 369-390
- Mason, J. (2017). *Qualitative researching*. sage.

- Messenger, J. (2018). Working time and the future of work. ILO future of work research paper series.
- Messenger, J. C. (2018). Working time and the future of work. ILO. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---cabinet/documents/publication/wcms_649907.pdf
- Möhlmann M. and Zalmanson L. (2017). Hands on the wheel: navigating algorithmic management and Uber drivers autonomy. Paper presented at the 38th International Conference on Information Systems, Seoul, 10 December 2017.
- Noble House. (2019). *The future of work is anywhere: Gig workforce*. Noble House. <https://thinknoblehouse.com/>
- Özbilgin, M. ve Erbil, C. (2021). Post-hümanist inovasyon: Gig ekonomi özelinde motokuryeli teslimat sektörü üzerinden öneriler. *Sosyal Mucit Academic Review*, 2(1), 22-41
- Santos Silva, M., ve Houwerzijl, M. (2019). Regulating the Autonomy of Gig Workers. A Paternalizing Look into the Consent-Based Platform Work Economy. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3383159>
- Statista Research Department. (2021, January 20). Gig economy: projected gross volume 2023. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1034564/gig-economy-projected-gross-volume/>
- Todolí-Signes, A. (2017). The ‘Gig Economy’: Employee, Self-Employed or the Need for a Special Employment Regulation? *Transfer: European Review of Labour and Research*. ETUI. 23 (2). 193 – 205. doi. 10.1177/1024258917701381.
- Uluslararası Çalışma Örgütü (2020). *İş Yerinde Stres: Ortak Bir Zorluk*. (N_HumaN Danışmanlık, Çev.) N_HumaN Danışmanlık Yayınları (Orijinal Basım Tarihi 2016) ISSN: 9786050646801

ÇALIŞANLARIN ETİK SORUMLULUK ALGILARININ İŞE YOĞUNLAŞMAYA ETKİSİNİN İNCELENMESİ: İŞE İSTEK DUYMANIN ARACILIK ROLÜ

Bekir DEĞİRMENCİ¹

Öz

Günümüz çalışma ortamında kurumsal sürdürülebilirliğin sağlanmasında en önemli ölçüt insan faktörü olarak görülmektedir. İşyerlerinde işe yönelik yüksek çıktılar sağlanması, verimli bir şekilde işletme faaliyetlerinin yürütülmesinde ve günümüz işletmelerinin rekabet ortamına uyum sağlamalarında çalışanların işe yoğunlaşmaları oldukça önemlidir. Bu çalışmada çalışanların işe yoğunlaşmalarında önemli belirleyicileri olarak kabul edilen etik sorumluluk ve işe istek duyma faktörlerinin etkileri araştırılmıştır. Verilerin toplanmasına yönelik anket formu geliştirilmiştir. Çalışmanın evreni Adıyaman, Gaziantep ve Adana illerinde çalışanlar oluşturmaktadır. Anket formunu doldurmayı kabul eden 222 çalışan örneklemini oluşturmaktadır. Hipotezlerin test edilmesine yönelik process macro programından yararlanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda etik sorumluluğun işe istek duymayı etkilediği, işe istek duymanın işe yoğunlaşmayı etkilediği, etik sorumluluğun işe yoğunlaşmayı etkilediği bulunmuştur. Ayrıca etik sorumluluğun işe yoğunlaşma üzerindeki etkisinde çalışanların işe istek duymanın kısmi aracılık etkisinin bulunduğu tespit edilmiştir. Gelecek dönemlerde yapılacak çalışmaların farklı bölgelerde ve farklı kültürlerde yapılması önerilmektedir.

Anahtar kelimeler: Etik Sorumluluk, İşe İstek Duyma, İşe Yoğunlaşma, Çalışanlar

Jel Sınıflandırılması: M10, M12, M14

EXAMINING THE EFFECTS OF EMPLOYEES' PERCEPTIONS OF ETHICAL RESPONSIBILITY ON WORK ABSORPTION: THE MEDIATING ROLE OF WORK VIGOR

Abstract

In today's working environment, the most important criterion in ensuring corporate sustainability is seen as the human factor. It is very important for the employees to concentrate on the work in order to provide high outputs for the work in the workplaces, to carry out the business activities efficiently and to adapt to the competitive environment of today's businesses. A questionnaire form was developed to collect data. The universe of the study consists of employees in Adıyaman, Gaziantep and Adana. The sample consists of 222 employees who agreed to fill out the questionnaire. The process macro program was used to test the hypotheses. As a result of the analyzes made, it was found that ethical responsibility affects the employees' work vigor, the employees' work vigor affects the employees' work absorption, and ethical responsibility affects the work absorption. In addition, it has been determined that there is a partial mediation effect of employees' work vigor in the effect of ethical responsibility on work absorption. It is recommended that future studies be carried out in different regions and different cultures.

Key words: Ethical Responsibility, Work Vigor, Work Absorption, Employees

JEL Classification: M10, M12, M14

¹ Öğr. Gör. Dr., Adıyaman Üniversitesi, bdegirmenci@adiyaman.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5236-5245

1. Giriş

Etik kavramı kökeni Yunancaya dayanmakta olup “ethos” kelimesinden üretilmiştir. En basit anlamıyla törebilimi manasına gelmektedir. İnsanlık tarihi boyunca etik kavramı toplumların önemle üzerinde durduğu bir kavram olmuştur. Kimi zaman iş hayatında uyulması gereken ahlak kuralları olarak açıklanan kavram, kimi zaman bireylerin neyin doğru neyin yanlış olduğunun belirlenmesinde ölçüt olarak kullanılmıştır (Erkol Bayram, 2018: 230). Literatür incelendiğinde etik kavramıyla ilgili oldukça fazla tanım yapıldığı görülmektedir. Bu tanımlardan bazılarına değinmek gerekirse, yapılan bilimsel bir çalışmada etik kavramı; ahlaki yargıları sistemleştirmeye çalışan bir ahlak teorisi şeklinde açıklanmıştır (Olçay vd., 2018: 2). Önel (2021: 27) çalışmasında etik kavramını, bireysel ve toplumsal ilişkilerin temelini oluşturan normlar, kurallar ya da değerler şeklinde açıklamıştır. Yurt dışında yapılan akademik çalışmalardan bazıları incelendiğinde ise etik kavramının işletme, muhasebe, pazarlama, felsefe, sosyoloji, eğitim gibi birçok farklı bilim dalında incelendiği görülmektedir (Blok, 2021; DeTienne vd., 2021; Bhattacharjee ve Singh, 2021). Bir ahlak düşüncesi olan etik kavramı, bireylerin hem özel hem de iş hayatında, amaçlarına ulaşmaları için yapmış oldukları davranışları inceleyen ve bireylerin hayatlarına dair hedeflerinin anlaşılmasını sağlayan düşünce topluluğudur (Arslanboğa, 2016: 29). Etik kavramı neyin iyi neyin kötü, neyin faydalı neyin zararlı, insan davranışlarında nelerin kabul edilebilir nelerin kabul edilemez olduğunu açıklayan ve insanların düşünce, tutum ve davranışlarını belirleyen önemli karar verici mekanizmalardan biri olduğu kabul edilmektedir (Büte, 2011: 172).

Etik kavramıyla ilgili yapılan çalışmalar incelendikten sonra etik sorumluluk kavramına değinilmiştir. Aslında etik sorumluluk denildiği zaman işletmelerde ve çalışanlarda etik kurallara uygun hareket etme bilincinin kastedildiği anlaşılmaktadır. Çalışmanın örneklem grubu çalışanlar olduğu için kavramın çalışanların etik sorumlulukları ekseninde incelemek daha doğru bir yaklaşımdır. Yapılan akademik bir çalışmada etik sorumluluk kavramı, işletme sahiplerinin ve yöneticilerinin; çalışanlarına, paydaşlarına ve çevreye karşı insan hak ve onuruna yakışır şekilde sorumluluk bilinciyle hareket etmeleri şeklinde açıklanmıştır (Karabey ve Battal, 2018: 2251). Yapılan bir başka akademik çalışmada etik sorumluluk kavramı Kurumsal Sosyal Sorumluluk kavramının alt boyutlarından birisi olarak kabul edilmiştir. Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı işletmelerin ve çalışanlarının topluma ve çevreye karşı olan birtakım sorumluluklarını içermektedir. Bunun yanında ilgili çalışmada, etik sorumluluklar, kanunda yer almasalar bile, toplumun üyeleri tarafından beklenen veya istenmeyen faaliyetleri ve uygulamaları içerir. Etik sorumluluklar, tüketicilerin, çalışanların, hissedarların ve toplumun adil ve hakkaniyetli olarak gördüğü şeyleri içeren veya paydaşların ahlaki haklarının korunmasını gözeten standartlar, normlar veya beklentilerden oluşur (Çağla Mutlucan, 2019: 27). Yücel (2022: 216), etik sorumluluk kavramını, “*Kanunların ötesinde, toplumsal norm ve beklentilere uyumlu davranmak*” şeklinde açıklamıştır. Sánchez ve Sánchez (2020: 5), etik sorumluluk kavramını çevreye zarar vermeyi engellemek için çalışma ortamında adil ve adaletli kararlar alınması gerektiği vurgulanmıştır.

Bu çalışma kapsamında işe yoğunlaşmanın öncülleri olduğu düşünülen etik sorumluluk ve işe istek duyma kavramları üzerinde durulmuştur. Çalışanların yapmış oldukları işe yoğunlaşma işteki performans ve işletme verimliliği açısından oldukça önemlidir. Çalışanların iş yerinde kendi işlerine yoğunlaşmaları işletmelerin ekonomik ve etkinlik yönünden pozitif etkilerinin görüleceği düşünülmektedir.

Bu doğrultuda literatürde işe yoğunlaşmanın öncülleri arasında olduğu iddia edilen etik sorumluluk ve işe istek kavramlarıyla birlikte işe yoğunlaşma birlikte inceleyen herhangi bir çalışmaya literatürde rastlanmamıştır. Diğer taraftan etik sorumluluk ile işe yoğunlaşma arasındaki ilişkide işe istek duymanın aracılık etkisi bulunduğu tahmin edilmektedir.

Çalışma kapsamında kullanılan kavramların açıklanması çalışmaya derinlik katar. Bu doğrultuda işe istek duyma, çalışanların işlerinde son derece enerjik hareket ederek işlerine dört elle sarılmaları şeklinde açıklanabilir. Ayrıca işe istek duyma sayesinde çalışanlar, işiyle ilgili konularda kendilerini geliştirebilir ve zorluklar karşısında yılmadan mücadele edebilirler (Aydın, 2019: 11). İşe istek duyma kavramı çalışanların işini yaparken kendilerini enerjik hissetmeleri, işini büyük bir şevkle yapmaları, psikolojik olarak yapmış oldukları işin kendilerini rahatlatması şeklinde açıklanabilir. İşe yoğunlaşma kavramı ise, çalışanların sadece kendi işlerine odaklanmaları ve iş yaparken sadece yapılan işin düşünülmesi şeklinde açıklanmıştır (İnce ve Özbozkurt, 2019: 71). Çalışanların işlerine yoğunlaşması ise, çalışırken işin hızlı bir şekilde geçmesi, kişilerin kendilerini yapmış oldukları işe kaptırmaları ve zamanın hızlı bir şekilde geçmesi şeklinde açıklanabilir.

“Çalışanların etik sorumluluk algılarının, işe istek duymalarının ve işe yoğunlaşma düzeyi arasında nasıl bir ilişki vardır?” sorusunun temel problem olarak kabul edildiği bu çalışmada genel olarak şu sorulara cevap aranmaktadır:

- Çalışanların etik sorumluluk algıları, onların işe istek duyma ve işe yoğunlaşmalarını etkiler mi?
- Çalışanların etik sorumluluk, işe istek duyma ve işe yoğunlaşmaları arasında ilişki var mıdır?
- Çalışanların etki sorumluluk düzeyleri onların işe istek duymalarını etkiler mi?
- Çalışanların işe istek duyma düzeyleri onların yaptıkları işe yoğunlaşmalarını etkiler mi?
- Çalışanların etik sorumluluk düzeyleri işe yoğunlaşmalarını nasıl etkiler?
- Çalışanların etik sorumluluk algılarının işe yoğunlaşmaya olan etkisinde işe istek duymanın aracılık etkisi var mıdır?

sorularına yanıt aranmıştır. Günümüzde çalışanların iş hayatında ve özel yaşamlarında yaşamış olduğu sorunlar nedeniyle işine tam olarak konsantre olamadıkları görülmektedir. Bu doğrultuda genelde yapılan bilimsel araştırmalar çalışanların işine yoğunlaşmalarında etkili olan psikolojik faktörler üzerinde durmaktadır. Çalışma kapsamında, etik sorumluluk kavramının işe yoğunlaşmanın önemli bir tetikleyisi olduğu iddia edilmiştir. Çalışmanın temel amacı, çalışanların işe yoğunlaşmalarında etik sorumluluk ve işe istek duymanın etkilerinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda literatür incelenerek araştırma modeli oluşturulmuş ve hipotezler geliştirilmiştir. Araştırma modeline uygun olarak dört hipotez geliştirilmiştir. Geliştirilen hipotezler basit regresyon analizi ve aracılık etki analizleriyle test edilmiştir.

Çalışma kapsamında uyarlanan ölçek anket yöntemiyle uygulamalı olarak gerçekleştirilmiştir. Anket formu iki kısımdan oluşmaktadır. Bunlar; kişisel bilgi formu ve ölçüm soruları şeklinde sıralanmaktadır. Verilerin toplandığı Mayıs ve Haziran 2021 iki aylık sürecin pandemi dönemine rast gelmesi ve birçok işyeri sahibinin çalışanlarına yönelik anket uygulamasına müsaade etmemesi nedeniyle çalışma çevrimiçi (google forum) olarak gerçekleştirilmiştir. Diğer taraftan pandemi döneminde birçok çalışanın işini evinden yürütmesi nedeniyle yüzyüze anket uygulaması gerçekleştirilememiştir. Tüm bu olumsuz tablo karşısında katılımcı sayısı 222 kişiyle sınırlı sayıda katılımcıyla gerçekleştirilmiştir.

Çalışanların etik sorumluluğa yönelik tutumlarının ve işe istek duymalarının onların işe yoğunlaşmalarında dolayısıyla da verimliliklerinin yükseleceğini düşünülerek tasarlanan bu çalışmadan elde edilen bulguların literatüre olumlu katkı sağlayacağı iddia edilmektedir.

2. Literatür Taraması Ve Hipotezlerin Geliştirilmesi

Çalışmanın bu kısmında çalışma modelinde kullanılan kavramların yani “etik sorumluluk, işe istek duyma ve işe yoğunlaşma” kavramlarına yapılan literatür çalışmaları incelenmiştir. Burada literatürde yer alan benzer çalışmaların tamamını çalışma kapsamında incelemek mümkün değildir. Bu nedenle yapılan incelemelerle çalışma sınırlandırılmıştır.

Çalışanların etik sorumlulukları, resmi hukukun bir parçası olmayan fakat toplumu oluşturan bireyler tarafından işletmelerden beklenen ve çalışanların işyerinde nasıl davranmaları gerektiğiyle ilgili tutumlarını içermektedir. İşletmelerin varlığını devam ettirebilmeleri için, yasalara saygılı olması, toplumla ilişki içinde olması ve etik standartlara göre davranılması konusunda daha dikkatli hareket etmelerini gerektirmektedir (Davis vd., 2021: 767). Etik sorumluluk, işyerinde karar alma mekanizmasının önemli bir parçası olarak görülmektedir. İşletmelerin verimlilik ve etkin çalışmasında, çalışanların ve yöneticilerin etik sorumluluk bilinciyle hareket etmeleri önemsenmektedir. Çalışanların etik sorumluluk algılarının işe yoğunlaşmalarını arttırdığı iddia edilmektedir (Erkol Bayram, 2018: 229).

İş yaşamında işe bağlılık Utrecht İşe Bağlılık (UWES) ile ölçülmektedir. İşe bağlılık ölçeğinin üç alt boyutu bulunmaktadır. Bunlar; işe istek duyma, işe adanma ve işe yoğunlaşma şeklinde sıralanmaktadır (Eryılmaz ve Doğa, 2012: 50). Bu çalışmada işe adanma çalışma dışında tutulmuştur. Çalışanların etik sorumluluk bilinciyle hareket etmelerinin işe adanmadan daha önemli etkileri olduğu düşünülmektedir. Buna karşın işe adanmanın oldukça bir performans ölçütü olduğu unutulmamıştır. Daha önce işe adanmayla ilgili birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmada “işe istek duyma, işe yoğunlaşma ve işe adanma” ilişkisinde işe adanma modelin dışında tutulmuştur. Bu değişkenin yerine etik sorumluluk kavramı çalışma modeline dahil edilmiştir. Daha önce literatürde benzer bir çalışmanın olmaması ve ilk defa işe bağlılık ölçeğinin alt boyutları işe istek duyma ve işe yoğunlaşma ilişkisinin içerisine etik sorumluluk değişkeninin dahil edilmesi ve bu üçlü ilişkinin test edilmesi literatüre farkındalık katacağı iddia edilmektedir.

Aydın (2019) yapmış olduğu çalışmada işe istek duyma kavramını, çalışanların işlerine sıkı bir şekilde sarılmaları şeklinde açıklanmıştır. Bazı çalışmalarda dinçlik boyutu olarak adlandırılan işe bağlılığın bu boyutu, çalışanların yaptıkları işi geliştirmeye yönelik çabalarını ve zorluklar karşısında işlerine devamlılık gösterme davranışları şeklinde ifade edilmektedir (Aydın, 2019: 11). Altunok (2019) yapmış olduğu çalışmada işe yoğunlaşmayı; bireylerin çalışırken sadece işlerine konsantre olmaları, bireylerin kendilerini işlerine odaklanarak etraftaki diğer olup bitenlere kayıtsız kalmalarını, çalışmalarına ara vermeden uzun süre soluksuz bir şekilde çalışmalarını gerektiğine inanmaları olarak kavrama açıklık getirilmiştir (Altunok, 2019: 17). İşine yoğunlaşan ve işine istek duyan çalışanların hem çalıştıkları işyerine hem de kendilerine olumlu bir takım katkılar sağlandığı görülmektedir. Bu katkılar bireysel düzeyde; çalışanın beklentilerinin gerçekleşmesi, çalışan sağlığı, çalışan mutluluğu, performansta yükselişe bağlı olarak işten duyulan tatmin şeklinde açıklanabilir.

İşe istek duymanın ve işe yoğunlaşmanın örgütsel manada etkileri ise çalışanların örgütsel kimlik kazanmaları ve çalıştıkları işyerini her yerde övmeleri, işyerinin rakiplere karşı savunulması, çalışanların üst düzey çaba göstermelerinden dolayı müşteri tatmini, satış ve kârlılık üzerinde pozitif etkileri, müşteri sadakati, çalışanların örgütte kalma eğiliminin artması, dolayısıyla personel devir hızının düşmesi, çalışan performansında artış şeklinde açıklanabilir (Durgut ve Günay, 2020: 155).

Saç (2009) yılında yapmış olduğu çalışmada çalışanlarına karşı etik sorumluluklarını yerine getiren işletme sahipleri ve yöneticileri, çalışanların örgütsel bağlılıklarının yüksek olabileceğine yönelik bulgular ortaya çıkarılmıştır (Saç, 2009: 79). Büte (2011) yılında yapmış olduğu çalışmada, işyerlerinde görülen etik sorumluluk uygulamalarının, örgütsel güven ve bireysel performans üzerinde olumlu etkilere sahip olduğunu tespit etmiştir. Çalışanlarda varolan etik sorumluluğa yönelik tutumların, müşteriler tarafından örgüte duyulan güveni artırdığı iddia edilmiştir. Ayrıca örgütsel güveninin çalışanların kişisel performansını olumlu bir şekilde etkilediği tespit edilmiştir (Büte, 2011: 171). Konuyla ilişkili literatürde yer alan benzer bir çalışmada, çalışanların motivasyonları yüksek tutulduğunda işe bağlılık düzeyinin arttığı tespit edilmiştir (Altunok, 2019: 18). Tanrıverdi ve Sarıhan (2019) yapmış oldukları çalışmada, işe istek duyma ve depresyon arasında olumlu ilişkinin bulunduğunu tespit ettiler. Bir diğer tespit ise, çalışanların işlerindeki istek seviyeleri arttığında, depresyon, duygusal tükenme ve duyarsızlaşma gibi olumsuz psikolojik duygularda köreme olduğu tespit edilmiştir (Tanrıverdi ve Sarıhan, 2014: 223). Tüm bu bilgiler ışığında aşağıda yer alan hipotez geliştirilmiştir.

H1: Etik sorumluluk işe istek duymayı pozitif ve anlamlı bir şekilde etkiler.

Baker vd. (2006) yaptıkları çalışmada çalışanların etik sorumluluk algılarının örgütsel bağlılığı arttırdığını tespit ettiler. Ayrıca çalışmalarında etik sorumluluk sahibi olmalarının olumlu örgütsel vatandaşlık davranışlarını geliştirdiğini bulguladılar (Akt. Erkol Bayram, 2018: 229). Literatürde bir başka çalışmada ise, işe adanmışlık ve yönetsel inovasyon arasında pozitif yönlü ve orta dereceli bir ilişki ortaya çıkarılmıştır (Durgut ve Günay, 2020: 149). Yapılan araştırmalarda, işe bağlılığın kurumla özdeşleşme, örgütsel bağlılık, pozitif örgütsel davranış ve örgütsel vatandaşlık davranışı, kurumsal verim ve personel devir hızıyla azalma ile pozitif yönde; işten ayrılma eğilimi, iş değiştirme, devamsızlık ve işe geç kalma ile negatif yönde ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Aydın, 2019: 13). Tanrıverdi ve Sarıhan yapmış oldukları çalışmada, işe yoğunlaşma ile depresyon, duygusal tükenme, duyarsızlaşma, düşük kişisel başarı hissi ve genel tükenmişlik düzeyi arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki bulunduğunu ortaya çıkarmışlardır. Bu doğrultuda, işe yoğunlaşma arttıkça veya azaldıkça ters doğrultuda depresyon, duygusal tükenme, duyarsızlaşma, düşük kişisel başarı hissi ve genel tükenmişlik düzeyi azalmakta veya artmaktadır (Tanrıverdi ve Sarıhan, 2014: 223). İnce vd. (2020: 246) yapmış oldukları akademik çalışmada, işe istek duyma ve işe yoğunlaşma arasında güçlü düzeyde pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunduğunu tespit ettiler. Bu bilgiler ışığında H2 hipotezi şu şekilde geliştirilmiştir.

H2: İşe istek duyma, işe yoğunlaşmayı pozitif ve anlamlı bir şekilde etkiler.

Etik sorumlulukla ilgili geliştirilen ölçeklerde yer alan ifadeler, etiğin kişinin başarısına nasıl katkıda bulunduğunu, bir kişinin çocuklarının eğitiminde etiğe yer verip vermediğini, aile bireylerinin dürüstlük konusunda nasıl eğitildiğini ve kişinin başkalarına zarar verip vermediğini yansıtmaya şeklinde açıklanmıştır.

Etik sorumluluklar, katı yasallığın ötesinde adil ve ahlaki olarak toplum tarafından kabul gören kuralları da içerir (Davis vd., 2021: 773). Yapılan bir araştırmada, işe yoğunlaşma ile işe adanma arasında pozitif korelasyon olduğu tespit edilmiştir. Buna göre işine yoğunlaşan bireylerin işine kendilerini daha çok adadıkları ve işlerini severek yaptıkları ortaya çıkarılmıştır. İlgili çalışmada, içsel motivasyon ile işe yoğunlaşma arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Çıkan sonuca göre içsel motivasyonu yüksek olan çalışanların işlerine daha fazla yoğunlaşmaları raporlanmıştır (Altunok, 2019: 17). Yapılan bir başka çalışmada ise, tükenmişlik, işe bağlılık ve depresyon arasında ilişki tespit edilmiştir.

Buna göre çalışanların işe bağlılık düzeyleri arttıkça depresyon ve tükenmişlik seviyelerinde düşmeler meydana geldiği bulgulanmıştır (Tanrıverdi ve Sarıhan, 2014: 206). Yapılan literatür araştırmasında etik sorumluluk ve işe yoğunlaşma ilişkisini ortaya koyan benzer bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ayrıca etik sorumluluğun işe yoğunlaşmaya etkisinde işe istek duymanın aracılık etkisine yönelik benzer bir çalışmaya literatürde rastlanmamıştır. Etik sorumluk, işe yoğunlaşma ve işe istek duyma arasındaki ilişkinin daha önce araştırılmamış olması bu çalışmanın orjinalliğini desteklemektedir. Ayrıca elde edilen bulguların gelecekte yapılması planlanan çalışmalara rehber olacağı düşünülmektedir. Tüm bu koşullar altında aşağıda yer alan hipotezler geliştirilmiştir.

H3: Etik sorumluluk, işe yoğunlaşmayı pozitif ve anlamlı bir şekilde etkiler.

H4: Etik sorumluluğun işe yoğunlaşmaya etkisinde işe istek duymanın aracılık rolü vardır.

3. Yöntem

Bu çalışma; çalışanların işe yoğunlaşmalarında etkili olduğu düşünülen etik sorumluluk algısı ve etik sorumluluk kavramlarının yani etik sorumluluk, işe istek duyma ve işe yoğunlaşma arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırma modeli incelendiğinde, etik sorumluluk bağımsız değişken, işe istek duyma bağımlı değişken ve işe istek duyma kavramı aracı değişken olarak kullanılmıştır. Nicel yöntemin kullanıldığı bu çalışmada anket formundan faydalanılarak veri toplanmıştır. Çalışmanın evrenini Türkiye’de çalışan grubu oluşturmaktadır. Bu kapsamda veriler; Adıyaman, Gaziantep ve Adana’da yaşayan çalışanlar bu çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Verilerin toplanmasına yönelik kolayda örnekleme yönteminden faydalanılmıştır. Anket formunun uygulanmasına yönelik Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu’nun 28 Nisan 2021 tarih ve “E--804.01 BABBF3” sayılı kararı ile gerekli izinler alınmıştır. Sonrasında 2021 yılı Mayıs ve Haziran aylarında veri toplanmıştır. Geliştirilen anket formuna ilişkin katılımcı sayısını belirlemede Erbaşı (2019) yılında yapmış olduğu çalışmada değinilen kriterler baz alınmıştır. İlgili çalışmaya göre iki yöntemden bahsedilmiştir. Bunlar sırasıyla, ilk olarak; örneklem grubunun belirlenmesinde ölçekte yer alan toplam madde sayısının 5 katı olmalıdır kuralından hareket edilmiştir. Bir başka çalışmada ise örneklem grubunun büyüklük ölçütü; “50” katılımcı için çok kötü, “100” katılımcı için kötü, “200” orta, “300” iyi, “500” çok iyi ve “1000” ve daha fazlası mükemmel olarak sınıflandırılmıştır (Erbaşı, 2019: 10). Bu ölçütler dikkate alındığında bu çalışma için 17 ölçek maddesi için her bir madde 5’le çarpılmış ve minimum katılımcı sayısı “85” kişi olduğu tespit edilmiştir. Anket formunu doldurmaya rıza gösteren 222 kişiden veriler toplanmıştır. Örneklem sayısının evreni temsil etme gücünün olduğu varsayılmıştır.

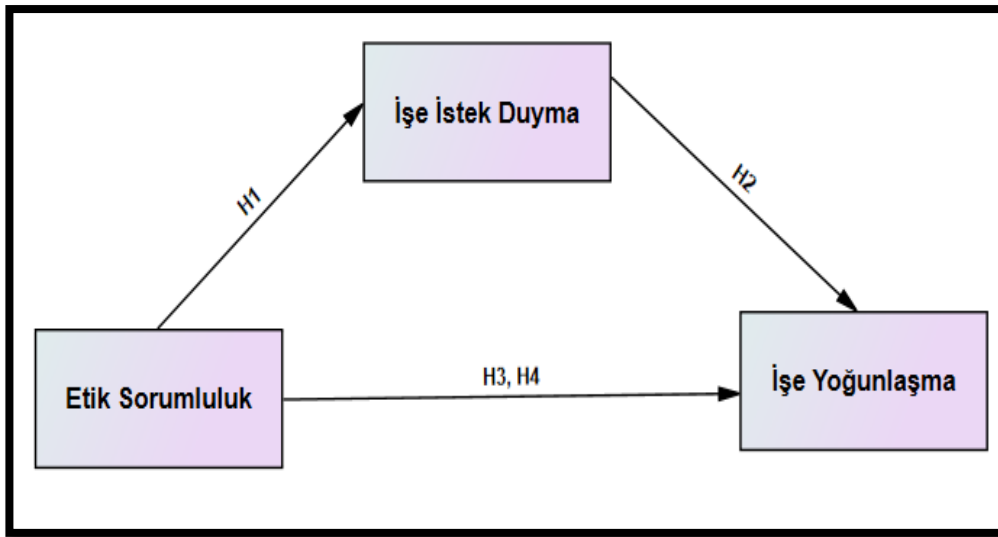
3.1. Kullanılan Ölçekler

Çalışma kapsamında daha önce geliştirilen iki ölçekten faydalanılmıştır. Bunlardan birisi etik sorumluluk ölçeğidir. Diğeri ise işe istek duyma ve işe yoğunlaşmadan oluşan ölçektir. Çalışanların etik sorumluluk düzeylerini ölçmek için Devis vd. (2021) tarafından geliştirilen etik sorumluluk ölçeğinden faydalanılmıştır. Ölçek tek faktörden oluşmaktadır. Bu faktör beş ifadeden oluşmaktadır. Bu ifadelerden bazıları şu şekildedir: “Etik konular, iş ve özel hayatımda doğru kararlar almam açısından önemlidir. Bir diğer ifade, “başkalarından çıkar sağlayabilme imkanım olmasına rağmen hiçbir zaman bunu yaparak insanlara zarar vermedim.” şeklindedir. Ölçekte yer alan ifadeleri ölçmek için 5’li likert ölçeği kullanılmıştır.

Bu ifadelerin puanlaması ise “1=kesinlikle katılmıyorum, 2= katılmıyorum, 3= orta, 4= katılıyorum ve 5= kesinlikle katılıyorum” şeklindedir. Çalışanların işe istek duyma ve işe yoğunlaşmalarını ölçmek için Schaufeli ve Bakker (2003) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Her ne kadar orijinal ölçek üç faktör yani “işe istek duyma”, “işe adanma” ve “işe yoğunlaşma” şeklinde üç faktörlü bir yapıyı ortaya koysada “işe adanma” çalışmanın kapsamı dışında tutulmuştur. İşe istek duyma faktörüne ilişkin 6 maddeye yer verilmiştir. Bu maddelerden bazıları; “İşimde kendimi enerjik hissedirim. İşimde kendimi dinç hissedirim.” şeklindedir. Çalışma kapsamında kullanılan bir diğer değişken ise işe yoğunlaşmadır. İşe yoğunlaşmayı açıklayan bazı maddeler, “İşyerinde çalışırken zaman çok hızlı geçmektedir. Sıkı bir şekilde çalışırsam kendimi mutlu hissedirim.”şeklindedir. Çalışanın son kısmında ise “kişisel bilgi formuna” ilişkin 7 ifadeye yer verilmiştir. Bu ifadeler sırasıyla “cinsiyet, medeni durum, yaş, aylık gelir, çalıştığınız kurum, meslek bilgisi ve son olarak eğitim düzeyini” kapsamaktadır. Anket formunda çalışanların işe yoğunlaşmalarında etkili olan 17 ifade ve kişisel bilgi formunu kapsayan 7 ifadeyle birlikte toplamda 24 ifadeye kapsamaktadır.

3.2. Araştırma Modeli

Çalışmanın bu kısmında literatür incelemesi sonucu oluşturulan araştırma modeline yer verilmiştir. Bu doğrultuda Şekil 1’de görüldüğü gibi araştırma modeli şu şekilde geliştirilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Şekil 1’de görüldüğü gibi çalışma kapsamında üç faktör kullanılmıştır. Bunlar; etik sorumluluk, işe istek duyma ve işe yoğunlaşma şeklindedir. Araştırma modeline dayanılarak 4 hipotez geliştirilmiştir. Bunlar şu şekildedir;

H1: Etik sorumluluk işe istek duymayı pozitif ve anlamlı bir şekilde etkiler.

H2: İşe istek duyma, işe yoğunlaşmayı pozitif ve anlamlı bir şekilde etkiler.

H3: Etik sorumluluk, işe yoğunlaşmayı pozitif ve anlamlı bir şekilde etkiler.

H4: Etik sorumluluğun işe yoğunlaşmaya etkisinde işe istek duymanın aracılık rolü vardır.

3.3. Keşfedici Faktör Analizi

Nicel çalışmalarda genellikle toplanan verilere yönelik sağlıklı analizlerin yapılabilmesi için ilk olarak geçerlilik ve güvenilirlik sağlanması gerekmektedir. Bunun içinde genellikle akademik çalışmalarda; keşfedici faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi, benzeşme geçerliliği, ayırma geçerliliği, güvenilirlik analizi ve korelasyon analizi gibi ölçeklerde başvurulan bir takım istatistik analiz yöntemlerine başvurulmaktadır. Bu çalışmada oluşturulan ve üç faktörlü bir yapıyı kapsayan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğini test etmek için ilk olarak keşfedici (açımlayıcı) faktör analizine başvurulmuştur. Faktör analizi aşamasında ilk olarak örneklem sayısının yeterliliğini gösteren Kaiser Meyer Olkin (KMO) testi yapılmıştır. Ayrıca bu aşamada Bartlett küresellik testine ilişkin analiz sonuçlarına Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo 1. KMO ve Barlett Test sonuçları

		Değerler
Kaiser Meyer Olkin Örneklem Yeterliliği Testi		0,890
	Yaklaşık Ki-kare (X²)	2488,557
Bartlett Küresellik Testi	Serbestlik Derecesi (df)	136
	p	0,000

Tablo 1’de görüldüğü gibi KMO testi sonucu 0,890 olduğu tespit edilmiştir. Bu oran kabul edilebilir eşik değer olan “0,60” değerinin oldukça üstünde yer almaktadır (Değirmenci, 2021: s. 89). Bu sonuca göre eşleştirilen faktörlerin korelasyonların diğer boyutları tarafından yeterli düzeyde açıklandığı, örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu ve örneklem grubunun temel bileşenler analizine uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Korelasyon matrisinin birim matris eşit olup olmadığı hipotezini test eden Bartlett testi sonucunda ölçek istatistik yönünden anlamlı X² sonucunu (Erbaşı, 2019: s. 12) ortaya koymuş (x²= 2488,557, df= 136, p= 0,000) ve bu değerlere göre çalışma kapsamında kullanılan üç faktör arasında ilişkinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

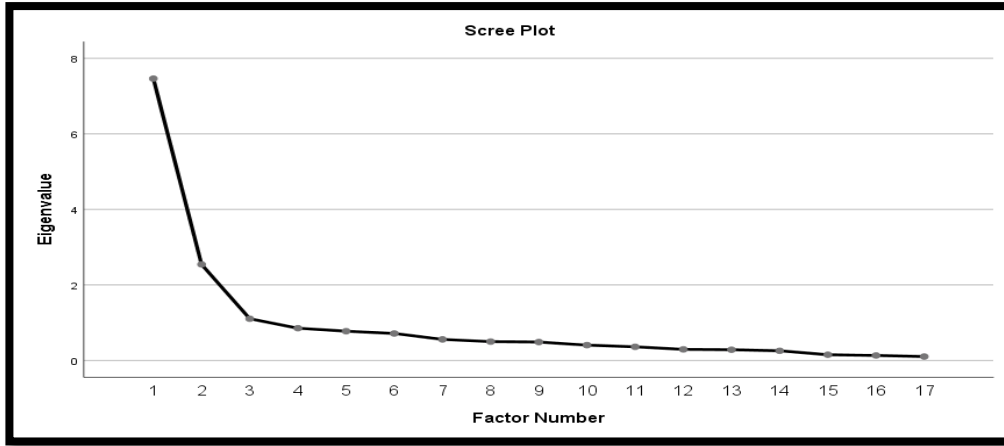
Keşfedici faktör analizi ile temel faktörlerin keşfedilmesi hedeflenmektedir.

Bu noktada çalışmada kullanılan ölçeğin faktör desenini ortaya çıkarmak amacıyla faktörleşme yöntemi olarak maksimum olabilirlik yöntemi kullanılmıştır. Ölçekte kullanılan ifadelerle ilişkin faktör sayısını belirleyebilmek için yamaç birikinti grafiği, özdeğerler ve varyans yüzdelerinden faydalanılmıştır. Faktörlerin toplam varyansı açıklama oranlarına ilişkin bulgular Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Faktörlerin Toplam Varyansı Açıklama Oranı

Faktör	Toplam	Başlangıç Özdeğerleri		Döndürülmüş Değerler		
		Açıklanan Varyans Yüzdesi	Kümülatif Açıklanan Varyans Yüzdesi	Toplam	Açıklanan Varyans Yüzdesi	Kümülatif Açıklanan Varyans Yüzdesi
1	7,462	43,895	43,895	6,856	40,332	40,332
2	2,544	14,966	58,861	2,039	11,992	52,324
3	1,105	6,502	65,363	1,082	6,367	58,691

Faktörleme sürecinde elde edilen yamaç birikinti grafiği şekil 2’de gösterilmiştir.



Şekil 2. Ölçeğin Faktör Sayısına İlişkin Yamaç Birikinti Grafiği

Çalışma kapsamında kullanılan faktörlerin güçlü korelasyona sahip olduğunu belirlemek için döndürülmüş birleşenler matrisi üretilerek maddelerin binişliklik ve faktör yük değerlerinin kabul düzeyleri incelenmiştir. Maddelerin belirlenmesinde boyutlarının öz değerlerinin 1’in üstünde bir değere sahip olması, madde yük değerlerinin en az “0,32” olması maddelerin tek faktörde yer alması ve iki faktöre yüklemeye yapan maddeler arasında faktör yük değerlerinin en az “0,10” fark olmasına dikkat edilmiştir (Erbaşı, 2019: s. 13). Döndürme yöntemi olarak “direct oblimin” kullanılmıştır. Tablo 3’te maddelerin yük değerlerine yer verilmiştir.

Tablo 3. Ölçeğe İlişkin Faktör Yük Değerleri

Madde Numarası	Etik Sorumluluk	İşe İstek Duyma	İşe Yoğunlaşma
Eth1	0,926		
Eth2	0,938		
Eth3	0,750		
Eth4	0,440		
Madde Numarası	Etik Sorumluluk	İşe İstek Duyma	İşe Yoğunlaşma
Eth5	0,578		
Iseis1		-0,867	
Iseis2		-0,910	
Iseis3		0,374	
Iseis4		0,412	
Iseis5		0,486	
Iseis6		0,546	
Iseyog1			0,598
Iseyog2			0,853
Iseyog3			0,695
Iseyog4			0,933
Iseyog5			0,942
Iseyog6			0,546

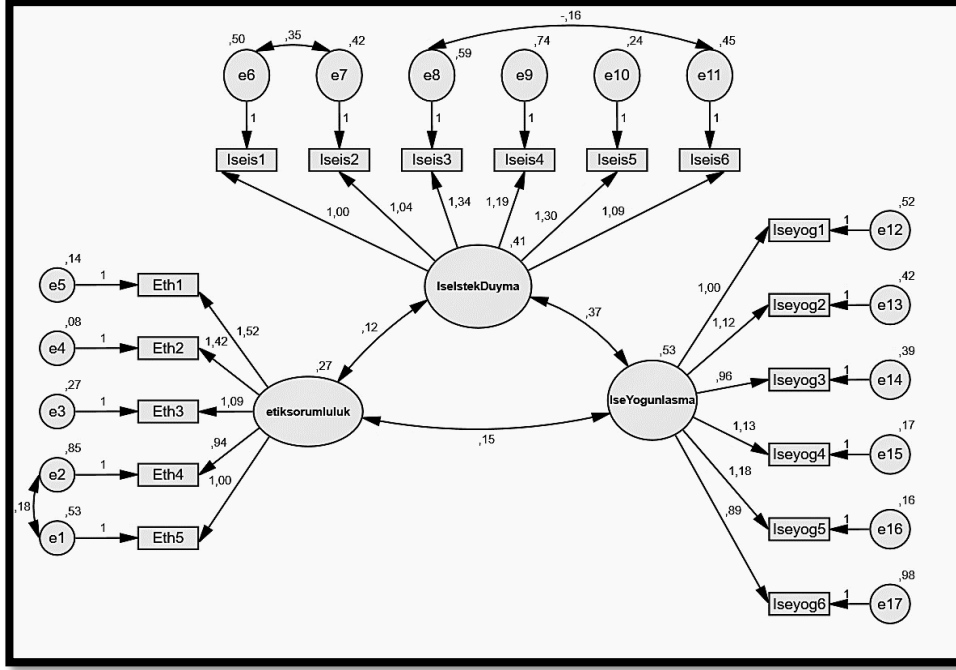
KMO: 0,890; Bartlett χ^2 =2488,557, df= 136, p=0.000

Tablo 5'te görüldüğü gibi faktör yük değerleri “0,412 ila 0,942” arasında yer aldığı ve 3 faktörlü ve 17 maddeden oluşan ölçek yapısı kabul edilmiştir.

3.4. Doğrulayıcı Faktör Analizi

Çalışmanın bu kısmında doğrulayıcı faktör analizine ilişkin analizlere yer verilmiştir. Erbaşı (2019) çalışmasında açıkladığı gibi doğrulayıcı faktör analizi ile yapılmak istenen yapısal geçerlilik testidir. Bu analiz nedicesinde elde edilen yapının uygunluğu test edilmiş ve araştırmada kullanılan faktörlerin kalitesi ortaya çıkarılmıştır (Erbaşı, 2019: s.16). Değirmenci (2021) yılında yapmış olduğu çalışmada doğrulayıcı faktör analizi ile önceden geliştirilen ölçeklerin özgün yapısının toplanan veriler ile doğrulanıp doğrulanamayacağını ortaya konulması için bu analizin yapılması gerektiğinden bahsetmiştir (Değirmenci, 2021: 94).

Çalışmanın bu aşamasında üç aşamadan oluşan bir yol takip edilmiştir. İlk olarak Path diyagramından yararlanılarak ölçüm modeli oluşturulmuştur. İkinci aşamada uyum iyiliği indeksleri incelenerek ölçüm modeli sınanmıştır. Son olarak güvenilirlik incelemeleri ile ölçüm modeli değerlendirilmiştir (Erbaşı, 2019: 17). Çalışma kapsamında kullanılan ölçeğe ilişkin ölçüm modeline yönelik Path diyagramı şekil 3'te gösterilmiştir.



Şekil 3. Ölçek Modeline ait Path Diagramı

Şekil 3'te yer alan path diagramının son şekli oluşturulana kadar ilk olarak M.I. (düzeltme indisleri) değeri e6 ile e7 arasında "112,986" oldukça yüksek olduğu için kovaryans çizilmiştir. Sonra analiz tekardan yapılmıştır. Daha sonra istenen değerlere ulaşılamamış ve e1 ve e2 arasında modification indices (M.I.) değeri 15,360 çıkmış ve bu nedenle e1 ve e2 hata terimleri arasında kovaryans çizilmiştir. Son olarak üçüncü kez analiz yapılmış ve istenen uyum iyiliği değerlerine ulaşamadığı için yani e8 ve e11 arasında düzeltme indisi "11,288" çıkmış ve e8 ile e11 arasında kovaryans çizilmiştir. Sonrasında yapılan analiz neticesinde şekil 3'te görüldüğü üzere son halini almıştır. Tablo 4'te ise uyum iyilik indeks değerlerine yer verilmiştir.

Tablo 4. Uyum İyiliği İndeksleri

İndeks	Sonuç
X ² /sd	1,939
GFI	0,90
AGFI	0,862
CFI	0,956
RMSEA	0,065
RMR	0,060

Tablo 4'te görüldüğü gibi uyum iyiliği indeksleri kabul edilebilir sınırlar içerisinde yer almaktadır (Değirmenci, 2021; Erbaş, 2019; Yaşlıoğlu, 2017).

Ölçek değerlendirme aşamasının son basamağında güvenilirlik analiz sonuçlarına değinilmiştir. Çalışma kapsamında kullanılan ölçeğin güvenilirliğini test etmek amacıyla cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı hesaplanmış ve Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Ölçeğin Faktörlerine İlişkin Cronbach Alfa Değerleri

Boyutlar	Madde Sayısı	Cronbach Alfa Değeri
Faktör 1: Etik Sorumluluk	5	0,704
Faktör 2: İşe İstek Duyma	6	0,873
Faktör 3: İşe Yoğunlaşma	6	0,885
Tüm Ölçek	17	0,914

Tablo 5’te görüldüğü gibi ölçeğe ilişkin tüm boyutların güvenilir olduğu ortaya konmuştur.

3.5. Tanımlayıcı İstatistikler Ve Korelasyonlar

Çalışmanın bu kısmında değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler (ortalama, standart sapma) ve korelasyon matrisine yer verilmiştir. Tablo 6’da yapılan analize ilişkin sonuçlara yer verilmiştir.

Tablo 6. Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Korelasyon Değerleri

Faktörler	Ortalama	Standart Sapma	1	2	3
Faktör 1: Etik Sorumluluk	4,39	0,69	1		
Faktör 2: İşe İstek Duyma	3,80	0,80	0,345**	1	
Faktör 3: İşe Yoğunlaşma	3,81	0,81	0,355**	0,749**	1

**Korelasyon katsayıları 0.01 seviyesinde anlamlıdır (Tek-Kuyruklu).

Tablo 6’da görüldüğü gibi işe istek duyma ile etik sorumluluk arasında anlamlı ve olumlu ilişki bulunduğu görülmektedir ($r= 0,345$ ve $p= 0,000$). Ayrıca işe yoğunlaşma ve etik sorumluluk arasındaki ilişki anlamlı ve onumludur ($r= 0,355$ ve $p= 0,000$). Son olarak işe yoğunlaşma ve işe istek duyma arasındaki ilişki anlamlı ve olumlu düzeydedir ($r= 0,749$ ve $p= 0,000$). Değişkenler arasındaki en yüksek ilişki işe yoğunlaşma ve işe istek duyma arasındadır. En düşük ilişki ise işe istek duyma ile etik sorumluluk arasındadır.

3.6. Bulgular

Çalışmanın bu kısmında kişisel bilgi formu, basit ve aracılık etki analizine ilişkin bulgulara yer verilmiştir. İlk olarak kişisel bilgi formunda katılımcılara yöneltilen, “cinsiyet, medeni durum, yaş, aylık gelir, çalışılan kurum, meslek ve eğitim düzeyi”ne ilişkin ifadelerden elde edilen verilere ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 7. Kişisel Bilgi Formu Bulguları

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Eğitim	Frekans	Yüzde
Kadın	82	36,9	İlköğretim	9	4,1
Erkek	140	63,1	Lise	54	24,3
Medeni Durum	Frekans	Yüzde	Önlisans	6	2,7
Bekar	54	24,3	Lisans	109	49,1
Evli	161	72,5	Yüksek lisans	25	11,3
Boşanmış	7	3,2	Doktora	19	8,6
Yaş Aralığı	Frekans	Yüzde	Aylık Gelir	Frekans	Yüzde
18 yaş altı	15	6,8	3000 TL ve altı	37	16,7
18-25	44	19,8	3001-4500	49	22,1
26-32	61	27,5	4501-6000	67	30,2
33-40	70	31,5	6001-7500	34	15,3
41-47	29	13,1	7501-9000	14	6,3
48 ve üstü	3	1,4	9001 ve üstü	21	9,5
Çalıştığınız Kurum	Frekans	Yüzde	Mesleğiniz	Frekans	Yüzde
Kamu	135	60,8	Memur	102	45,9
Özel	87	39,2	İşçi	43	19,4
			Yönetici	18	8,1
			Esnaf	19	8,6
			Diğer	40	18

Tablo 7 incelendiğinde katılımcıların %63,1'inin erkeklerden oluştuğu görülmektedir (n=140). Katılımcıların medeni durumu incelendiğinde en fazla katılımın %72,5 evlilerden oluştuğu görülmektedir (n= 161). Yaş aralığı bakımından incelendiğinde en fazla katılımın %31,5 katılım oranı ile 33-40 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların eğitim seviyeleri incelendiğinde en yüksek katılım oranının %49,1 oranı ile fakülte mezunları olduğu tespit edilmiştir (n= 109). Aylık gelir açısından kişisel bilgi formu incelendiğinde en fazla katılımın %30,2 ile 4501-6000 arasında gelir düzeyine sahip katılımcılardan oluştuğu tespit edilmiştir (n= 67). Katılımcılar çalıştığı kurum bakımından incelendiğinde ise en yüksek katılımın %60,8 ile kamu sektöründe çalışanlardan oluşmaktadır (n= 135). Katılımcılar meslek grubu bakımından incelendiğinde ise en fazla katılımın %45,9 ile memurlardan oluştuğu tespit edilmiştir (n= 102).

Tablo 8'de ise çalışma kapsamında oluşturulan 4 hipoteze ilişkin basit ve aracılık etki analizlerine yer verilmiştir. Hipotezlerin test edilmesine yönelik Hayes (2013) tarafından geliştirilen PROCESS makro (17.0 versiyonu) programından faydalanılmıştır. Analizlerde bootstrap tekniği ile 5000 yeniden örneklem seçeneği tercih edilmiştir. Geliştirilen hipotezlerin desteklenmesi için analiz neticesinde elde edilen (%95) güven aralığındaki (confidence interval, CI) değerlerinin 0 (sıfır) değerini içermemesi gerekmektedir (Değirmenci ve Aytakin, 2021: s.596-597). Hipotezler baz alındığında ilk olarak etik sorumluluğun işe istek duyma üzerindeki etkisi incelenmiştir.

İkinci olarak işe istek duymanın işe yoğunlaşma üzerindeki etkisi incelenmiştir. Üçüncü olarak etik sorumluluğun işe yoğunlaşma üzerindeki etkisi incelenmiştir. Son olarak etik sorumluluğun işe yoğunlaşma üzerindeki etkisinde işe istek duymanın aracılık etkisi incelenmiştir. Geliştirilen 4 hipotezin test edilmesinde Process programından model 4 kullanılmıştır.

Tablo 8. Basit ve Aracı Etkilere İlişkin Bulgular

	İşe İstek Duyma		İşe Yoğunlaşma		95% bias-corrected bootstrap CI	
	Model (1)	95% bias-corrected bootstrap CI	Model (2)	95% bias-corrected bootstrap CI	Model (3)	95% bias-corrected bootstrap CI
Constant	2.05*** (.32)	[1.41, 2.69]	.51* (.25)	[.0188, 1.0013]	1.99*** (.33)	[1.34, 2.63]
EthS	.398*** (.073)	[.253, .542]	.13* (.06)	[.0204, .2371]	.42* (.07)	[.2700, .5600]
IseIst			.72*** (.05)	[.6257, .8135]	.72*** (.048)	[.6257, .8135]
R²	.12			.57		
F Değeri	29.670***			146.3070***		
Model 4					Model (4)	
					Aracılık	
					Etki	
					Sonuçları	
Eths ve						
IseIst						
birlikte					.29* (.74)	[.1404, .4279]
Dolaylı						
Etkisi						

Kısaltmalar: EthS= Etik Sorumluluk, IseIst= İşe İstek Duyma

Not. *p< .05, **p<.01, ***p<.001, S.H.: Standart Hata, Standardize edilmemiş beta katsayıları (b) raporlanmıştır.

Parantez içerisindeki değerler hata katsayılarıdır. Standardize edilmemiş beta katsayıları (b) raporlanmıştır.

Tablo 8 incelendiğinde, ilk olarak etik sorumluluğun işe istek duyma üzerindeki etkilerine ilişkin analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Tablo 8’den elde edilen bulgulara göre etik sorumluluk çalışanların işe istek duymalarını anlamlı ve olumlu bir şekilde etkiler (b= .398, %95 CI [.253, .542], p<.001). Etik sorumluluk çalışanların işe istek duyma üzerindeki değişiminin %12’sini açıklamaktadır. Bir başka anlatımla çalışanların işe istek duymayı etkileyen unsurlar arasında yer alan etik sorumluluk %12’lik bir etki değerine sahiptir.

Bu durumda H1 hipotezi kabul edilmiştir. Çalışma kapsamında önerilen ikinci hipotez ise işe istek duymanın işe yoğunlaşma üzerindeki etkisinin bulunup bulunmadığını tespit etmek olmuştur. Yapılan analiz sonuçları incelendiğinde (Tablo 8) işe istek duymanın işe yoğunlaşma üzerindeki etkisi pozitif ve anlamlıdır ($b = .72$, %95 CI [.6257, .8135], $p < .001$). Bu durumda H2 desteklenmiştir. Çalışma kapsamında geliştirilen üçüncü hipotez ise etik sorumluluğun işe yoğunlaşma üzerindeki etkisinin bulunup bulunmadığı olmuştur. Tablo 8’de görüldüğü gibi etik sorumluluk işe yoğunlaşmayı pozitif ve anlamlı bir şekilde etkiler ($b = .398$, %95 CI [.0204, .2371], $p < .05$). Etik sorumluluk işe yoğunlaşmada %13’lük bir etkiye sahiptir. Analiz sonuçlarına göre H3 hipotezi desteklenmiştir. Çalışma kapsamında geliştirilen son öneri olan, etik sorumluluğun işe yoğunlaşma üzerindeki etkisinde işe istek duymanın aracılık rolünün bulunup bulunmadığını ortaya çıkarmak olmuştur. Yapılan analiz sonucunda işe istek duymanın aracılık etkisi ortaya çıkarılmıştır ($b = .29$, %95 CI [.1404, .4279], $p < .05$). Etik sorumluluk ve işe istek duyma birlikte işe yoğunlaşma üzerindeki değişimin %57’sini açıklamaktadır. Aracılık etkisi ortaya konulurken yani H4 önerisi sınırlarken, tam standardize etki büyüklüğü ($K2$)= .25 ve kısmi standardize etki büyüklüğü ($K2$)= .35 olarak tespit edilmiştir. Kısmi aracılık etki büyüklüğünün “.35” gibi bir değer alması yüksek aracılık etkiye işaretler (Değirmenci, 2021: s. 109). Bu durumda H4 hipotezi desteklenmiştir. Bu çalışmada önerilen 4 hipotezin desteklendiği görülmüştür.

4. Sonuç Ve Öneriler

Günümüz iş hayatında teknolojinin gelişmesi, yönetim felsefesindeki güncel yaklaşımlar ve küreselleşmenin yerküremizin her yerinde hissedildiği bir ortamda işyeri çalışanlarının kendilerini işine yoğunlaştırmaları gerekmektedir. Çalışanların yapmış oldukları işe yoğunlaşmaları işyeri performansını olumlu etkilemekte bu da işletmelerin sürdürülebilirliğine katkı sağlamaktadır. İşletmelerin en önemli üretim unsurunun insanlar olduğu düşünüldüğünde onların işe yoğunlaşmaları sağlayacak öncüllerin tespit edilmesi önemli bir gereksinimdir. Bu noktada bu çalışmada çalışanların işe yoğunlaşmalarının önemli öncüllerinden olduğu düşünülen işe istek duyma ve etik sorumluluğun gerçekten de böyle bir rol üstlenip üstlenmedikleri araştırılmıştır. Çalışma kapsamında ilk olarak literatür araştırması yapılarak araştırma modeline son şekli verilmiştir. Daha sonra çalışmada kullanılan üç faktörün geçerlilik ve güvenilir bir yapıya sahip olup olmadığını ölçmek için keşfedici faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi ve iç tutarlılık katsayısı hesaplanmıştır. Yapılan analizler neticesinde çalışma kapsamında kullanılan ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu tespit edilmiştir. Bir sonraki aşamada etik sorumluluk (bağımsız değişken), işe istek duyma (aracı değişken) ve işe yoğunlaşma (bağımlı değişken) arasında ilişkinin bulunup bulunmadığına yönelik korelasyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda “işe istek duyma” ile “etik sorumluluk” değişkenleri arasında orta düzeyde olumlu ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. İşe yoğunlaşma ile etik sorumluluk arasında orta düzeyde olumlu ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Son olarak “işe yoğunlaşma” ile işe istek duyma arasında yüksek düzeyde olumlu ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Çalışmada kullanılan ölçeğin alt boyutları (faktörleri) arasında yapılan ilişki testi sonucu elde edilen bulgular tatminkar düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın bir sonraki aşamasında bulgulara yer verilmiştir. Bulgular kısmında demografik bilgiler (kişisel bilgi formu) ve araştırma kapsamında geliştirilen dört hipotez test edilmiştir. Hipotezlerin analiz edilmesine yönelik “process macro” programından faydalanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda ilk olarak etik sorumluluğun işe istek duymayı etkilediği bulgulanmıştır.

Bu doğrultuda çalışanların işe istek duymadaki belirleyicilerden birisi olan etik sorumluluğun etki oranı %12'dir. Çalışma kapsamında geliştirilen ikinci hipotez sınanmış ve sonrasında işe istek duymanın işe yoğunlaşma üzerinde etkisinin bulunduğu tespit edilmiştir. Bu noktada çalışanların işe yoğunlaşmalarında işe istek duyları önemli bir belirleyicidir. Üçüncü olarak etik sorumluluğun işe yoğunlaşma üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu doğrultuda yapılan analiz sonucunda işe yoğunlaşma üzerindeki değişimin %13'ünü etik sorumluluk tarafından açıklandığı tespit edilmiştir. Bir başka anlatımla etik sorumluluk işe yoğunlaşmanın önemli bir belirleyicisi olduğu tespit edilmiştir. Son olarak etik sorumluluğun işe yoğunlaşma üzerindeki etkisinde işe istek duymanın aracılık rolünün bulunup bulunmadığı incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda etik sorumluluk işe yoğunlaşma ilişkisinde işe istek duymanın kısmi aracılık rolünün yüksek bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Etik sorumluluk ve işe istek duyma birlikte işe yoğunlaşmadaki değişimin yaklaşık %57 gibi oldukça tatminkar bir düzeyde açıklamaktadır.

Literatürde yapılan benzer çalışmalar incelendiğinde bu çalışmada kullanılan araştırma modeline bire bir uyumlu bir çalışmaya rastlanmamıştır. Benzer çalışmalar incelendiğinde, İnce ve Özbozkurt (2019) yapmış oldukları çalışmada, çalışanların iş performansı, işe bağlılık düzeyleri ve iş zanaatkarlıkları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Bu doğrultuda elde ettikleri bulguya göre çalışanların zanaatkarlık düzeyleri ve işe bağlılıklarının artış göstermesi iş performansını olumlu yönde etkilemektedir (İnce ve Özbozkurt, 2019: 78). Bir başka çalışmada, Tanrıverdi ve Sarıhan (2014), duygusal tükenmişliğin belirleyicisi olarak işe istek duyma, işe yoğunlaşma ve işe adanma değişkenlerini kullanmışlar ve dört değişken arasında güçlü bir ilişkinin varlığını tespit ettiler. Çalışmalarında işe istek duymanın duygusal tükenmeyi etkilemediğini bulguladılar. Çalışmalarında elde ettikleri bir diğer bulgu ise çalışanların işe yoğunlaşma düzeylerinin duygusal tükenmeyi azalttığı yönündeydi. Yani işe yoğunlaşma arttıkça çalışanların tükenmişlik düzeylerinde azalma görülmüştür. İşe istek duyma arttıkça düşük kişisel başarı hissi azalmaktadır (Tanrıverdi ve Sarıhan, 2014: 226).

Şu ana kadar çalışmadan elde edilen sonuçların yorumlanması, literatür arka planda konunun tartışılması gibi önemli noktalara vurgu yapılmıştır. Ayrıca çalışmanın bir takım sınırlılıkları da bulunmaktadır. Bunlardan bazıları: araştırma Adıyaman, Gaziantep ve Adana illeri ile sınırlıdır. Bu çalışma kesitsel bir çalışma olup toplanan veriler (Mayıs-Haziran 2021) zaman aralığı ile sınırlıdır. Etik sorumluluk, işe istek duyma ve işe yoğunlaşma düzeyleri kullanılan ölçek maddeleri ve ölçme kapasitesi ile sınırlıdır. Araştırma kapsamında kullanılan kaynaklar ile araştırma sınırlandırılmıştır. Son olarak bundan sonraki yapılacak çalışmalara birtakım önerilerde bulunulmuştur. İlk olarak bu çalışma Adıyaman, Gaziantep ve Adana illerini kapsamaktadır. Bundan sonra yapılması planlanan çalışmaların farklı illerde ve farklı bölgelerde yapılması önerilmektedir. Ayrıca bu çalışmada işe yoğunlaşmanın yordayıcıları olarak etik sorumluluk ve işe istek duyma kullanılmıştır. Bundan sonra yapılması planlanan bilimsel çalışmalarda işe yoğunlaşmanın yordayıcıları olarak; hayat memnuniyeti, dindarlık, kişisel özellikler, örgütsel bağlılık, kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları, demografik faktörler ve işe adanma gibi faktörler kullanılabilir. Ayrıca bu çalışmada aracılık etkisi incelenmiştir. Bundan sonra yapılması planlanan çalışmalarda düzenleyici etki analizlerine yer verilmesi literatüre olumlu katkılar sağlayacaktır.

Kaynakça

- Allport, G. W. (1945) The psychology of participation, *The Psychological Review*, 53.3.
- Altunok, D . (2019). X Ve Y Kuşak farklılıklarının işe bağlılık ve motiv eden faktörler açısından incelenmesi. *Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*,2(1),1-21.Doi: 10.38004/Sobad.557224.
- Arı, G. S., Bal, A. G. D. H. ve Bal, A. G. D. E. Ç. (2010). İşe bağlılığın tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti ilişkisindeki aracılık etkisi: Yatırım uzmanları üzerinde bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 143-166. [Aracı Kurum Çalışanlarının Mesleki Tükenmişlik Düzeyi İle İşe Bağlılık Ve İşten Ayrılma Niyetleri İle İlişkisi Üzerine Bir Araştırma \(Dergipark.Org.Tr\)](http://dergipark.org.tr)
- Arslanboğa, A. (2016). Örgütlerde işgörenlerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetine ilişkin algılarının örgütsel bağlılıkları üzerine etkisi: Bursa ili tekstil işletmelerinde bir araştırma (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Aydın, F.E. (2019). İşe bağlılık, dindarlık ve hayat memnuniyeti arasındaki ilişkinin incelenmesi: Avukatlar üzerine bir araştırma. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul.
- Baker, T. L., Hunt, T. G. and Andrews, M. C. (2006). promoting ethical behavior and organizational citizenship behaviors: The influence of corporate ethical values. *Journal of Business Research*, 59(7), 849-857. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.02.004>
- Bhattacharjee, A., & Singh, S. (2021). Zoroastrian Ethics in Business. *IIMS Journal of Management Science*, 12(3si), 133-143.
- Blok, V. (2021). *The Critique of Management: Towards a Philosophy and Ethics of Business Management*. Routledge.
- Büte, M. (2011). Etik iklim, örgütsel güven ve bireysel performans arasındaki ilişki. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(1), 171-192. [Journal Of Economics And Administrative Sciences » Submission » Etik İklim, Örgütsel Güven Ve Bireysel Performans Arasındaki İlişki \(Dergipark.Org.Tr\)](http://dergipark.org.tr)
- Davis, SL, Rives, LM and Ruiz-de-Maya, S. (2021). Personal social responsibility: Scale development and validation. *Corp Soc Responsib Environ Manag.* 28: 763–775. <https://doi.org/10.1002/csr.2086>.
- Değirmenci, B. (2021). Çalışanların çevreci davranışları: Merinos A.Ş. uygulaması (Kavram-Teori-Uygulama). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Değirmenci, B. ve Aytakin, M. (2021). Kurumsal sosyal sorumluluk algısının iş arkadaşlarının çevre duyarlılığına etkisi ve ahlaki yansımaların düzenleyici rolü. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(40), 580-609. doi: 10.46928/iticusbe.883829.
- Derya YÜCEL. (2022). Etik ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algısının İşe Katılım Benlik Saygısı ve İş Performansına Etkileri. *Pearson Journal of Social Sciences - Humanities*, 19, p. 214-227. Doi: <http://dx.doi.org/10.46872/pj.552> .
- DeTienne, K. B., Ellertson, C. F., Ingerson, M. C. ve Dudley, W. R. (2021). Moral development in business ethics: An examination and critique. *Journal of Business Ethics*, 170(3), 429-448.
- Durgut, A. İ. ve Günay, G. Y. (2020). Etik liderlik, işe adanmışlık ve yönetsel yaratıcılık arasındaki ilişki: Yapı malzemeleri sektöründe bir uygulama. *Journal Of Organizational Behavior Review*, 2(2), 149-171. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/jobreview/issue/56152/740460> .
- Erbaşı, A. (2019). Yeşil örgütsel davranış ölçeği: bir ölçek geliştirme çalışması. *Istanbul Management Journal*, (86), 1-23. DOI: 10.26650/imj.2019.86.0001

- Erkol Bayram, G. (2018). Etik değerler ve örgütsel bağlılık ilişkisi üzerine turizm işletmeleri örneğinde bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 228-259. <https://doi.org/10.32572/guntad.451708>
- Eryılmaz, A. ve Doğa, T. (2012). İş yaşamında öznel iyi oluş: Utrecht işe bağlılık ölçeğinin psikometrik niteliklerinin incelenmesi. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 15(1), 49-55. [EBSCOhost | 75045014 | İş Yaşamında Öznel İyi Oluş: Utrecht İşe Bağlılık Ölçeğinin Psikometrik Niteliklerinin İncelenmesi](https://doi.org/10.32572/guntad.451708)
- García-Sánchez, I. M. ve García-Sánchez, A. (2020). Corporate social responsibility during COVID-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 126.
- Hayes, A. F. (2013). Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach (1. Edition). New York: The Guilford Press.
- İnce, M ve Özbozkurt, O . (2019). İşe bağlılık ile iş performansı arasındaki ilişkide iş zanaatkarlığının aracılık rolü: zanaatkarlar üzerine bir araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 2 (38) , 69-84 . [Doi: 10.35343/Kosbed.654822](https://doi.org/10.35343/Kosbed.654822).
- İnce, M., F. Yeşilkuş, F. ve Özbozkurt, O. B. (2020). İşe Bağlılığın İşte Kalma Niyeti Üzerindeki Etkisinde İş Gören Sessizliğinin Aracılık Rolü. *Researcher*, vol. 8, no. 2, pp. 238-256.
- Karabey, C. N. ve Battal, F. (2018). Profesyonel Etik Standartlar, Kurumsal Sosyal Sorumluluk. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 22 (4), 2249-2263. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/ataunisobil/issue/42066/495704>
- Mutlucan, N. Ç. (2019). İtibar Yönetiminde Etik Liderlik, Etik Örgüt Kültürü, Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ve Kurumsal İtibar İlişkileri Üzerine Kuramsal Bir Çalışma. *Journal Of Empirical Economics And Social Sciences*, 1 (2), 19-35. Retrieved From <https://dergipark.org.tr/en/pub/Jeess/issue/49937/593432>
- Önel, B. (2021). İşletmelerin Yeşil Yönetim Algıları ve Sürdürülebilirlik Bilinci . *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*, 6 (11), 21-33. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijar/issue/58669/84158>
- Saç, Ö. (2009). Kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin çalışanların örgüt sel bağlılığına etkisi üzerine bandırma yerelinde bir araştırma (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Schaufeli, W. ve Bakker A. (2003). Utrecht work engagement scale: preliminary manual, version 1. Occupational Health Psychology Unit: Utrecht University.
- Tanrıverdi, H. and Sarıhan, M. (2014). The effects of work commitment on the levels of burnout and depression: A research on the health care employees. *Business & Management Studies: An International Journal*, 1(2), 206-228. <https://doi.org/10.15295/Bmij.V1.İ2.34>
- Vroom, V. H. (1962). Ego-involvement, job satisfaction and job performance, *Personnel Psychology*.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/iuisletme>

OKUL ÖNCESİNDE SANAT EĞİTİMİNİ DESTEKLEME AMACIYLA HAZIRLANAN ARAŞTIRMA MODELİNİN OKULLAR ARASINDA KARŞILAŞTIRILMASI

Merva KELEKÇİ OLGUN¹

Öz

İnsan dünyaya geldiği andan itibaren öğrenmeye programlanmıştır. Öğrenmenin her çeşidini kavrayabilen insan, gelişimi devam ettiği müddetçe öğrenmeye açıktır. Zamanla gelişen teknoloji ve öğrenme modelleri de bu duruma göre değişkenlik göstermiştir. Bireyin, küçük yaşlardan itibaren öğrenme hızı diğer yaşlara oranla daha hızlı ve basittir. Bu sebeple sanat eğitimi küçük yaşlardan öğrenilmeye başlandığında diğer bilimlerde de kolay bir biçimde öğrenmeye zemin hazırlayacaktır.

Sanat eğitimi herkes tarafından anlaşılabilir olmalıdır. Okul öncesi dönemde sanat eğitimine başlanması, bireyin gelişiminde olumlu katkılar sağlayacaktır. Gelişen dünya içinde teknolojiden yararlanarak okul öncesi bireylerin sanat eğitimi için aplikasyon uygulaması geliştirmek onların görsel zekalarının öğrenme üzerindeki devamlılığını sağlayarak güçlenmesine yardımcı olacaktır. Okul öncesi bireyin gelişimine uygun olarak hazırlanacak olan uygulamaların kişinin, dikkatini çeken grafiklerin bir arada kullanılması öğrenmeyi hızlandıracaktır.

Okul öncesi 4-6 yaş aralığındaki bireyler üzerinde geliştirilen sanat eğitimi aplikasyon uygulaması, yapboz tekniği kullanılarak hazırlanmıştır. Devlet ve özel anaokullarında olan bireylerin tablet kullanımındaki öğrenme durumu karşılaştırılmıştır. Bu uygulamanın içeriğinde dünyaca ünlü ressamlar ve eserleri kullanılmıştır. Ressamlar ve eserleri bireylerin öğrenme düzeylerine göre seçilerek hazırlanmıştır. Geliştirilen aplikasyonla, okul öncesi bireylerin, sanat eğitim kazanımlarının arttırılmasına, yaşam boyu öğrenme kültürünün yerleşmesine ve gelişimlerini destekleyerek akademik becerilerine aktarmaları amaçlanarak hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sanat eğitimi, okul öncesi, tablet, grafik tasarım, aplikasyon.

JEL Sınıflaması: L82, Y9, Y90.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Beykoz Üniversitesi, Sanat Tasarım Fakültesi, Grafik Tasarımı Bölümü, mervakelekciolgun@beykoz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9670-5771

COMPARISON OF RESEARCH MODEL PREPARED FOR SUPPORTING ART EDUCATION IN PRE-SCHOOL

Abstract

Human being is programmed to learning from the moment came into the world. The human being able to comprehend all kinds of learning is open to learning as long as its development continues. The technology and learning models that evolved in time have also changed according to this situation. The learning speed of an individual from a young age is faster and simpler than other ages. For this reason, when art education starts being learned from an early age, it will cause for easy learning in other sciences too.

Art education should be understandable by everyone. Beginning art education in pre-school period will make positive contributions to the development of the individual. Developing an application program for pre-school individuals' art education by using technology within the developing world will help them strengthen their visual intelligence by providing continuity on learning. In the applications prepared in accordance with the development of the preschooler, using a combination of graphics attracting the attention of the person will accelerate learning. The program of art education, developed on preschoolers aged between 4 and 6 years, was prepared using a jigsaw technique. The learning status of individuals in state and private kindergartens was compared with the use of tablets. World famous painters and their works are used in this application. The painters and their works were selected according to the learning levels of the individuals. With the developed application, it is aimed to increase the educational attainment of the preschool individuals, to establish the culture of lifelong learning and to support their development and to transfer them to their academic skills.

Keywords: Art education, Pre-school, Tablet, Graphic design, Application.

JEL Classification: L82, Y9, Y90.

1. Giriş

Sanat, evrensel bir dile sahiptir. Bu nedende herkes tarafından anlaşılabilir olması gerekmektedir. Sanat eğitiminin katkısı, bireyin gelişimi için gerekli olan farklı disiplinlerin öğretiminde yadsınamaz bir gerçektir. Sanat eğitimi, görsel olan her biçim için devamlılığı sağlar ve öğrenmeyi güçlendirir. Öğrenme esas alınarak hazırlanan uygulamalarda görsel uyarıların bir arada kullanılması öğrenmeyi kalıcı hale getirecektir. Görsel uyarılarda renk, biçim, büyüklük-küçüklük gibi ayırt edici özelliklerin bir arada kullanılması önemli bir etkidir. Bireylerin küçük yaşlarda başlayarak öğrenme biçimlerini şekillendirecek kavramların, görsel şekillere desteklenerek zihinde somut bir biçim oluşturmasını sağlayacaktır. Küçük yaşlarda başlayacak olan görsel algı becerisi bireylerin akademik becerilerini destekleyecektir.

Okul öncesi bireylerin öğrenme biçimleri diğer yaşlara göre daha esnektir. Bu yaş grubunda olan bireyler, duygu, düşünce ve sembollerini zihinlerinde daha uzun süre tutabilmektedir. Bu bağlamda bu bireylere, görsel uyarılardan oluşan bilgileri, oyun yoluyla öğretmek bu bireylerin belleklerinde kalıcılığı sağlayacaktır.

2. Okul Öncesi Sanat Eğitimi ve Aplikasyon Uygulaması

Okul öncesi bireylerin herhangi bir etki altında kalmadan duygu organlarını kullanarak öğrendiklerini görsel olarak biçimlendirmesi nitelikli bir öğrenme sağlayacaktır. Oyun yoluyla öğrenmede bireyin kavrama, durumunu pekiştirecektir.

Teknolojinin ilerlemesiyle hayatımıza giren dijital materyallerin sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Bu materyallerden dizüstü bilgisayar, tablet, cep telefonu, saat vb. ürünlerin taşınabilir olması ve kolay kullanımı nedeniyle tercih edilmeye başlamıştır. Yaşam içinde kolaylık sağlayan uygulamaların geliştirilerek bu ürünler içinde kullanılması da ayrıca bir tercih sebebi olmuştur.

1980'lerin sonlarına doğru kullanılan teknoloji, bugün kullanılan dokunmatik ekran teknolojisinin temellerini oluşturmuştur. Yetişkinler, çocuklar gibi her yaştan kişinin özgürce kullanabileceği tabletler, her yerde açılabilir, kullanılabilir ve kolayca şarj edilebilir şekilde tasarlanarak üretilmiştir (Bolgan, 2012).

Dijital medya, çocuklardan yetişkinlere bilgi, iletişim, oyun, sosyal ağ gibi konularda geniş bir kullanım yelpazesi sunmaktadır. Bugünün dünyasında büyüyen çocuklar (0-6 yaş grubu) teknolojiyi ve dijital medyayı günlük yaşam içinde kullanarak büyümektedirler. Çocuklar kendi başlarına uygulamalar kullanıp oyun oynayabiliyor, video seyredip, internette çevrimiçi bilgilere ulaşabilmektedirler.

Tabletler dokunmatik ekran arayüzüyle kolay bir kullanıma sahiptir. Kişinin ihtiyacı dahilinde seçip kullandığı uygulamalar ve artan kullanıcı kitlesi ile her geçen gün popülerliğini arttırmaktadır. Tablet, dizüstü bilgisayarlar, kişisel bilgisayarlar ve mobil cihazlara kıyasla küçük çocuklar arasında daha çok tercih edilen dijital bir materyaldir.

Bugünde büyüyen çocuklar dijital olan materyallere kolayca ulaşabilmektedirler. Küçük yaşta bireyler tableti eğlenceli vakit geçirme amacıyla kullanmaktadır (Neumann M.M, 2014).

Tableti kullanabilmek için karmaşık bir sistem içine girmeden ince motor becerileri gerektiren dizüstü bilgisayarların aksine, sezgisel ve dokunmatik ekranı sayesinde 0-2 yaş arasındaki çocuklar için de kullanımı kolay hale getirmiştir.

Küçük yaşlardaki bireylerin tablet vb. dokunmatik ekranlı cihazları kullanmaları ve etkileşime geçmeleri teknik becerileri hızlı bir biçimde kazanmasını sağlayan bir özellik olmuştur (Marsh J, 2015).

Yapılan araştırmalar ışığında, erken yaşta tablet uygulamalarını kullanan bireylerin okuryazarlık gelişimlerini desteklediği görülmüştür. Tablet öğrenmeye teşvik edici temaların ortaya çıkardığı bir araç olarak önerilmiştir.

Vygotskian perspektifinden bakıldığında, küçük bireylerin sosyo-kültürel araçlarını bağımsız ve etkileşimli biçimde kullanıldığı görülmüştür (L.S., 1978). Bu bağlamda tableti kullanan bireylerin arayüz tasarımlarının öğrenme esnasındaki beceri geliştirmelerinde önemli rol oynamaktadır. Cihazın kilidini açmak, arayüzlerde gezinme, menü seçimi ve farklı dokunma hareketlerini kullanabilme, sürükleyip bırakma gibi bir dizi işlemi yapabilmek için teknik beceri geliştirebilmektedirler (Michael Cohen Group, 2011). Tablet, yetkili kullanıcıların simgeler ve uygulamalar arasında gezinerek, görsel ve işitsel olan uyaranları dikkate alıp, kullanım özelliklerine göre ayarlanmıştır (Livingstone S, 2014).

Okul öncesi ortamda tablet kullanımı, oyun ve iletişim için bir araç olarak görülmektedir (Geist, 2014). Böylece sosyal etkileşimi uyardığından, anlamlı konuşarak öğrenme motivasyonunu arttırmaktadır (Flewitt R, 2014).

Tablet içinde uygulamaların bireyin yaşına ve gelişimine uygun olarak seçilmesi kişinin sosyolojik gelişimini de etkilemektedir.

Okul öncesi bireylerin öğrenme kapasiteleri daha sonraki yaşlara oranla daha yüksektir. Kısa süreli öğrenme sağlanması istenen konuların tasarım özellikleri ve bireylerin öğrenme düzeylerine göre hazırlanmalıdır. Ekran içindeki basılabilen sayılar, harfler ve sembolik şekillerin tasarımı tablet ve kullanıcıya göre düzenlenmelidir.

Tablet içinde kullanılan uygulamalar, okul öncesi bireylerin öğrenme düzeylerine göre tasarlanmalı, teorik ve yüksek standartta bilgi içermemelidir. Kısa sürede öğrenme sağlanması istenen bu dijital materyalin kaliteli bir öğrenme süresi için geçerli bir nedendir.

Tasarım elemanlarının uygulama içindeki oyun düzeyine uygun renk, şekil ve sembollerden oluşması öğrenmeyi doğrudan etkileyecektir (Kelekçi Olgun, 2017).

Öğrenmeyi etkileyecek olan bir diğer önemli konu ise çocuğun gelişimindeki oyunun rolüdür. İnsanın dünyaya geldiği andan itibaren öğrenmeye açık bir varlık olması, gelişiminin devam ettiğinin göstergesidir. Küçük yaşlardan itibaren alınan eğitici oyuncaklar, oynanan çeşitli oyunlar bireyin gelişimine önemli derecede katkı sağlamaktadır.

Oyunun öğrenme içindeki rolü yadsınamaz bir gerçektir. Bu bağlamda okul öncesinde öğretilmek istenen konular oyun yöntemi kullanılarak bireye aktarılmaktadır.

Geleneksel oyun yöntemleri bireyin bilişsel ve duyuşsal zekasını etkilemekle birlikte öğrenmenin kalıcı olmasına da yardımcı olmaktadır. Kolayca öğrenilen oyunlar, günlük hayatta bireyin eğlenceli vakit geçirmesini sağlamaktadır. Bu oyun türlerinden biri olan yapboz, eğitimde öğrenmenin en büyük destekçisi olmuştur. Oyun içindeki merak duygusu, sonuca ulaşma arzusunu tetiklediğinden öğrenme esnasında kalıcılık sağlamaktadır.

Yapboz, parçaların birleştirilip resmin tamamında parça-bütün ilişkisini sağlar. Okul öncesi dönemde parça-bütün ilişkisini kurabilen bireyin duygularını yaratıcı bir biçimde kullanabilmesine yardımcı olmaktadır. Bu deneyimi kazanan bireylerin öğrenme becerilerinin akademik becerilerine yansıdığını gösterir (Kelekçi Olgun, Okul Öncesi Sanat Eğitimi için Geliştirilen Grafik Uygulama Öğrenme Modeli, 2018).

Çocuklar tarafından tablette en popüler uygulama, oyunlardır (Neumann M.M, 2014). Sanat eğitim uygulaması, okul öncesi bireyler için oyun olarak seçilmiş olup uygulamaya yansıtılmıştır. Okul öncesi dönemde olan bireylerin sanat eğitimini geliştirmek amacıyla hazırlanan uygulamanın içeriğinde yapboz oyunu kullanılmıştır. Kısa sürede öğrenme sağlanan bu oyunun deneyimleyen birey parça-bütün ilişkisini kurarak öğrenmeyi kalıcı hale getirecektir. Sanat eğitimi uygulaması, görsel olarak algılanıp ve somut olarak tablette sürükleyip bırakarak oynanmaktadır.

Tablet ekranına uygun olarak tasarlanan yapboz oyunu görsel renk, biçim ve ses olarak bireyin dikkatini çekecek şekilde hazırlanmıştır. Parça-bütün ilişkisi içinde hazırlanan uygulama hiyerarşik bir düzen içinde anlama, kavrama, çözümlenme, birleştirme, değerlendirme ve karar verme aşamalarını içermektedir. Böylece bireyin uygulama içindeki anlama, algılama ve değerlendirme, çözümlenme ve yaratıcı becerilerini geliştirmeye yönelik olarak tasarlanmıştır.

Tasarım olarak bireyin gelişimini destekleyen sanat eğitim uygulaması bireyin hayal gücünü kullanarak farklı bir deneyim kazanmasını sağlamaktadır. Belirli bir düzen içinde ilerleyen uygulamanın tablette uygulanması bireyin, eğlenceli vakit geçirmesine eğlenirken de öğrenmesine zemin hazırlamıştır. Bireyde yaratıcılığı ön plana çıkararak sosyal ve kültürel gelişimine katkı sağlayan sanat eğitim uygulaması, bireyin kavramsal, kurgusal ve eleştirel olarak yaşamla bağlantı kurmasını da desteklemektedir.

Görsel uyaranların beyin fonksiyonlarını harekete geçirip öğrenmeyi güçlendirmesi birden fazla pekiştirici yardımıyla mümkün olmaktadır. Ses, grafik, şekil vb. elemanları bir arada kullanarak belirli periyotlar ile bireye uygulanması kalıcı öğrenmeye yardımcı olacaktır. Okul öncesi bireyin gelişimi dikkate alınarak hazırlanan sanat eğitim uygulaması, görsel olarak algılanıp öğrenmeyi hızlandırmaktadır.

Birçok alan içinde kullanılan dokunmatik ekrandan oluşan tablet, zamanla eğitim sistemi içinde de kullanılmaya başlamıştır. Öğrenmeyi güçlendirecek uygulamaların hazırlanıp okul öncesi bireylerin kullanımına sunulması teknoloji ve medyanın çocukların dijital araçları eğitim ortamında kullanılmasıyla yeni bir deneyim oluşturacaktır.

Birey, sanat eğitimi uygulamasıyla okul öncesi dönemden sonra da akademik becerilerin gelişiminde de gözle görülebilecek şekilde farkına varmasını sağlayacaktır.

3. Araştırmanın Amacı

Teknolojiden yararlanılarak hazırlanan sanat eğitimi uygulamasındaki amaç, özel ve kamu kurumuna bağlı iki okul öncesi okulun dijital materyal kullanımı ve sanat eğitimi bilgisini incelemektir.

4. Yöntem

Teknik bir araç olan tablet, okul öncesi bireylerde sanat eğitimi uygulaması geliştirilerek uygulanmıştır. 4-6 yaş aralığında olan bireylerin sanat eğitimi farkındalıkları ve öğrenme becerileri düşünülerek hazırlanmıştır.

Sanat eğitimi kapsamında geliştirilen uygulama, oyun yoluyla ressamın eserlerinin öğretilmesi amaçlanarak hazırlanmıştır. Bu uygulamada öğrenmenin kalıcılığını ve akademik becerileri geliştirmesi hedeflenmiştir. Uygulama, Milli Eğitim Bakanlığına bağlı olan devlet ve özel anaokulu seçilerek yapılmıştır. Araştırma, 2016 yılında anaokuluna devam eden 4-6 yaş grubunda olan 57 öğrenci üzerinde uygulanmıştır. Bireylerin okul öncesindeki tablet kullanımı ve uygulamaya yönelik öğrenme durumu karşılaştırılmıştır.

Uygulama, dijital bir materyal olan tablette uygulanmıştır. Sanat eğitimi uygulaması sanatçı ve eserlerini bireylerin kolayca oynayıp öğrenebileceği bir oyun yöntemi kullanılarak hazırlanmıştır. Oyun bittikten sonra bireylere uygulama hakkında sorular sorulmuştur. Bu sorular bireylerin sanat eğitimi kapsamında geliştirilen uygulama hakkında olup öğrenme düzeylerini ölçülebilecek şekilde sorulmuştur.

Sanat eğitimi uygulaması bireylerin sanat hakkındaki düşüncelerini şekillendirerek farklı bir bakış açısı oluşturulması amaçlanmıştır. Bu uygulama sonunda okul öncesi bireylerin sanata ilişkin bilgilerinin olumlu yönde katkı sağladığı görülmüştür.

5. Bulgular Ve Yorum

Tasarım açısından okul öncesi bireylerin dikkatini çekebilecek biçimde hazırlanan aplikasyon kısa sürede verilen sanat eğitimi bilgisini öğrenmede kolaylık sağlamıştır.

İletişim kurulabilmesi adına bireyin başlangıç seviyesi için kendi çizimine en yakın sanatçı ve eseri seçilip ilk aplikasyon uygulamasında bu eserler tanıtılarak oyunlar oynatılmıştır. Bu uygulama birey için eğitici yönde bir aplikasyon olarak hazırlanmıştır. Uygulama öncesinde sanatçının eseri gösterilerek bir başlangıç yapılmaktadır. Eserin incelenmesi istenerek eser ve sanatçı hakkında bilgilendirme yapılmıştır. Bu sırada tableti bireye vererek eseri incelemesi istenmiştir. Renk, çizgi, şekil ve bütün hakkında eser, birey tarafından incelenmiştir. Bilgilendirmesi yapılan eserin, geliştirilen aplikasyonda oyun olarak uygulamasına geçilerek, eserin yapboz haline dönüşen parçalarını birleştirerek oyunu tamamlanması istenmiştir. Sanat içerikli aplikasyon eğitimi, 4-6 yaş arasındaki çocuklarla bireysel ilgilenecek uygulanmıştır. Sanatçı eserleri ve sanatçılar araştırmacı tarafından seçilmiştir. Bu uygulama, bireyin yaşı, öğrenim durumu, algı ve görsel zekası dikkate alınarak hazırlanmıştır.

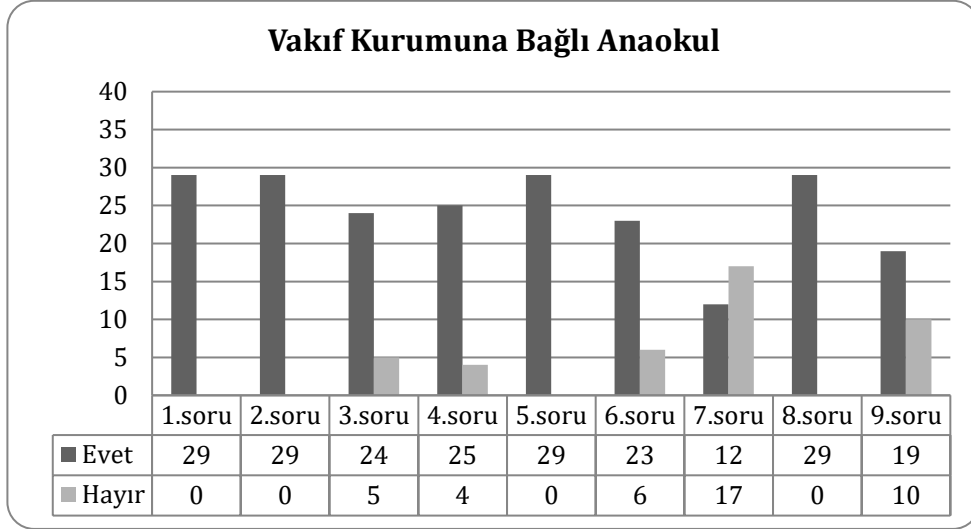
Sürükleme yoluyla parçaları yerlerine yerleştiren bireylerin beyin egzersizi yaparak ve aynı zamanda eğlenceli bir oyun oynayarak eğitici olan bu aplikasyon ile mantıksal düşüncelerinin eğitilmesi, bilişsel, duyuşsal ve akademik becerilerin geliştirilmesi amaçlanmıştır.

Okul öncesi eğitimi günlük yaşamın parçası olarak görülmelidir (Moser, 2005). 4-6 yaş grubu okul öncesi bireylerde öğrenme sağlanması istenilen alanlara farklı teknolojik oyunlar dahil edilmelidir. Dijital araçlar okul öncesi sanat eğitimi etkinliklerine uyarlanarak kullanılması önemli bir deneyim platformu oluşturacaktır.

Sanat eğitimi aplikasyonunda öğretilmek üzere Joan Miro'ya ait 'Sirk' eseri seçilmiştir. Bu eserin seçilme sebebi okul öncesi bireylerin çizimlerine yakın olması ve eser içinde kullanılan renklerin dikkat çekici olmasıdır. Uygulama sonunda bireylere yöneltilen anket sorularında eser ve sanatçı hakkındaki bilgilerin öğrenilebilirliği ölçülmüştür. Anket içindeki şıklar okul öncesi bireylerin verebileceği 'Evet' ve 'Hayır' yanıtından oluşturulmuştur (Ek:1).

Devlet ve özel okul arasında yapılan araştırmada, okul öncesi bireylerin sanat eğitimindeki öğrenme hızı ve tablet kullanımının öğrenme üzerindeki etkisi incelenmiştir. Joan Miro'ya ait 'Sirk' eseri, okul öncesi bireylere yapboz oyunu tablette oynatılarak, oyun sonundaki soruların cevapları okullar arasında karşılaştırılmıştır.

Tablo 1: Vakıf Kurumuna Bağlı Anaokulunun Anket Sorularına Verdiği Cevapların Grafiği



Vakıf kurumuna bağlı anaokulunun sanat eğitimi uygulama sonuçları Tablo 1'deki gibidir.

Vakıf Kurumuna bağlı anaokulunun okul öncesi grubunun sanat eğitimi uygulamasına verdiği cevaplar şu şekilde sıralanabilir;

* 4-6 yaş grubunda olan bireylerin tablette uygulanan sanat eğitimi uygulamasına kısa süre içinde olumlu yanıtlar vermişlerdir. Bu cevaplar, öğrenmeyi kolaylaştırarak süreyi azaltmıştır.

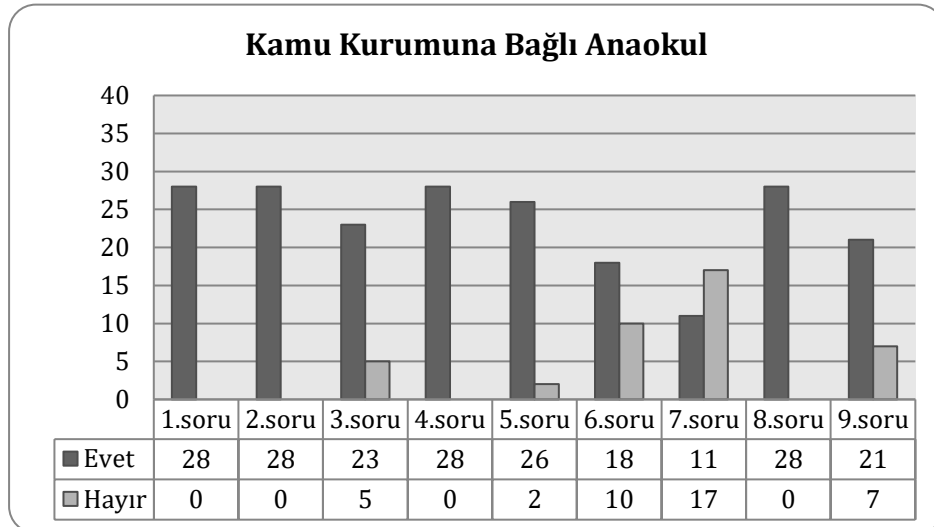
* Okul tarafından düzenlenen müze ve sergi gezilerinde görülen eserler bu eğitime olumlu yönde katkı sağlamıştır.

* Deha anaokulundaki bireyler, görselleri metin ile bağdaştırabilmişlerdir. Eser adını ve sanatçı bilgisini kolayca öğrenmişlerdir.

* Bu okuldaki bireyler, tablette öğretilen uygulama oyununu kavrayarak kısa sürede sonuca ulaşmışlardır.

* Okul içinde verilen eğitim içinde gerçekleştirilen sanatsal faaliyetler, bireyin öğrenme hızını ve görsel algısını olumlu yönde etkilemiştir.

Tablo 2: Kamu Kurumuna Bağlı Anaokulunun Anket Sorularına Verdiği Cevapların Grafiği



Kamu kurumuna ait anokulunun sanat eğitimi uygulama sonuçları Tablo 2'deki gibidir.

Kamu Kurumuna ait anokulunun okul öncesi grubunun sanat eğitimi aplikasyonuna verdiği cevaplar şu şekilde sıralanabilir:

* 4-6 yaş grubunda olan bireylerin tablette uygulanan sanat eğitimi aplikasyonunu dikkat çekici ve eğlenceli bulmuşlardır. Görsel olarak algılanan ve uygulama içinde hazırlanan uyarıcıların bireylerin dikkatini ve öğrenme hızının doğrudan etkilemiştir.

* Bireyler tarafından önceden bilinen yapboz oyununun sanat eğitimi aplikasyonu içinde kullanılması öğrenmeyi doğrudan etkilemiştir.

* Okul imkanları içinde sanatsal gezilerin olmaması, uygulamanın sonucuna olumlu bir şekilde yansımamıştır.

* Görsel olarak algılanan uygulamada, görsel-metin ilişkisi kurulamamıştır. Sanat eğitim aplikasyonu ile etkin öğrenme sağlanabilmesi için sanatsal faaliyetlerin ve görsel uygulamaların artırılması gerekmektedir.

* Sanat eğitimi aplikasyonunun tablet kullanılarak uygulanması, tüm bireyler tarafından olumlu bir öğrenmeyi olumlu olarak etkilemiştir.

* Okul içinde yapılan sanatsal faaliyetlerin artırılmasıyla, öğrenme hızlanarak kalıcılığı artmış olacaktır.

Okul öncesi bireylerin sanat eğitimi bilgi düzeylerini arttırmak ve müfredatın bir parçası olması için hazırlanan aplikasyonun tablet kullanarak keşfetmeyi seven, meraklı ve ilgili olan bireylerin gelişimlerini destekleme amaçlı hazırlanarak uygulanmıştır.

İki okul arasında verilen cevaplar, sorulara göre farklılık göstermektedir. Cevaplar, okulların kendi içindeki eğitim tutarlılığını belirtmektedir. Bu bireylere sanat eğitimi ve dijital ortamda öğrenmeye yönelik olarak verilen eğitimlerin içeriğini aynı zamanda öğrenmeyi ne kadar etkilediğini de göstermektedir. Küçük yaşlarda başlanan sanatsal faaliyetlerin, öğrenmeye nasıl yansıdığı tablodaki sonuçlardan da görülebilmektedir.

Oyun yoluyla öğrenme merak duygusunu tetiklemektedir. Böylece öğrenim sağlanırken bu durum önemli ölçüde ön planda tutulmaktadır. Sanat eğitimini, oyun yoluyla öğretmek için tasarlanan aplikasyonda, okul öncesi bireylerin bildiği bir oyun türü seçilmiştir. Oyunun türü yapboz olarak belirlenmiştir. Yapboz, küçük yaşlarda olan bireyler tarafından kolayca öğrenilebildiği için kullanılmıştır.

Tablet ve oyunun birlikte kullanılması öğrenmeyi önemli ölçüde etkilemiştir. Okul öncesi bireyler tarafından sevilerek oynanan yapboz içerikli aplikasyon kolayca öğrenim sağlamıştır. Tüm bireyler tarafından kısa sürede, hızlı ve kolay bir öğrenim sağlanan uygulamada sonuçlar tabloya yansımıştır.

Öğrenmeyi destekleyecek olan bir diğer unsur ise, dikkat çekici uyarıcıların ve görsellerin seçilmesidir. Oynarken öğrenmeyi hedefleyen uygulamada bireylerin, vermiş oldukları cevaplardan sanat eğitimi aplikasyonu için seçilen ressam ve eserin öğrenciler tarafından sevildiğini göstermektedir. Kısa sürede öğrenme sağladığı için görsel tasarımın bireylere uygun hazırlandığı da görülmektedir.

Tasarım olarak okul öncesi bireylerin gelişimleri göz önüne alınarak hazırlanan aplikasyonda, temel düzel grafik nesnelere çizimleri kullanılmıştır.

Uyarıcı renk, ve şekillerin bir arada kullanılması dikkati tamamen uygulamaya yoğunlaşmasını sağlamıştır. Bu bağlamda öğrenme hızlı ve kolay bir biçimde tamamlanmıştır.

Okul öncesi bireylerin sanat eğitiminde farklı bir bakış açısı oluşturma amacıyla hazırlanan bu uygulamada yaratıcılık ve öğrenmede sistematik bir deneyim elde etme fırsatı bulmuşlardır. Teknolojiyi yenilikçi bir yöntem ile kullanmak dijitalin materyal kullanımının okul öncesi dönemden itibaren öğrenmede önemli katkılar sağladığını göstermektedir.

Sanat eğitimi için geliştirilen uygulamanın (4-6 yaş) bireyler üzerindeki anket sonuçları yukarıdaki gibi sonuçlanmıştır. Bu ankette oyunun, çocuğun dünyasındaki eğlence aktivitesinin en önemli bir parçası olduğunu göstermektedir. Tablet kullanırken, tüm bireylerin öğretilmeye ihtiyaç duymadan kullanıldığı gözlemlenmiştir. Bu durum erken yaşta dijital materyal kullanan bireylerin öğrenmedeki hızını doğrudan etkilemektedir.

Okul öncesi bireyler ve öğretmenleri sanat eğitimi uygulamasına büyük ölçüde ilgi göstermişlerdir. Uygulayıcı kişinin uzman olması bireylerin öğrenme esnasında farkındalıklarının artmasına da yardımcı olmuştur.

Modern teknolojinin, devlet ve özel kurumlarda yaygınlaştırılarak kullanılması öğretim içindeki farkın hızla kapanmasını sağlayacaktır. Teknolojinin okul öncesi dönemden itibaren öğrenme sürecine kontrollü bir biçimde girmesi ve uzman kişilerce uygulanması bireylerin gelişimlerini destekleyecektir.

Sanat eğitimi uygulamasına bakıldığı zaman öğrenme, görmezden gelinmemelidir. Bu uygulama incelendiğinde, okul öncesi bireylerin bilişsel, duyuşsal ve akademik becerilerine yansıdığı görülecektir. Amaçları ve deneyimleri birleştirerek okul öncesi grubunda sanat eğitim uygulaması öğrenmeyi destekleyici niteliktedir. Yeni araştırmalara ilham olacak bu uygulama kamu ve özel okulların tamamında uygulanarak okul öncesi gruplarında farkındalık yaratacaktır.

Sanat eğitimi uygulaması, geleneksel faaliyetlerin dışında geliştirilen bir uygulamadır. Dijital bir materyal kullanılarak okul öncesi bireylere farklı bir deneyim sunan uygulamanın teknolojinin öğrenme üzerindeki etkisini güçlendirip, aktif öğrenmeyi sağlamaktadır. Teknoloji, temel öğrenmeyi güçlendirdiğinde gerçek hayattaki öğrenme deneyimlerini artırarak okul öncesi bireylerin etkin öğrenmelerine yardımcı olacaktır. Bu bağlamda sanat eğitim uygulaması çocuklarda farklı öğrenme fırsatı da sunmaktadır.

Kamu ve özel kuruma bağlı olan okul öncesi bireyler, dijital araçlara erişimde eşit olanaklara sahip olmadığından dijital deneyime sahip olan çocukların olmayanlara oranla daha deneyimli oldukları görülmüştür. Bu durum anaokullarının dijital bölünmeyi azaltmak için gerekli sorumluluğun yerine getirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Sanat eğitimi uygulaması dijital bir materyal ile kullanıldığından sosyal düzeyde bir araçtır. Bireylerin anaokulunda öğrenmiş olduğu uygulamaların, evdeki ortamda da teknolojik yaşam içinde bir bağ kurarak kullanması, eğitimin kendi içindeki tutarlılığını sağlayacaktır. Böylece yaratıcılık deneyimini destekleyecektir. Desteklenen oyun ve öğrenme süreci bireylerin becerilerinin sürekli olarak gelişmesini arttıracaktır.

6. Sonuç ve Öneriler

Sanat eğitimini küçük yaşlardan vermek için geliştirilen bu uygulamada bireylere yaratıcı faaliyetler geliştirebilmek adına tablet üzerinde uygulanabilir bir oyun hazırlanmıştır. Uygulama özel ve devlet okullarında bulunana okul öncesi (4-6 yaş) bireylerin kısa süre içinde sanat eğitimini öğretebilecek uygulamanın hazırlanmasıyla öğrenme durumları incelenmiştir.

Bu araştırma, devlet ve özel kurumlara bağlı okul öncesi bireylerin sanat eğitiminin dijital materyal kullanılarak öğrenimi göstermektedir. Aynı zamanda akademik ortamda, günümüze uyarlanarak sanat eğitimini uygulama yöntemiyle daha hızlı ve kolay öğrenilebilirliğini ortaya koymuştur.

Okul öncesi bireylerde yapılan uygulama sonucunda uyarıların bireyin gelişimine uygun olarak kullanılması öğrenme hızını doğrudan etkilemiştir. Teknolojik gelişmeler ışığında hazırlanan sanat eğitimi uygulamasını okul öncesi bireylerin oyun ihtiyacını dijital ortamda deneyimlemelerini sağlamıştır.

Dijital araçların kullanılması ve sanat eğitimi ile ilgili yazılımların artırılabilmesi için eğitim ve mali destek gerekmektedir. Ciddi bir emek ve zaman gerektiren uygulamaların artırılarak hazırlanması ve uygulanması bir proje olarak hazırlanarak geliştirilebilir. Bunun için sanat eğitimcileri, çocuk gelişimciler, grafik tasarım uzmanları, okul öncesi öğretmenleri bir araya gelerek bu çalışmanın devamlılığını ilerleyen yaş gruplarına uyarlayabilirler.

Teknolojiyle gelişim gösteren sanat eğitim uygulamasını mesleki alanda uzman kişilerin gelişimlerinin ve güncel bilgilerinin sürekliliği de bu anlamda önemli bir rol oynayacaktır.

Bu yaş grubunda olan bireylerde öğrenmenin kalıcı olabilmesi için eğlenceli merak uyandırıcı unsurların birlikte kullanıldığı uygulamalar geliştirmelidir. Özel bir anaokulunun imkanları devlet okullarına göre daha fazladır. Okul öncesi bireylerin okulda yaptıkları sanatsal faaliyetler, düzenli olarak gidilen sergi ve müze gezileri sonuçlarda da görülmektedir. Bu bağlamda devlet okullarındaki imkanlar artırılarak sanat eğitimine önem verilmelidir. Böylece okul öncesi bireylerin yaratıcı düşüncelerini olumlu yönde etkileyecektir.

Okul öncesi bireyler, için hazırlanan eğitim içerikli döküman, materyallerin tasarımları dikkat açısından önemlidir. Öğrenilmesi istenen konu için hazırlanan renk, şekil, biçim açısından uyarıcı olmalıdır. Kısa süre içinde öğrenme sağlanması için bu özelliklerin olması öğrenmeyi doğrudan etkileyecektir.

Bu sonuçlar ışığında, sanat eğitim uygulamasını kişisel deneyimler kazanma, öğrenme ve sosyalleşme için önemli bir alan olup, yenilikçi çalışmalara ışık tutacaktır. Aynı zamanda okul öncesindeki bireylerin öğrenme ihtiyaçlarında farklı stratejiler belirleyerek yeni metodlar geliştirilmelidir.

Yetkinlikleri geliştirmek anaokullarının bağlı olduğu eğitim kurumlarının görevidir. Kurumların güçlendirmesi gereken, bireylere uzmanlar tarafından sanat bilgi alanları oluşturmak, ders içeriğine eklemek ve yeni tasarımların teknolojiden destek alarak oluşturulmasını desteklemektir.

Öneriler:

* Sanat eğitimi uygulamasındaki ressamın eserleri daha sık ve aşamalı olarak okul öncesi bireylere uygulandığında pekişme sağlanarak öğrenmede kalıcılık sağlanacaktır. İleriki yaş grupları için uygulama güncellenerek yeni bilgiler eklenebilir.

- * Aplikasyon içindeki sanatçı ve eserleri zamanla değiştirilerek farklı sanat eserlerinde öğrenme sağlanabilir.
- * Okul öncesi bireylerin daha sık sergi ve müze gibi sanat içerikli alanları gezerek farklı bir bakış açısına sahip olmaları sağlanabilir.
- * Oyun yöntemiyle sanat eğitimi alanında birden fazla öğrenme modeli geliştirilebilir.
- * Tablet kullanımı okul öncesi bireylerin dikkatini doğrudan çektiğinden sanat eğitimi esaslı öğrenmelerde daha sık kullanım sağlanabilir.
- * Teknoloji, okul öncesi bireylerde öğrenme sağlanması istenen konularda kullanılabilir.
- * Okul öncesinde, öğrenmenin kolay olabilmesi için kitap, etkinlik vb. materyallerin, bireylerin algılayabileceği biçimde tasarlanmalıdır.
- * Teknolojik materyaller günlük yaşamdan uzak tutulmadan öğrenime katkı sağlayacak biçimde müfredatlara dahil edilmelidir.
- * Dijital materyallerin eğitim içinde kullanılması ve uygulanabilmesi için kaynaklar oluşturulmalıdır.
- * Okul öncesi öğretmenlerin eğitiminin içinde sanat eğitim bilgisi ve dijital materyal kullanma bilgisi de verilmelidir.

Bu çalışma 'Hafif Zihinsel Yetersizliğe Sahip Bireylerin Dijital Oyunla Sanat Eğitiminin Desteklenmesi' için bir araştırma modeli olarak hazırlanmıştır.

Kaynakça

- Bolgan, N. (2012). From it to Tablet: Current Use and Future Needs in Kindergartens. *Nordic Journal of Digital Literacy*, 3-7.
- Flewitt R, M. D. (2014). Institute of Education, University of London, UK. 15(3). *New Directions For Early Literacy In A Digital Age: The Ipad Journal Of Early Childhood Literacy.*, 289-310.
- Geist, E. (2014). Using tablet computers with toddlers and young pre-schoolers. . *Young Children* 69(March), 58-63.
- Kelekçi Olgun, M. (2017). Okul Öncesi Dönemde Dijital Yolla Sanat Eğitimi Destekleyen Örnek Bir Çalışma,. *Beykoz Akademi*, 5(2), 123-133.
- Kelekçi Olgun, M. (2018). *Okul Öncesi Sanat Eğitimi için Geliştirilen Grafik Aplikasyon Öğrenme Modeli*. İstanbul: Basılmış Doktora Tezi-Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- L.S., V. (1978). *Mind and Society: The Development of Higher Mental Processes*. Cambridge: Harvard University Press.
- Livingstone S, M. J.-W. (2014). *Young Children (0-8) And Digital Technology: A Qualitative Exploratory Study National Report*. Luxembourg: Joint Research Centre, European Commission,.
- Marsh J, Y.-R. D. (2015). Exploring Play and Creativity in Pre-Schoolers' Use of Apps: Technology and Play. *Economic and Social Research Council*.

Michael Cohen Group, U. .. (2011). *Young children, apps and iPad*. New York: Michael Cohen Group.

Moser, T. B. (2005). *Forslag til revidert rammeplan for barnehagen*. Oslo: Kunnskapsdepartementet.

Neumann M.M, N. D. (2014). *The Use Of Touch Screen Tablets At Home And Pre-School To Foster Emergent Literacy*. Australia: Griffith Institute for Educational Research.

Ek 1.

Okul Türü: Anaokulu- Okul Öncesi- Kreş

Adı Soyadı:

1. Bu resmi sevdiniz mi?
a) Evet b) Hayır
2. Renkler hoşunuza gitti mi?
a) Evet b) Hayır
3. Bu resmi bir daha görseniz hatırlar mısınız?
a) Evet b) Hayır
4. Yap-poz yapmayı sever misiniz?
a) Evet b) Hayır
5. Bu parçaları yardım almadan birleştirebilir misiniz?
a) Evet b) Hayır
6. Bu resmin adını hatırlayabiliyor musunuz?
a) Evet b) Hayır
7. Bu resmi yapan kişinin adını biliyor musunuz?
a) Evet b) Hayır
8. Tablette oyun oynamayı seviyor musunuz?
a) Evet b) Hayır
9. Siz de bu resmin aynısını boyayabilir misiniz?
a) Evet b) Hayır

FİNANSAL TEKNOLOJİ UYGULAMALARI, BANKALARIN RİSK YÖNETİMİ VE İÇ KONTROL YAPISI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ VE SONUÇLARI

Şükrü Mete TEPEGÖZ¹

Öz

Bankalar ve finansal kuruluşlar ortak ve/veya yöneticilerinin ölçsüz biçimde risk almalarını önlemek, alınacak riskleri ise kontrol edilebilmek amacıyla iç kontrol yapısı oluşturmak zorundadır. Etkin bir iç kontrol yapısının kurulması sonucunda, bankalar zarara neden olabilecek riskleri zamanında fark edebilirler ve önlenmesine ilişkin önlemler alabilirler.

Finansal teknolojilerde yaşanan değişim nedeniyle, banka müşterileri farklı ürün ve hizmetleri kullanmaya başlamıştır. Özellikle hız, kolaylık ve güven nedeniyle artık tüketiciler teknolojik finansal süreçleri ve ürünleri tercih etmektedir. Tüketici davranışının bir sonucu olarak bankaların, yeni teknolojik finansal ürünlere ve hizmetlere yatırım yapmaları beklenmektedir. Bankacılık iş kolu sürekli değişen ve gelişen teknolojik ürünlere ve hizmetlere uyum sağlamak çabası içindedir.

Diğer taraftan teknolojik gelişmeler; karmaşık ürünlerin ortaya çıkmasına, risk çeşitliliğinin artmasına, belirsiz piyasa koşullarının oluşmasına neden olmaktadır. Bunun sonucunda, bankaların iç kontrol yapılarının teknoloji kullanımı yönlü olarak yeniden düzenlenmesi ihtiyacı bulunmaktadır.

Teknolojik değişimlerin iç kontrol yapısına aktarılması, bilgi teknolojilerinin kullanılması yoluyla dijital dünyada karşılaşılan sorunlara çözümler üretilmesi, görev ve sorumlulukların yeniden belirlenmesi beklenen ilk değişimler arasında sayılabilir.

Anahtar Kelimeler: Finansal Kuruluşlar, İç Kontrol, Denetim

Jel Sınıflaması: G21, M42, G32

THE EFFECT AND RESULTS OF FINANCIAL TECHNOLOGY APPLICATIONS ON RISK MANAGEMENT AND INTERNAL CONTROL STRUCTURE OF BANKS

Abstract

Banks are financial institutions that have to establish an internal control structure in order to prevent excessive risk taking and control the risk has been taken. Establishing an effective internal control structure allows timely recognition of risks that may harm banks and making recommendations for risk prevention.

The transformation in financial technologies enables bank customers to use different products and services. Consumers now prefer technological financial processes due to speed, convenience and trust. Banks are expected to turn to new technological financial products and services and develop new solutions. Banking sector players are also in an effort to adapt to constantly changing and developing technological products and services.

On the other hand, technological developments leads to the emergence of complex products, an increase in risk diversity and uncertain market conditions. As a result, the need for restructuring of traditional banks in terms of technology usage comes to light.

¹Dr., İstanbul Ticaret Üniversitesi, mete.tepegoz@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7636-7699

Transferring technological changes into the internal control structure, producing solutions to the problems encountered in digital world by using information technologies and redefining duties and responsibilities can be counted among the expected initial changes.

Keywords: Financial Institutions, Internal Control, Audit

Jel Classification: G21, M42, G32

1. Giriş

Dünya ekonomik yapısı birbirine bağlı ve etkileşim içinde olan zincirler şeklindedir. Dünyada ekonomik, sosyal vb. yaşanan bir sorun, olayın yaşandığı ülke ile birlikte diğer ülkeleri de etkilemektedir. Örneğin, Aralık 2019'da Çin'in Wuhan eyaletinde ilk defa görülen ve dünya geneline hızla yayılan Koronavirüs (Covid-19) salgını sosyal yaşantı kurallarını ve ekonomileri derinden sarsmıştır. Turizm, taşımacılık, hizmet iş kolları başta olmak üzere sosyal ve ekonomik faaliyetler azalmıştır. Ürün ve hizmet tedarik zincirleri kopmuş ve dünya ticareti daralmıştır.

Özellikle, son iki yıldır dünyada yaşanan salgın sırasında kullanılan finansal teknolojilere ait uygulamalar ve ödeme sistemleri bankaların ve finansal kuruluşların ürün ve hizmet sunumunda değişikliğe gitmesine neden olmuştur. Teknoloji kaynaklı rekabet daha önceki yıllarda bankaların kendi içlerinde geliştirdikleri uygulamalardır. Günümüzde ise teknoloji şirketleri tarafından özellikle ödeme sistemlerinde öne çıkartılan uygulamalar şeklinde artan ürün ve hizmet rekabeti söz konusudur. Finansal teknoloji ürünlerinin ve hizmetlerine ilişkin eğiliminin yüksek olduğu izlenmektedir.

Son yıllarda, bankalar arası yaşanan yoğun rekabet, bankacılık ürün ve hizmetlerine ulaşan müşteri kitlesindeki davranış değişiklikleri, Covid-19 salgını vb. hususlar iş kolunda verimliliği yükseltmek için teknoloji kullanımını hızlandırmıştır. Teknolojik ürün uygulamaları tüm finansal araçlara ulaşmayı kolaylaştıran bir etkiye sahiptir.

Robotik ve yapay zeka uygulamaları, büyük veri, makine öğrenmesi, bulut teknolojisi, dağıtık mimari, blok zinciri vb. ileri teknoloji uygulamalar hiper otomasyon kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Artık çok daha hızlı ve çok daha güvenilir ürün ve hizmet uygulamaları ihtiyaçları karşılamaktadır.

Gelişen finansal teknoloji uygulamalarının sonucunda operasyon maliyetleri yüksek olan şube yapılanması yerine mobil uygulamalar öne geçmiştir.

Finansal teknoloji uygulamalarının kullanılmasıyla bankacılık iş kolunda yeni riskler de ortaya çıkmıştır. Teknoloji kaynaklı risklerin de diğer riskler gibi; (1) Tanımlanması, (2) Ölçülmesi, (3) Analiz Edilmesi, (4) Riske karşılık verilmesi, (5) Raporlanması ve Denetlenmesi gerekmektedir (Meulbroek, 2008).

Günümüz ekonomik dünyasında bankaları ve finansal kuruluşları etkileyen riskler özellikle teknoloji değişimlerine bağlı olarak artmıştır. Olası riskleri tanımlamak ve olası etkilerini önlemeye yönelik tedbirler almak rekabet unsuru haline gelmiştir. Sürekliliği sağlayan başarı göstergelerinden bir tanesi olan risk yönetimi için doğru kurulmuş olan iç kontrol yapısıdır.

Bankaların ve finansal kuruluşların, iç kontrol yapıları oluşturmaları dünya ekonomisi ve uluslararası ticaretin sağlıklı kalması için önem taşımaktadır.

Sağlıklı iç kontrol yapısı kurulması, risklerin fark edilmesine ve önlenmesine yönelik tedbirler alınmasını sağlayan uygulamalar bütünüdür.

Kontrol, yönetim tarafından belirlenen amaçlara ulaşılma derecesini, yasalara uyumu ve finansal raporlamanın güvenilirliğini sağlamayı amaçlar.

İç kontrol; işletmenin yönetim kurulu, üst yönetimi ve diğer personeli tarafından etkilenen ve faaliyetlerin etkinliği ve verimliliği, mali raporların güvenilirliği, yasa ve mevzuata uygunluk, hedeflerinin gerçekleştirildiğine dair makul bir güvence sağlamak amacıyla tasarlanan bir süreçtir (Özbek, çev., 2012).

İç kontrolün üç ana hedefi bulunmaktadır. Bunlar;

İşlem Hedefleri: Bunlar, faaliyetler ve finansal verimlilik ve etkinlik hedefleri de dahil olmak üzere, işletmenin operasyonlarının etkinlik ve verimlilik amaçları ile muhtemel zararlara karşı şirket varlıkları ile ilgilidir.

Raporlama Hedefleri: Bunlar iç ve dış finansal ve finansal olmayan raporlama ile bağlantılıdır. Güvenirlik, tam zamanlılık, şeffaflık gibi düzenleyici kararlar, belirlenmiş standartlar ya da kurum politikaları tarafından ortaya konulan diğer kavramları kapsar.

Uyumluluk Hedefleri: Bunlar kuruluşun bağlı olduğu kanun ve mevzuata uyumu ile ilgilidir (Internal Control-Integrated Framework, 2013).

Bankalar ve finansal kuruluşlar, faaliyetlerinin etkinlik ve verimliliğini artırmayı, birim maliyetlerini düşürmeyi ve birim başına karlılığı arttırmayı hedeflemektedir. Bu yapıyı oluştururken de mali raporların güvenilirliği ve yasalara uyum konusunda çalışmaları eş zamanlı yapmak durumundadır.

Banka ve finansal kuruluş iş kollarından beklenen, yukarıda sayılan süreçlere ilişkin olarak iç kontrol yapılarının oluşturulmasıdır. Finansal teknoloji kaynaklı risk sıralamasında, kişisel verilerin korunması başta olmak üzere bilgi güvenliği en öncelikli konular arasındadır.

Gelecekte, veri güvenliği ve kişisel verilerin korunması konusunda yasal otoritelerin daha fazla düzenleme yapacağı öngörülmektedir.

2. Teknoloji Kaynaklı Yeni Bankacılık Uygulamaları

Günümüzde finans iş kolunda rekabetin farklılaşmasını sağlayan en önemli unsur teknolojidir. Dijitalleşen iş süreçleri ile birlikte mobil uygulamalar, bankacılık ürün ve hizmet sunumunda ana kanal olarak hizmet vermeye başlamıştır.

Yeni nesil bankacılık, en genel ifadesiyle, bankacılık sektöründe gerçekleştirilen faaliyetlerin bilgi ve iletişim teknolojileri yardımıyla geliştirilmesi ve etkinliğinin artırılması olarak tanımlanabilmektedir (Dinç, 2017).

Günümüz bankacılığına yöne veren bazı yeni ürün ve yaklaşımlar aşağıda belirtilmiştir.

2.1. Nakitsiz Toplum

Özellikle, ödeme sistemlerindeki değişiklikler ve tüketicilerin bu değişikliklere uyumu dikkat çekmektedir. Temassız ödemeyi sağlayan değişikliklerle birlikte kredi kartları, banka kartları, dijital cüzdan kullanımı artmaktadır.

Bazı devletler, dijital hizmetlere geçişi teşvik ediyor çünkü bunu finansal hizmetlerde rekabeti artırmanın bir yolu olarak görüyorlar. Diğerleri, dijital ödemelerin tüketicileri para kaybetmekten koruduğunu ve aynı zamanda onları sürekli cüzdan taşıma zahmetinden kurtardığını savunuyor (Cerulus ve Contituglia, 2018).

Nakitsiz toplum ürün ve hizmetleri hızlı, güvenli ve kolaylık bakımlarından tüketiciler ve tacirler tarafından tercih edilmektedir. Ayrıca bu ürünler yedi gün yirmi dört saat süresince ticaretin akışına izin veren uygulamalardır.

Nakitsiz toplum yapısının kurulması çalışmaları; kara paranın aklanması ve terörün finansmanın önlenmesine katkı sağlayan, para ile yapılan hileleri engelleyen, ulusal ve uluslararası ticaretin daha güvenilir olarak yapılmasının önünü açan uygulamalardır. Bu nedenle de yasal otoriteler tarafından da desteklenmektedir. Tüm para dolaşımının kaydi olarak izlenmesine imkan sunar.

Nakitsiz toplum uygulamaları bankacılık iş kolu için özellikle insan kaynağı sayısı açısından risk taşımaktadır. Daha az sayıda, ancak yetkin insan kaynağına ihtiyaç duyulacağı öngörülmektedir.

Teknoloji yoğun ürün ve hizmetlere dayandığı için süreç ve işlem güvenliğine ilişkin risklere karşı da banka ve finansal kuruluşların önemli yatırımlar yapmaları gerekmektedir.

2.2. Sanal ve Artırılmış Gerçeklik

Artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik uygulamaları finans sektöründe yoğun olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Sanal gerçeklik, kullanıcının bir aygıt yardımıyla gerçek dünyadan bağımsız olarak gözlemleyip özgür bir şekilde hareket ederek gezinebildiği ve tamamen sanal ortam üzerinde hazırlanmış üç boyutlu görüntüler şeklinde ifade edilebilmektedir (Sunal, 2016).

Artırılmış gerçeklik ise, gerçek ortamdaki görüntülerin üzerine sanal görüntülerin eklenmesiyle oluşan ortamdır (Abdüselam ve Karal, 2012).

Sanal ve artırılmış gerçeklik konusundaki gelişmeler devam ederken günümüzde ayrıca; Yunanca da ileri ve sonra anlamlarına gelen “meta” ve İngilizce de evren anlamına gelen “universe” kelimelerinden oluşan sonraki evren anlamında “metaverse” kavramı ortaya çıkmıştır. Metaverse, üç boyutlu grafikten oluşan bir sanal dünya olarak sunulmaktadır. Bu uygulamada insanlar dijital kimlikleri ile etkileşim sağlayabilmektedir.

Bankacılık iş kolunda; artırılmış gerçeklik uygulamalarından bir tanesi; şube yeri, ATM (Automatic Teller Machine) cihazlarının bulunabilmesi süreçlerinde kullanılmaktadır. Tüketiciler, şehir içindeki gezintileri sırasında akıllı telefon ekranında en yakın şube ve ATM konum bilgisini görebilmektedir.

First Abu Dhabi Bank için hazırlanan bir uygulamada müşteriler, sanal gerçeklik gözlükleri aracılığıyla banka ürünleri hakkında bilgi alıp bu ürünlere yönelik başvurularda bulunabilmektedir (Şahin, 2016).

Gelecekte bankacılık işlemlerinin fiziksel yapılar yerine sanal ortamlarda gerçekleşme olasılığı yüksektir. Bankalar bu alanda çalışmalarını sürdürmektedir.

Sanal ve artırılmış gerçeklik uygulamaları kapsamında teknoloji alt yapısına yapılacak büyük tutarlı yatırımlar bankaların öz kaynak ihtiyacını artıracaktır. Gelecekte, teknoloji yatırımı ihtiyacı nedeniyle küçük bankaların rekabet gücünün azalacağı öngörülmektedir.

2.3. Yeni Nesil Bankacılık

Yeni nesil bankacılık, bilgi ve iletişim teknolojileri vasıtasıyla bankacılık süreçlerinin geliştirilmesi ve etkinliğinin artırılması çalışmalarını kapsamaktadır. Ülkemizde bankacılık iş kolunda ATM, telefon bankacılığı, internet bankacılığı ve son olarak da mobil bankacılık yeni nesil uygulamalar arasındadır.

Bankacılık iş kolu, bilgi ve iletişim teknolojilerinin en çok etkilediği alanların başında gelmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki değişimlerle birlikte bankacılık sektörünün işlevi ve yapısı farklılaşmıştır. Dijitalleşme süreci, yeni nesil bankacılık faaliyetlerinin çıkış noktasını oluşturmaktadır. Dijitalleşme süreci, bankaları, tarihleri boyunca karşılaştıkları en büyük dönüşüm süreci ile karşı karşıya bırakmaktadır (Laukkanen, 2017).

Yeni nesil bankacılık uygulamaları; erişilebilirlik, maliyet avantajı, zaman avantajı ve güvenlik kaynaklı önemli avantajlar sağlamaktadır (Dinç, 2017).

Yeni nesil bankacılık uygulamalarının son dönemdeki en önemli uygulama alanı akıllı telefonlar ve bu telefonlara yönelik hazırlanan uygulamalardır. Bu nedenle bankalar yeni ürün ve hizmetlerini özellikle bu alanda yoğunlaştırmıştır.

Yeni nesil bankacılık uygulamaları kapsamında, finansal işlemler geleneksel olmayan kanallar ve piyasa oyuncularından da yapılabilecektir. Bu durum bankacılık iş kolu için risk arz etmektedir.

2.4. Yapay Zeka ve Hiper Otomasyon

Yapay zeka; müşteri deneyimini olumlu yönde arttırmak suretiyle müşteri memnuniyetini arttırmaktan, risk ve suistimal durumlarını kontrol altında tutmaya, operasyonel verimliliğin artırılmasına kadar birçok alanda banka yönetimlerine destek olmaktadır (Boobier, 2020).

Hiper otomasyon; kuruluşların robotik süreç otomasyonu, düşük kodlu uygulama platformları, yapay zeka ve sanal asistanlar gibi teknolojileri kullanarak mümkün olduğunca çok süreci hızlı bir şekilde tanımlamasını, incelemesini ve otomatikleştirmesini sağlayan bir yaklaşımdır (Gartner, 2021).

Banka ve finansal kuruluşların yapay zeka kullanımı ve hiper otomasyon çalışmalarında ana amaçlar; birim işlem maliyetlerini azaltmak, verimliliği ve karlılığı artırmaktır. Bu uygulamaların başka bir çıktısı da işlem sürelerinde hızlilik artışının ve güvenli veri akışının sağlanmasıdır.

Tekrarlayan işlemler veri toplanması konusunda fayda oluşturmaktadır. Veri madenciliği sonucunda çıkan bilgiler analiz edilmekte ve analiz sonuçları raporlanmaktadır. Raporlanan işlemler tüketici ihtiyaçları için kişiye özel yeni ürün ve hizmetlere dönüştürülmektedir. Sürekli tekrarlayan ve beslenen bu yapı, bankaların iş yapma stratejilerini temelden değiştirmektedir.

Yapay zeka uygulamaları ve hiper otomasyon ölçek ekonomisinden yararlanan bankalar için maliyet tasarrufu sağlarken, küçük bankalar için rekabet olumsuzluğuna neden olabilecektir.

2.5. Açık Bankacılık

Geleneksel olarak bankalar ve finansal kuruluşlar ürün ve hizmetlerini şubeler ve diğer dağıtım kanalları üzerinden sunmaktadır. Son yıllarda; özellikle teknoloji şirketlerinin yeni ürün ve hizmetlerinin de bir sonucu olarak tüketicilerin de talepleri doğrultusunda bankalar kanallarını başka şirketlerle de paylaşmaya başlamıştır.

Açık bankacılık uygulaması fintechler ile bankalar arasında verinin paylaşılması ve buradan sağlanan müşteri deneyimi bilgilerinin tekrar tüketicilere ürün ve hizmet olarak sunulmasına imkan tanınmasını sağlamaktadır.

Açık bankacılık, üçüncü parti hizmet sağlayıcıların müşterilerin finansal verilerine müşterilerin izinleri dahilinde ve belirlenmiş koşullarla erişimine olanak tanıyan bir sistemdir (Pwc ve GSG Hukuk, 2020).

Avrupa Birliğinde yürürlüğe giren Ödeme Hizmetleri Direktifi 2 yönergesi kapsamında, Avrupa Birliği üye ülkelerinde açık bankacılık kavramı ile veri paylaşımı zorunlu hale gelmiştir.

Açık bankacılık uygulaması sayesinde kalite, hız, güven ve fiyat avantajı sağlayacak ürün ve hizmetlerin sunulmasının önemi artmıştır.

Günümüzde birçok devlet düzenlemeler yapmak suretiyle açık bankacılığı desteklemektedir.

Açık bankacılığın günümüzde en çok kullanıldığı alanlar; hesap birleştirme, hesap açma, kişisel finans yönetimi, kredi riski belirleme, abonelik yönetimi olarak sıralanabilir.

Teknoloji alt yapı çalışmaları için büyük kaynakların aktarılması ihtiyacı, veri ve bilgi güvenliği açık bankacılığın doğuracağı iş kolu riskleri arasındadır.

2.6. Müşteri Deneyimi

Bankalar ve finansal kuruluşlar; müşteri sadakatinin sağlanması, birim ürün/hizmet karlılığının artırılması, süreçlerin basitleştirilmesi yoluyla verimin artırılması amacıyla müşteri deneyimi çalışmalarına önem vermek durumundadır.

Müşteri deneyimi, müşterinin geçmişte yaşadığı çoklu kanal deneyimlerini, ürüne ulaşma sürecini, ürünün satın alma adımlarını ve satış sonrası desteğe yönelik hizmet alımını da sağlayan entegre deneyimi ifade etmektedir (Siqueira ve Diğ., 2020).

Bankalar güven ilişkisi nedeniyle en çok tercih edilen finansal kurumlar olmak özelliğini devam ettirmekle birlikte; hızlı, sorunsuz, uygun fiyatlı ve kullanıcı dostu uygulamalar ve ürünler tüketiciler tarafından tercih edilir hale gelmektedir.

Özellikle açık bankacılık işlemleri kapsamında artan rekabet içinde bankalar; verilere dayalı olarak müşterilerinin ihtiyaçlarını tanımlama ve ihtiyaçları karşılayacak çözümler geliştirme konusunda müşteri deneyimi uygulamalarını yoğun olarak kullanmaktadır.

Hızla değişen tüketici ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik ihtiyaç analizleri ve ihtiyacı karşılayacak ürün ve hizmet tasarımı bankacılık iş kolunu zorlayacak riskler olarak görülebilir.

2.7. Platform Bankacılığı

Güçlü teknolojik alt yapıları sayesinde teknoloji şirketleri, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayacak sistemler kurmuşlardır. Bir süre sonra bu sistemler, bütün ihtiyaçların karşılanmasına yönelik ekosistemler haline gelmiştir. Bu alandaki gelişmenin en önemli başlatanı e-ticaret pazarı ve bu pazara hitap eden ödeme sistemlerin büyümesidir. Dünyada en çok tanınan platformlar Amazon ve Alibaba'dır. Sonuç olarak, platformlar tüketici ve üreticileri bir araya getiren teknolojik pazarlar haline gelmiştir.

Geleneksel bankacılık yaklaşımında, finans ve bankacılık iş kolu kendi yönetimindeki şube ve alternatif dağıtım kanalları (mobil bankacılık, internet bankacılığı, ATM, çağrı merkezi vb.) üzerinden hizmet sunmaktadır. Ancak açık bankacılık kavramının benimsenmesi ile birlikte, bankacılık hizmetlerine Uygulama Programlama Arayüzü (Application Programming Interface, API) yardımıyla üçüncü parti firmalar üzerinden erişimin yolu açılmıştır (Sonpatki, 2021).

Platform Bankacılığı (Banking as a Platform, BaaP) birden fazla bankacılık ürün ve hizmetinin aynı dijital platform üzerinden sunulması olarak tanımlanabilir. Platform bankacılığında, bankacılık ürün ve hizmetleri dışındaki hizmetler de aynı platform üzerinden tüketiciye sunulabilmektedir.

Platform bankacılığını oluşturan en önemli unsur bankacılık ürün ve hizmetinin karşılanması sırasında ve sonucunda ürün ve hizmete etki eden diğer işlemlerin de aynı platformda gerçekleştirilebilmesi olacaktır. İhtiyaç kredisi kullanılan platformda başka bir finansal ürün olan hayat sigortası da satılabilmesi platform bankacılığına örnek oluşturmaktadır.

Farklı sektörlerdeki uygulama örnekleri incelendiğinde, platforma dayalı iş modellerinin iyi yönetildiğinde çok daha verimli ve karlı olduğu sonucuna varılmaktadır. Diğer yandan, platform bankacılığı ile bankalar çok çeşitli ekosistemlere entegre olacaklarından, müşteri ve günlük işlem sayılarının ağ etkisi sebebiyle üssel olarak artış göstereceği öngörülmektedir (Zachariadis & Ozcan, 2017).

Platform bankacılığı diğer finansal hizmet sağlayıcıların da katılması nedeniyle bankacılık iş kolunda rekabeti artıran bir unsurdur.

2.8. Görünmez Finans

Görünmez Finans platform bankacılığı ve açık bankacılık uygulamaları kullanılarak finansal hizmetlerin finansal olmayan hizmet sağlayıcılarla diğer ortam ve ekosistemlerde birleştirilmesidir. (Mead ve diğerleri, 2016).

Finansal hizmetlerin diğer müşteri ihtiyaçları ile birlikte farklı platformlar üzerinden paketlenerek müşterilere görünmez olarak sunumu, bankaların marka olarak farklılaştırıcı rolünün daha az önemli hale gelmesi ile ilgili endişelere yol açmaktadır. Benzer şekilde bu durumun orta ve uzun vadede bankaların müşterileriyle olan ilişkilerini tehdit ettiği konusunda da çekinceler bulunmaktadır. Ancak ülkemizin sosyo-kültürel yapısı gereği, bankalar birer itibar ve güven kurumu olarak görülmektedir (Cantürk, 2021).

Görünmez finans uygulamalarının bankaları geri plana atabileceği öngörülmekle birlikte güven ve itibar kuruluşları olmaları nedeniyle bankalarla iş birliği yapacak istekli işletmelerin olması beklenen bir durumdur. Bunun sonucunda da ürün ve hizmet kalitesi ve güvencesi verecek yeni bir bakış açısı geliştirilebilecektir.

Görünmez finans uygulamalarında hata ve hileli uygulamalar olması durumunda bankacılık iş koluna olan güven unsurunun azalması söz konusu olabilir.

3. Değişen ve Gelişen İç Kontrol Yapısı

İç kontrol yapısına ilişkin uygulamalar ilk zamanlarda bankaların karşılaşılabileceği hile ve hatalı işlemleri en aza indirmek için yapılan çalışmalar olarak tanımlanırdı. Günümüzde ise bir bankanın karşılaşılabileceği her türlü riski ortaya çıkarabilen unsurları içeren bir sistem olarak tanımlanabilir.

Bankaların faaliyetlerini sağlıklı ve verimli şekilde yürütebilmesi için iç kontrol sistemi önem arz etmektedir. Bankalar ve finansal kuruluşlar diğer tüm işletmelerden daha fazla önemli olacak şekilde likidite riskini de yönetmek durumundadır. Bankaların likidite düzeyinde yaşanabilecek olumsuz durumlar piyasayı bozabilecek durumdadır. Tüm riskleri önlemeye yönelik tedbirler bankacılık iş kolu için daha fazla öneme haizdir.

Bankalar, finansal kuruluşlar ve sigorta şirketleri finansal iş kolunun önemli oyuncularını olmaları ve kamu yararını da ilgilendiren faaliyetler yürütmeleri nedeniyle yasa koyucular tarafından risk yönetimine ilişkin düzenlemeler sıkı uygulanmaktadır.

Türk Ticaret Kanunu ve Sermaye Piyasası Kanununda risk yönetimine ilişkin genel düzenlemeler bulunmaktadır. Ayrıca, Bankacılık Kanunu ve Finansal Kiralama, Faktoring ve Finansman Şirketleri Kanununda finansal kuruluşların risk yönetimine ilişkin kurallar bulunmaktadır. Sayılan kanunlar kapsamında risk yönetimine ilişkin genelge, yönetmelik ve tebliğ düzenlemeleri de bulunmaktadır.

Bankalar, maruz kaldıkları risklerin izlenmesi ve kontrolünün sağlanması amacıyla, faaliyetlerinin kapsamı ve yapısıyla uyumlu ve değişen koşullara uygun, tüm şube ve birimleri ile Kanuna istinaden yürürlüğe konulan düzenlemelere göre konsolidasyona tâbi tutulan ortaklıklarını kapsayan, yasal otorite tarafından öngörülen usul ve esaslar çerçevesinde yeterli ve etkin iç sistemler kurmak ve işletmekle yükümlüdürler (Resmi Gazete, Bankaların İç Sistemleri ve İçsel Sermaye Yeterliliği Değerlendirme Süreci Hakkında Yönetmelik).

Banka ve finansal kuruluşların iç sistemler kapsamındaki birimleri yönetim kurullarına bağlı olarak çalışırlar. Tam ve etkin bir iç kontrol sisteminin kurulması ve yürütülmesinde nihai sorumluluk banka yönetim kurulundadır. Kurul üyeleri bankanın taşıdığı riskler ve sürdürdüğü faaliyetlerle ilgili bilgiler ve sunulan raporların değerlendirilmesinde tarafsız davranmalı, bilgi sahibi olmalı ve durumu sorgulamalıdır.

İç kontrol sisteminin amacı, bankanın varlıklarının korunmasını, faaliyetlerin etkin ve verimli bir şekilde Kanuna ve ilgili diğer mevzuata, banka içi politika ve kurallara ve bankacılık teamüllerine uygun olarak yürütülmesini, muhasebe ve finansal raporlama sisteminin güvenilirliğini, bütünlüğünü ve bilgilerin zamanında elde edilebilirliğini sağlamaktır (Resmi Gazete, Bankaların İç Sistemleri ve İçsel Sermaye Yeterliliği Değerlendirme Süreci Hakkında Yönetmelik).

Bankalarda iç kontrol faaliyetleri kapsamında yapılan denetim çalışmaları da; faaliyetlerin uygunluk denetimi, banka iletişim kanalları ile bilgi sistemlerinin denetimi, finansal raporlama sisteminin denetimi, iş süreçlerinin uygulanmasına yönelik denetim ve uyum denetimi olarak gerçekleştirilmektedir.

Risk yönetimi kapsamında bilgi sistemlerinin güvenilirliğinin sağlanması ve düzenli olarak güncellenerek gerekli değişikliklerin yapılması zorunluluk arz etmektedir. Bankanın taşıdığı risklerin tespit edilmesi ve değerlendirilmesi iç kontrol sisteminin bir gereğidir. Bu açıdan bakıldığında banka amaçlarının gerçekleştirilmesini olumsuz yönde etkileyecek her türlü iç ve dış faktörlerin tespiti ve değerlendirilmesi gereklidir. Söz konusu uygulama bankanın karşı karşıya kaldığı tüm riskleri kapsamlı ve bankanın organizasyon yapısındaki tüm seviyelerde sürdürülmelidir.

Özellikle, son yıllarda finansal teknoloji uygulamaları ile birlikte güvenlik riskleri önemli hale gelmiştir. Tüm süreçlerin teknolojik uygulamalar üzerinde yapıldığı günümüzde kişisel verilerin korunması daha zordur. Bankalar için yönetilmesi gereken en önemli risklerden birisi de teknoloji uygulamalarından kaynaklanan güvenlik riskidir. Bankalardan, siber güvenlik risklerinin yönetilmesi beklenmektedir. Düzenleyici otoritenin bu konuda sürekli yönlendirmesi ve denetimleri mevcuttur.

Metaverse evreni üzerinden işlem yapmayı planlayan müşterilerin dijital kimlik bilgilerinin veya yeni nesil bankacılık ile akıllı telefonlar ve bu telefonlara yönelik hazırlanan uygulamalar üzerinde müşterilerin kimlik bilgilerinin, istenilmeyen üçüncü tarafların eline geçmesi teknolojik gelişmeler sonucu ortaya çıkabilecek risklere örnek olarak verilebilir.

Türkiye Bankalar Birliği, Risk Merkezi faaliyetlerinin doğru, güvenli ve aksamadan yürütülmesini teminen nezdinde etkin bir iç kontrol ve iç denetim yapısı kurar. İç denetim hizmeti dışarıdan da alınabilir. Ancak, Bankacılık Kanununun 73 üncü maddesi kapsamında yer alan banka veya banka müşterilerinin sırlarına vakıf olunması sonucunu doğuracak iç denetim hizmetinin bulunması halinde, şirketlerin bu hizmeti kendi bünyelerinde personel çalıştırmak suretiyle yerine getirmesi zorunludur (Resmi Gazete, Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezi Yönetmeliği).

Bankalar, finansal teknoloji uygulamalarındaki riskleri sürekli olarak izlemek, analiz etmek ve gerekli hareket planlarını oluşturmakla yükümlüdür. Bunun için de iç kontrol yapılarını teknoloji odaklı kurmak ve finansal teknolojileri yönetebilecek yetkinlikte insan kaynağı bulundurmak bir gereklilik haline gelmiştir.

4. Sonuç

Bankacılık iş kolunda finansal teknoloji ürün ve uygulamaları artarak devam etmektedir. Günümüzde, tüketiciler finansal teknoloji kullanımı konusunda isteklidir. Özellikle, e-ticaret uygulamaları ödeme sistemlerinin gelişmesinde etkili olmaktadır. Son iki yıldır dünyada yaşanan salgın da ödeme alışkanlıklarını kökten etkilemiştir.

Günümüzde verinin her alanda kullanılması, veriye dayalı müşteri deneyimi ölçme çalışmaları, tüketicilerin ihtiyaçlarını platformlar üzerinden gidermeleri vb. gelişmeler bankalar arası rekabeti finansal teknoloji uygulamalarına yönelten önemli sebeplerdendir.

Gelecekte daha az sayıda fiziksel şube, daha az sayıda çalışan ile hizmet veren ancak finansal teknoloji ve uygulamaları yoğun kullanacak bir bankacılık yapısı öngörülmektedir. Bu durumda, banka risklerinin insan odaklı olmaktan çok teknoloji odaklı olarak gerçekleşmesi muhtemeldir. Özellikle bilgi güvenliği ve kişisel verilerin korunması önem arz etmektedir.

Bu nedenle, bankaların iç kontrol yapılarını da teknoloji yoğun oluşturmaları elzemdir. Aksi takdirde, bankalar yeni finansal teknolojilerden kaynaklı riskleri tanımlayamama ve riskleri karşılayamama durumu ile karşı karşıya kalabilir.

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu; Banka içinde tesis edilecek bilgi sistemlerinin yapısının bankanın ölçeği, faaliyetlerinin ve sunulan ürünlerin niteliği ve karmaşıklığı ile uyumlu olması zorunluluğu, faaliyetlerinin yürütülmesi ve Bankacılık Kanununda, Bankacılık Kanuna ilişkin alt düzenlemelerde ve ilgili diğer mevzuatta bankalar için tanımlanan tüm sorumlulukların yerine getirilmesi açısından gerekli olan bütün bilgilerin, elektronik ortamda güvenli ve istenildiği an erişime olanak sağlayacak şekilde kaydedilmesine ve kullanılmasında konularına özellikle vurgu yapmıştır.

Kaynakça

- 29511 Sayılı Resmi Gazete, *Bankaların İç Sistemleri ve İçsel Sermaye Yeterliliği Değerlendirme Süreci Hakkında Yönetmelik*, 23 Ekim 2015
- 28260 Sayılı Resmi Gazete, *Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezi Yönetmeliği*, 10 Nisan 2012
- Abdüsselam, M. S., & Karal, H. (2012). Fizik Öğretiminde Artırılmış Gerçeklik Ortamlarının Öğrenci Akademik Başarısı Üzerine Etkisi: 11. Sınıf Manyetizma Konusu Örneği. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 1(4).
- Balaban, D. (2010). Sony Faces and Uncertain Market for FeliCa Technology. *From NFC Times*: <http://www.nfctimes.com/news/chart-article-contactless-e-money-jaapanfelica-chips> (Erişim Tarihi 19.09.2021)
- Bayraktar, E., & Kaleli, F. (2007). Sanal Gerçeklik ve Uygulama Alanları. *Akademik Bilişim*
- Boobier, T. (2020). AI And The Future of Banking. *Wiley*.
- Cantürk, S. (2021). KPMG Perspektifinden Fintech Sektörüne Bakış, *KPMG*.
- Cerulus, R. ve Contituglia, C. (2018). Central Bankers Warn of Chaos in a Cashless society: <https://www.politico.eu/article/centralbankers-fear-cybersecurity-chaos-in-a-cashless-society/> (Erişim Tarihi 19.09.2021)
- Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission. Internal Control-Integrated Framework. (2017) <http://www.coso.org/Documents/990025P-Executive-Summary-final-may20pdf>. (Erişim Tarihi : 28.11.2017)
- Deloitte (2021). Open banking Unleashing the power of data and seizing new opportunities
- Diñç, Y. (2017). *Banka Pazarlaması ve Yeni Nesil Bankacılık*, İstanbul, Beta Basım.
- Fintech İstanbul* (2019). Dünyada ve Türkiye’de Açık Bankacılık: Bankacılığın Geleceği
- Gartner_Inc.(2021) Definition of Business Process Management (BPM) - *Gartner Information*
- Laukkanen, T. (2017). Mobile banking. *International Journal of Bank Marketing* 35(7), 1042-1043.
- Lynn, T., Rosati, P., & Cummins, M. (2020). *Exploring open banking and banking-as-a-platform: Opportunities and risks for emerging markets*. In Entrepreneurial finance in emerging markets (pp. 319-334). Palgrave Macmillan, Cham.
- Marous, J. (2017). *The Financial Brand*. Will Augmented and Virtual Reality Replace the Bank Branch?: <https://thefinancialbrand.com/65828/ar-vr-voice-chatbot-bank-branch-replacement-trends> (Erişim Tarihi:18.09.2021)
- Mead, W., Hinchliffe, M. & Cantürk, S. (2016). Meet EVA-Your Enlightened Virtual Assistant and the Future Face of the Invisible Bank, *KPMG*.
- Meulbroek, L., (2008). Integrated Risk Management, *Wiley*, Chishester, England

Özbek, Çetin. (2012). İç Denetim, Kurumsal Yönetim, Risk Yönetimi, İç Kontrol. (1. Baskı) İstanbul: Pasifik Ofset Ltd. Şti.

Pwc & GSG Hukuk (2020). Açık Bankacılık: Dünya ve Türkiye

Siqueira, J. R., Ter Horst, E., Molina, G., Losada, M., ve Mateus, M. A. (2020). A Bayesian examination of the relationship of internal and external touchpoints in the customer experience process across various service environments. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 102009.

Sonpatki, S. (2021). Open Banking-Unleashing the Power of Data and Seizing *New Opportunities*, Deloitte.

Sunal, G. (2016). Sanal Gerçeklik ve Dijital Sinemanın Olanakları Üzerine Bir Değerlendirme. *İnif E-Dergi*, 1(2), 294-309.

Şahin, A. (2016). *Fortune Turkey*. İlk sanal gerçeklik bankacılık uygulamasında Türk İmzası <https://www.fortuneturkey.com/ilk-sanal-gerceklik-bankacilik-uygulamasinda-turk-imzasi-40521> (Erişim Tarihi: 22.06.2022)

Torunoğlu, İpek (2020). “Migros Mobil Uygulaması Blockchain Menü”, <https://www.gelecekburada.net/migros-mobil-uygulamasi-blockchain-menu/> (Erişim Tarihi: 22.06.2022)

TDK. (2021) *Türk Dil Kurumu Sözlüğü*: <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi : 21.09.2021)

Şahin, B. Ş., & Cantürk, B. C. (2020). Türkiye’deki Hukuki Altyapı ve Ödeme Hizmetleri Yönergesi 2 Bağlamında API Teknolojisi ve Açık Bankacılık. *Maliye ve Finans Yazıları*, (114), 149-148.

Yuen, S. C.-Y., Yaoyuneyong, G., & Johnson, E. (2011). Augmented Reality: An Overview and Five Directions for AR in Education. *Journal of Educational Technology Development and Exchange*, 4(1), 119-140.

Zachariadis, M. & Ozcan, P. (2017). The API Economy and Digital Transformation In Financial Services: The Case of Open Banking, *Swift Institute Working Paper* No. 2016-001.

SAĞLIKTA DÖNÜŞÜM UYGULAMASI HİZMET SUNUMU PERFORMANSININ KARŞILAŞTIRILMASI*

Müjde KOCAMAN AKBAYRAK¹, Akın MARŞAP²

Öz

2000’li yıllarda Türkiye ve Amerika Birleşik Devletleri’nde (ABD) sağlıkta dönüşüm uygulamaları başlatılmıştır. Sağlıkta dönüşüm uygulamalarında, Dünya Sağlık Örgütü’nün (DSÖ) ‘Herkes için Sağlık (*Health for All*)’ merkezi politikası temel alınmıştır. Araştırma Makalesinin temel argümanını, iki farklı sağlık sisteminde benzer hedefler konan sağlıkta dönüşüm uygulamalarının sağlık bakım hizmet sunumundaki başarısı, sonuçları ve performansı oluşturmaktadır. Araştırma yöntemi, Tallinn Konferansı sonrasında geliştirilen ve DSÖ tarafından yayınlanan Sağlık Sistemi Performans Değerlendirmesi (*Health System Performance Assessment*) üzerinden tasarlanmıştır. Hizmet sunumu fonksiyonunun performans puanlaması sonucuna göre; ABD’ye kıyasla, Türkiye başarılı bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sağlıkta Dönüşüm, Performans Karşılaştırması, Hizmet Sunumu.

JEL Sınıflandırması: I18, H11, M10.

COMPARISON OF THE SERVICE DELIVERY PERFORMANCE IN THE HEALTH TRANSFORMATION PRACTICE

Abstract

In the early 2000s, health transformation practices have started in Türkiye and the USA. The health transformation practices of both countries are based on the 'Health for All' policy of the World Health Organization (WHO). In health transformation practices with similar goals of two different health systems; health care service delivery success, results and performance constitute the main argument of this Research Paper. The research method was designed on the basis of the 'Health System Performance Assessment' developed after the Tallinn Charter Conference and shared by WHO. According to the performance scoring result of the service delivery function, Türkiye was found to be successful than the USA.

Keywords: Health Care Transformation, Performance Comparison, Service Delivery Management.

JEL Classification: I18, H11, M10.

* Bu makale, Müjde KOCAMAN AKBAYRAK tarafından Prof. Dr. Akın MARŞAP danışmanlığında yazılmakta olan 'Sağlıkta Dönüşüm Yönetimi Performansının Karşılaştırılması: Türkiye ve ABD Örneği' başlıklı Doktora tezinden türetilmiştir.

¹ İşletme Doktora Programı Öğrencisi, Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü,, mujdekocamanakbayrak@stu.aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0003-1058-5439.

² Prof. Dr., İstanbul Aydın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Öğretim Üyesi, akinmarsap@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2155-8137.

1. Giriş

Sağlık bakım hizmetlerinin; kamusal hizmet olarak sunulmaya başlanmasından devlet çatısı altında kurumsal bir yapı içerisinde yürütülmesine ve liberalleşme politikalarının etkisiyle kamu alanına özel sektörden daha fazla sayıda oyuncunun katılmasına kadar farklı yönetsel dönüşümlerden geçen bir yeniden yapılanma süreci yaşanmaktadır.

Koruyucu sağlık bakımına erişiminin kolaylaşması ve temel ihtiyaç alanlarındaki yaşam standartlarının yükselmesiyle, beklenen yaşam süresinde ve Dünya nüfusunda istikrarlı bir artış gerçekleşmiştir (OECD.Stat, 2022). Sağlık alanında yüksek maliyetli araştırma ve geliştirme çalışmalarıyla üretilen; tıbbi cihaz, medikal malzeme, ilaç gibi ürünler sağlık bakım hizmetlerinin etkili ve verimli bir şekilde sunulması olanağını artırmıştır. Sağlık alanındaki bu gelişmelerin, iletişim teknolojileri kullanımının artmasıyla birlikte daha fazla sayıda insana duyurulabilmesi sayesinde, süreç içerisinde, sağlık bakım hizmet talebi de artmıştır. Erişilebilirliği, talebi, kalitesi ve maliyeti artan sağlık hizmetleri ekosisteminde, sağlık harcamaları artmıştır. Sonuç olarak; sağlık hizmetlerinin 21. yüzyıl gerçekliklerine uygun bir şekilde yeniden yapılandırılması ihtiyacı doğmuştur. Sağlık hizmetinin karşılanabilir bir maliyetle sunulması, kamunun ve özel sektörün iş birliği yapmasıyla yönetilebilir bir duruma gelmiştir.

Sağlık hizmetlerine erişimde hakkaniyetin sağlanması ve eşitsizliklerin giderilmesi, herkesin sağlık hizmetlerine karşılanabilir bir maliyetle ulaşması, sağlık hizmeti alanların memnuniyetinin artırılması gibi hedefler konan reform hazırlıkları gündeme gelmiştir (Erol ve Özdemir, 2018).

Sağlık alanında reform çalışmalarının oluşturulmasında, uluslararası kurum ve kuruluşların yönlendirmeleri de etkili olmuştur. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), merkezi politikasını Herkes için Sağlık (*Health for All*) olarak belirlemiş ve politika çerçevesini yayınlamıştır (WHO, 1998). Herkese sağlık bakım hizmeti sunma politikasını hayata geçirme kararı alan ülkeler tarafından, ülke sağlık sisteminin işleyişine uygun bir şekilde, bu politikaya ulaştıracak düzenlemeler yapılmaya çalışılmıştır.

Sağlık sisteminin yönetiminde, kamu ekonomisinin ağırlıklı olduğu Türkiye’de ve serbest piyasa ekonomisinin belirleyici olduğu ABD’de, herkese sağlık bakım hizmeti sunulması hedefini gerçekleştirebilmek amacıyla sağlık sisteminin yeniden yapılanması gündeme gelmiştir. Yeniden yapılanmanın uygulamaya geçirilmesi aşamasında, yeni arayışlara yönelme durumunda kalmışlardır.

Türkiye ve Amerika Birleşik Devletleri’nde (ABD) 2000’li yıllarda sağlıkta dönüşüm uygulamaları başlatılmıştır. Sağlıkta dönüşüm uygulamalarında, DSÖ’nün herkes için sağlık politikası temel alınmıştır. Araştırma Makalesinin temel argümanını, iki farklı sağlık sisteminde benzer hedefler konan sağlıkta dönüşüm uygulamalarının sağlık bakım hizmet sunumundaki başarısı, sonuçları ve performansı oluşturmaktadır.

2. Araştırma Yöntemi

Sağlıkta dönüşüm uygulamasının hizmet sunumu yönetim performansının iki ülke özelinde karşılaştırıldığı araştırmanın yöntemi, DSÖ tarafından düzenlenen Tallinn Konferansı (WHO-Tallinn, 2008) sonrasında geliştirilen Sağlık Sistemi Performans Değerlendirmesi (*Health System Performance Assessment*) üzerinden tasarlanmıştır (Noordhout vd., 2018).

Türkiye ve ABD'nin sağlıkta dönüşüm uygulaması hedeflerini değerlendirebilmek amacıyla karşılaştırma yapılabilecek ortak bir yapı oluşturulmaya çalışılmıştır. Sağlıkta dönüşüm hedefleri, sağlıkta dönüşüm belgelerindeki (SB, 2003; OLC, 2010) orijinal metinler analiz edilerek DSÖ Tallinn Konferansı'nda performans ölçümü temel parametreleri olarak belirtilen Sağlık Sisteminin Ortak Fonksiyonları (SSF) bazında amaç ve eylemlerinin tanımlanabileceği 'yönetim, hizmet sunumu, finansman ve kaynaklar' başlıkları altında (WHO-Tallinn, 2008) gruplandırılmış ve ortak bir payda altında ülkeler arası karşılaştırma yapabilme imkanı oluşturulmuştur. Araştırma makalesinde, hizmet sunumu fiiline yönelik hedefler esas alınmıştır.

Performans karşılaştırmasında, uluslararası ve ulusal veri bankaları tarafından sunulan veri setleri kullanılmıştır. Sağlıkta dönüşüm uygulaması hizmet sunumu hedefleri ile performans parametreleri (veri setleri) ilişkilendirilerek karşılaştırmaların yapılacağı parametrik, mantıksal ve ilişkisel altyapı oluşturulmuştur. Performans ölçümünde, sağlıkta dönüşüm uygulaması hizmet sunumu hedefleriyle elde edilen sonuçlar arasındaki farka dayalı olarak amaçlı ve planlanmış bir uygulama performansının ne kadar başarılı olduğu (Özveri vd., 2018) değerlendirilmiştir. Performans puanları, 'piktogram' (Devos vd., 2019) yöntemiyle görselleştirilen tablolarda gösterilmiştir. Her iki ülkenin, kendi içindeki performans sonuçları kendi içerisinde müstakil olarak hesaplanmış ve hesaplanan ilerleme katsayısı üzerinden performansı temel alan karşılaştırma yapılmıştır.

Hizmet sunumu fonksiyonu, elli-bir performans parametresiyle analiz edilmiştir. Performans parametrelerinin analizi, sağlıkta dönüşümü değerlendirme periyodu olarak belirlenen, 2003-2018 yılları arasındaki Yıl Bazında Değişim Oranı (YBDO) (Céu Machado, 2010) hesaplanarak tamamlanmıştır³. Sağlıkta dönüşüm uygulaması hizmet sunumu yönetim performansı, hizmet sunumu hedeflerinin parametreleri olarak ilişkilendirilen veri tablolarının performans puanları toplamından değerlendirme kategorileri toplamına şeklinde ilerleyen bir algoritmik sıralama ile hesaplanmıştır.

Türkiye ve ABD'de sağlıkta dönüşüm uygulaması hizmet sunumu yönetimi performansının karşılaştırıldığı bu araştırma, tek yönlü iki hipotez üzerinden sorgulanmıştır. Hipotez 1. Sağlıkta dönüşüm uygulaması hizmet sunumu yönetimi performansı bakımından Türkiye başarılıdır. Hipotez 2. Sağlıkta dönüşüm uygulaması hizmet sunumu yönetimi performansı bakımından ABD başarılıdır.

³ $YBDO_{(g)} = \frac{V_s - V_i}{V_i} \times 100$ $YBDO_{(g)}$ = Yıl Bazında Değişim Oranı, V_i = İlk yıl verisi, V_s = Son yıl verisi, Y_i = İlk Yıl, Y_s = Son Yıl

3. Sağlıkta Dönüşüm, Performans Yönetimi ve Hizmet Sunumu

Sağlık sistemi Mark tarafından, bir ülkedeki yasal ve resmi çabaları, kurumları ve insan kaynaklarını, araştırma çalışmalarını ve ekonomik kaynakları, toplum sorunlarını, bu sorunların önlenmesi, iyileştirilmesi ve rehabilitasyonu konusundaki çalışmaları kapsayan genel bir tabloda tanımlanmıştır (Mark, 1991).

Sağlıkta dönüşüm, ihtiyaçlar çerçevesinde, sağlık sisteminin yeniden yapılandırılmasıdır. Dönüşüm, stratejik hedeflerin eylem planlarına dökülerek yürütüldüğü bir süreçtir⁴ (Halis ve Şimşir, 2010).

Bu süreçte hedeflere ulaşma durumu -başarı- ölçülürken, modern yönetim uygulamalarından birisi olarak kabul gören performans yönetimi kullanılmaktadır (Lessof vd., 2016). Sağlık yönetimi alanında, performans yönetiminin uygulanmasına ve performansın ölçülmesi yönelik ilk somut açıklama DSÖ tarafından Tallinn Konferansı bildirgesinde yayınlanmıştır (WHO-Tallinn, 2008). Sağlık sistemi performansı hakkında ölçülebilir sonuçlar elde edilebilmesinde, öncelikle, hesap verebilirliğin ve şeffaflığın sağlanması gerektiği konusunda ortak bir kanaate varılmıştır (McKee vd., 2018). Devam eden süreçte, sağlık sisteminin performansı konusunda, Türkiye de dahil olmak üzere (Jakab, 2011), çeşitli kapsam ve büyüklükte çalışmalar yapılmıştır.

Sağlık bakım hizmeti; insan sağlığının korunması amacıyla sağlığa zararlı olabilecek etkenlerin ortadan kaldırılması, hastalıkların teşhis edilebilmesi amacıyla sağlık kurumlarına başvuranların muayene edilmesi, hasta olanların tedavisinin yapılması, zihinsel ve bedensel yeteneklerin azalması durumunda kaybedilen yeteneklerin yeniden kazanılması amacıyla rehabilite edici çalışmalarının yapılması olarak tanımlanmıştır (Erol ve Özdemir, 2018). Sağlık bakım hizmetleri, sağlık ihtiyacı çerçevesinde koruyucu, tedavi edici ve rehabilite edici sağlık hizmetleri ile sağlığın geliştirilmesi hizmetleri olarak dört sınıfta tanımlanmakta (Ateş, 2013) ve tanımlandığı sınıfa uygun örgütlenmeyle yönetilmektedir.

4. Türkiye ve ABD’de Sağlıkta Dönüşüm ve Hizmet Sunumu

Türkiye ve ABD’de 2000’li yıllarda sağlıkta dönüşüm uygulamaları başlatılmıştır (SB, 2003; OLC, 2010). Sağlıkta dönüşüm uygulamalarında, DSÖ’nün herkes için sağlık (WHO, 1998) politikası stratejik amaç olarak alınmıştır. Türkiye ve ABD, sağlıkta dönüşümü yönetmenin yöntemi olarak stratejik planlama modelini kullanmıştır. Türkiye ve ABD on yıl gibi bir zaman farkıyla kamu stratejik yönetiminde stratejik planlama modelini kullanmayı tercih etmiştir. Stratejik planlama modeli, Türkiye’de Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu (RG-25326, 2003) ve ABD’de Hükümet Performans ve Sonuç Kanunu (*Government Performance and Result Act*) (S&HoR, 1993) yasal dayanak alınarak oluşturulmuştur.

4.1. Türkiye’de Sağlıkta Dönüşüm Süreci ve Hizmet Sunumu Hedefleri

Türkiye’de sağlık sisteminin bileşenleri kamu ekonomisi anlayışıyla oluşturulmuştur. Neo-liberal ekonomi politikalarının ön plana çıktığı 1980’li yıllar sonrasında, sağlık sistemi içerisinde piyasa ekonomisi politikalarının geliştirilmesi yönünde bir eğilim izlenmeye başlanmıştır (Zengin, 2012). Sağlıkta Dönüşüm Programı (SDP) (SB, 2003) ile birlikte sağlık alanına özel sektör oyuncularının

⁴ Stratejik yönetimde, bileşenleri üzerinde titizlikle çalışılmış ve bütçeyle ilişkilendirilmiş stratejik planlar araç olarak kullanılmaktadır (Marşap, 2017).

entegre edilmesini sağlayacak düzenlemeler yapılmaya çalışılmış ve adım adım piyasa ekonomisine geçiş süreci başlatılmıştır.

Sağlık Bakanlığının bugünkü örgüt ve yönetim biçimi SDP ile oluşturulmaya başlanmıştır. Sağlık Bakanlığı, sağlık hizmetlerini doğrudan sağlayan kurum olma rolünü zamanla terk etmiş (Halis ve Şimşir, 2010) ve Bakanlığın temel rolü sağlık sistemine dahil edilen özel sektör oyuncularını da yönetebilmesi amacıyla planlayıcı ve denetleyici bir doğrultuda geliştirilmeye çalışılmıştır. Ancak, Bakanlığın temel rolünün planlayıcı ve denetleyici çerçevede oluşturulmasına yönelik politika hedefi (SB, 2003), 2011 yılında yayınlanan yasal düzenlemeyle (RG-28103, 2011) gerçekleşmeye başlamıştır (Aydemir, 2020).

Stratejik planlama modelinin stratejik yönetimin gerekliliklerine uygun olarak yürütülmesi, 2005 yılında Stratejik Planlama Dairesi Başkanlığının Kalkınma Bakanlığı bünyesinde kurulması sonrasında gerçekleştirilebilmiştir.

Kamu yönetimi alanında stratejik plana dayalı yönetim örneklerinin oluşması 2010 yılını bulmuş ve ilk uygulama örneği olarak Sağlık Bakanlığının 2010 - 2014 yıllarını içine alan ilk stratejik planı ancak 2010 yılında yayınlanabilmiştir (SB, 2010). Sağlık Bakanlığı tarafından 2013 - 2017 ve 2019 - 2023 yıllarını içine alan iki tane stratejik plan yayınlanmıştır (SB, 2012a; SB, 2019). 2017 yılında yapılan anayasa referandumuyla hükümet sistemi değişmiş, parlamenter sistemden Cumhurbaşkanlığı sistemine geçilmiştir. Bu geçiş sürecinde, 2018 yılını içine alan stratejik plan hazırlanamamıştır. Cumhurbaşkanlığı sisteminin kurumsallaşmasıyla Strateji ve Bütçe Başkanlığı oluşturulmuştur. 2019 - 2023 yıllarını içine alan Sağlık Bakanlığı Stratejik Planı (SB, 2019) yayınlanmıştır. Strateji ve Bütçe Başkanlığı koordinasyonunda hazırlanan plan, stratejik plan standartlarını yeteri kadar karşılayamayan önceki planlardan farklı olarak, stratejik plan gereklerini bilimsel anlamda karşılayacak şekilde oluşturulmuştur (Coşkun ve Yıldırım, 2018).

2003 yılında uygulamaya alınan SDP performansının değerlendirmesi, Sağlık Bakanlığının 2010 - 2014 Stratejik Planını yayınlaması sonrasında, 2012 yılında yayınlanmıştır (SB, 2010; SB, 2012b). Aynı yıl, sağlık sistemi performans raporu da yayınlanmıştır (SB, 2012c). Performans sonuçlarının, stratejik yönetimin bilimsel ilkelerine uygun bir şekilde değerlendirildiği stratejik plan örnekleri 2015 yılı sonrasında yayınlanabilmiştir. Sağlık Bakanlığı 2013 - 2017 Stratejik Planının yayınlanması sonrasında, 2014 yılı sonrasında yayınlanan planlara paralel bir şekilde, stratejik planlama modelinin bilimsel ilkelerine uygun performans değerlendirmeleri (2018 ve 2019 yılları hariç olmak üzere) periyodik olarak yayınlanmaya başlanmıştır (Performans Raporları, 2021).

Türkiye'nin sağlıkta dönüşüm belgesinde sekiz hedef yer almıştır (SB, 2003). Sağlık Sisteminin Ortak Fonksiyonları (SSF) olarak yapılan gruplamada hizmet sunumu fonksiyonu kapsamına, sağlık hizmeti kalite standartlarının yükseltilmesi ve sağlık hizmet sunumunun güçlendirilmesi hedefleri alınmıştır.

4.2. ABD'de Sağlıkta Dönüşüm Süreci ve Hizmet Sunumu Hedefleri

ABD sağlık sistemi, serbest piyasa ekonomisi araçlarıyla yönetilmektedir. Küresel ölçekte neo-liberal ekonomi politikalarının belirleyici olmaya başladığı 1980'li yıllar sonrasındaki süreçte, ABD'de serbest piyasa ekonomisi araçlarıyla sağlanan sağlık bakım hizmetlerinde kamunun düzenleyici bir fonksiyon üstlenmesini koşullayan bir eğilim gelişmeye başlamıştır. Dünyanın en güçlü ekonomisine sahip (U.S. News and World Report, 2021) ve sağlık sistemi içerisinde en fazla harcama yapılan ülke olan (Schneider vd., 2021) ABD'de serbest piyasa ekonomisi koşullarında

sunulan sağlık hizmetleri de endüstri haline gelmiştir. Sağlık hizmetlerindeki endüstrileşmenin sağlık hizmeti sunum maliyetinin ve fiyatının da arttığı bu süreçte sağlık hizmetlerindeki endüstrileşmenin fiyatlara yansımaları, ortalama geliri de düşen alt grup içerisindeki insanların sağlık hizmetlerine erişimini de kısıtlamıştır (Alvaredo vd., 2018).

Eyaletlerin çevre koruma, eğitim ve sağlık için yeterli kaynaklara sahip olmaması, kişi başına düşen ulusal gelir ortalamasının azalmaya başlaması ve sermaye artırımını amacıyla üst gelir grubundakilere uygulanan vergi politikaları nedeniyle kamu gelirinin eyaletler düzeyinde düşük kalması (Piketty vd., 2018) yeni yatırım imkanlarını sınırlamış ve sağlık hizmeti alanında mevcut olan ve gelecekte oluşabilecek eşitsizliklerle mücadele etmeyi zorlaştırmıştır. Sağlık bakım hizmetlerine erişimde eşitsizlik, 2000'li yıllarda seçim gündeminin en önemli konusu haline gelmiştir.

2008 yılında Demokratların yönetime gelmesiyle 2010 yılında Hasta Koruma ve Ödenebilir Sağlık Bakımı Yasası (*Affordable Care Act - ACA*) yürürlüğe konmuş ve sağlık alanında özellikle sağlık sigortası kapsamının artırılmasına yönelik nitelikli bir yeniden yapılanmanın önünü açan uygulama da başlatılmıştır (HealthCare.gov, 2021).

ABD'de sağlık hizmetleri alanında sosyalizasyon, 1965 yılında MEDICAID ve MEDICARE programlarının oluşturulmasıyla başlatılmıştır (Amelung, 2013). Kamu sağlık hizmet programlarıyla, cepten yapılan yüksek miktarda tıbbi harcama riskinin azalması vb. kazanımlar edinilse de (Finkelstein vd., 2015), süreç içinde, serbest piyasa ekonomisi araçlarıyla işleyen ABD'nin sağlık sisteminde, özel sağlık sigortası kapsamına dahil edilen nüfus oranının arttırılamaması nedeniyle sağlık hizmet ihtiyacının yaygın şekilde karşılanmasında nitelikli bir iyileştirme sağlanamamıştır. Sağlık hizmetlerine erişimin sağlanmasında, özel sağlık sigortasına sahip olan kesimin ve sağlık sigorta paket kapsamının artırılmasına yönelik politikaları ihtiva eden ACA ile sağlık hizmet ihtiyacının yaygın şekilde karşılanmasına yönelik olarak yeniden yapılanma süreci başlatılmıştır.

ABD'nin sağlıkta dönüşüm belgesinde, toplam on adet hedef yer almıştır (OLC, 2010, s. ii-xviii). Sağlık Sisteminin Ortak Fonksiyonları (SSF) olarak yapılan gruplamada hizmet sunumu fonksiyonu kapsamına, 'sağlık hizmet kalitesinin ve verimliliğinin artırılması', 'kronik hastalıkların önlenmesi ve halk sağlığının geliştirilmesi ve 'yenilikçi tıbbi terapilere erişim imkanının artırılması' hedefleri alınmıştır.

5. Türkiye ve ABD'de Sağlıkta Dönüşüm Uygulaması Hizmet Sunumu Performansının Karşılaştırılması

Hizmet sunumu fonksiyonunun performans değerlendirilmesi; koruyucu sağlık hizmetleri, tedavi edici sağlık hizmetleri ve sağlık bakım hizmet memnuniyeti başlıkları altında yapılmıştır. Gruplandırılan başlıklar altında performans puanları hesaplanmış ve piktogram tablolarında gösterilmiştir. Hizmet sunumu fonksiyonu performans puanlarının toplamını gösteren piktogram tablosu hazırlanmış ve değerlendirme yapılmıştır.

5.1. Koruyucu Sağlık Hizmetleri

Türkiye ve ABD'de, koruyucu (birinci basamak) sağlık hizmetleri sunumunun yönetimi performansı; bulaşıcı hastalıklara, ana-çocuk sağlığına ve çocuk ölümlerine ilişkin veriler üzerinden (OECD.Stat, 2022) değerlendirilmiştir.

Sağlıkta dönüşüm uygulaması süreci içerisinde, Boğmaca, Difteri, Tetanoz aşısı yapılan çocuk oranının yıl bazında değişimi Türkiye’de, ABD’ye kıyasla daha yüksek olarak gerçekleşmiş olmasından dolayı Türkiye’nin, diğer yandan, boğmaca görülme sıklığı oranının yıl bazında değişimi ABD’de, Türkiye’ye göre daha düşük olarak gerçekleşmiş olması bakımından ise ABD’nin başarılı olduğu değerlendirilmiştir. Türkiye’de Boğmaca aşısı yapılan çocuk oranının yıl bazında değişiminin ABD’ye kıyasla yüksek bir düzeyde olmasına karşın Boğmaca görülme sıklığı oranı yıl bazında değişiminin daha yüksek olarak gerçekleşmiş olması; ABD’de koruyucu sağlık hizmetleri etkinliği performansının başarısı olarak değerlendirilmiştir.

Hepatit-B aşısı yapılan çocuk oranı yıl bazında değişiminin Türkiye’de, ABD’ye kıyasla daha yüksek iken Hepatit-B vakası görülme sıklığı oranının yıl bazında değişimi daha düşük olarak gerçekleşmiş olmasından dolayı Türkiye’nin başarılı olduğu değerlendirilmiştir.

Türkiye’de Hepatit-B yapılan çocuk oranının yıl bazında değişimi ABD’ye kıyasla dramatik bir farkla yaklaşık 24 kat (23,61) gibi çok yüksek bir düzeyde olmasına karşın Hepatit-B vakası görülme sıklığı oranı yıl bazında değişiminin daha yüksek olarak gerçekleşmiş olması; ABD’de koruyucu sağlık hizmetleri etkinliği performansının başarısı olarak değerlendirilmiştir.

Sağlıkta dönüşüm uygulaması süreci içerisinde, paraziter ve enfeksiyöz hastalıklar nedeniyle ölen oranı ve HIV-AIDS nedeniyle ölen oranı yıl bazında değişiminin Türkiye’de, ABD’ye göre daha yüksek bir oranda gerçekleşmiş olmasından dolayı ABD’nin başarılı olduğu değerlendirilmiştir. Diğer yandan Tüberküloz nedeniyle ölen oranı yıl bazında değişiminin ABD’ye göre Türkiye’de, daha düşük bir oranda gerçekleşmiş olmasından dolayı Türkiye’nin başarılı olduğu değerlendirilmiştir.

Doğum sayısı oranı ve düşük doğum ağırlığı oranı yıl bazında değişiminin, ABD’ye göre Türkiye’de daha düşük iken canlı doğum sayısı oranının yıl bazında değişimi daha yüksek olarak gerçekleşmiş olmasından dolayı Türkiye’nin başarılı olduğu değerlendirilmiştir. Diğer yandan doğurganlık oranı yıl bazında değişiminin Türkiye’ye kıyasla ABD’de, daha düşük olarak gerçekleşmiş olmasından dolayı ABD’nin başarılı olduğu değerlendirilmiştir. Canlı doğum sayısı oranı yıl bazında değişiminin Türkiye’de, ABD’ye göre daha yüksek bir oranda gerçekleşmiş olması dikkat çekicidir. Bununla birlikte, Türkiye’de düşük doğum ağırlığı oranı yıl bazında değişiminin ABD’ye göre düşük bir oranda gerçekleşmiş olması; Türkiye’de koruyucu sağlık hizmetleri etkinliği performansının başarısı olarak değerlendirilmiştir.

Sağlıkta dönüşüm uygulaması süreci içerisinde, Türkiye’ye kıyasla ABD’de, perinatal dönem kaynaklı nedenlerden ölen oranı ve doğumsal malformasyonlar ve kromozom anomalileri nedeniyle ölen oranı yıl bazında değişiminin daha düşük bir oranda gerçekleşmiş olmasından dolayı ABD’nin başarılı olduğu değerlendirilmiştir. Diğer yandan bebek ölümleri oranı yıl bazında değişiminin ABD’ye göre Türkiye’de, daha düşük olarak gerçekleşmiş olmasından dolayı Türkiye’nin başarılı olduğu değerlendirilmiştir. 0-14 yaş grubundaki nüfusun yıl bazında değişiminin Türkiye’de ABD’ye göre daha yüksek bir oranda gerçekleşmiş olması dikkat çekicidir. Bununla birlikte, Türkiye’de bebek ölüm oranı yıl bazında değişiminin ABD’ye göre daha düşük bir oranda gerçekleşmiş olması; Türkiye’de koruyucu sağlık hizmetleri etkinliği performansının başarısı olarak değerlendirilmiştir.

Hizmet sunumu fonksiyonunun performans değerlendirmesi kapsamında, Türkiye ve ABD’de koruyucu sağlık hizmetlerinin yönetimi performansı parametreleri ve performans puanları Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Türkiye ve ABD’de Koruyucu Sağlık Hizmetlerinin Yönetimi Performansı

Performans Parametreleri	Performans Puanı	
	Türkiye	ABD
Bulaşıcı Hastalıklar Göstergeleri		
Boğmaca, Difteri, Tetanoz aşısı yapılan çocuk oranının, Hepatit-B aşısı yapılan çocuk oranının, Hepatit-B vakası görülme sıklığı oranının, Tüberküloz nedeniyle ölen oranının yıl bazında değişimi	+4	-4
Boğmaca görülme sıklığı oranının, paraziter ve enfeksiyöz hastalıklar nedeniyle ölen oranının ve HIV-AIDS nedeniyle ölen oranının yıl bazında değişimi, Boğmaca aşısı yapılan çocuk oranı ile Boğmaca görülme sıklığı oranı ilişkisinde etkinlik performansı, Hepatit-B aşılama oranı ile Hepatit-B vakası görülme sıklığı oranı ilişkisinde etkinlik performansı,	-5	+5
Ana-Çocuk Sağlığı Göstergeleri		
Doğum sayısı oranının, canlı doğum sayısı oranının ve düşük doğum ağırlığı oranının yıl bazında değişimi ve canlı doğum sayısı oranı ile düşük doğum ağırlığı oranı ilişkisinde etkinlik performansı	+4	-4
Doğurganlık oranının yıl bazında değişimi	-1	+1
Çocuk Ölümleri Göstergeleri		
Bebek ölümleri oranının yıl bazında değişimi ve 0-14 yaş grubu nüfus ile bebek ölüm oranı ilişkisinde etkinlik performansı	+2	-2
Perinatal dönem kaynaklı nedenlerden ölen sayısı oranının ve doğumsal malformasyonlar ve kromozom anomalileri nedeniyle ölen sayısı oranının yıl bazında değişimi	-2	+2
Pozitif Puan Toplamları:	10	8
Negatif Puan Toplamları:	8	10
Başarı Yüzdeleri:	% 56	% 44

Kaynak: (Devos vd., 2019) kaynağından yararlanılarak hazırlanmıştır.

Sağlıkta dönüşüm uygulaması hizmet sunumu fonksiyonunun performans değerlendirilmesi kapsamında yapılan koruyucu sağlık hizmetlerinin yönetimi performansının; Türkiye’de, ABD’ye kıyasla başarılı olduğu değerlendirilmiştir.

5.2. Tedavi Edici Sağlık Hizmetleri

Türkiye ve ABD’de, tedavi edici sağlık hizmetleri sunumunun yönetimi performansı; kronik hastalık kaynaklı ölümlere, yatan hasta bakımına, tıbbi konsültasyona ve tıbbi görüntüleme hizmetlerine ilişkin veriler üzerinden (OECD.Stat, 2022) değerlendirilmiştir.

Sağlıkta dönüşüm uygulaması süreci içerisinde, ABD’ye göre Türkiye’de; kan hastalıkları ile kan yapıcı organ hastalıkları nedeniyle ölen oranının, beslenme, endokrin ve metabolik hastalıklar nedeniyle ölen oranının, davranışsal ve ruhsal bozukluklar nedeniyle ölen oranının, deri hastalıkları ile deri altı doku hastalıkları nedeniyle ölen oranının ve bağ dokusu ve kas-iskelet sistemi hastalıkları nedeniyle ölen oranının yıl bazında değişimi daha düşük olarak gerçekleşmiş olmasından dolayı Türkiye’nin başarılı olduğu değerlendirilmiştir. Diğer yandan Türkiye’ye kıyasla ABD’de; kötü huylu tümör nedeniyle ölen oranının, dolaşım sistemi, sinir sistemi, solunum sistemi, sindirim sistemi ve genitoüriner sistem hastalıkları nedeniyle ölen oranının yıl bazında değişimi daha düşük olarak gerçekleşmiş olmasından dolayı ABD’nin başarılı olduğu değerlendirilmiştir.

ABD'ye kıyasla Türkiye'de, yatarak tedavi gören hastaların ortalama yatış süresi oranının yıl bazında değişiminin daha düşük olarak gerçekleşmiş olmasından dolayı Türkiye'nin başarılı olduğu değerlendirilmiştir.

Diğer yandan Türkiye'ye kıyasla ABD'de, mevcut yatakların yüzdesi kapsamında tedavi edici sağlık hizmetleri doluluk oranının yıl bazında değişiminin daha yüksek olarak gerçekleşmiş olmasından dolayı ABD'nin başarılı olduğu değerlendirilmiştir.

Türkiye'de yatarak tedavi gören hastaların ortalama yatış süresi oranının yıl bazında değişiminin ABD'ye göre daha düşük bir oranda gerçekleşmiş olmasına karşın tedavi edici sağlık hizmetleri doluluk oranı yıl bazında değişiminin ABD'ye göre daha yüksek bir oranda gerçekleşmiş olması; Türkiye'de yatarak tedavi görme doluluk oranı yükününün azaltılması amacıyla hasta ortalama yatış süresinin kısaltılmasına yönelik bir politikaya uyacak şekilde bir yatarak tedavi görme protokolünün uygulanmasından kaynaklandığı değerlendirilebilir. Bu duruma göre ABD'nin, tedavi edici sağlık hizmetleri etkinliği performansının başarısı olarak değerlendirilmiştir.

Türkiye'nin evde ya da hastane dışında uzun süreli sağlık bakım hizmeti sunulan artı 65 yaş kişi sayısı bazındaki verileri OECD veri tabanında paylaşılmadığı için performans değerlendirmesi yapılamamıştır. Türkiye'deki bu durumunun, yaşlı nüfus oranının artmasına rağmen geriatri hizmetleri alanında veri üretilebilecek düzeye henüz gelinemediğinin bir göstergesi olarak belirtilebilir. Bu durumda Türkiye'ye göre ABD'nin, uzun süreli sunulan bakım hizmetleri kapsamında tedavi edici sağlık hizmetleri etkinliği performansının başarısı olarak değerlendirilmiştir.

Hekim konsültasyon ve diş hekimi konsültasyon oranları yıl bazında değişiminin, ABD'ye göre Türkiye'de, daha yüksek bir oranda gerçekleşmiş olmasından dolayı Türkiye'nin daha başarılı olduğu değerlendirilmiştir.

Sağlıkta dönüşüm uygulaması süreci içerisinde, ABD'ye kıyasla Türkiye'de; Bilgisayarlı Tomografi (BT) toplam cihaz oranı, BT tıbbi cihaz başına yapılan görüntüleme oranı, BT toplam görüntüleme oranı ve BT bin kişi başına yapılan görüntüleme oranı yıl bazında değişiminin daha yüksek bir oranda gerçekleşmiş olmasından dolayı Türkiye'nin, yatırım ve sunum etkinliği performansları bakımından başarılı olduğu değerlendirilmiştir. 2018 yılına gelindiğinde Türkiye'de, BT cihaz sayısının yüzde 60 artmış olmasına rağmen, aynı zamanda BT kullanım verimliliğinde de artış sağlanarak tıbbi cihaz başına yapılan görüntüleme sayısında yüzde 100'den fazla artış sağlanmıştır. Böylelikle, çarpan etkisi olarak BT kullanımının artış hızı yüzde 600 gibi altı katlık bir oranda gerçekleşmiştir. Buna göre, Türkiye'nin BT kullanımındaki verimlilik performansının başarılı olduğu değerlendirilmiştir. Türkiye'de BT toplam cihaz sayısı oranının yıl bazında değişimi ABD'ye göre yaklaşık yüzde 19 daha düşük bir düzeyde olmasına rağmen BT tıbbi cihaz başına yapılan görüntüleme sayısı oranının yıl bazında değişimi yüzde 9 daha yüksek olması; Türkiye'de tedavi edici sağlık hizmetleri etkinliği performansının başarısı olarak değerlendirilmiştir. Sağlıkta dönüşüm periyodunun sonunda, ABD'de BT görüntüleme sayısının Türkiye'ye göre bin kişi başına 46,40 daha yüksek olarak gerçekleşmiş olması, ABD'nin tedavi edici sağlık hizmetleri etkinliği performansının başarısı olarak değerlendirilmiştir.

Sağlıkta dönüşüm uygulaması süreci içerisinde, ABD'ye göre Türkiye'de, Pozitron Emisyon Tomografisi (PET) toplam cihaz oranı, PET tıbbi cihaz başına yapılan görüntüleme oranı, PET toplam görüntüleme oranı ve PET bin kişi başına yapılan görüntüleme oranı yıl bazında değişiminin daha yüksek bir oranda gerçekleşmiş olmasından dolayı Türkiye'nin, yatırım ve sunum etkinliği performansları bakımından başarılı olduğu değerlendirilmiştir. 2018 yılına

gelindiğinde Türkiye’de, PET cihaz sayısı yaklaşık 2,8 kat ve aynı zamanda PET kullanım verimliliği de yüzde altı oranında artmıştır. Böylelikle, çarpan etkisi olarak PET kullanımının artış hızı yüzde 300 gibi üç katlık bir oranda gerçekleşmiştir. Buna göre, Türkiye’nin PET kullanım verimliliği performansının başarılı olduğu değerlendirilmiştir. Türkiye’de PET toplam cihaz sayısı oranının yıl bazında değişimi ABD’ye göre yaklaşık yüzde 18 daha düşük bir düzeyde olmasına rağmen PET tıbbi cihaz başına yapılan görüntüleme sayısı oranının yıl bazında değişimi yüzde beş daha yüksek olması; Türkiye’de tedavi edici sağlık hizmetleri etkinliği performansının başarılı olarak değerlendirilmiştir. Sağlıkta dönüşüm periyodunun sonunda, ABD’de PET görüntüleme sayısının Türkiye’ye göre bin kişi başına 2,70 daha yüksek olarak gerçekleşmiş olması, ABD’nin tedavi edici sağlık hizmetleri etkinliği performansının başarılı olarak değerlendirilmiştir.

Hizmet sunumu fonksiyonunun performans değerlendirmesi kapsamında, Türkiye ve ABD’de tedavi edici sağlık hizmetlerinin yönetimi performans parametreleri ve performans puanları Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Türkiye ve ABD’de Tedavi Edici Sağlık Hizmetlerinin Yönetimi Performansı

Performans Parametreleri	Performans Puanı	
	Türkiye	ABD
Kronik Hastalık Kaynaklı Ölüm Göstergeleri		
Kan hastalıkları ile kan yapıcı organ hastalıkları nedeniyle ölen oranının, beslenme, endokrin ve metabolik hastalıklar nedeniyle ölen oranının, davranışsal ve ruhsal bozukluklar nedeniyle ölen oranının, deri hastalıkları ile deri altı doku hastalıkları nedeniyle ölen oranının ve bağ dokusu ve kas-iskelet sistemi hastalıkları nedeniyle ölen oranının yıl bazında değişimi	+5	-5
Kötü huylu tümör nedeniyle ölen oranının, sinir sistemi hastalıkları nedeniyle ölen oranının, dolaşım sistemi hastalıkları nedeniyle ölen oranının, solunum sistemi hastalıkları nedeniyle ölen oranının, sindirim sistemi hastalıkları nedeniyle ölen oranının ve genitoüriner sistem hastalıkları nedeniyle ölen oranının yıl bazında değişimi	-6	+6
Yatan Hasta Bakımı Göstergeleri		
Yatarak tedavi gören hastaların ortalama yatış süresi oranının yıl bazında değişimi	+1	-1
Tedavi edici sağlık hizmetleri doluluk oranının yıl bazında değişimi, yatarak tedavi gören hastaların ortalama yatış süresi ile tedavi edici sağlık hizmetleri doluluk oranı ilişkisinde etkinlik performansı, uzun süreli bakım hizmetleri etkinlik performansı	-3	+3
Tıbbi Konsültasyon Göstergeleri		
Hekim konsültasyon oranının ve dış hekimi konsültasyon oranının yıl bazında değişimi	+2	-2
Tıbbi Görüntüleme Hizmeti Göstergeleri		
BT toplam cihaz oranının, BT tıbbi cihaz başına yapılan görüntüleme oranının, BT toplam görüntüleme oranının ve BT bin kişi başına yapılan görüntüleme oranının yıl bazında değişimi, BT kullanım verimliliği performansı, BT cihaz ile BT tıbbi cihaz başına yapılan görüntüleme sayısı ilişkisinde etkinlik performansı	+6	-6
BT bin kişi başına yapılan görüntüleme sayısı etkinlik performansı	-1	+1
PET toplam cihaz oranının, PET tıbbi cihaz başına yapılan görüntüleme oranının, PET toplam görüntüleme oranının ve PET bin kişi başına yapılan görüntüleme oranının yıl bazında değişimi, PET kullanım verimliliği performansı, PET cihaz ile PET tıbbi cihaz başına yapılan görüntüleme sayısı ilişkisinde etkinlik performansı	+6	-6
PET bin kişi başına yapılan görüntüleme sayısı etkinlik performansı	-1	+1
Pozitif Puan Toplamları:	20	11
Negatif Puan Toplamları:	11	20
Başarı Yüzdeleri:	% 65	% 35

Kaynak: (Devos vd., 2019) kaynağından yararlanılarak hazırlanmıştır.

Sağlıkta dönüşüm uygulaması hizmet sunumu fonksiyonunun performans değerlendirilmesi kapsamında yapılan tedavi edici sağlık hizmetlerinin yönetimi performansının; Türkiye’de ABD’ye kıyasla başarılı olduğu değerlendirilmiştir.

5.3. Sağlık Bakım Hizmet Memnuniyeti

Türkiye ve ABD’de, sağlık bakım hizmet sunumunun yönetimi performansı; sağlık bakım hizmet memnuniyeti anketlerinin verileri üzerinden (TÜİK, 2021; TCHS, 2019, s. 58) değerlendirilmiştir. Sağlıkta dönüşüm uygulaması süreci içerisinde, ABD’ye kıyasla Türkiye’de, sağlık hizmetlerinden memnun olanların ve memnun olmayanların yıl bazında değişiminin daha yüksek olarak gerçekleşmiş olmasından dolayı Türkiye’nin başarılı olduğu değerlendirilmiştir. Hizmet sunumu fonksiyonunun performans değerlendirmesi kapsamında, Türkiye ve ABD’de sağlık bakım hizmet memnuniyetinin performans parametreleri ve performans puanları Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 3. Türkiye ve ABD’de Sağlık Bakım Hizmet Memnuniyetinin Performansı

Performans Parametreleri	Performans Puanı	
	Türkiye	ABD
Sağlık Bakım Hizmet Memnuniyeti Göstergeleri		
Sağlık bakım hizmetlerinden memnun olanların ve memnun olmayanların artış hızları	+2	-2
Pozitif Puan Toplamları:	2	0
Negatif Puan Toplamları:	0	2
Başarı Yüzdeleri:	% 100	% 0*

Kaynak: (Devos vd., 2019) kaynağından yararlanılarak hazırlanmıştır. *Karşılaştırmalı performansın birbirine üstünlük olarak nötr kalma durumudur.

Sağlıkta dönüşüm uygulaması hizmet sunumu fonksiyonunun performans değerlendirilmesi kapsamında yapılan sağlık bakım hizmet memnuniyeti performansının; Türkiye’de ABD’ye kıyasla başarılı olduğu değerlendirilmiştir.

Tablo 4. Türkiye ve ABD’de Hizmet Sunumu Fonksiyonunun Performans Puanları

Değerlendirme Kategorileri	Değerlendirme Göstergeleri	Performans Parametreleri	Başarı Yüzdeleri	
			Türkiye	ABD
Koruyucu sağlık hizmetleri	3	18	% 56	% 44
Tedavi edici sağlık hizmetleri	4	31	% 65	% 35
Sağlık bakım hizmet memnuniyeti	1	2	% 100	% 0*
TOPLAM: 3	8	51	% 74	% 26

Kaynak: (Devos vd., 2019) kaynağından yararlanılarak hazırlanmıştır. *Karşılaştırmalı performansın birbirine üstünlük olarak nötr kalma durumudur.

6. Sonuçlar

Sağlıkta dönüşüm uygulaması hizmet sunumu fonksiyonunun performans değerlendirilmesi; 3 değerlendirme kategorisi ve 8 değerlendirme göstergesi altında toplam 51 performans parametresiyle yapılmıştır. Performans parametrelerinin analizi, sağlıkta dönüşümü değerlendirme periyodu olarak belirlenen, 2003-2018 yılları arasındaki yıl bazında değişim oranı hesaplanarak tamamlanmıştır. Her iki ülkenin, performans sonuçları kendi içerisinde müstakil olarak hesaplanmış ve hesaplanan ilerleme katsayısı üzerinden performansı temel alan bir karşılaştırma yapılmıştır. Sağlıkta dönüşüm uygulaması hizmet sunumu fonksiyonu performansının; Türkiye’de, ABD’ye kıyasla daha başarılı olduğu değerlendirilmiştir.

Kaynakça

- Alvaredo, F., Chancel, L., Piketty, T., Saez, E., & Zucman, G. (2018). *World Inequality Report 2018*. World Inequality Lab.
- Amelung, V. E. (2013). *Healthcare Management: Managed Care Organisations and Instruments*. London: Springer Texts in Business and Economic.
- Ateş, M. (2013). *Sağlık Sistemleri* (2. b.). İstanbul: Beta Yayınevi.
- Aydemir, İ. (2020). Sağlık Bakanlığı Örgütsel Yapısında Yaşanan Değişimler 181, 663 ve 694 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnameler Ekseninde Yaşanan Bu Değişimlerin İrdelenmesi. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi* , 6(2), 350-365.
- Céu Machado, M. (2010). *Portugal Health System Performance Assessment*. Copenhagen: World Health Organization (WHO) Regional Office for Europe.
- Coşkun, B., & Yıldırım, Ç. P. (2018, 12). Türkiye’de Stratejik Planlama: Son Dönem Gelişmelerin İncelenmesi. *Strategic Public Management Journal*, 4(8), 1-16.
- Devos, C., Cordon, A., Lefevre, M., Obyn, C., Renard, F., Bouckaert, N., . . . Meeus, P. (2019). *Performance of the Belgian Health System - Report 2019*. Bruxelles: Belgian Health Care Knowledge Centre (KCE).
- Erol, H., & Özdemir, A. (2018). Türkiye’de 1980 Sonrası Sağlık Politikalarında Dönüşüm ve Sağlık Harcamalarına Etkileri. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*(CEEİK 2018 Özel Sayısı), 119-146.
- Finkelstein, A., Hendren, N., & Luttmer, E. (2015). *The Value of Medicaid: Interpreting Results from the Oregon Health Insurance Experiment*. National Bureau Of Economic Research, NBER Working Paper Series: Working Paper 21308, <http://www.nber.org/papers/w21308> .
- Halis, M., & Şimşir, İ. (2010). Kamu Hastanelerinde, Kurumsal Performans Uygulamaları Bağlamında Yönetici Ve Diğer Personel Tutumlarının İncelenmesi. *II. Uluslararası Sağlıkta Performans ve Kalite Kongresi* (s. 413-432). Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı Tedavi Hizmetleri Genel Müdürlüğü.
- HealthCare.gov. (2021, 06 21). *Affordable Care Act (ACA)*. HealthCare.gov: <https://www.healthcare.gov/glossary/affordable-care-act/> adresinden alındı

- Jakab, Z. (2011). Letter from Zsuzsanna Jakab to the Ministry of Health of Turkey. Copenhagen: WHO Regional Office for Europe.
- Lessof, S., Figueras, J., & Palm, W. (2016). The European Observatory on Health Systems and Policies: Knowledge Brokering For Health Systems Strengthening. *Eurohealth*, 22(2), 55-59.
- Marşap, A. (2017). *Çağdaş Stratejik Yönetişim, Global Strateşim Sistemi* (1. b.). İstanbul: Nobel Yayınevi.
- Mark, G. F. (1991). Success and Crisis in National Health System. *Toplum ve Hekim Dergisi*, 7(48), 27-32.
- McKee, M., Lessof, S., & Figueras, J. (2018). The Role of the Health System in the 21st Century: The Road From Ljubljana to Tallinn. *Eurohealth International*, 24(2), 12-14.
- Noordhout, C., Speybroeck, N., Van, H., & Devleeschauwer, B. (2018). Changes in Health in Belgium, 1990–2016: A Benchmarking Analysis Based on the Global Burden of Disease 2016 Study. *BMC Public Health*, 18(775), 1-13.
- OECD.Stat. (2022). *OECD.Stat*. OECD.Stat: <https://stats.oecd.org> adresinden alındı
- OLC. (2010). *Affordable Care Act (ACA)*. Washington: Office of the Legislative Counsel.
- Özveri, O., Kayışkan, D., Dağ, S., Arslan, B., & Hisar, A. (2018). Sağlıkta Performans Sisteminin Hekimler Tarafından Değerlendirilmesi. *Hukuk Ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 10(2), s. 18-29.
- Piketty, T., Saez, E., & Zucman, G. (2018, 05). Distributional National Accounts: Methods and Estimates for the United States. *The Quarterly Journal of Economics*, 133(2), 553–609.
- RG-25326. (2003). Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu, Resmi Gazete Kanun/Karar No. : 5018. Ankara: Resmi Gazete.
- RG-28103. (2011, 11 02). Sağlık Bakanlığı ve Bağlı Kuruluşlarının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname, Kanun/Karar No. : 663. 1-24. Ankara, Türkiye: Resmi Gazete.
- S&HoR. (1993). Government Performance and Result Act of 1993. Washington, United States of America: The Senate and House of Representatives of the United States of America in Congress.
- SB. (2003). *Sağlıkta Dönüşüm 2003*. Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı (Sağlık Bakanı Prof. Dr. Recep Akdağ).
- SB. (2010). *Stratejik Plan 2010-2014*. Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı.
- SB. (2012a). *Stratejik Plan (2013-2017)*. Akdağ, Recep. Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı.
- SB. (2012b). *Türkiye Sağlıkta Dönüşüm Programı (SDP) Değerlendirme Raporu (2003-2010) Herkes için Sağlık*. Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı.
- SB. (2012c). *Türkiye Sağlık Sistemi Performans Değerlendirmesi 2011*. Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı.
- SB. (2019). *2019-2023 Stratejik Planı*. Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı.
- SB. (2021, 05 31). *Stratejik Yönetim*. T.C. Sağlık Bakanlığı, Strateji Geliştirme Başkanlığı: <https://sgb.saglik.gov.tr/TR-60674/stratejik-yonetim.html> adresinden alındı
- Schneider, E. C., Shah, A., Doty, M. M., Tikkanen, R., Fields, K., & Williams II, R. D. (2021). *Mirror, Mirror 2021 Reflecting Poorly: Health Care in the U.S. Compared to Other High-Income Countries*. New York: The Commonwealth Fund.
- TCHS. (2019, October). *Seventh Annual U.S. Healthcare Consumer Survey Americans Settle in During Healthcare Uncertainty*. 04 2021 tarihinde Transamerica Center for Health Studies: https://www.transamericacenterforhealthstudies.org/docs/default-source/research/tchs_consumerhealthcarereport2019_final.pdf adresinden alındı

- TÜİK. (2021, 03 29). 03 2021 tarihinde Türkiye İstatistik Kurumu: <https://www.tuik.gov.tr> adresinden alındı
- U.S. News & World Report. (2021). *The World's Most Powerful Countries*. U.S. News & World Report:<https://www.usnews.com/news/best-countries/power-rankings> adresinden alındı
- WHO. (1998). *Health 21. Health For All in the 21st Century An Introduction to the Health for All Policy Framework for the WHO European Region*. Copenhagen: World Health Organization Regional Office for Europe.
- WHO-Tallinn. (2008). The Tallinn Charter: Health Systems for Health and Wealth. *European Ministerial Conference on Health Systems* (s. 1-5). Tallinn: World Health Organization (WHO) Regional Office for Europe.
- Zengin, S. (2012). *Neoliberalization of The Health Transformation Program; The Case of University Hospitals and Privately Owned Clinics in Turkey (Uluslararası Ekonomi-Politik Yüksek Lisans Programı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

MARKA DENEYİMLERİNİN

MARKA SAVUNUCULUĞU ÜZERİNE ETKİSİ:

TÜRKÇE'YE ÖLÇEK UYARLAMA, GEÇERLİLİK VE GÜVENİLİRLİK¹

Serap BOZKURT²

Öz

Marka deneyimi bir markayı henüz satın almadan önce başlayan, satın alma sırası ve sonrasında devam eden süreçte markaya dair bütün tecrübelerdir. Marka savunuculuğu ise bir markayı sadakatle kullanmanın ve çevreye ısrarla tavsiye etmenin de ötesinde markaya adanmışlığı ifade eder. Bu araştırmanın amacı Khan ve Rahman tarafından geliştirilen ‘Perakende Marka Deneyimi Ölçeği’ ve Wilder tarafından geliştirilen ve uyarlanan ‘Marka Savunuculuğu Ölçeğinin Türkçeye uyarlanması ve Türkçe formlarının geçerlilik ve güvenilirlik analizlerinin yapılmasıdır. Ölçek uyarlaması sonrasında Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) kullanılarak “Marka Deneyimlerinin Marka Savunuculuğu” üzerine etkisi incelenmiştir.

Araştırmanın ana kütlesi 1980 sonrası doğmuş, dijital yerliler olarak bilinen yeni kuşak tüketiciler evreninden alınan önlisans, lisans, yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitim gören üniversite öğrencileridir. 930 katılımcıdan online olarak toplanmış verilerin sonuçlarına göre marka deneyimi ölçeği Cronbach’s alfa katsayısı 0,970, marka savunuculuğu ölçeği Cronbach’s alfa katsayısı 0,972’tir. Bu durumda ölçeklerin yüksek düzeylerde geçerlilik ve güvenilirlik koşullarını sağladıkları ve her iki ölçeğin Türkçe formlarının geçerli ve güvenilir birer ölçme aracı oldukları görülmüştür. Yapısal Eşitlik Modeli incelemesinde marka deneyimlerinin marka savunuculuğu üzerine etkisi bulunduğu saptanmıştır. Araştırma alt boyutlarından marka fiziksel alışveriş deneyimleriyle marka güvenilirlik ve kolaylaştırıcılığı deneyimlerinin marka savunuculuğu üzerine yine pozitif etkilerinin bulunduğu görülmüştür.

Çalışmanın sınırlılığı uyarı olarak teknolojik bir ürünün kullanılmış olmasıdır. Bundan sonra yapılacak araştırmalarda değişik sektörlerden, farklı ürünler kullanılması ve farklı tüketiciler gruplarından oluşturulacak örneklerle, ölçekler marka alt boyutlarında farklı sonuçlar verebilir.

Anahtar Kelimeler: Marka, Marka Deneyimi, Marka Savunuculuğu, Ölçek, Türkçeye Uyarlama

Jel Sınıflandırması: M3, M30, C12

BRAND EXPERIENCES IMPACT ON BRAND ADVOCACY:

ADAPTATION TO TURKISH SCALE, VALIDITY AND RELIABILITY

Abstract

Brand experience is all that you experience about the brand, starting before buying a brand, during and after the purchase. Brand advocacy, on the other hand, expresses your dedication to the brand, beyond using a brand faithfully, as well as persistently recommending it to your environment. The Retail Brand Experience Scale which were developed by Khan and Rahman and Brand Advocacy Scale which were developed and adapt by Wilder, at this study was to adapt the two scales into Turkish and to analyze the validity and reliability of the Turkish forms.

¹ Bu makale, Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım anabilim Dalı’nda kabul edilen “Yeni Kuşak Tüketicide Marka Deneyiminin Marka Savunuculuğu Üzerindeki Etkisi: Bir Alan Araştırması” başlıklı doktora tezinden türetilmiştir.

² Dr. Öğr. Üyesi, Beykoz Üniversitesi, Sanat Tasarım Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, serapbozkurt@beykoz.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-5722-6252

After the scale adaptation, the effect of brand experiences on brand advocacy was examined using Structural Equation Model (SEM).

The main mass of the research is university students who were born after 1980 and received education at associate, undergraduate, graduate and doctoral levels from the new generation consumer universe known as digital natives. According to the results of the data collected online from 930 participants, the Cronbach's alpha coefficient of the brand experience scale is 0,970 and the Cronbach's alpha coefficient of the brand advocacy scale is 0,972. Thereby, it can be saw that these scales have high reliability and validity and the Turkish versions of those are valid and reliable measurement tools. In structural model review, the effect of brand experiences on brand advocacy was found. By examining the results of the structural equation model, it has been observed that the physical shopping experiences of the brand and the experiences of brand reliability and facilitation have a positive effect on brand advocacy.

The limitation of the study is that a technological product was used as a stimulus. In future research, the scales may give different results in brand sub-dimensions, with the use of different products from different sectors and samples to be formed from different consumer groups.

Keywords: Brand, Brand Experience, Brand Advocacy, Scale, Adaptation to Turkish

Jel Classification: M3, M30, C12

1. Giriş

Günümüz dünyasında pazarlama yöneticileri ve akademisyenler artık tüketicilerin benzersiz ve akılda kalıcı deneyimler sunan markalara yöneldiklerini kabul etmektedir. Burada sözü edilen marka deneyimi kavramı ilk olarak Gilmore ve Pine (1999) ile Schmitt'in (1999) çalışmalarında karşımıza çıkmaktadır. Marka deneyimleri konusunda yapılmış pek çok çalışmada marka deneyimi tanımının “*bir markanın tasarımının ve iletişiminin, ambalajının, kimliğinin ve çevrelerinin bir parçası olan markayla alakalı uyaranlar tarafından uyandırılan içsel ve öznel tüketici tepkileridir (duyum, hisler ve davranışsal, bilişsel tepkiler)*” şeklinde benimsendiği ve bu tanımdan yola çıkılarak yeni tanımlar geliştirildiği görülmektedir (Gilmore ve Pine, 2002; Chang ve Chieng, 2006; Mossberg, 2007; Brakus ve diğ., 2009, s.53; Schmitt, 2009; Varnalı, 2017).

Marka savunuculuğuna yol açan durumlar incelendiğinde, tüketicinin olumlu deneyimleri bizzat yaşaması ve özellikle yeni bir ürünle ilgiliyse, diğer tüketicilerden marka ile ilgili olumlu tavsiyeler duyması, markayı kabulünü ve benimsenmesini hızlandırmaktadır (Keller, 1993). Çünkü marka ile ilgili olumlu tavsiyeler daha az taraflı bir kaynaktan geliyormuş gibi algılanmaktadır (Herr ve diğ., 1991; Kim ve diğ., 2001). Bir tüketici olumlu deneyimlerle bir markaya bağlandığında, bu durum o markanın tüketici tarafından benimsemesine ve marka savunuculuğuna yol açacaktır (Anderson, 1998).

Geleneksel anlamda pazarlama, ürün ve hizmetlerin fonksiyon, fiyat, ulaşılabilirlik ya da kalite gibi fiziksel özelliklerine odaklanmaktadır (Mascarenhas, 2006).

Oysa ki çalışmalar tüketicilerin sadece hizmet ya da ürün satın almadıklarını ortaya koymaktadır (Morrison ve Crane, 2007). Günümüz tüketicisi markaların deneyimsel ve hedonik yönünü daha çok önemsemeye başlamıştır.

Bu nedenle pazarlama uygulayıcıları pazarlamanın odak noktasını “*ilişki yönetimi*” (Berry, 1983; Jackson, 1985) ve “*değer yaratma*” benzeri değişik odaklara kaydırmak gerektiğini vurgulamaktadır.

Hatta bu durum pazarlama akademisyenlerinin ve uzmanlarının tüketici marka deneyimlerinin yönetilmesi ve geliştirilmesi gereken (Pine ve Gilmore, 1998; Berry ve diğ. 2002; Schmitt, 1999) bir konu olarak görmelerini sağlamış, bu durum markalarını diğer markalardan ayırtıracak marka deneyimleri oluşturmak için deneyimsel pazarlama stratejileri geliştirme çabalarını da artırmıştır. Araştırmalar sahici marka sadakatinin kalite ve fiyat gibi elle tutulur, gözle görülür durumlara bağlı olmaması sebebiyle düzmece sadakatten bir farkının olduğunu, (Kumar ve Advani, 2005; Dick ve Basu, 1994) duygusal bağ geliştirecek marka deneyimlerine ihtiyaç duyulduğunu savunmaktadır (Punniyamoorthy ve Prasanna, 2007; Lin, 2010). Hatta kimi marka deneyimleri öylesine güçlü bir etki bırakmaktadır ki bu deneyimler tüketicilerin markaya kendisini adamasına ve markanın savunucusu durumuna dönüşmesine sebep olabilmektedir.

Pek çok araştırmacı ve pazarlama uygulayıcısı “*bir marka nasıl deneyimlenir; marka, ürün, hizmet deneyimleri nasıl ölçümlenir; bu deneyimler tüketicilerin davranışlarını nasıl etkiler*” sorularının cevaplarını bulmak amacıyla çalışmalar yapmış ve “*marka savunuculuğu, marka kimliği, marka kabileleri, markaya güven, markaya sadakat, marka tutumu, marka deneyimi, marka sevgisi/aşkı*” ve gibi benzer konularda ölçek geliştirilmeye çalışmıştır (McAlexander ve diğ., 2002; Delgado Ballester ve diğ., 2003; Thomson ve diğ., 2005; Carroll ve Ahuvia 2006; Brakus ve diğ., 2009; Aaker 2009; Badrinaryn ve Laverie 2011, Machado ve diğ., 2014; Wilder 2015 ; Khan ve Rahman 2016).

Bu çalışma kendisinden önceki araştırmalardan yola çıkmakta ancak hem marka deneyimi hem de marka savunuculuğu boyutlarının birbiri üzerine etkisini önceki araştırmalara göre daha ayrıntılı bir biçimde inceleme fırsatı sunmaktadır.

2. Yöntem

Çalışma, yeni kuşak olarak adlandırılan tüketicide, marka savunuculuğu geliştiren deneyimleri ve bu deneyimlerin nasıl işlediğinin anlaşılmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında “Marka deneyimlerinin marka savunuculuğu üzerine etkisi var mıdır ve marka deneyimlerinin hangi boyutları daha fazla savunuculuk geliştirir?” sorularına yanıt aranmıştır. Hipotezler yine bu sorulardan yola çıkarak oluşturulmuştur:

H1: Marka deneyimlerinin marka savunuculuğu üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

H1.1: Marka güvenilirliği ve kolaylaştırıcılığı deneyimlerinin marka savunuculuğu üzerinde pozitif bir etkisi vardır

H1.2: Marka fiziksel alışveriş deneyimlerinin marka savunuculuğu üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

H1.3: İletişimsel marka deneyimlerinin marka savunuculuğu üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

Araştırmanın evreni “*dijital yerliler*” diye de bilinen 1980 sonrası doğmuş cep telefonu kullanıcısı yeni nesil tüketicidir (Prensky, 2001 s.1).

Online anket yöntemiyle ana kütlede alınan örneklem ise Türkiye devlet ve vakıf üniversitelerinde ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora öğrenimi görmekte olan 18-40 yaş aralığı öğrencilerdir.

Uyaran durumunda sembolik anlamlar yüklenen ve somut bir ürün olan cep telefonu örneği kullanılması ve yeni kuşak olarak tanımlanan belli bir grup tüketicinin ele alınması araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. Farklı sektörlerden örnekler ve tüketici gruplarında ölççekler farklı sonuçlar verebilir.

Müşterilerin perakende marka deneyimlerini ölçmek amacıyla Khan ve Rahman'ın (2016) geliştirdiği "*Perakende Marka Deneyimi Ölçeği (Retail Brand Experience: Scale Development and Validation)*" 22 maddeden oluşan yedi boyutlu bir ölçme aracıdır. Wilder'in (2015) marka savunuculuğunu ölçmek için geliştirdiği ve uyarladığı "*Marka Savunuculuğu Ölçeği (Brand Advocacy: Conceptualization and Measurement)*" yine 22 maddeden oluşan altı boyutlu bir ölçme aracıdır. Ölçeğin 2 boyut ve 9 maddesi Wilder tarafından geliştirilmiştir. Diğer madde ve boyutlar ise Berry, Parasuraman'ın (Homburg ve Surst, 2005) "*Örgütsel müşteri şikayeti yönetimi müşteri sadakatini nasıl yönlendirir: mekanik ve organik yaklaşım analizi (How organizational complaint handling drives customer loyalty: an analysis of the mechanistic and the organic approach)*" çalışmasından, Breivik ve Thorbjorsen'in (2008), "*Tüketici marka ilişkileri: iki alternatif modelin incelenmesi (Consumer Brand Relationships: An Investigation of Two Alternative Models)*" çalışmasından, Maxham ve Netemeyer'in (2003) "*Firmalar ne ekerlerse onu biçerler: ortak değerler ve algılanan örgütsel adaletin müşterilerin şikayetlerini ele alma üzerine etkileri (Firms Reap What They Sow: The Effects of Shared Values and Perceived Organizational Justice on Customers' Evaluations of Complaint Handling)*" çalışmasından ve Badrinaryn ve Laverie'nin (2011) "*Perakende satış görevlilerinin marka savunuculuğu ve satış çabaları: üreticilerle özdeşleşmenin öncülleri ve etkisi (Brand Advocacy and Sales Effort by Retail Salespeople: Antecedents and Influence of Identification with Manufacturers)*" çalışmasından uyarlanmıştır. Her iki ölççek de beşli likert derecelendirmesine ("1" kesinlikle katılıyorum, "5" kesinlikle katılmıyorum) sahiptir.

İlk aşamada, ölçeğin İngilizce formu dil ve edebiyat alanından, İngilizce'ye hâkim iki değerli danışman öğretim üyesinden (Güz² ve Görkem³) oluşan bir kurul gözetiminde Türkçe'ye uyarlanmış ve sonra bu Türkçe'den geri tercüme ile Türkçe-İngilizce anket formları arasında insicamlılık incelenmiştir. Ölçeklerin yapı geçerliği için DFA analizleri gerçekleştirilmiştir. Ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik incelemelerinde SPSS ve LISREL gibi istatistik programları kullanılmıştır.

Alinyazın araştırmaları sonunda Khan ve Rahman tarafından geliştirilen ve perakende marka deneyimini ölçümleyen 22 maddelik marka deneyimi ölçeği ile Wilder tarafından geliştirilip uyarlanan marka savunuculuğunu ölçümleyen 22 maddelik marka savunuculuğu ölççeklerinin pilot çalışması 218 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler sonunda her iki ölçeğin de "*Cronbach's alpha değerlerinin geçerlilik ve güvenilirlik oranlarının daha yüksek bulunması ana çalışma için kullanılmalari kararının nedenidir.*"

945 kişinin yanıtladığı ve 930 anketin değerlendirmeye uygun görüldüğü ana çalışmada katılımcıların 475'i kadın, 455'i erkektir ve yaşları 18 ile 40" arasında değişmektedir (Bozkurt, 2021).

² Prof. Dr. Öğr. Üyesi Nüket GÜZ, AKEV Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Tasarım Fakültesi, İletişim Tasarımı Bölümü, nuketgundes@gmail.com

³ Doç. Dr. Öğr. Üyesi Şenay GÖRKEM, Maltepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, senaygorkem@maltepe.edu.tr

3. Bulgular

3.1. Marka Deneyimi Ölçeği Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi

Marka deneyimi ölçeğinin pilot çalışmasından elde edilen verilere ait madde analizi sonuçları Tablo 1’de verilmektedir. Ölçekteki maddelerin öbür maddelerle bağlantılarının 0,30’ın altında bir değerde bulunması beklenmektedir (Büyüköztürk, 2018).

Tablo 1: Marka deneyimi Cronbach’s alpha güvenirlik analizi

<i>Maddeler</i>	<i>Madde silme ölçek ortalaması</i>	<i>Madde silme ölçek varyansı</i>	<i>Madde-Ölçek ilişkisi</i>	<i>Madde silme güvenirlik değeri</i>
<i>Madde 1</i>	74,917	349,182	0,643	0,969
<i>Madde 2</i>	75,284	343,117	0,748	0,968
<i>Madde 3</i>	75,037	339,353	0,757	0,968
<i>Madde 4</i>	74,752	348,989	0,689	0,969
<i>Madde 5</i>	74,601	349,596	0,723	0,968
<i>Madde 6</i>	74,606	350,839	0,705	0,969
<i>Madde 7</i>	75,312	346,059	0,652	0,969
<i>Madde 8</i>	75,060	345,033	0,761	0,968
<i>Madde 9</i>	74,830	344,003	0,792	0,968
<i>Madde 10</i>	74,803	344,767	0,823	0,967
<i>Madde 11</i>	74,762	344,256	0,774	0,968
<i>Madde 12</i>	74,725	344,707	0,785	0,968
<i>Madde 13</i>	74,734	342,998	0,823	0,967
<i>Madde 14</i>	74,601	347,623	0,790	0,968
<i>Madde 15</i>	74,628	348,096	0,777	0,968
<i>Madde 16</i>	74,945	344,909	0,779	0,968
<i>Madde 17</i>	74,913	344,504	0,795	0,968
<i>Madde 18</i>	75,087	345,250	0,779	0,968
<i>Madde 19</i>	74,679	348,145	0,769	0,968
<i>Madde 20</i>	75,073	345,054	0,726	0,968
<i>Madde 21</i>	74,936	343,194	0,828	0,967
<i>Madde 22</i>	74,674	347,686	0,805	0,968

Cronbach’s Alpha= 0,970

Kaynak: Bozkurt (2021)

Tablo 1’e bakılırsa ölçekte bulunan hiçbir maddenin bir diğeriyle arasındaki korelasyon değeri 0,30’dan küçük bulunmadığından ölçekten madde çıkarılması gerekmemiştir. Ölçeğin kendi içindeki tutarlılığının tespit edilmesi amacıyla Cronbach’s alpha güvenirlik analizi gerçekleştirilmiş sonuçta ölçeğin güvenirlik düzeyi $C.Alpha= 0,970$ olarak oldukça yüksek bulunmuştur (Bozkurt,2021).

Perakende marka deneyimi orijinal ölçeğinin her boyutunun Cronbach’s alpha değeri 0,70’in üzerindedir:

Marka adının etkisi 0,84; tüketiciye faturalama etkisi, sipariş ve başvuru formaliteleri deneyimleri 0,82; tüketici kitle iletişim izlenimleri 0,90; satış noktası deneyimi 0,79; satış elemanı deneyimi 0,81; duygusal deneyimler 0,84 ve marka hikayeleri etkisi 0,91 (Khan, Rahman, 2016:446) değerleridir.

Faktör analizinin ön şartı değişkenler arasında ilişki bulunmasıdır. Bu nedenle verilerin faktör analizi için yeterliği ve uygunluğu KMO ve Barlett Küresellik testleri yapılarak tespit edilmiştir (Tabachnick ve Fidel, 2014).

Tablo 2: Marka deneyimi ölçeği KMO testi

<i>KMO örneklem yeterliliği</i>		0,951
	<i>Ki-kare değeri (χ^2)</i>	4760,692
<i>Bartlett's test of sphericity</i>	<i>Serbestlik derecesi (df)</i>	231
	<i>Anlamlılık değeri (p)</i>	0,000

Kaynak: Bozkurt (2021)

Tablo 2'ye göre ölçek KMO değeri 0,60'tan yüksek ve test istatistiki değeri % 99 güvenilirlik düzeyindedir ($p < 0.01$). Örneklem datasının faktör analizi uygunluğu çok değişkenli, yeterli ve normal dağılımdadır (Kan ve Akbaş, 2005).

Maddelerin her birinin ölçekte kalabilmesi için kıstas faktör yüklerinin 0,45'ten fazla bir değerde bulunmasıdır (Büyüköztürk, 2018). Maddelerin birbirleriyle örtüşmeleri de incelenerek tek faktöre yüklenme (binişiklik) durumuna bakılmıştır. 22 maddeden oluşan ölçeğin faktör analizine bakıldığında toplam değişkenin “%73,247'sini açıklayabilecek 3 faktör sergilediği görülmüştür. Dolayısıyla temel bileşenler analizi, dik (varimax) döndürme” yapılmıştır (Bozkurt,2021)

Tablo 3: Marka deneyimi öz değerleri ve değişkenleri

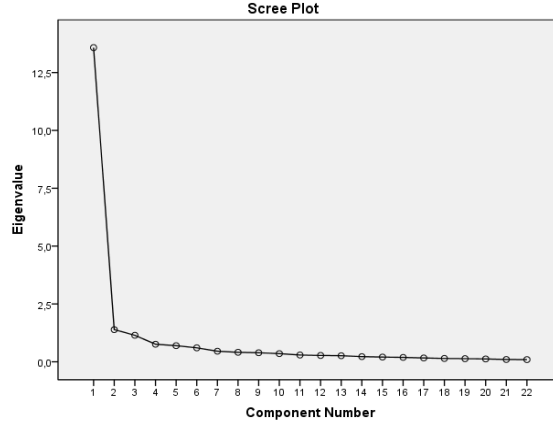
<i>Bileşenler</i>	<i>Başlangıç öz değerleri</i>			<i>Döndürme sonrası yüklerin kareler toplamı</i>		
	<i>Toplam</i>	<i>Varyans%</i>	<i>Kümülatif %</i>	<i>Toplam</i>	<i>Varyans %</i>	<i>Kümülatif %</i>
1	13,578	61,719	61,719	6,431	29,230	29,230
2	1,391	6,323	68,042	5,379	24,451	53,681
3	1,145	5,205	73,247	4,304	19,566	73,247

Kaynak: Bozkurt (2021)

Tablo 3'e bakıldığında, marka deneyimi ölçeği 3 faktörü görülmektedir. “Ölçek birinci faktörü tek başına ölçeğin % 29,23'ünü, ikinci faktörü tek başına ölçeğin % 24,451'ini, üçüncü faktörü tek başına ölçeğin % 19,566'sını ifade etmektedir. Bu 3 faktör toplamda bütün değişkenlerin % 73,247'sine karşılık gelmektedir (Bozkurt,2021).

Değişken değerlerinin yüzde 40- 60 arasında bulunmasının kafi olması (Scherer, Wiebe, Luther ve Adams, 1988) ve bu düzeylerin herhangi bir ölçek adına olabildiğince iyi düzeyler olarak kabul görmesi, ölçeğin karşıladığı % 73,247'lük değerin iyi bir değer olduğunu göstermektedir.

Şekil 1’de yer alan çizgi grafiği de faktör yapısıyla ilgili kararın doğruluğunu test etmek için incelenmiştir.



Şekil 1. Marka deneyimi ölçeği scree yamaç grafiği

Kaynak: Bozkurt (2021)

Şekil 1’de görüldüğü gibi kırılma üçüncü boyuttan sonra gerçekleşmekte ve sonrasındaki eğim diğer tüm faktörler için durağan görüntüye dönüşmektedir.

Tablo 4: Marka deneyimi ölçek maddelerinin faktör yük değerleri

Maddeler	Faktör			Güvenirlilik
	İletişimsel marka deneyimleri	Marka fiziksel alışveriş deneyimleri	Marka Güvenirliği ve kolaylaştırıcılığı deneyimleri	
"9.[Kitle iletişim araçları aracılığı ile bu marka hakkında aldığım her bilgi bu markaya olan ilgimi artırır."	<u>0,604</u>			
"7. Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya araçları üzerinden bu markayla bağlantı kurmayı ilginç bulurum."	<u>0,634</u>			
"17. Bu markanın etkinliklerini duysal (görsel, işitsel vb.) olarak ilginç bulurum."	<u>0,652</u>			
"8. Bu marka hakkında bir bilgi ya da mesaj aldığımda iyi hissederim."	<u>0,660</u>			
"16.Bu markanın etkinlikleri benim için önemlidir ve olumlu duygular uyandırır. (Konser, festival, satış noktası deneme masaları, vb.)"	<u>0,667</u>			<u>0,949</u>
"22. Bu markayla ilgili anlatılanlar bende olumlu duygular uyandırır."	<u>0,695</u>			
"19. Bu markayla ilgili anlatılanlar ilgimi çeker."	<u>0,718</u>			
"18. Bu markanın etkinlikleri bana duygusal olarak çekici gelir."	<u>0,764</u>			
"20. Kendimi bu markayla ilgili anlatılanların bir parçası hissederim."	<u>0,787</u>			
"21. Bu markayla ilgili anlatılanları eğlenceli bulurum."	<u>0,806</u>			
"10. Bu markanın raflarını düzenleme şekli caziptir."		<u>0,651</u>		
"12. Bu markanın mağaza raflarını uygun bir şekilde düzenlenmesi bana iyi hissettirir."		<u>0,689</u>		
"11. Bu markanın satış noktaları aklımda güçlü bir izlenim bırakır."		<u>0,696</u>		
"13. Bu markadan alışverişi çok severim, çünkü satış görevlileri işimi kolaylaştırır."		<u>0,772</u>		<u>0,948</u>
"15. Bu markanın satış temsilcilerinin yardımı hazır ve istekli olmaları bana daha iyi bir alışveriş deneyimi sunar."		<u>0,776</u>		
"14. Bu markayı satın alırken kendimi iyi hissederim, çünkü satış elemanları gerekli bilgiye sahiptir."		<u>0,799</u>		
"3. Mükemmellik denince aklıma bu markanın adı gelir."			<u>0,641</u>	
"6. Bu markanın faturalama işlemlerindeki şeffaflık markaya karşı güvenimi güçlendirir."			<u>0,645</u>	
"4. Basit ve iyi hazırlanmış, anlaşılır faturalarıyla bu marka bana iyi hissettirir."			<u>0,678</u>	<u>0,904</u>
"5. Bu markanın sipariş işlemlerinin çok kolay olması beni rahatlatır."			<u>0,681</u>	
"2. Bu marka adıyla ne zaman karşılaşsam heyecanlanırım."			<u>0,684</u>	
"1. Bu marka adı duyularımı (görsel/işitsel vb.) uyarır."			<u>0,760</u>	

Kaynak: Bozkurt (2021)

Ölçeğin faktör yük değerlerine ait veriler Tablo 4'te yer almaktadır. Söz konusu bulgular için faktör yük değerlerinin >0,45 olması gerekmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2016). Tablo 4'teki bulgulara ait faktör yük değerleri de 0,604- 0,806 aralığında değişmektedir.

Yine Tablo 4'te marka deneyimi ölçeği alt faktörleri görülmektedir. Ölçek 1. faktöründe toplanmakta olan maddelere bakıldığında bu boyut $C.Alpha = 0,949$ değeriyle yüksek seviyede güvenilir bulunmuş ve "iletişimsel marka deneyimleri" olarak adlandırılması uygun görülmüştür.

Ölçek 2. faktöründe toplanan maddeler incelendiğinde 2. faktör “marka fiziksel alışveriş deneyimleri” olarak adlandırılmış ve bu boyutun güvenilirliği $C.Alpha = 0,948$ değeriyle yüksek seviyede bulunmuştur. 3. faktörde toplanmış olan maddeler incelendiğinde bu faktöre “marka güvenilirliği ve kolaylaştırıcılığı deneyimleri” denilmesi uygun görülmüş ve marka güvenilirliği ve kolaylaştırıcılığı deneyimleri boyutunun güvenilirlik düzeyi $C.Alpha = 0,904$ değeriyle diğer faktörlerde olduğu gibi yüksek seviyededir (Bozkurt,2021).

Tablo 5: Marka deneyimi ölçeği maddeleri toplam korelasyonu

	<i>r</i>	<i>p</i>
Madde 1	0,678	0,000**
Madde 2	0,775	0,000**
Madde 3	0,786	0,000**
Madde 4	0,719	0,000**
Madde 5	0,748	0,000**
Madde 6	0,731	0,000**
Madde 7	0,689	0,000**
Madde 8	0,785	0,000**
Madde 9	0,813	0,000**
Madde 10	0,841	0,000**
Madde 11	0,797	0,000**
Madde 12	0,807	0,000**
Madde 13	0,842	0,000**
Madde 14	0,809	0,000**
Madde 15	0,798	0,000**
Madde 16	0,801	0,000**
Madde 17	0,816	0,000**
Madde 18	0,801	0,000**
Madde 19	0,790	0,000**
Madde 20	0,755	0,000**
Madde 21	0,846	0,000**
Madde 22	0,822	0,000**

Kaynak: Bozkurt (2021)

Ölçekteki tüm maddelerin toplam korelasyon değerinin 0,30 üstü çıkması tüm maddelerin ölçme yeteneğinin de yeterli düzeyde olduğunu göstermiştir. Tablo 5’te görüldüğü üzere ölçek maddeleri 0,678- 0,846 değer aralığında değişimler göstermektedir ve istatistiksel yönden aralarındaki ilişki anlamlıdır ($p < 0.01$). Bu bulgular doğrultusunda ölçek maddelerinin tutarlı oldukları da söylenebilir.

3.2. Marka Savunuculuğu Ölçeği Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi

218 katılımcının anket sonuçlarının değerlendirildiği Pilot çalışmadan elde edilen veriler ışığında Wilder’in marka savunuculuğu ölçeği madde analizi sonuçları Tablo 6’da incelenmiştir. Ölçek maddelerinin öbür maddeler ile korelasyon değerlerinin 0,30 altında olması şartı aranmaktadır (Büyüköztürk, 2018).

Tablo 6: Marka savunuculuğu Cronbach's alpha değeri

<i>Maddeler</i>	<i>Madde silme ölçek ortalaması</i>	<i>Madde silme ölçek varyansı</i>	<i>Madde-Ölçek ilişkisi</i>	<i>Madde silme güvenilirlik değeri</i>
<i>Madde 1</i>	72,858	403,523	0,720	0,972
<i>Madde 2</i>	72,679	406,947	0,720	0,972
<i>Madde 3</i>	72,812	402,218	0,727	0,972
<i>Madde 4</i>	72,752	400,325	0,785	0,971
<i>Madde 5</i>	72,890	398,274	0,820	0,971
<i>Madde 6</i>	72,895	401,487	0,757	0,971
<i>Madde 7</i>	73,046	396,625	0,733	0,972
<i>Madde 8</i>	73,064	399,415	0,680	0,972
<i>Madde 9</i>	73,078	394,284	0,787	0,971
<i>Madde 10</i>	72,830	398,934	0,801	0,971
<i>Madde 11</i>	72,587	403,737	0,748	0,971
<i>Madde 12</i>	72,798	398,245	0,829	0,971
<i>Madde 13</i>	73,211	393,310	0,846	0,970
<i>Madde 14</i>	73,041	397,385	0,789	0,971
<i>Madde 15</i>	73,362	397,827	0,731	0,972
<i>Madde 16</i>	73,188	396,098	0,801	0,971
<i>Madde 17</i>	73,330	393,651	0,815	0,971
<i>Madde 18</i>	73,248	394,243	0,809	0,971
<i>Madde 19</i>	73,064	395,259	0,818	0,971
<i>Madde 20</i>	72,541	401,033	0,780	0,971
<i>Madde 21</i>	72,693	396,490	0,765	0,971
<i>Madde 22</i>	72,895	394,307	0,801	0,971

Cronbach's Alpha= 0,972

Kaynak: Bozkurt (2021)

Tablo 6'ya bakıldığında “ölçekte bulunan maddelerin her birinin bir diğeriyle olan korelasyon değeri 0,30'dan düşük bir değer olarak bulunmadığından ölçekten hiçbir maddenin çıkarılması gerekmemiştir. Ölçeğin kendi içindeki tutarlılığının tespiti için C.Alpha güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiş ve ölçek güvenilirlik kat sayısı 0,972” olarak bulunmuştur. C.Alpha > 0,70 olması gerektiğinden, söz konusu değer güvenilirlik bakımından oldukça yüksek bir değerdir (Bozkurt,2021).

Faktör analizinin ilk şartı değişkenler arasında ilişki olmasıdır. Verilerin faktör analizi yeterliliği ve uygunluğuna bakmak adına KMO-Barlett Küresellik testleri yapılmıştır (Tabachnick ve Fidell, 2014).

Tablo 7: Marka savunuculuğu ölçeği KMO barlett testi

<i>KMO örneklem yeterliliği</i>		0,951
	<i>Ki-kare değeri (χ^2)</i>	5227,811
<i>Bartlett's test of sphericity</i>	<i>Serbestlik derecesi (df)</i>	231
	<i>Anlamlılık değeri (p)</i>	0,000

Kaynak: Bozkurt (2021)

Tablo 7'ye göre marka savunuculuğu ölçeği KMO değeri 0,60'tan yüksek bir değerde ve Barlett küresellik test istatistiki değeri % 99 güvenirlilik seviyesinde ve anlamlı $p < 0.01$ değerinde bulunmaktadır. O halde örneklem verisi faktör analizinin uygunluğu açısından yeterli, çok değişkenli ve normal dağılımdadır (Kan ve Akbaş, 2005).

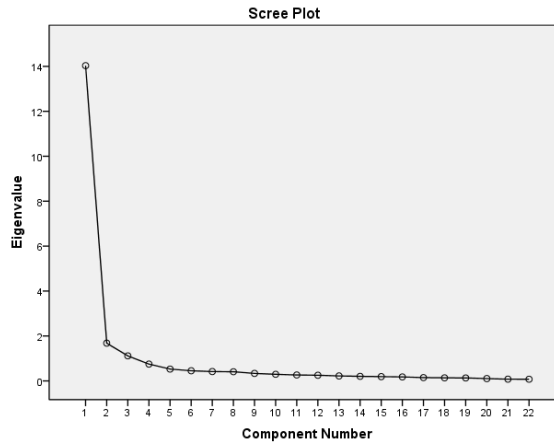
Maddelerin her birinin ölçekte kalabilmesi için faktör yüklerinin 0,45'ten fazla bir değerde bulunması kıstas alınmış (Büyüköztürk, 2018) ve her bir maddenin birbirleriyle örtüşmeleri incelenerek tek faktöre bir yüklenme (binişiklik) olup olmadığı durumuna bakılmıştır. 22 maddelik ölçeğe ait faktör analizine incelendiğinde toplam değişkenin %76,941'ini açıklayabilecek 3 faktörlü bir durum sergilediği görülmüştür. Ölçeğin üç faktörlü çıkması dolayısıyla temel bileşenler analizi, dik (varimax) döndürme yapılmıştır.

Tablo 8: Marka Savunuculuğu ölçeği öz değerler ve değişkenler

Bileşenler	Başlangıç öz değerleri			Döndürme sonrası yüklerin kareler toplamı		
	Toplam	Varyans%	Kümülatif%	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	14,032	63,781	63,781	6,135	27,886	27,886
2	1,681	7,641	71,422	5,396	24,527	52,413
3	1,115	5,069	76,491	5,297	24,078	76,491

Kaynak: Bozkurt (2021)

Tablo 8'e bakıldığında, "Marka Savunuculuğu ölçeği 3 faktörlü bir yapıda oluşmaktadır. 1. faktör tek başına ölçeğin % 27,886'sını, 2. faktörü tek başına ölçeğin % 24,527'sini ve 3. faktörü tek başına ölçeğin % 24,078'sini açıklamaktadır. Bu 3 faktörün toplamı bütün değişkenlerin(varyansın) % 76,491'ine karşılık gelmektedir (Bozkurt, 2021). Değişken değerlerinin yüzde 40- 60 arasında bulunmasının kafi olması (Scherer, Wiebe, Luther ve Adams, 1988) ve söz konusu düzeylerin herhangi bir ölçek adına olabildiğince iyi düzeyler olarak kabul görmesi, ölçeğin karşılamakta olduğu değerlerin iyi bir değer olduğunu göstermektedir. Faktör yapısına ilişkin doğru kararın verilip verildiğini test etmek amacıyla Şekil 2'de yer alan çizgi grafiği incelenmiştir.



Şekil 2. Marka savunuculuğu ölçeği scree yamaç grafiği

Kaynak: Bozkurt (2021)

Şekil 2’de görüldüğü gibi kırılma üçüncü boyuttan sonra gerçekleşmekte ve sonrasındaki eğitim diğer tüm faktörler için durağan görüntüye dönüşmektedir.

Tablo 9: Marka Savunuculuğu ölçeği öz değerler ve değişkenler

Maddeler	Faktörler			Güvenirlilik
	Marka değeri ve özdeşliği	Markaya sadakat	Markayı savunma	
“8. Bu marka için mükemmel bir satış elemanı olurdum.”	<u>0,488</u>			0,955
“19. Bu markanın sahip olduğu ve geliştirdiği değerlere inanırım.”	<u>0,707</u>			
“13. Bu marka, kişiliğim hakkında çok şey söyler.”	<u>0,730</u>			
“14. Bu markanın imajı kendimi nasıl görmek istediğimle tutarlıdır.”	<u>0,737</u>			
“15. Bu marka benim için hayatta neyin önemli olduğunu gösterir.”	<u>0,814</u>			
“17. Bu marka benimle aynı değerlere sahip.”	<u>0,823</u>			
“16. Bu markayla pek çok ortak noktamız var.”	<u>0,839</u>			
“18. Değerlerim ve bu markanın sahip olduğu değerler birbirine çok benzer.”	<u>0,848</u>			
“10. Önümüzdeki birkaç yıl içinde bu markanın ürünlerini daha da fazla almaya devam edeceğim.”		<u>0,686</u>		0,944
“20. Benden tavsiye istendiğinde bu markayı başkalarına tavsiye ederim.”		<u>0,689</u>		
“22. Bu markayı başkalarına çok sık tavsiye ederim.”		<u>0,704</u>		
“12. Gelecekte bu markaya sadık kalmayı düşünüyorum.”		<u>0,736</u>		
“21. Bu marka başkalarına ilk önerdiğim markadır.”		<u>0,770</u>		
“11. Büyük olasılıkla bu markanın ürünlerini tekrar satın alacağım.”		<u>0,811</u>		
“1.[Bir arkadaş veya tanıdık bu marka hakkında olumsuz bir şey söylerse bu markayı savunurum.”			<u>0,570</u>	0,939
“2. Bir arkadaş veya tanıdık rakip bir markanın bu markadan daha üstün olduğunu söylerse onlara neden katılmadığımı söylerim.”			<u>0,558</u>	
“3. Bir arkadaş veya tanıdık bu markayla dalga geçerse bu markanın arkasında dururum.”			<u>0,678</u>	
“6. Bu markayı kullanmanız gerektiğini düşünürsem, markayı denemenizi sağlamak için uğraşırım.”			<u>0,691</u>	
“9. Birilerinin bu markayı denemesi için çaba göstermişliğim vardır.”			<u>0,692</u>	
“7. Başkalarını bu markayı denemeye ikna etmişliğim vardır.”			<u>0,715</u>	
“4. Bir arkadaş veya tanıdık bu markanın kalitesini sorgularsa onları ikna etmeye çalışırım.”			<u>0,761</u>	
“5. Bir arkadaş veya tanıdık bu markadan hoşlanmadığını söylerse, neden iyi bir marka olduğunu kanıtlamaya çalışırım.”			<u>0,773</u>	

Kaynak: Bozkurt (2021)

Ölçeğin faktör yük değerleri Tablo 9’da görülmektedir. Faktör yük değerlerinin söz konusu bulgular için $> 0,45$ (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2016) değeri baz alınmıştır.

Yine Tablo 9’da marka deneyimi ölçeği alt faktörleri yer almaktadır. Ölçek 1. faktöründe toplanmakta olan maddelere bakıldığında “1. faktör “marka değeri ve özdeşliği” adı almış ve 1. boyut $C.Alpha=,962$ değeriyle güvenilirliğinin yüksek seviyede olduğu görülmüştür. Ölçek 2. faktöründe toplanmış olan maddeler incelendiğinde 2. faktör “markaya sadakat” olarak adlandırılmış ve 2. boyutun $C.Alpha=,944$ değeriyle güvenilirliğinin yüksek seviyede olduğu tespit edilmiştir. 3. faktörde toplanmış olan maddeler incelendiğinde bu faktöre “markayı savunma” denilmesi uygun görülmüş ve 3. boyut $C.Alpha=,930$ değeriyle güvenilirlik düzeyinin diğer faktörlerde olduğu gibi yine yüksek seviyede bulunduğu görülmüştür (Bozkurt2021).

Bütün maddelerin kararsız kalma ve tek faktöre yüklenme (binişiklik) durumlarına bakıldığında 1., 2. ve 8. maddelerin kararsız kaldığı görülmüştür. Kararsız bulunan bu maddelerin faktör yük değerleri $>0,45$ ’den yüksek bir değerde bulduklarından ölçekte uygun görülen alt faktörlerden birine atanmışlardır.

Faktör yük değeri 0,686- 0,848 arasında değişen 1. ve 2. maddeler “markayı savunma”, 8. maddeyse “marka değeri ve özdeşliği” alt faktörlerine atanmışlardır.

Tablo 10: Marka savunuculuğu ölçek madde ve toplam korelasyonu

<i>Maddeler</i>	<i>Madde silme ölçek ortalaması</i>	<i>Madde silme ölçek varyansı</i>
<i>Madde 1</i>	0,693	0,000**
<i>Madde 2</i>	0,426	0,000**
<i>Madde 3</i>	0,739	0,000**
<i>Madde 4</i>	0,798	0,000**
<i>Madde 5</i>	0,829	0,000**
<i>Madde 6</i>	0,775	0,000**
<i>Madde 7</i>	0,757	0,000**
<i>Madde 8</i>	0,716	0,000**
<i>Madde 9</i>	0,805	0,000**
<i>Madde 10</i>	0,816	0,000**
<i>Madde 11</i>	0,766	0,000**
<i>Madde 12</i>	0,850	0,000**
<i>Madde 13</i>	0,866	0,000**
<i>Madde 14</i>	0,823	0,000**
<i>Madde 15</i>	0,774	0,000**
<i>Madde 16</i>	0,832	0,000**
<i>Madde 17</i>	0,850	0,000**
<i>Madde 18</i>	0,844	0,000**
<i>Madde 19</i>	0,845	0,000**
<i>Madde 20</i>	0,801	0,000**
<i>Madde 21</i>	0,788	0,000**
<i>Madde 22</i>	0,821	0,000**

Kaynak: Bozkurt (2021)

Ölçekteki tüm maddeler için toplam korelasyon değeri 0,30 üstü çıkması tüm maddelerin ölçme yeteneğinin de yeterli düzeyde olduğunu göstermiştir. Tablo 10’da görüldüğü üzere ölçek maddeleri 0,739- 0,866 değer aralığında değişimler göstermekte ve istatistiksel yönden aralarındaki ilişki anlamlıdır ($p < 0.01$) ve bu bulgular doğrultusunda ölçek maddelerinin tutarlı oldukları da söylenebilir.

3.3. Ana Çalışma Demografik Özellikler

945 katılımcıdan veri toplanan ancak 930 anketin değerlendirmeye uygun görüldüğü ana çalışmada doğrulayıcı faktör analizi (DFA) sonucu “Marka Deneyiminin Marka Savunuculuğuna etkisi” yapısal eşitlik modeli (YEM) ile incelenmiştir.

Araştırma anket formunda ilk olarak katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla sorular sorulmuştur. Bu kapsamda ulaşılan örnekleme göre katılımcıların demografik özellikleri Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11: Katılımcıların demografik özelliklerine ait dağılımları

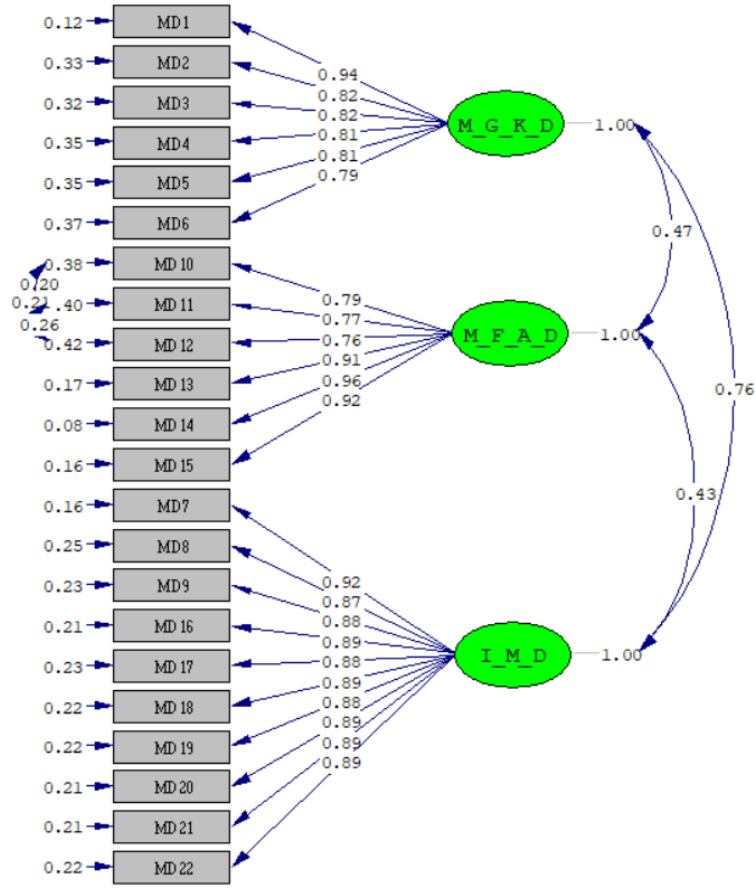
<i>Değişkenler</i>	<i>grup</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
“Yaş”	18-25	252	27,1
	26-33	407	43,8
	34 veya üzeri	271	29,1
“Cinsiyet”	kadın	475	51,1
	erkek	455	48,9
“Medeni Durum”	bekar	603	64,8
	evli	205	22,0
	diğer	122	13,1
“Üniversite Türü”	devlet	446	48,0
	vakıf	484	52,0
	önlisans	46	4,9
“Eğitim Durumu”	lisans	408	43,9
	yüksek lisans	383	41,2
	doktora	93	10,0
	toplam	930	100,0

Kaynak: Bozkurt (2021)

Tablo 11’de görüldüğü gibi Araştırmaya katılanların “% 27,1’i 18-25 yaş, % 43,8’i 26-33 yaş, % 29,1’i ise 34 yaş üzerindedir. % 51,1’i kadın, % 48,9’u erkek; % 64,8’i bekar, % 22’si evli, % 13,1’i ise diğer maddesinde yer almaktadır. Katılımcıların % 45’i devlet üniversitelerinde, %52’si vakıf üniversitelerinde eğitim gördüklerini belirtmiştir. Anket katılımcılarının % 43,9’u lisans, % 41,2’si yüksek lisans, % 10’u doktora ve % 4,9’u önlisans” öğrencisidir (Bozkurt, 2021).

3.4. Marka Deneyimi Ölçeği Ana Çalışma Doğrulayıcı Faktör Analizi

Marka deneyimi ölçek faktör yapısını doğrulayabilmek amacıyla 930 ana çalışma anket formu verisi LISREL 8.7 programı kullanılarak analiz edilmiştir. İnceleme sonucu doğrulayıcı faktör analizinin standartlaştırılmış beta kat sayıları Şekil 3’te verilmektedir.

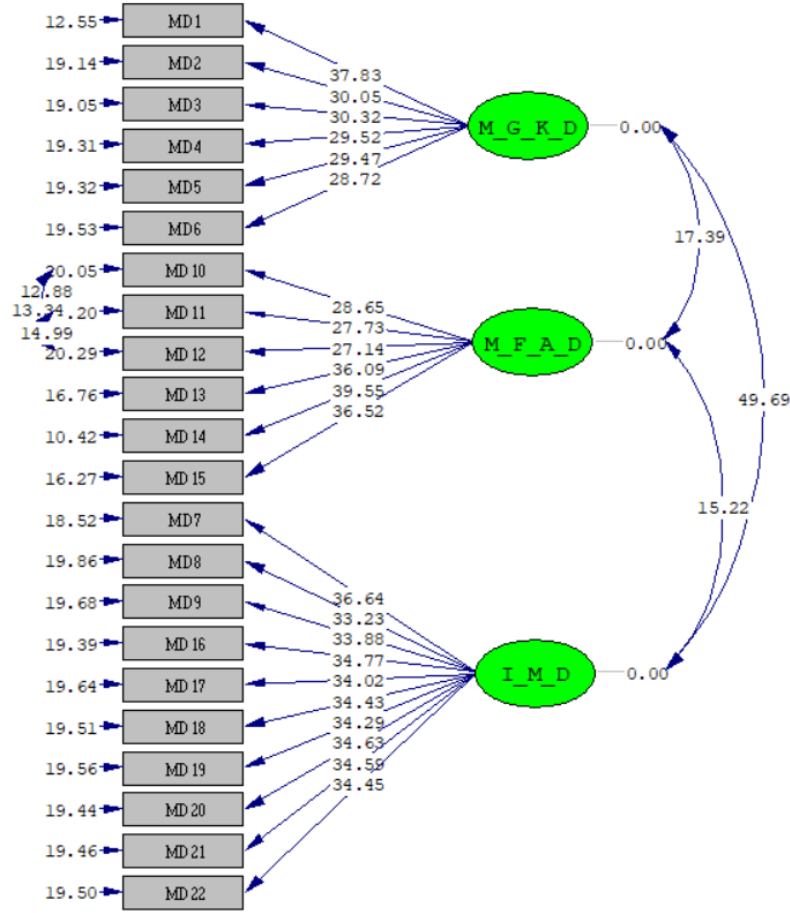


Chi-Square=813.71, df=203, P-value=0.00000, RMSEA=0.057

Şekil 3. Marka deneyimi ölçeği DFA path diyagramı

Kaynak: Bozkurt (2021)

Şekil 3'te yer alan marka deneyimi ölçeği doğrulayıcı faktör analizi sonucunda madde faktör yüklerinin 0,76– 0,96 arası değerlerde olduğu görülmektedir. Bu da ölçek madde değerlerinin kabul edilebilir seviyelerde olduğunu göstermektedir. Path diyagramı incelendiğinde uyum kriterleri arzu edilen seviyelerin biraz üstünde görüldüğünden MD12- MD11, MD12- MD10 ve MD11- MD10 maddelerinin yeniden düzenlemesine(modifikasyonuna) gidilmiştir. DFA modeli t değerleri ise Şekil 4'te verilmektedir.



Chi-Square=813.71, df=203, P-value=0.00000, RMSEA=0.057

Şekil 4. Marka deneyimi ölçeği DFA T değerleri

Kaynak: Bozkurt (2021)

Ölçek maddeleri ve dolaylı ölçülebilen(örtük) değişkenler arasında bir ilişkiden söz edilebilmesi için t değerlerinin incelenmesi gerekmektedir. Şekil 4'te görüldüğü üzere bütün maddelerin örtük değişkenlerle ilişkisinin " $t > 2,58$ anlamlı bulunduğu ve %99 güvenilirlik" düzeyini karşıladığını göstermektedir (Bozkurt, 2021). Doğrulayıcı faktör analizi modellerinin kabul edilme durumu uyum kriterlerine bağlıdır. Schermelleh-Engel ve Moosbrugger'e uyum kriterleri ise Tablo 12'de verilmektedir.

Tablo 12: Araştırma kapsamında incelenen uyum kriteri sınırlılıkları

Uyum kriterleri	Mükemmel uyum	Kabul edilebilir uyum
χ^2/sd	≤ 3	≤ 5
RMSEA	$0 < RMSEA < 0.05$	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.10$
RMR	$0 \leq SRMR < 0.05$	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$
SRMR	$0 \leq SRMR < 0.05$	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1$	$0.90 \leq NFI \leq 0.95$
NNFI	$0.95 \leq NNFI \leq 1$	$0.90 \leq NNFI \leq 0.95$
CFI	$0.95 \leq CFI \leq 1$	$0.90 \leq CFI \leq 0.95$
GFI	$0.95 \leq GFI \leq 1$	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1$	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$

Kaynak: Moosbrugger ve Schermelleh-Engel (2003)

Marka deneyimi ölçeği doğrulayıcı faktör analizi sonucu ortaya çıkan uyum indeksi kriterleri ise Tablo 13’de aşağıda yer almaktadır.

Tablo 13: Marka deneyimi ölçeği uyum kriterleri bulguları

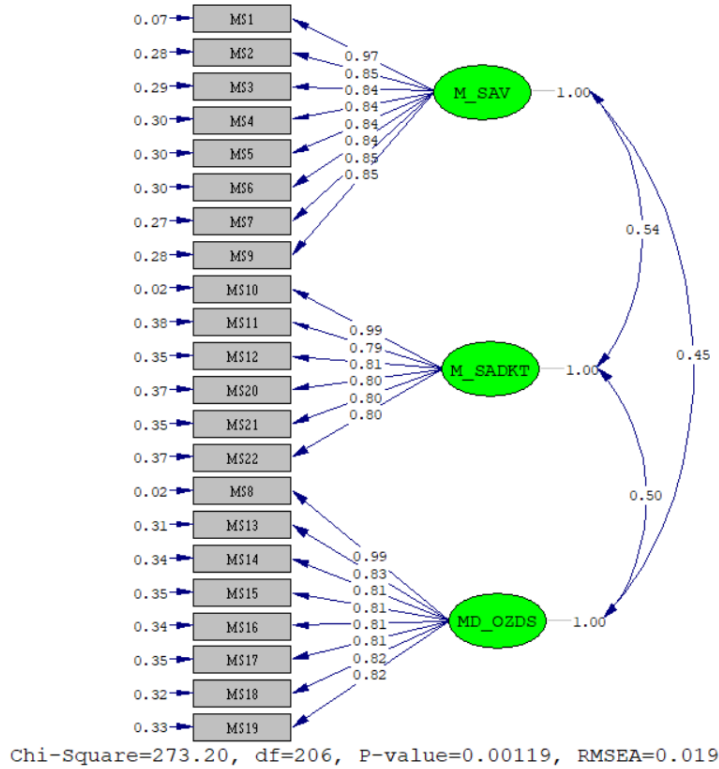
Modifikasyon	X^2/df	p	RMSEA	CFI	GFI	AGFI	NNFI	NFI	RMR	SRMR
Öncesi	8,297	0,000	0,089	0,98	0,86	0,82	0,98	0,98	0,050	0,035
Sonrası	4,008	0,000	0,057	0,99	0,93	0,91	0,99	0,99	0,054	0,038

Kaynak: Bozkurt (2021)

Herhangi bir ölçeğin onay görmesi uyum kriterlerinin kabul edilebilir sınırları düzeyinde olmasına bağlıdır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucuna göre Tablo 13’de görülen uyum kriteri değerlerine bakıldığında, öncelikli uyum değeri “ X^2 ’nin df değerine oranı 4,008 yani kabul edilebilir uyum seviyesinde; RMSEA değeri ise 0,057 düzeyinde yine kabul edilir uyum seviyesinde ve diğer uyum kriterleri değerlerinin ise mükemmel, kabul edilir uyum seviyesinde” oldukları görülmektedir. Sonuç olarak bu bulgular ışığında “marka deneyimi ölçeği açıklanan faktör yapısı başka bir veride” yeniden doğrulanmaktadır (Bozkurt, 2021).

3.5. Marka Savunuculuğu Ana Çalışma Doğrulayıcı Faktör Analizi

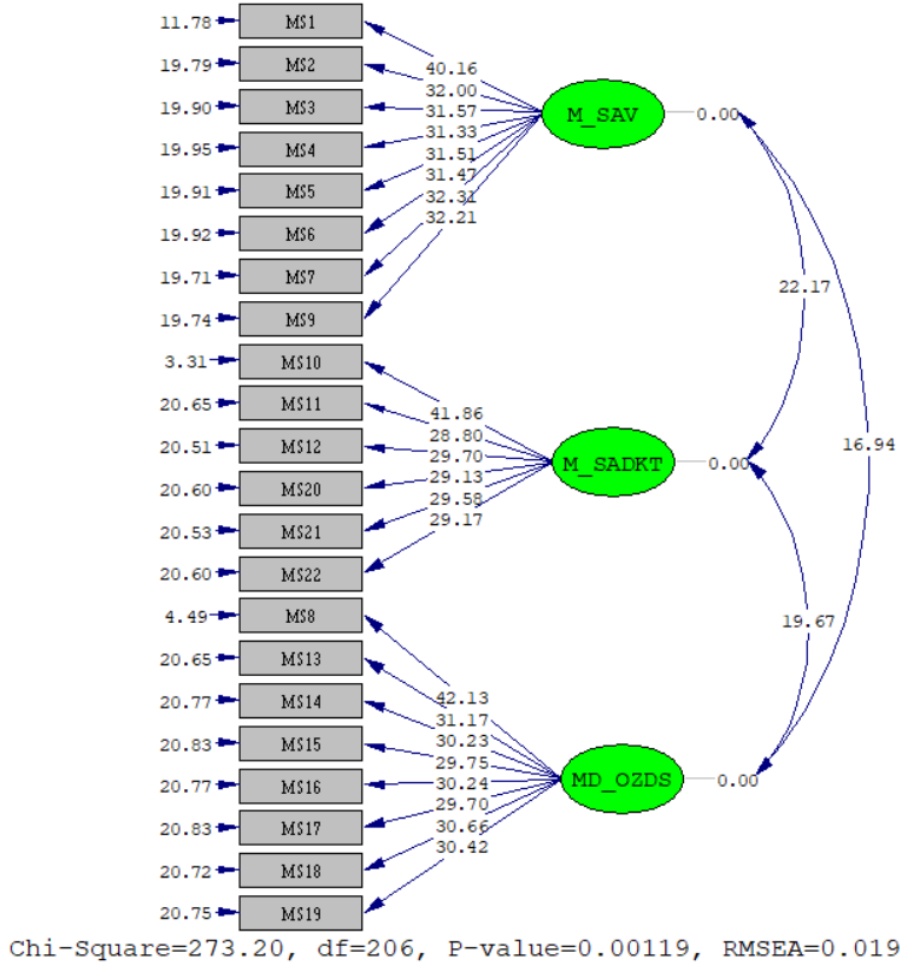
Marka Savunuculuğu ölçeği faktör yapı doğruluğunu saptamak amacıyla yararlanılan 930 kişinin yanıtladığı ana araştırma verisi LISREL 8.7 programı DFA analizi standardize beta kat sayıları Şekil 5’te yer almaktadır.



Şekil 5. Marka savunuculuğu ölçeği DFA path diyagramı

Kaynak: Bozkurt (2021)

Şekil 5’te görüldüğü üzere “Marka Savunuculuğu” ölçeği doğrulayıcı faktör analizi sonucu, madde faktör yükleri 0,79–0,99 arası değerlerde olduğundan ölçek madde değerleri kabul edilebilir seviyelerdedir. Pat diyagramı incelendiğinde uyum kriterleri arzu edilen seviyelerde bulunduğu için maddelerin yeniden düzenlenmesine(modifikasyonuna) gerek duyulmamıştır. DFA modeli t değerleri ise Şekil 6’da verilmektedir.



Şekil 6. Marka savunuculuğu ölçeği DFA T değerleri

Kaynak: Bozkurt (2021)

Ölçek maddeleri ve dolaylı ölçülebilen (örtü) değişkenler arasında bir ilişkidir söz edilebilmesi için t değerlerinin incelenmesi gerekmektedir. Şekil 6’da görüldüğü üzere bütün maddelerin örtük değişkenlerle ilişkisinin “% 99 güven düzeyinde ve anlamlı olduğu görülmektedir $t > 2,58$ ” (Bozkurt, 2021). Marka savunuculuğu ölçeğine ilişkin doğrulayıcı faktör analizi uyum dizini ölçütü Tablo 14’te görülmektedir.

Tablo 14: Marka savunuculuğu ölçeği uyum kriterleri

X^2/df	p	RMSEA	CFI	GFI	AGFI	NNFI	NFI	RMR	SRMR
1,326	0,002	0,019	0,99	0,97	0,97	0,99	0,99	0,030	0,019

Kaynak: Bozkurt (2021)

Herhangi bir ölçeğin onay görmesi, uyum kriterlerinin kabul edilebilir sınırları düzeyinde olmasına bağlıdır.

Doğrulayıcı faktör analizi sonucuna göre Tablo 14’de görülen uyum kriteri değerlerine bakıldığında, öncelikli uyum değeri “ X^2 ’nin *df* değerine oranı 1,326 yani kabul edilebilir uyum; RMSEA değeri ise 0,019 mükemmel uyum düzeyinde ve tüm uyum kriterleri değerlerinin yine mükemmel, kabul edilir uyum” seviyesinde oldukları görülmektedir.

Sonuç olarak bu bulgular ışığında “açıklanan faktör yapısı, marka deneyimi ölçeği için bir başka veride” yeniden doğrulanmaktadır (Bozkurt, 2021).

3.6. Araştırma Alt Problemlerine Ait Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde çalışma verilerine ait bulgulardan elde edilen alt problemler ve modele uygulanan analiz ve incelemelere yer verilmiştir. Tablo 15’te araştırma analizi sonuçlarına göre alt problemlerin veri dağılımları yer almaktadır.

Tablo 15: Elde edilen verilerin dağılımına ait bulgular

<i>Değişkenler</i>	<i>Kolmogorov/Smirnova</i>			<i>Merkezi eğilim ölçümleri</i>			
	<i>Statistic</i>	<i>sd</i>	<i>p</i>	<i>\bar{x}</i>	<i>Medyan</i>	<i>Basıklık</i>	<i>Çarpıklık</i>
<i>“İletişimsel Marka Deneyimleri”</i>	0,201	930	0,000	3,32	3,86	-0,63	-1,24
<i>“Marka Fiziksel Alışveriş Deneyimleri”</i>	0,123	930	0,000	3,24	3,50	-0,45	-0,63
<i>“Marka Güvenirliği ve Kolaylaştırıcılığı Deneyimleri”</i>	0,161	930	0,000	3,49	3,83	-0,68	-0,66
<i>“Genel Marka Deneyimi”</i>	0,128	930	0,000	3,35	3,59	-0,63	-0,84
<i>“Markayı Savunma”</i>	0,169	930	0,000	2,96	3,00	-0,13	-1,38
<i>“Markaya Sadakat”</i>	0,118	930	0,000	3,25	3,50	-0,38	-1,07
<i>“Marka Değeri ve Özdeşliği”</i>	0,13	930	0,000	2,66	2,50	0,37	-1,13
<i>“Genel Marka Savunuculuğu”</i>	0,085	930	0,000	2,93	3,00	-0,02	-1,09

Kaynak: Bozkurt (2021)

Çalışmadan elde edilmiş bulguların veri dağılımlarının nasıl oluştuğunu görmek adına merkezi eğilim ölçümleri uygulanmıştır ve analiz yapılan merkezi eğilim ölçümleri sonucuna göre ortalama medyan modun birbirleriyle yakınlık, basıklık ve çarpıklıklarının ± 2 arasında gelişmesi nedeniyle veri dağılımının normal dağılımda geliştiği görülmüştür (George ve Mallery, 2016).

Tablo 16’da marka savunuculuğu ve marka deneyimi ölçeklerine ait tanımlayıcı bulgular yer almaktadır.

Tablo 16: Marka deneyimi ve marka savunuculuğu tanımlayıcı bulguları

	<i>n</i>	\bar{x}	<i>ss</i>
madde/ölçek			
"1. Bir arkadaşım veya tanıdık, bu marka hakkında olumsuz bir şey söylerse, bu markayı savunurum."	930	3,09	1,09
"2. Bir arkadaş veya tanıdık, rakip bir markanın, bu markadan daha üstün olduğunu söylerse, onlara neden katılmadığımı söylerim."	930	2,94	1,31
"3. Bir arkadaş veya tanıdık bu markayla dalga geçerse bu markanın arkasında dururum."	930	2,91	1,30
"4. Bir arkadaş veya tanıdık bu markanın kalitesini sorgularsa onları ikna etmeye çalışırım."	930	2,92	1,31
"5. Bir arkadaş veya tanıdık bu markadan hoşlanmadığını söylerse, neden iyi bir marka olduğunu kanıtlamaya çalışırım."	930	2,95	1,33
"6. Bu markayı kullanmanız gerektiğini düşünürsem, markayı denemenizi sağlamak için uğraşırım."	930	2,96	1,29
"7. Başkalarını bu markayı denemeye ikna etmişliğim vardır."	930	2,95	1,33
"9. Birilerinin bu markayı denemesi için çaba göstermişliğim vardır."	930	2,95	1,32
Markayı savunma ↑	930	2,96	1,13
"10. Önümüzdeki birkaç yıl içinde bu markanın ürünlerini daha da fazla almaya devam edeceğim."	930	3,27	1,19
"11. Büyük olasılıkla bu markanın ürünlerini tekrar satın alacağım."	930	3,28	1,25
"12. Gelecekte bu markaya sadık kalmayı düşünüyorum."	930	3,20	1,26
"20. Benden tavsiye istendiğinde bu markayı başkalarına tavsiye ederim."	930	3,23	1,24
"21. Bu marka başkalarına ilk önerdiğim markadır."	930	3,25	1,24
"22. Bu markayı başkalarına çok sık tavsiye ederim."	930	3,27	1,26
Markaya sadakat ↑	930	3,25	1,07
"8. Bu marka için mükemmel bir satış elemanı olurum."	930	2,60	1,23
"13. Bu marka, kişiliğim hakkında çok şey söyler."	930	2,69	1,27
"14. Bu markanın imajı kendimi nasıl görmek istediğimle tutarlıdır."	930	2,64	1,26
"15. Bu marka benim için hayatta neyin önemli olduğunu gösterir."	930	2,68	1,25
"16. Bu markayla pek çok ortak noktamız var."	930	2,66	1,25
"17. Bu marka benimle aynı değerlere sahip."	930	2,66	1,23
"18. Değerlerim ve bu markanın sahip olduğu değerler birbirine çok benzer."	930	2,67	1,25
"19. Bu markanın sahip olduğu ve geliştirdiği değerlere inanırım."	930	2,70	1,28
Marka değeri ve özdeşliği ↑	930	2,66	1,08
Genel Marka Savunuculuğu	930	2,98	0,88
"1. Bu marka adı duyularımı (görsel/işitsel vb.) uyarır."	930	3,51	1,13
"2. Bu marka adıyla ne zaman karşılaşırsam heyecanlanırım."	930	3,36	1,24
"3. Mükemmellik denince aklıma bu markanın adı gelir."	930	3,47	1,22
"4. Basit ve iyi hazırlanmış anlaşılır faturalarıyla bu marka bana iyi hissettirir."	930	3,51	1,15
"5. Bu markanın sipariş işlemlerinin çok kolay olması beni rahatlatır."	930	3,54	1,13
"6. Bu markanın faturalama işlemlerindeki şeffaflık markaya karşı güvenimi güçlendirir."	930	3,58	1,13
Marka güvenilirliği ve kolaylaştırıcılığı deneyimleri ↑	930	3,49	1,00
"7. Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya araçları üzerinden bu markayla bağlantı kurmayı ilginç bulurum."	930	3,51	1,23
"8. Bu marka hakkında bir bilgi ya da mesaj aldığımda iyi hissederim."	930	3,30	1,38
"9. Kitle iletişim araçları aracılığı ile bu marka hakkında aldığım her bilgi bu markaya olan ilgimi artırır."	930	3,35	1,35
"16. Bu markanın etkinlikleri benim için önemlidir ve olumlu duygular uyandırır. (Konser, festival, satış noktası deneme masaları, vb.)"	930	3,25	1,36
"17. Bu markanın etkinliklerini duygusal (görsel, işitsel vb.) olarak ilginç bulurum."	930	3,32	1,33
"18. Bu markanın etkinlikleri bana duygusal olarak çekici gelir."	930	3,31	1,33
"19. Bu markayla ilgili anlatılanlar ilgimi çeker."	930	3,36	1,37
"20. Kendimi bu markayla ilgili anlatılanların bir parçası hissederim."	930	3,28	1,39
"21. Bu markayla ilgili anlatılanları eğlenceli bulurum."	930	3,38	1,39
"22. Bu markayla ilgili anlatılanlar bende olumlu duygular uyandırır."	930	3,33	1,39
İletişimsel marka deneyimleri ↑	930	3,32	1,24
"10. Bu markanın raflarını düzenleme şekli caziptir."	930	3,31	1,00
"11. Bu markanın satış noktaları aklımda güçlü bir izlenim bırakır."	930	3,30	1,17
"12. Bu markanın mağaza raflarını uygun bir şekilde düzenlenmesi bana iyi hissettirir."	930	3,25	1,12
"13. Bu markadan alışverişini çok severim, çünkü satış görevlileri işimi kolaylaştırır."	930	3,07	1,09
"14. Bu markayı satın alırken kendimi iyi hissederim, çünkü satış elemanları gerekli bilgiye sahiptir."	930	3,28	1,11
"15. Bu markanın satış temsilcilerinin yardımı hazır ve istekli olmaları bana daha iyi bir alışveriş deneyimi sunar."	930	3,23	1,10
Marka fiziksel alışveriş deneyimleri ↑	930	3,24	0,99
Genel Marka Deneyimi	930	3,35	0,93

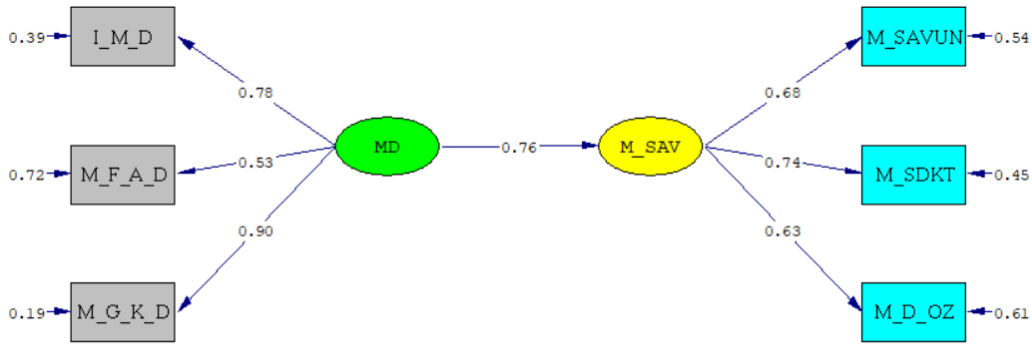
Marka Savunuculuğu

Marka Deneyimi

Likert'e göre oluşan ölçeklerden elde edilmiş puanlara göre katılımcıların cevap seviyelerinin oluşmasında 0,8 puan geçeneği (4/5=0,80) uygulanmıştır. Likert yapısındaki ölçek başlangıç birimleri, 1 üzerine 0,8'lik birim eklenmiş ve her bir ölçüme karşılık gelen aralıklar hesaplanmıştır. Böylece 1-1,8 oldukça düşük, 1,81-2,6 düşük, 2,61-3,4 orta, 3,41-4,2 yüksek, 4,21-5,0 aralığıysa fazla yüksek seviyeyi simgelemektedir. Sonuç olarak ankete katılanların "Genel Marka Deneyimi" $\bar{x}=3,35$ orta, "İletişimsel Marka Deneyimi" $\bar{x}=3,32$ orta, Marka "Fiziksel Alışveriş Deneyimleri" $\bar{x}=3,24$ orta ve "Marka Güvenirliği ve Kolaylaştırıcılığı Deneyimleri" $\bar{x}=3,49$ yüksek seviyededir. Yine katılımcıların "Genel Marka Savunuculuğu" seviyeleri $\bar{x}=2,93$ orta, "Markayı Savunma" düzeyleri $\bar{x}=2,96$ orta, "Markaya Sadakat" seviyeleri $\bar{x}=3,25$ ile "Marka Değeri ve Özdeşliği" seviyeleri ise $\bar{x}=2,66$ yine orta seviyededir (Bozkurt, 2021).

3.7. Araştırma Modellerine İlişkin Bulgular

Araştırma Yapısal eşitlik modeli (YEM) Şekil 7'de verilmektedir. Bu bölümde araştırmanın hedefleri ile araştırma hipotezleri test edilmiştir.



Chi-Square=20.74, df=6, P-value=0.00204, RMSEA=0.051

Şekil 7. Marka deneyimlerinin marka savunuculuğuna etkileri modeli path diagramı

Kaynak: Bozkurt (2021)

Şekil 7'de verilen araştırma modeline ait Ki-kare $X^2=20,74$; sd =6 olarak bulunmuştur. Ki-karenin serbestlik düzeyine bakıldığında $\chi^2/sd =3,456$ 'dır. Bu değer 5'ten düşük çıkması durumunda kabul edilir düzeyde uyum sağladığı söylenebilir. YEM'in tüm diğer uyum/kabul düzeylerinin, "RMSEA =0.051, RMR =0.023, SRMR =0.020, GFI =0.99, AGFI =0.97, CFI =0.99, NFI=0.99 ve NNFI=0.99" değerlerinde bulunduğu belirlenmiştir (Bozkurt,2021). Bütün bu sonuçlar çalışmanın yapısal eşitlik modelinin kabul görür uyum kriterleri için uygun olduğunu göstermektedir. Kurulmuş model neticesinde elde edilen bulgular ışığında çalışmanın H.1.'inin sonuçları aşağıda Tablo 17'de verilmektedir.

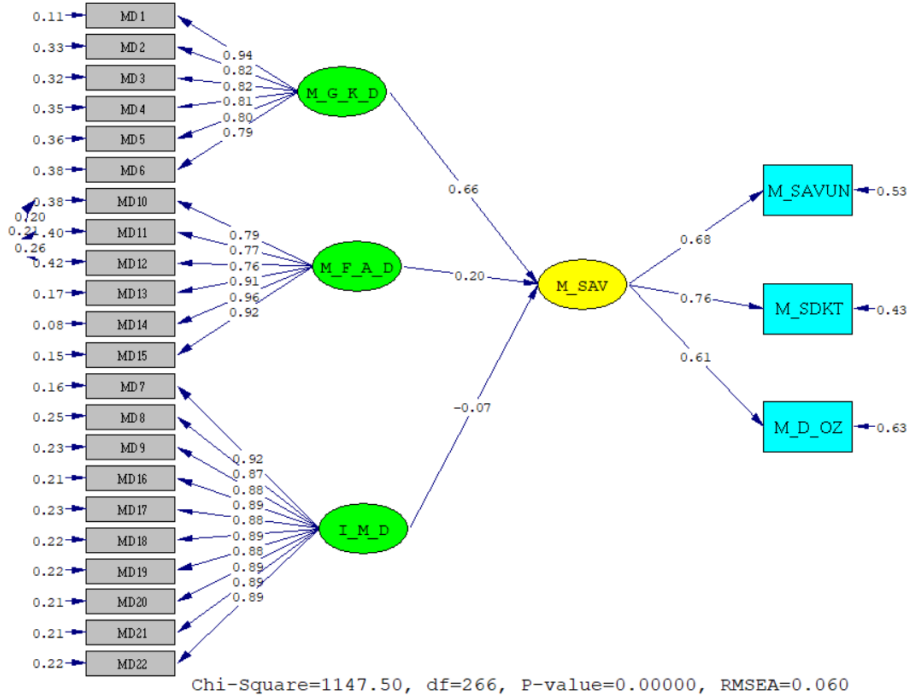
Tablo 17: Araştırma modeli yol diyagramının standardize T değerleri ve değişkenleri

Hipotezler	Yollar	Standart değer	t değeri	R ² değeri	Hipotez sonucu
"H ₁ : Katılımcıların marka deneyimlerinin marka savunuculuğu üzerinde pozitif bir etkisi vardır."	MD → M_SAV	0,76	16,34**	0,58	Kabul

**p<0.01

Kaynak: Bozkurt (2021)

Şekil 7’de verilen yol analiziyle Tablo 17’de görülen değerler birlikte incelendiğinde ‘Marka Deneyimlerinin, Marka Savunuculuğu’ üzerine pozitif bir etkisinin $\beta=0,76$; $t=16,34$; $p < 0,01$ olarak bulunduğu kesinleşmiş ve çalışmanın 1. hipotezinin kabul edilir olduğu görülmüştür. Bu bulgu araştırmaya katılanların ‘Marka Deneyimlerinin 1 birimlik artışı, Marka Savunuculuğu’ sergilemelerinde 0,76 birimlik artış etkisi yaratmaktadır.



Şekil 8. Marka deneyimi alt boyutlarının marka savunuculuğuna etkisi modeli path diagramı

Kaynak: Bozkurt (2021)

Şekil 8’de marka savunuculuğu üzerine çalışma alt boyutları etkisi için kurulan model görülmektedir. Bu modele ait Ki-kare $X^2=1147,50$; $sd =266$ olarak bulunmuştur. Ki-karenin serbestlik düzeyine bakıldığında $\chi^2/sd =3,456$ ’dır. Bu değer beşten düşük çıkması durumunda kabul edilir seviyede uyum sağladığı söylenebilir. YEM’nin bütün uyum kabul değerlerine göre, $RMSEA= 0.060$, $RMR= 0.058$, $SRMR= 0.041$, $GFI= 0.92$, $AGFI= 0.90$, $CFI=0.99$, $NFI= 0.99$ ve $NNFI= 0.99$ bulunmuştur (Bozkurt, 2021). Bütün bu sonuçlar çalışma alt boyutları yapısal eşitlik modelinin de kabul görür uyum kriterleri için uygun olduğunu göstermektedir.

Kurulmuş model neticesinde elde edilen bulgular ışığında çalışma alt boyutlarına ait hipotezlerinin sonuçları Tablo 18’de verilmektedir.

Tablo 18. Araştırma modeli yol diyagramı standardize T değ er ve değ işkenleri

Hipotezler	Yollar	Standart değ er	t değ eri	R ² değ eri	Hipotez sonucu
"H _{1.1} : Katılımcıların marka güvenilirliği ve kolaylaştı rıcılığı deneyimlerinin marka savunuculuğu üzerinde pozitif bir etkisi vardır."	M_G_K_D → M_SAV	0,66	11,16**	0,44	Kabul
"H _{1.2} : Katılımcıların marka fiziksel alışveriş deneyimlerinin marka savunuculuğu üzerinde pozitif bir etkisi vardır."	M_F_A_D → M_SAV	0,20	5,59**	0,04	Kabul
"H _{1.3} : Katılımcıların iletişimsel marka deneyimlerinin marka savunuculuğu üzerinde pozitif bir etkisi vardır"	I_M_D → M_SAV	-0,07	-1,36	0,00	Red

**p<0.01

Kaynak: Bozkurt (2021)

şekil 8'de verilen yol analiziyle(diyagramıyla) Tablo 18'de bulunan değ erlere birlikte bakıldığında marka deneyimleri alt boyutlarında 'Marka Güvenirliği ve Kolaylaştı rıcılığı Deneyiminin 'Marka Savunuculuğu na pozitif bir etkisi $\beta = 0,66$; $t = 11,16$; $p < 0,01$ olan çalışmanın H_{1.1}'i kabul görmüştür (Bozkurt,2021). Bu bulgu araştırmaya katılanların 'Marka Güvenirliği ve Kolaylaştı rıcılığı Deneyimlerinin 1 birimlik artışının 'Marka Savunuculuğu' sergilemelerinde 0,66 birimlik bir artış etkisine neden olduğunu göstermektedir.

'Marka Fiziksel Alışveriş Deneyimleri' alt boyutunun 'Marka Savunuculuğu' üzerine yine pozitif bir etkisi ise $\beta = 0,20$; $t = 5,59$; $p < 0,01$ olarak bulunmaktadır. Bu da H_{1.2}'nin kabul edilir değ erde olduğunu göstermektedir. Bu bulgu araştırmaya katılanların 'Marka Fiziksel Alışveriş Deneyiminde' 1 birim artışının 'Marka Savunuculuğu' sergilemelerinde 0,20 birim bir artış etkisine neden olmaktadır (Bozkurt2021).

'İletişimsel Marka Deneyimleri' alt boyutunun $\beta = -0,07$; $t = -1,36$; $p > 0,05$ sonucuna göre 'Marka Savunuculuğu' üzerinde bir etkisinin ise olmadığı görülmektedir. Bu da H_{1.3}'ün kabul edilmediğini göstermektedir (Bozkurt, 2021).

Tablo 19: Marka deneyimi ve marka savunuculuğu ölçekleri arasındaki ilişki

Değişkenler	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
"Marka fiziksel alışveriş deneyimleri (1)"	1	,410*	,708*	,917*	,345*	,327*	,385*
"Marka güvenilirliği ve kolaylaştı rıcılığı deneyimleri (2)"		1	,469*	,674*	,303*	,412*	,303*
"Genel Marka Deneyimi (3)"			1	,861*	,478*	,492*	,415*
"Markayı savunma (4)"				1	,438*	,463*	,442*
"Markaya sadakat (5)"					1	,524*	,408*
"Marka değ eri ve özdeşliği (6)"						1	,473*
"Genel Marka Savunuculuğu (7)"							1

p<0,05*

Kaynak: Bozkurt (2021)

Parametrelerin birbirleriyle ilişkisini çıkarmak için yapılan Pearson (1896) korelasyon analizi sonucunda Tablo 19’da görüldüğü gibi ‘Marka Fiziksel Alışveriş’ deneyimleriyle ‘Marka Güvenilirliği ve Kolaylaştırıcılığı’ deneyimleri arasında $r=,41$ pozitif ve orta seviyede; ‘Genel Marka Deneyimleri’ ile $r=,708$ pozitif ve yüksek seviyede; ‘Markayı Savunma’ ile $r=,917$ pozitif, çok yüksek seviyede; ‘Markaya Sadakat’ $r=,345$, ‘Marka Değeri ve Özdeşliği’ $r=,327$, ‘Genel Marka Savunuculuğu’ $r=,38$ arasında pozitif ve düşük düzeyde ilişki bulunmuştur. Bu durumda ‘Marka Fiziksel Alışveriş’ deneyimlerinde bir artış olduğunda araştırma katılımcılarının ‘Marka Güvenilirliği ve Kolaylaştırıcılığı’, ‘Genel Marka Deneyimleri’ ile ‘Markayı Savunma’, ‘Markaya Sadakat’, ‘Marka Değeri ve Özdeşliği’ ve ‘Genel Marka Savunuculuğu’ seviyelerinde de bir artış gerçekleşecek demektir (Bozkurt, 2021).

‘Marka Güvenilirliği ve Kolaylaştırıcılığı’ $r=,410$ ‘Genel Marka Deneyimleri’ $r=,469$, ve ‘Marka Değeri ve Özdeşliği’ $r=,412$ birbirleriyle pozitif-orta seviyede; ‘Markayı Savunma’ ile $r=,674$ pozitif-yüksek seviyede; ‘Markaya Sadakat’ $r=,303$ ve ‘Genel Marka Savunuculuğu’ arasında $r=,303$ pozitif- düşük seviyede ilişki bulunmuştur. Araştırma sonucu H_1 ’i yani “Marka Deneyimlerinin Marka Savunuculuğu üzerine anlamlı bir etkisi bulunmaktadır” varsayımını doğrulamıştır (Bozkurt, 2021).

Bu durumda araştırma katılımcılarının ‘Marka Güvenilirliği ve Kolaylaştırıcılığı’ deneyimleri seviyesinde artış olduğunda, ‘Genel Marka Deneyimleri’ ile, ‘Markayı Savunma’, ‘Markaya Sadakat’, ‘Marka Değeri ve Özdeşliği’, ‘Genel Marka Savunuculuğu’ seviyeleri de artacak demektir.

“Genel Marka Deneyimiyle, Markayı Savunmanın $r=,86$ ” birbiriyle pozitif- çok yüksek seviyede, “Markaya Sadakat $r=,478$, Marka Değeri ve Özdeşliği $r=,492$, Genel Marka Savunuculuğuyla $r=,415$ pozitif-orta düzeyde” ilişkisi bulunmuştur. Bu durumda araştırmaya katılanların ‘Genel Marka Deneyimi’ seviyelerindeki artışın “Markayı Savunma, Markaya Sadakat, Marka Değeri ve Özdeşliği, Genel Marka Savunuculuğu” seviyelerinde de artış gerçekleşecektir (Bozkurt, 2021).

“Markayı Savunma ile Markaya Sadakat $r=,438$, Marka Değeri ve Özdeşliği $r=,463$), Genel Marka Savunuculuğu ($r=,442$) arasında pozitif-orta düzeyde” ilişki bulunmuştur. Bu sonuca göre araştırma katılımcılarının ‘Markayı Savunma’ seviyelerindeki artışın ‘Markaya Sadakat’, ‘Marka Değeri ve Özdeşliği’ ile ‘Genel Marka Savunuculuğu’ seviyelerinde de artış gerçekleşecektir (Bozkurt, 2021).

“Markaya Sadakat, Marka Değeri ve Özdeşliğiyle ($r=,524$) Genel Marka Savunuculuğu $r=,408$ arasında pozitif-orta” seviyede ilişki bulunmuştur. Bu da araştırma katılımcılarının ‘Markaya Sadakat’ seviyelerindeki artışın ‘Marka Değeri ve Özdeşliği’ ile ‘Genel Marka Savunuculuğu’ seviyelerinin de artacağı görülmektedir (Bozkurt, 2021).

“Marka Değeri ve Özdeşliği ile Genel Marka Savunuculuğunun $r=,473$ pozitif-orta” düzeyde ilişkisi bulunmuştur. Sonuç olarak araştırma katılımcılarının ‘Marka Değeri ve Özdeşliği’ seviyelerinde artış olduğunda ‘Genel Marka Savunuculuğu’ seviyesi de artacak demektir (Bozkurt,2021).

4. Sonuç

Literatür tarama sonuçlarından yola çıkarak diyebiliriz ki; “marka deneyimi bir markayı henüz satın almadan önce başlayan, satın alma sırası ve sonrasında devam eden süreçte markaya dair bütün tecrübelerdir”. “Marka savunuculuğu ise bir markayı sadakatle kullanmanın ötesinde ısrarla çevreye tavsiye etme ve markaya adanmışlığı ifade eder” biçiminde tanımlanabilir. Çalışmada marka deneyimlerinin marka savunuculuğuna etkisini ortaya çıkarmak üzere Khan ve Rahman (2016) tarafından geliştirilen “Retail Brand Experience: Scale Development and Validation” ölçeği Türkçeye “Marka Deneyimi Ölçeği” olarak; Wilder (2015) tarafından uyarlanan ve geliştirilen “Brand Advocacy: Conceptualization and Measurement” ölçeği ise Türkçeye “Marka Savunuculuğu Ölçeği” olarak uyarlanmıştır.

Araştırmanın İngilizceden Türkçeye uyarlanması aşamasında, iki ayrı dil uzmanının dil bilgisi, semantik ve bilişsel yorumlarına başvurulmuş. İki aşamalı (İngilizce-Türkçe/Türkçe-İngilizce) kontrol sonrası ve pilot uygulaması sonrası ölçekler en anlaşılır biçimine dönüştürülmüş ve geçerlik ve güvenilirlikten en yüksek değerleri alan ölçekler ana çalışmada kullanılmıştır.

Ana araştırmanın anket formunda yer alan ölçekler marka deneyimlerinin marka savunuculuğu üzerine bir etkisinin olup olmadığının tespiti için kullanılmıştır. Saha araştırması çevrimiçi olarak 945 katılımcı için Google docs. aracılığıyla uygulanmış, araştırmanın 930 kişilik örnekleme içinde 15 kişi elenerek sonuçlara dahil edilmemiştir.

Bulgulara göre ‘Marka Deneyimi Ölçeği’ Cronbach’s alfa katsayısı 0,970 ‘Marka Savunuculuğu Ölçeği’ Cronbach’s alfa katsayısı 0,972 değerlerinde tespit edilmiştir.

Ölçeklerin geçerlik ve güvenilirlikleri sonrası yapılan yapısal eşitlik modeli incelemesinde araştırma hipotezleri sınanmış ve ‘Marka Deneyimlerinin, ‘Marka Savunuculuğu’ üzerine pozitif bir etkisinin bulunduğu saptanmıştır. ‘Marka Deneyimi’ ve ‘Marka Savunuculuğu’ alt boyutlarının Yapısal Eşitlik Modeli incelemesinde ise ‘İletişimsel Marka Deneyimlerinin, ‘Marka Savunuculuğu’ üzerine olumlu bir etkisinin bulunmadığı ancak ‘Marka Fiziksel Alışveriş Deneyimleriyle ‘Marka Güvenirlik ve Kolaylaştırıcılık Deneyimlerinin ‘Marka Savunuculuğu’ üzerinde pozitif etkilerinin bulunduğu görülmüştür.

Araştırmadaki en önemli sınırlılık çalışmanın yürütüldüğü örneklem grubunun 18-40 yaş aralığıyla sınırlandırılması ve teknolojik bir ürün örnek verilmesidir. Çalışmanın daha geniş yaş aralığı, eğitim düzeyi ve sosyoekonomik yapıyı kapsamaması ve farklı sektör marka örnekleri verilmesi durumunda daha farklı ya da genellenebilir veriler elde edilmesi söz konusudur. Ölçeklerin ülkemizde pazarlama, halkla ilişkiler, işletme, psikoloji ve ekonomi gibi alanlardaki çalışmalara, marka yöneticilerine, akademisyen ve uygulayıcılara katkı sağlaması temenni edilmektedir.

Kaynakça

- Aaker, D. (2009). *Marka Değeri Yönetimi*. Çev: E. Orfanlı, İstanbul: MediaCat.
- Anderson, E. (1998). Customer satisfaction and word-of-mouth, *Journal of Service Research*, Vol. 1 No. 1, pp. 5-17.

- Badrinarayanan, V. and Laverie, D.A. (2011). Brand Advocacy and Sales Effort by Retail Salespeople: Antecedents and Influence of Identification with Manufacturers' Brands, *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 31 (2), 123-40.
- Berry, L. L. (1983). Relationship Marketing, In: L.L. Berry, G.L. Shostack and G.D. Upag (eds.) *Emerging Perspectives in Services Marketing*. Chicago - IL: AMA.
- Bozkurt, S. (2021). "Yeni Kuşak Tüketicide Marka Deneyiminin Marka Savunuculuğu Üzerindeki Etkisi: Bir Alan Araştırması", Danışman: Doç.Dr. Şenay Görkem, Maltepe Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Programı, Yayınlanmış Doktora Tezi, Şubat 202, İstanbul.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H. and Zarantonello, L. (2009). Brand experience: What is it? How do we measure it? And does it affect loyalty?, *Journal of Marketing*, 73, 52-68
- Breivik, E. and Thorbjornsen, H. (2008). Consumer Brand Relationships: An Investigation of Two Alternative Models, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36 (4), 443–72.
- Büyüköztürk, Ş. (2018). *Veri Analizi El Kitabı*. Özyurt Matbacılık 24. Baskı, Pegem Akademi, Ankara
- Carroll, B. A. and Ahuvia, A. C. (2006). Some Antecedents and Outcomes of Brand Love, *Marketing Letters*, 17 (2), 79-89.
- Chang, P-L. and Chieng, M-H. (2006). Building Consumer-Brand relationship: A Cross-cultural Experiential View, *Psychology & Marketing*, Vol.23(11), 927-959.
- Çokluk, Ö.S., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları*, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara
- Delgado-Ballester, E., Munueraaleman, J. L. and Yague-Guillen, M. J., (2003). Development and validation of a brand trust scale, *International Journal of Market Research*, 45 (1), 35-56
- Dick, A. S. and Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22, 99-113
- George, D. and Mallery, P. (2016). *IBM SPSS Statistics 23 Step By Step: A Simple Guide and Reference*. By Routledge, Newyork.
- Gilmore, J. and Pine, J. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage*. Harvard Business Publishing., Cambridge, Massachusetts, USA.
- Gilmore, J.H. and Pine, B.J. (2002). *The Experience is the Marketing*. Louisville, Ky.: Brown Herron Publishing.
- Herr, P.M., Kardes, F.R. and Kim, J. (1991). Effects of word-of-mouth and product-attribute information of persuasion: an accessibility-diagnostics perspective, *Journal of Consumer Research*, Vol. 17 No. 4, pp. 454-62.
- Homburg, C., and Andreas, F. (2005). How Organizational Complaint Handling Drives Customer Loyalty: An Analysis of the Mechanistic and the Organic Approach, *Journal of Marketing*, 69 (3), 95–114.
- Jackson, B. (1985). Building customer relationships that last. *Harvard Business Review*, 63, 120 – 128.
- Kan, A. ve Akbaş, A. (2005). Lise öğrencilerinin kimya dersine yönelik tutum ölçeği geliştirme çalışması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 1 (2), 227-237.
- Keller, K.L. (1993). Conceptualizing, measuring and managing customer-based brand equity, *Journal of Marketing*, Vol. 57 No. 1, pp. 1-22.
- Khan, I. and Rahman, Z. (2015). Development of a scale to measure hotel brand experiences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29 (1), 268-287.
- Khan, I. and Rahman, Z. (2016). Retail brand experience: scale development and validation, *Jurnal of Product & Brand Management*, 25 (5), 435-451.

- Kim, C.K., Han, D. and Park, S.B. (2001). The effect of brand personality and brand identification on brand loyalty: applying the theory of social identification, *Japanese Journal of Psychological Research*, Vol. 43 No. 4, pp. 195-206.
- Kumar: R. and Advani, J. Y. (2005). Factors affecting brand loyalty: A study in an emerging market on fast moving consumer goods. *Journal of Customer Behaviour*, 4 (2), 251-274
- Leonard, L., Berry, L., Carbone, P. and Haeckel, H. (2002). Managing the total customer experience. *Sloan Management Review*, (Introduction), Vol. 43 No. 3, pp. 85-9
- Lin, L.Y. (2010). The relationship of consumer personality trait, brand personality and brand loyalty: An empirical study of toys and video games buyers. *Journal of Product and Brand Management*, 19 (1), 4-17.
- Machado, R., Cant, M. C. and Seaborn H. (2014). Experiential Marketing On Brand Advocacy: A Mixed-Method Approach On Global Apple Product Users. *International Business & Economics Research Journal*, 13 (5), 955-960.
- Mascarenhas, O. A., Kesavan, R. and Bernacchi, M. (2006). Lasting customer loyalty: A total customer experience approach. *Journal of Consumer Marketing* 23 (7) 397-405
- Maxham, J.G. III and Netemeyer, R.G. (2003). Firms Reap What They Sow: The Effects of Shared Values and Perceived Organizational Justice on Customers' Evaluations of Complaint Handling. *Journal of Marketing*, 67 (1), 46-62.
- McAlexander, J. H., Schouten, J. W. and Koenig, H. F. (2002). Building Brand Community. *Journal of Marketing*, 66(1), 38-54. <https://doi.org/10.1509/jmkg.66.1.38.18451>
- Morrison, S. and Crane, F. G. (2007). Building the service brand by creating and managing an emotional brand experience. *Journal of Brand Management* 14, 410-421.
- Mossberg, L. (2007). A Marketing Approach to the Tourist Experience, *Scandinavian Journal, Hospitality and Tourism* 7:1, 59-74
- Pearson, K. (1896). Mathematical contributions to the theory of evolution.—III. Regression, heredity and panmixia, *Philos. Trans. R. Soc. London*, ser. A, vol. 187, pp. 253–318
- Pine, J. and Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the experience economy*. Harvard Business Review, 76 (July/August), 97-105
- Prensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants*, On The Horizon. NBC University Press, 9 (5).
- Punniyamoorthy, M. and Prasanna, M. (2007). An empirical model for brand loyalty measurement. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 15, 222-233
- Scherer, R.F., Wiebe, D.C., Luther, A., and Adams, J.S. (1988). Dimensionality of coping: Factor stability using the ways of coping questionnaire, *Research Article Find in Pub Med*, Vol:62 Issue:3, Pages:763-770, <https://doi.org/10.2466/pr0.1988.62.3.763>
- Schermelleh-Engel, K., and Moosbrugger, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Schmitt, B.H. (1999). Experiential marketing, *Journal of Marketing Management*, Vol. 15, No. 1-3, pp. 53-67.
- Tabachnick, B.G. and Fidell, L.S. (2014). *Using Multivariate Statistics*, Pearson Education, Limited. USA.
- Thomson, M., Macinnis, D.J. and Park, C. W. (2005). The ties that bind: Measuring the strength of consumers' emotional attachment to brands. *Journal of Consumer Psychology*, 15 (1), 77-91.
- Varnalı, K. (2017). *Müşteri Deneyimi*. İstanbul: MediaCat.

- Wilder, K.M. (2015). “*Brand Advocacy: Conceptualization and Measurement.*” A Dissertation Submitted to the Faculty of Mississippi State University in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy in Marketing in the Department of Marketing, Quantitative Analysis, and Business Law Mississippi State. <https://ir.library.msstate.edu/handle/11668/20642>
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L. and Parasuraman A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60 (2), 31-46.

ÜLKELER ARASI DOĞRUDAN YABANCI YATIRIM GİRİŞLERİ ARASINDAKİ NEDENSELLİK ANALİZİ: KIRILGAN BEŞLİ ÖRNEĞİ¹

Osman Kürşat ONAT², Abdullah ERTÜRK³

Öz

Günümüzde dünya genelinde küreselleşme hareketlerinin artmasıyla birlikte hacim ve ulaştığı bölge bakımından gelişme gösteren doğrudan yabancı yatırımlar, özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için ihtiyaç duydukları sermaye açığını kapatmak adına oldukça önemli bir fırsat olarak görülmektedir. Bu çalışmada doğrudan yabancı yatırımların oluşumu ve belirleyicileri detaylı şekilde ele alınmıştır. Bu bağlamda Kırılğan Beşli (Fragile Five) ülkeleri olan Brezilya, Hindistan, Endonezya, Türkiye ve Güney Afrika çalışmaya dahil edilmiştir. Araştırma kapsamında BIITS ülkelerine ait doğrudan yabancı yatırım girişleri arasındaki nedensellik, her ülkenin bağımlı değişken olduğu beş farklı modelle Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök testleri ardından Toda-Yamamoto nedensellik testi ile (1971-2019 dönemine ait yıllık verilerle) analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular neticesinde; BIITS ülkelerine ait doğrudan yabancı yatırım girişi verileriyle bahsi geçen ülkeler arasında çeşitli nedensellik ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Doğrudan Yabancı Yatırım, Kırılğan Beşli Ülkeleri, Toda-Yamamoto Nedensellik Testi

Jel Kodları: C32, E44, F21, F23, F43

CAUSALITY ANALYSIS BETWEEN FOREIGN DIRECT INVESTMENT INFLOWS AMONG COUNTRIES: FRAGILE FIVE EXAMPLE

Abstract

Today, with the increase in globalization movements around the world, foreign direct investments, which have improved in terms of volume and the region they reach, are seen as a very important opportunity for especially underdeveloped and developing countries to close the capital deficit they need. In this study, the formation and determinants of foreign direct investments are discussed in detail. In this context, the Fragile Five countries Brazil, India, Indonesia, Turkey and South Africa were included in the study. Within the scope of the research, causality between foreign direct investment inflows of BIITS countries was determined by using Extended Dickey-Fuller (ADF) and Phillips-Perron (PP) unit root tests with five different models in which each country is a dependent variable, followed by Toda-Yamamoto causality test (1971-2019 annual data) were analyzed. As a result of the findings obtained; It has been determined that there is a causal relationship between the foreign direct investment inflow data of BIITS countries and the mentioned countries.

Keywords: Foreign Direct Investment, Fragile Five Countries, Toda-Yamamoto Causality Analysis

Jel Classification: C32, E44, F21, F23, F43

¹Bu çalışma “Ülkeler Arası Doğrudan Yabancı Yatırım Girişleri Arasındaki Nedensellik Analizi: Kırılğan Beşli Örneği” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

² Prof. Dr., Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Kurumlarında Muhasebe ve Finansman Ana Bilim Dalı, osmankursatonat@mehmetakif.edu.tr , ORCID: 0000-0002-4832-2901

³Bankacılık ve Finans Yüksek Lisans Öğrencisi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, abdullahhuseyinerturk@gmail.com , ORCID: 0000-0002-6540-5338

1. Giriş

Günümüzde yaşanan gelişim ve değişimlerin en temel faktörlerinden birisi şüphesiz tüm dünyayı etkisi altına alan küreselleşme sürecidir. 21. yüzyıl itibariyle dünya üzerinde tüm ülkeleri ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda etkilemekte ve etki boyutu giderek artmaktadır. Bu bağlamda dünya üzerindeki ülkeleri tek bir ülke gibi bütünleştiren bir sürecin içerisinde bulunmaktayız. Gerçekleşen gelişim ve değişimlerin etkisi finans piyasalarında da ciddi şekilde hissedilmektedir. İletişim ve teknoloji alanlarında yaşanan ilerleme, yatırımcılar açısından doğru bilgiye ulaşmakta kolaylık tanımakta ve aynı zamanda yatırım seçeneklerini çeşitlendirmektedir.

Yaşanan değişimler ülkeleri daha liberal ekonomik politikalar ve ticari ilişkiler içerisine yönlendirmiştir. Yatırım açısından faaliyet alanlarının genişlemesi ile birlikte çok uluslu şirketler mevcut potansiyel üretimlerini arttırmak, daha yüksek kâr oranları elde etmek gibi çeşitlendirilebilecek birçok sebeple potansiyel gördükleri ülkelere doğrudan yabancı yatırım yapmaktadırlar. Ülkeler de gerçekleşen uluslararası yatırımlardan daha fazla pay alabilmek ve ihtiyaç duydukları yatırım, sermaye açığını bu şekilde kapatmak amacıyla rekabet ortamı içerisinde bulunmaktadırlar. Ülkelerin ekonomi, teknoloji, üretim bilgisi ve istihdam gibi alanlar üzerine hayati öneme sahip olan doğrudan yabancı yatırımlar ülkelerin sahip oldukları birçok makroekonomik değişkene de pozitif etki sağlamaktadır.

Tüm bu gelişmeler ışığında gerçekleştirilen çalışmalar, doğrudan yabancı yatırımların özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından ekonomik gelişme, büyüme ve gelişmiş ülkeler arasına dahil olabilmeleri adına fırsat niteliği taşıması itibariyle doğrudan yabancı yatırımları belirlemeye yönelik oluşumlar içerisine yönelmişlerdir. Bu bağlamda gerçekleştirilen bu çalışma, doğrudan yabancı yatırımlar üzerine birçok nedensellik çalışmalarında kullanılan makroekonomik değişkenlerden ziyade literatüre katkı sağlamak amacıyla ülkelerin sahip oldukları doğrudan yabancı yatırım girişlerinin de birbirlerinin nedeni olabileceği ve bir değişken olarak kullanılabileceğini sonuçları itibariyle ortaya koymuştur.

Çalışmada ilk olarak doğrudan yabancı yatırım kavramı, konuya ilişkin ifade edilen teoriler ve kırılma beşli kavramı üzerinde durulmaktadır.

Ardından yapılan çalışmanın araştırma yönteminden ve araştırma sonucu elde edilen veriler, yapılan analizlerden bahsedilmektedir. Son olarak çalışmada elde edilen bulgular, sonuç ve tartışma kısmında incelenmektedir.

2. Doğrudan Yabancı Yatırım

Yabancı yatırımların bir türü olan doğrudan yabancı yatırımlar, bir şirketin sahip olduğu maddi ve maddi olmayan ekonomik kaynaklarını, ana merkezinin dışında bir ülkeye transfer etmesi şeklinde tanımlanabilir. Bu yatırımlar, yeni üretim alanlarının oluşturulması, hali hazırda var olan bir üretim tesisini satın alması ya da sermaye artırımını yoluyla üretim kapasitesini arttırarak kendine bağlı bir şirket durumuna getirmesi şeklinde gerçekleştirilebilir (ARIK, AKAY, & ZANBAK, 2013).

Doğrudan yabancı yatırımın gerçekleştirilmesiyle, ana merkezinin dışında farklı bir ülkede yatırım faaliyetleri gerçekleştiren şirkete Çokuluslu Şirket (ÇUŞ) denmektedir. Yatırım yapılan şirket, ana merkezdeki firmanın teknolojisi, maddi kaynakları, üretim ve yönetim bilgisinden yararlanmaktadır (BALLI, 2019).

Dünya üzerinde gelişmişlik düzeyleri birbirinden farklı birçok ülke bulunmaktadır. Bu parametre eğitim, sağlık, kültür ve sanat gibi unsurlarla ölçümlense de vatandaşların gelir seviyesi ülkelerin gelişmişlik düzeyleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler gelişmiş ülkelere düzeyine ulaşabilmek için daha fazla üretim yapmak ve ekonomik anlamda gelişmek için çaba gösterirler. Sahip oldukları kısıtlı maddi imkânlar, teknoloji ve bilgi yetersizliği bu durumun gerçekleşmesini zorlaştırmaktadır. Bu sebeple gelişmekte olan ülkeler, doğrudan yabancı yatırımlar aracılığıyla transfer edilen kaynak ve teknolojiye ihtiyaç duymaktadırlar. Doğrudan yabancı yatırımların transfer oldukları ülkelerdeki uzun dönemli getirileri, ekonomik büyüme anlamında önemli bir vazife üstlenmektedir (DEMİREL, 2006).

Yeni pazarlarda varlık faaliyetlerde bulunmak ve üretim hacmini global bir seviyede genişletmek isteyen çok uluslu şirketler yatırımlarını iki şekilde gerçekleştirmektedir (TOĞAÇ, 2019).

- Yatırımın üretim faaliyetleri kapsamına göre doğrudan yabancı yatırımlar,
- Yatırımın gerçekleştirme türüne göre doğrudan yabancı yatırımlar.

2.1. Doğrudan Yabancı Yatırımları Açıklamaya Yönelik Teoriler

Klasik iktisat teorisine göre, çok uluslu şirketlerin ülkelerarası yatırımlarını açıklayan en temel faktör kârlılıktır. Yatırımların karar vericileri hedeflenen sermaye aktarımı öncesi söz konusu ülke piyasasında kâr elde edebileceği yatırım olanaklarının mevcut olmasına ve gerekli şartların varlığını öncelikli olarak analiz etmektedir. Uluslararası alanda sahip olunan avantajlar yatırımları birinci dereceden etkilemektedir. Bu durum gelişmekte olan ülkelerin sahip oldukları yüksek faiz oranları aracılığıyla ifade edilebilir. Gelişme aşamasında olan ülke piyasalarında bulunan sermaye tabanlı üretim faktörlerinin azlığı sebebiyle sahip olunan faiz oranı gelişmiş ülkelere nazaran daha yüksektir. Bu sebeple sermayenin, gelişmiş olan ülkelere gelişmekte olan ülke piyasalarına daha yüksek faiz getirisi elde etmek amacıyla transferi gerçekleşir (AKMAN, 2019).

Doğrudan yabancı yatırımları açıklamaya yönelik teoriler; tam rekabet varsayımına dayanan ve eksik rekabet varsayımına dayanan doğrudan yabancı yatırım teorileri başlıkları altında iki farklı kategoride incelenmektedir (AYDIN, 2019). Ülkelerin de birer çok uluslu şirket gibi doğrudan yabancı yatırım çerçevesinde rekabet içerisinde bulunduğunu ifade edebiliriz. Bu bağlamda çalışma, rakiplerin yatırım kararlarından etkilenildiğini ifade eden eksik rekabet varsayımına dayanan doğrudan yabancı yatırım teorilerini desteklediğini ifade edebiliriz.

2.1.1. Tam Rekabet Varsayımına Dayanan DYY Teorileri

Bir piyasanın tam rekabet içerisinde bulunabilmesi için gerçekleşmesi gereken çok sıkı koşullar bulunmaktadır. Tam rekabet piyasası ütopya olup, gerçek dünyada var olması oldukça zordur. Bu nedenle tam rekabet varsayımı altında incelenen doğrudan yabancı yatırım teorileri, yatırımların nedenlerini ve değişkenlerini tam olarak açıklayamamaktadır.

İlk kez 1960 öncesi dönemde incelenen doğrudan yabancı yatırımlar, neo-klasik iktisat teorisi başlığı altında tam rekabet piyasası varsayımıyla geliştirilmiştir. Bahsi geçen teoriler farklı getiri oranları teorisi, portföy çeşitlendirme teorisi ve piyasa büyüklüğü teorisidir (KÜLÜNK, 2019).

2.1.2. Eksik Rekabet Varsayımına Dayanan DYY Teorileri

Tam rekabet varsayımına dayanan DYY teorilerinin doğrudan yabancı yatırımların nedenlerini tam olarak açıklayamaması ile birlikte bu görev yeni dönem iktisatçılara, bir başka bağlamda eksik rekabet varsayımına dayanan DYY teorileri ile tamamlanmaya çalışılmıştır. Doğrudan yabancı sermaye aktarımlarını eksik rekabet koşullarıyla ilişkilendiren ve toplam bağlamda çok uluslu şirketlerin eksik rekabetten kaynaklanan avantajlarını, tasarruflarını başka ülkelerin piyasalarında değerlendireceğini ifade eden DYY teorileri, eksik rekabet varsayımı başlığı altında toplanmıştır (KARA, 2019).

Eksik rekabet varsayımına dayanan DYY teorileri, doğrudan yabancı sermaye aktarımlarını şirketlere özgü parametrelerle analiz etmiştir. Ayrıca bahsettiğimiz teorilerde yatırım kararı alan çok uluslu şirketlerin, rakiplerinin yatırım kararlarından etkilendiği varsayılmaktadır. Eksik rekabet varsayımı başlığı altında ifade edilen doğrudan yabancı yatırım teorileri: Endüstriyel Organizasyon Teorisi, Ürün Dönemleri Teorisi, Oligopolistik Tepki Teorisi, İçselleştirme Teorisi, Eklektik Paradigma Teorisi ve Coğrafi Konum Teorisi'dir.

2.2. Doğrudan Yabancı Yatırımları Etkileyen Sistemik Faktörler

Yabancı yatırımların ölçek anlamında yaygınlaşmasının temel sebebi küreselleşme olarak ifade edilmektedir. Yatırımların çoğalmasıyla beraber birçok sektör ve piyasa ivme kazanarak ülke ekonomilerinin kalkınmasında destek faktörü olmaktadır (CUNDA, 2019).

Yatırımcılar açısından ana etken elbette daha yüksek kâr beklentisi olmaktadır. Fakat doğrudan yabancı yatırımların uluslararası hareketliliğinin ekonomik faktörlerin dışında birçok sebebi olabilir. Özellikle sermaye aktarımlarını doğrudan yabancı yatırım şeklinde gerçekleştiren yatırımcılar için ev sahibi ülkenin sahip olduğu kurumsal, siyasi, hukuki ve kültürel faktörler de hayati önem taşımaktadır. Dolayısıyla yatırımcılar güven ortamına sahip ve yatırım bileşenlerinin en uyumlu olduğu ülkelere sermaye aktarımı gerçekleştirmek istemektedirler (DEĞEN, 2019).

2.2.1. Ekonomik Faktörler

Çok uluslu şirketler doğrudan yabancı yatırımlar aracılığıyla kâr maksimizasyonlarını arttırmayı hedeflemektedirler. Fakat şirketin üretim faaliyetleri sonucu sahip olduğu maliyet ve getiri farkının ana merkezin bulunduğu ülkede elde ettiğinden daha yüksek olmalıdır. Elbette yatırımcılar bu duruma bağlı olarak daha fazla kâr elde edebileceklerini düşündükleri ülke ve sektörlerle sermaye aktarımı yapmaktadırlar. Ülkelerin sahip oldukları ekonomik göstergeler, yabancı yatırımların belirlenmesinde önem arz etmektedir (KESKİN, 2020).

Doğrudan yabancı yatırımları etkileyen ekonomik faktörler; ekonomik istikrar, döviz kuru, enflasyon, piyasa hacmi ve büyüklüğü, dışa açıklık, iş gücü maliyetleri, doğal kaynaklar, ve bölgesel entegrasyon şeklinde ifade edilebilir.

2.2.2. Kurumsal ve Siyasi Faktörler

Yabancı yatırımcıların doğrudan yabancı yatırımlar aracılığıyla birincil beklentileri doğal olarak verimlilik ve kâr elde etmektir. Yatırımlara ev sahipliği yapan ülkelerde bulunan düzgün işleyen kurumsal yapı, yabancı yatırımcıların aradığı kriterlerin başında gelmektedir.

Bu arayışın temel sebeplerinden birisi, ülke içerisinde yaşanan yolsuzluk ve rüşvet gibi uygulamaların yatırımlar üzerinde oluşturacağı ek maliyetlerden kaçınmaktır. Ekonomileri üst düzey istikrar ortamında geliştiren ülkelerde bu tür problemler yaşanmayacağından, yatırımcılar kendilerini güven ortamı içerisinde hissedebileceklerdir. Tam tersi ülke içerisinde var olan düşük kurumsal kalitenin belirsizlik ortamı oluşturacağından, yabancı yatırımcıları çekme adına olumsuz bir durum ifade etmektedir (ÖZŞAHİN, 2016).

Kurumsal faktörler arasında politik istikrar, vergi, özelleştirme uygulamaları, yolsuzluk gibi faktörler ön plana çıkmaktadır. Yasal çerçevenin geliştirilmesi ve yargı sisteminin adilliği, karar hızı gibi etmenler de doğrudan yabancı sermaye aktarımları açısından önem ifade etmektedir. Hukuki düzenlemelerin ön görülebilir olması ve piyasadaki açıklık, şeffaflık doğrudan yabancı yatırımların oluşumu ve istikrarı bakımından gereklidir (ŞAHİNOĞLU, 2017).

2.2.3. Kültürel Faktörler

Doğrudan yabancı yatırımları etkileyen temel faktörlerden birisi de ülkelerin sahip oldukları kültürel farklılıklar olmaktadır. Kültür; insanların fikir, düşünce, değer ve davranış gibi sahip olduğu birçok etmen üzerine yönlendirme ve etki etme gücüdür. Bireyler sahip oldukları kültürlerin özelliklerini yansıtmakta ve bireylerin mensup oldukları kültür ortalamaları toplumların, dolayısıyla ülkelerin kültür durumlarını ifade etmektedir (YEŞİL, 2007).

Kültürel farklılık olarak ifade edilen kavram, aynı ülke sınırlarını içerisinde yaşayan farklı kimliklere mensup vatandaşların kültürlerinin birleşmesiyle ortaya çıkmaktadır. Sosyokültürel yapı yazılı olmayan kaideleri ifade etmektedir. Kültürün oluşumunu sağlayan bazı faktörlere iş hayatına bakış açısı, alışkanlıklar, yaşam tarzı, eğitim durumu, ahlaki yapı ve dil örnek olarak gösterilebilir (HELVACIOĞLU & ÖZUTKU, 2010).

2.3. Kırılgan Beşli Kavramı

2000'li yılların başından itibaren yabancı sermaye aktarımlarının küresel çapta yaygınlaşması ve gelişmekte olan ülkelerin gerçekleştirdiği ekonomik reformlarla birlikte ülkelerin sahip oldukları finansman açıkları küresel finans piyasalarından bol ve ucuz şekilde sağlandı. Bu durum az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümeleri anlamında olumlu bir gelişme olarak kaydedildi. 2008 yılında ABD'de başlayan ve sonrasında hızla Avrupa'ya yayılan Küresel Finans Krizi gelişmiş ülke piyasalarını derinden sarsarken gelişmekte olan ülkeleri diğer ülkeleri nazaran daha az etkilediği birçok finansal otorite tarafından ifade edildi. Yaşanan finansal kriz sonrası ABD Merkez Bankası FED'in piyasaları daha işlevsel hale getirebilmek adına tahvil alımları aracılığıyla uyguladığı parasal genişleme politikası, diğer ülkelere göre yatırımcılara daha yüksek faiz oranı sunan gelişmekte olan ülkelere para akışı sağlamaktaydı (GÜR, 2014).

ABD piyasalarında krizin azaldığını işaret eden sinyallerle birlikte 22 Mayıs 2013'de FED'in tahvil alımlarını kademeli olarak azaltacağına dair yaptığı açıklamayla birlikte Türkiye'nin de aralarında bulunduğu bazı gelişmekte olan ülkelerin para ve sermaye piyasalarında dalgalanmalar yaşanmıştır. Bu durumun başlıca nedeni gelişmekte olan ülke piyasalarına akan yabancı sermayenin azalmasıydı. 1 Ağustos 2013'de Morgan Stanley tarafından hazırlanan raporda tahvil alımlardan yüksek oranda etkilenen ve kırılganlık gösteren ülkeler "Kırılgan Beşli" (Fragile Five) olarak ifade edilmiştir (GÜR, 2014). Kırılgan beşli olarak nitelendiren ülkeler BIITS (Brezilya, Hindistan, Endonezya, Türkiye ve Güney Afrika) olmuştur.

Bu ülkelerin ortak özellikleri cari açık, enflasyon oranı gibi finansal göstergelerde ani ve yüksek çapta yaşanan yükseliş, ulusal paralarda görülen değer kaybı ve yaşanan değer kaybının oluşturduğu hasarı minimum düzeyde tutmak amacıyla uygulanan yüksek faiz oranlarının ekonomik büyüme rakamlarını olumsuz etkilemeleri şeklinde ifade edilmiştir (KAMACI & KONYA, 2016).

3. Ekonometrik Analiz

3.1. Verilerin Tanıtımı

Bu çalışmanın analiz bölümünde, kırılğan beşli ülkeleri olarak ifade edilen Brezilya, Hindistan, Endonezya, Türkiye ve Güney Afrika'ya ait 1971-2019 yılları arasını kapsayan doğrudan yabancı yatırım girişleri arasındaki nedensellik ilişkisi incelenmiştir.

Belirtilen ülkelere ait doğrudan yabancı yatırım girişi verileri Dünya Bankası (World Bank), Dünya Kalkınma Göstergeleri (World Development Indicators) üzerinden ABD Doları cinsinden elde edilmiştir.

Tablo 1: Değişkenlere Ait Tanımlayıcı Göstergeler

Değişkenler	Değişkenlere Ait Göstergeler	Kaynak
FDIBR	Brezilya Doğrudan Yabancı Yatırım Girişleri (ABD Doları Cinsinden), 1971-2019	Dünya Bankası (World Bank), Dünya Kalkınma Göstergeleri (World Development Indicators)
FDIHN	Hindistan Doğrudan Yabancı Yatırım Girişleri (ABD Doları Cinsinden), 1971-2019	Dünya Bankası (World Bank), Dünya Kalkınma Göstergeleri (World Development Indicators)
FDIEN	Endonezya Doğrudan Yabancı Yatırım Girişleri (ABD Doları Cinsinden), 1971-2019	Dünya Bankası (World Bank), Dünya Kalkınma Göstergeleri (World Development Indicators)
FDITR	Türkiye Doğrudan Yabancı Yatırım Girişleri (ABD Doları Cinsinden), 1971-2019	Dünya Bankası (World Bank), Dünya Kalkınma Göstergeleri (World Development Indicators)
FDIGA	G. Afrika Doğrudan Yabancı Yatırım Girişleri (ABD Doları Cinsinden), 1971-2019	Dünya Bankası (World Bank), Dünya Kalkınma Göstergeleri (World Development Indicators)

3.2. Ekonometrik Yöntem

Bu bölümde kırılğan beşli ülkeleri olarak ifade edilen Brezilya, Hindistan, Endonezya, Türkiye ve Güney Afrika'ya ait 1971 – 2019 yılları arasını kapsayan doğrudan yabancı yatırım girişleri arasındaki nedensellik ilişkisinin incelenmesi sürecinde kullanılan yöntemlerin ifade edilmesi amaçlanmıştır.

Analizde ilk aşama olarak kullanılan zaman serilerinin durağanlığı test edilmiştir. Bu amaçla analizdeki serilerin durağanlığını test etmek için Genişletilmiş Dickey-Fuller testi (ADF) ve Phillips-Perron (PP) yöntemi tercih edilmiş ve detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Daha sonra kırılğan beşli ülkelere ait belirtilen dönemi kapsayan doğrudan yabancı yatırım girişleri arasındaki nedensellik ilişkisini belirlemek için kullanılan Toda–Yamamoto Nedensellik Testi açıklanmıştır. Çalışmadaki tüm analizler EViews 8 programında gerçekleştirilmiştir.

3.3. Bulgular ve Değerlendirme

3.3.1. Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) Birim Kök Testi Sonuçları

Zaman serileri aracılığıyla gerçekleştirilen çalışmalarda değişkenlere ifade eden serilerin birçoğunun seviyede durağan olmadığı gerçeği, bu durumun tespit edilmesinde birim kök testlerinin önemi arttırmaktadır. Bu sebeple çalışmanın bu bölümünde öncelikle değişkenlerin logaritmaları alınmış ve ADF testi uygulanmıştır.

Tablo 2: Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler		ADF Test İstatistiği	Kritik Değerler		
			1%	5%	10%
logfdibr	Sabit	-1.215163	-3.574446	-2.923780	-2.599925
	Sabit ve trend	-2.427003	-4.161144	-3.506374	-3.183002
	None	1.331272	-2.614029	-1.947816	-1.612492
Δlogfdibr	Sabit	-7.515232***	-3.577723	-2.925169	-2.600658
	Sabit ve trend	-7.445827***	-4.165756	-3.508508	-3.184230
	None	-7.243653***	-2.615093	-1.947975	-1.612408
logfdihn	Sabit	-0.854655	-3.605593	-2.936942	-2.606857
	Sabit ve trend	-1.891519	-4.205004	-3.526609	-3.194611
	None	1.396316	-2.624057	-1.949319	-1.611711
Δlogfdihn	Sabit	-5.035896***	-3.596616	-2.933158	-2.604867
	Sabit ve trend	-1.482578	-4.226815	-3.536601	-3.200320
	None	-1.074618	-2.624057	-1.949319	-1.611711
logfdien	Sabit	-0.559860	-3.584743	-2.928142	-2.602225
	Sabit ve trend	-4.260912***	-4.161144	-3.506374	-3.183002
	None	1.481230	-2.617364	-1.948313	-1.612229
Δlogfdien	Sabit	-6.910844***	-3.584743	-2.928142	-2.602225
	Sabit ve trend	-6.841615***	-4.175640	-3.513075	-3.186854
	None	-6.639526***	-2.617364	-1.948313	-1.612229
logfditr	Sabit	-1.143556	-3.574446	-2.923780	-2.599925
	Sabit ve trend	-3.532470**	-4.161144	-3.506374	-3.183002
	None	0.971062	-2.614029	-1.947816	-1.612492
Δlogfditr	Sabit	-9.918603***	-3.577723	-2.925169	-2.600658
	Sabit ve trend	-9.813518***	-4.165756	-3.508508	-3.184230
	None	-9.608459***	-2.615093	-1.947975	-1.612408
logfdiga	Sabit	-3.001540**	-3.574446	-2.923780	-2.599925
	Sabit ve trend	-5.375576***	-4.161144	-3.506374	-3.183002
	None	0.286337	-2.615093	-1.947975	-1.612408
Δlogfdiga	Sabit	-10.23021***	-3.577723	-2.925169	-2.600658
	Sabit ve trend	-10.12103***	-4.165756	-3.508508	-3.184230
	None	-10.30874***	-2.615093	-1.947975	-1.612408

Not: Değişkenlerdeki “log” ibaresi serilerin logaritması alınarak kullanıldığını ifade etmek amacıyla kullanılmıştır. “Δ” işareti değişkenlerin birinci farkını ifade etmek amacıyla kullanılmıştır. “***, **, *” sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

3.3.2. Phillips-Perron (PP) Birim Kök Testi Sonuçları

Tablo 3: Phillips-Perron (PP) Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	PP Test İstatistiği	Kritik Değerler			
		1%	5%	10%	
logfdibr	Sabit	-1.160436	-3.574446	-2.923780	-2.599925
	Sabit ve trend	-2.506073	-4.161144	-3.506374	-3.183002
	None	1.554677	-2.614029	-1.947816	-1.612492
Δlogfdibr	Sabit	-7.567159***	-3.577723	-2.925169	-2.600658
	Sabit ve trend	-7.491865***	-4.165756	-3.508508	-3.184230
	None	-7.241872***	-2.615093	-1.947975	-1.612408
logfdihn	Sabit	-0.308491	-3.574446	-2.923780	-2.599925
	Sabit ve trend	-3.956890**	-4.161144	-3.506374	-3.183002
	None	2.456120**	-2.614029	-1.947816	-1.612492
Δlogfdihn	Sabit	-10.55382***	-3.577723	-2.925169	-2.600658
	Sabit ve trend	-10.36570***	-4.165756	-3.508508	-3.184230
	None	-7.937069***	-2.615093	-1.947975	-1.612408
logfdien	Sabit	-1.771138	-3.574446	-2.923780	-2.599925
	Sabit ve trend	-4.227924***	-4.161144	-3.506374	-3.183002
	None	2.047431	-2.614029	-1.947816	-1.612492
Δlogfdien	Sabit	-16.75389***	-3.577723	-2.925169	-2.600658
	Sabit ve trend	-18.19527***	-4.165756	-3.508508	-3.184230
	None	-9.851871***	-2.615093	-1.947975	-1.612408
logfditr	Sabit	-0.907403	-3.574446	-2.923780	-2.599925
	Sabit ve trend	-3.532470**	-4.161144	-3.506374	-3.183002
	None	2.210902	-2.614029	-1.947816	-1.612492
Δlogfditr	Sabit	-10.63618***	-3.577723	-2.925169	-2.600658
	Sabit ve trend	-10.51361***	-4.165756	-3.508508	-3.184230
	None	-9.611484***	-2.615093	-1.947975	-1.612408
logfdiga	Sabit	-2.737327*	-3.574446	-2.923780	-2.599925
	Sabit ve trend	-5.363734***	-4.161144	-3.506374	-3.183002
	None	0.640173	-2.614029	-1.947816	-1.612492
Δlogfdiga	Sabit	-19.30409***	-3.577723	-2.925169	-2.600658
	Sabit ve trend	-19.66147***	-4.165756	-3.508508	-3.184230
	None	-15.52628***	-2.615093	-1.947975	-1.612408

Not: Değişkenlerdeki “log” ibaresi serilerin logaritması alınarak kullanıldığını ifade etmek amacıyla kullanılmıştır. “Δ” işareti değişkenlerin birinci farkını ifade etmek amacıyla kullanılmıştır. “***, **, *” sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Kırılgan beşli ülkelerine ait doğrudan yabancı yatırım girişlerini ifade eden değişkenlerin PP birim kök testi sonuçları Tablo 19’da ifade edilmiştir. ADF ve PP birim kök testi sonuçları incelendiğinde değişkenlerin farklı seviyelerde durağan oldukları gözlemlenmiştir.

Değişkenlere ait birim kök testi sonuçlarına göre;

- Brezilya doğrudan yabancı yatırım girişlerini ifade eden LOGFDIBR değişkeni birinci farkı alındığında durağan hale gelmektedir.
- Hindistan doğrudan yabancı yatırım girişlerini ifade eden LOGFDIHN değişkeni birinci farkı alındığında durağan hale gelmektedir.
- Endonezya doğrudan yabancı yatırım girişlerini ifade eden LOGFDIEN değişkeni birinci farkı alındığında durağan hale gelmektedir.
- Türkiye doğrudan yabancı yatırım girişlerini ifade eden LOGFDITR değişkeni birinci farkı alındığında durağan hale gelmektedir.
- Güney Afrika doğrudan yabancı yatırım girişlerini ifade eden LOGFDIGA değişkeninin düzey seviyesinde durağan olduğu tespit edilmiştir.

Serilerin durağanlık seviyelerinin belirlenmesi sonucu, Tablo 2 ve Tablo 3’de görüldüğü üzere serilerin maksimum bütünleşme seviyeleri $d_{max} = 1$ olarak tespit edilmiştir.

3.3.3. Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları

Toda-Yamamoto nedensellik testi uygulanmadan önce VAR modeli uygun gecikme uzunluğunun belirlenmesi gerekmektedir. Modele uygun gecikme uzunluğunun belirlenmesinde Likelihood Ratio (LR), Final Prediction Error (FPE), Akaike (AIC), Schwarz (SC), ve Hannan Quinn (HQ) kriterleri kullanılmıştır.

Bu bağlamda uygun gecikme uzunluğu 4 olarak seçilmiş olup tahmin sonuçlarına Tablo 4’de yer verilmiştir.

Tablo 4: VAR Modeli Uygun Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi

VAR Modeli Uygun Gecikme Uzunluğunun Belirlenmesi (LOGFDIBR, LOGFDIHN, LOGFDIEN, LOGFDITR, LOGFDIGA)					
Gecikme Sayısı	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	NA	2.639414	15.15991	15.36065	15.23474
1	183.8626	0.072454*	11.55659	12.76103*	12.87857
2	21.08221	0.123534	12.04764	14.25578	12.87081
3	23.73907	0.185094	12.34016	15.55200	13.53750
4	51.46119*	0.082828	11.30705*	15.52260	12.00559*

Var modeli için uygun gecikme uzunluğu, bahsi geçen kriterlerin çoğunluğunun işaret ettiği gecikme uzunluğu kabul edilmiştir. Sonuçları Tablo 4’e aktarılan VAR modeli için uygun gecikme uzunluğu $k=4$ olarak belirlenmiştir.

Kırılğan beşli ülkelerine ait doğrudan yabancı yatırım girişi verileri temsil eden değişkenlerin bulunduğu VAR modelinin gecikme uzunluğu belirlendikten sonra bu modele değişkenlerin maksimum bütünleşme derecesi olan “1” eklenerek $[k + d_{max}]=(4+1)=5$. dereceden VAR modeli kurulmuştur.

Kurulan VAR modeli için Wald testinden önce uygulanan diagnostik testlerin sonucuna Tablo 5’de yer verilmiştir.

Tablo 5: Diagnostik Test Sonuçları

Diagnostik Testler	AR Kökler (Max;Min)	LM İstatistiği	Jarque Bera
VAR Modeli	0.995246;0.091537	0.3606	0.5786

Uygulanan diagnostik testler sonucu kurulan VAR modelinde otokorelasyon, değişen varyans sorunu olmadığı ve normal dağılıma sahip olduğu kabul edilmiştir. Wald testi öncesi model için Görünüşte İlişkisiz Regresyon (Seemingly Unrelated Regression) modeli oluşturulmuştur.

Brezilya doğrudan yabancı yatırım girişi verilerinin bağımlı değişken olduğu Hindistan, Endonezya, Türkiye ve Güney Afrika ülkelerinin doğrudan yabancı yatırım girişi verilerinin bağımsız değişken olduğu Wald Testi sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 6: Wald Testi Sonuçları (Bağımlı Değişken LOGFDIBR)

Nedenselliğin Yönü	Ki-kare Test İstatistiği	Olasılık Değeri
LOGFDIHN→LODFDIBR	47.28	0.0000***
LOGFDIEN→LODFDIBR	12.02	0.0172**
LOGFDITR→LODFDIBR	24.03	0.0001***
LOGFDIGA→LODFDIBR	20.39	0.0004***

Not: ***, **, * sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Toda-Yamamoto nedensellik analizinde Ki-kare test istatistiğini temsil eden olasılık değerleri ışığında belirlenen anlamlılık düzeyi dikkate alınarak nedenselliğin yönü hakkında bilgi verilir.

5. dereceden oluşturulan VAR modeli çerçevesinde yapılan Toda-Yamamoto (1995) testine göre; Tablo 6’da görüldüğü üzere, %1 anlamlılık düzeyinde Hindistan, Türkiye ve Güney Afrika ülkeleri doğrudan yabancı yatırım girişlerinden Brezilya doğrudan yabancı yatırım girişine nedensellik ilişkisi tespit edilirken, %5 anlamlılık düzeyinde Endonezya doğrudan yabancı yatırım girişinden Brezilya doğrudan yabancı yatırım girişine nedensellik ilişkisi olduğu ortaya konulmaktadır.

Hindistan doğrudan yabancı yatırım girişi verilerinin bağımlı değişken olduğu Brezilya, Endonezya, Türkiye ve Güney Afrika ülkelerinin doğrudan yabancı yatırım girişi verilerinin bağımsız değişken olduğu Wald testi sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 7: Wald Testi Sonuçları (Bağımlı Değişken LOGFDIHN)

Nedenselliğin Yönü	Ki-kare Test İstatistiği	Olasılık Değeri
LOGFDIBR→LODFDIHN	26.79	0.0000***
LOGFDIEN→LODFDIHN	2.12	0.7129
LOGFDITR→LODFDIHN	9.06	0.0594*
LOGFDIGA→LODFDIHN	27.13	0.0000***

Not: ***, **, * sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Hindistan'a ait doğrudan yabancı yatırım girişi verilerinin bağımlı değişken olduğu model için uygulanan test sonucuna göre; %1 anlamlılık düzeyinde Brezilya ve Güney Afrika ülkelerinin doğrudan yabancı yatırımların girişlerinden Hindistan doğrudan yabancı yatırım girişlerine nedensellik tespit edilirken, %10 anlamlılık düzeyinde Türkiye doğrudan yabancı yatırım girişlerinden Hindistan doğrudan yabancı yatırım girişine doğru nedensellik tespit edilmiştir. Endonezya'dan Hindistan'a doğrudan yabancı yatırım girişi anlamında nedensellik tespit edilememiştir.

Endonezya doğrudan yabancı yatırım girişi verilerinin bağımlı değişken olduğu Brezilya, Hindistan, Türkiye ve Güney Afrika ülkelerinin doğrudan yabancı yatırım girişi verilerinin bağımsız değişken olduğu Wald testi sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 8: Wald Testi Sonuçları (Bağımlı Değişken LOGFDIEN)

Nedenselliğin Yönü	Ki-kare Test İstatistiği	Olasılık Değeri
LOGFDIBR→LODFDIEN	15.49	0.0038***
LOGFDIHN→LODFDIEN	5.75	0.2181
LOGFDITR→LODFDIEN	2.30	0.6791
LOGFDIGA→LODFDIEN	2.56	0.6339

Not: ***, **, * sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Endonezya'ya ait doğrudan yabancı yatırım girişi verilerinin bağımlı değişken olduğu model için uygulanan test sonucuna göre; %1 anlamlılık düzeyinde Brezilya doğrudan yabancı yatırım girişinden Endonezya doğrudan yabancı yatırım girişine doğru nedensellik tespit edilirken, Hindistan, Türkiye ve Güney Afrika'dan Endonezya'ya doğrudan yabancı yatırım girişi anlamında nedensellik tespit edilememiştir.

Türkiye doğrudan yabancı yatırım girişi verilerinin bağımlı değişken olduğu Brezilya, Hindistan, Endonezya ve Güney Afrika ülkelerinin doğrudan yabancı yatırım girişi verilerinin bağımsız değişken olduğu Wald testi sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 9: Wald Testi Sonuçları (Bağımlı Değişken LOGFDITR)

Nedenselliğin Yönü	Ki-kare Test İstatistiği	Olasılık Değeri
LOGFDIBR→LODFDITR	8.92	0.0630*
LOGFDIHN→LODFDITR	22.28	0.0002***
LOGFDIEN→LODFDITR	5.85	0.2102
LOGFDIGA→LODFDITR	1.30	0.8612

Not: ***, **, * sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Türkiye'ye ait doğrudan yabancı yatırım girişi verilerinin bağımlı değişken olduğu model için uygulanan test sonucuna göre; %1 anlamlılık düzeyinde Hindistan doğrudan yabancı yatırım girişinden Türkiye doğrudan yabancı yatırım girişine doğru nedensellik tespit edilirken, %10 anlamlılık düzeyinde Brezilya doğrudan yabancı yatırım girişinden Türkiye doğrudan yabancı yatırım girişine doğru nedensellik tespit edilmiştir. Endonezya ve Güney Afrika'dan Türkiye'ye doğru doğrudan yabancı yatırım girişi anlamında nedensellik tespit edilememiştir.

Güney Afrika doğrudan yabancı yatırım girişi verilerinin bağımlı değişken olduğu Brezilya, Hindistan, Endonezya ve Türkiye doğrudan yabancı yatırım girişi verilerinin bağımsız değişken olduğu Wald testi sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 10: Wald Testi Sonuçları (Bağımlı Değişken LOGFDIGA)

Nedenselliğin Yönü	Ki-kare Test İstatistiği	Olasılık Değeri
LOGFDIBR→LODFDIGA	19.01	0.0008***
LOGFDIHN→LODFDIGA	22.71	0.0001***
LOGFDIEN→LODFDIGA	21.10	0.0003***
LOGFDITR→LODFDIGA	17.94	0.0013***

Not: ***, **, * sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Güney Afrika'ya ait doğrudan yabancı yatırım girişi verilerinin bağımlı değişken olduğu model için uygulanan test sonucuna göre; %1 anlamlılık düzeyinde Brezilya, Hindistan, Endonezya ve Türkiye doğrudan yabancı yatırım girişlerinden Güney Afrika doğrudan yabancı yatırım girişlerine doğru nedensellik tespit edilmiştir.

4. Sonuç ve Öneriler

Dünya genelinde ortaya çıkan küreselleşme olgusu, gelişmiş ülkelerin yatırımları ile başladıktan sonra az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin de bu üretim, pazarlama döngüsüne dahil olmasıyla birlikte ülkeler arasındaki sınırlar ortadan kalkmış ve doğrudan yabancı yatırımlar hızlı bir şekilde gerçekleşmeye başlamıştır. Dünya ülkeleri üzerinde artan bu ticaret akımı, teknolojiye değişim ve gelişimler çok uluslu şirketlerin birçok ülkede kolaylıkla faaliyet göstermesine olanak sağlamıştır. Çok uluslu şirketlerin gerçekleştirdikleri kaynak bilgi ve teknolojiler ışığında kurulan yeni üretim alanları ya da var olan şirketlerin üretim kapasitelerini arttırmaları, yatırımlara ev sahipliği yapan ülkelerin ihracat, enflasyon, istihdam, gelir düzeylerinde olumlu etkiler oluşturmaktadır. 1970 yıllardan önce kapalı ekonomi politikaları benimseyen ülkeler, artan ticaret ve üretim akımlarıyla birlikte ticareti destekleyici daha serbest politikalar uygulamaya başlamışlardır.

Küreselleşmenin hızlı bir biçimde artmasıyla birlikte etkileri sosyal, kültürel, siyasi, politik alanlarda görüldüğü gibi ekonomi alanında da önemli bir dönemin başlangıç temellerini atmıştır. Dünya genelinde yabancı yatırımların avantajlarının fark edilmesiyle birlikte ülkeler daha fazla yabancı yatırım çekebilmek adına yeni teşvik programları ve ihracatı artırıcı politikalar izlemeye başlamışlardır. Dünyada dengelerin yeniden belirlendiği bu dönemde ülkeler yakın gördükleri ülkelerle ticari faaliyetlerini arttırmak ve birbirlerini desteklemek amacıyla yeni oluşumlar içerisinde bulunmaya başladılar. Avrupa Birliği ülkelerinin kendi aralarındaki ticaretlerden oluşan vergi tarifelerinin düzenlemeleri ve üretimi destekleyici yaklaşımları bu duruma örnek gösterilebilir. Buna benzer olarak GATT 23 üye ülke tarafından 1948 yılının başlarında faaliyete geçmesiyle birlikte, sanayi ürünlerinin evrensel boyutta ticaretine yön veren bir dönem başlatmıştır. GATT 1994 yılında yeni kurulan Dünya Ticaret Örgütü'nün bünyesine katıldığı süre boyunca üye ülkeler arasındaki ticaretin gelişmesi adına önemli bir altyapı oluşturmuştur.

Gelişmekte olan ülkelerin, ekonomik kalkınma planlarını hayata geçirebilmek ve gelişmiş ülkeler seviyesine ulaşabilmek adına yabancı yatırımlara fazlaca ev sahipliği yapması gerektiği aşikârdır. Yabancı yatırımların ekonomileri açısından hayati derecede önemli olduğunun farkında olan hükümetler 1980'li yıllarda özelleştirme, fiyat serbestliği ve sermaye piyasalarında gerçekleştirdikleri reformlar ile yatırımları teşvik edici politikaları uygulamaya başlamışlardır. Bu durum potansiyel yatırımcıların yatırım yapmayı planladıkları ülkeye olan güvenin ve kazanç hedeflerinin artmasıyla yatırım zihniyetlerini daha uzun vadeli projelere doğru desteklemiştir.

Yabancı yatırımlara uzun vadeli ev sahipliği yapabilen ülkelerin ekonomilerinde üretim ve sermaye toplamı bakımından güçlü artışlar gözlemlenmiştir. Uzun dönemli sermaye aktarımlarının bir diğer avantajlı yönü ise yapılan ortaklıklar ile var olan sermaye kapasitesini artırma ya da yeni üretim tesislerinin kurulmasıyla birlikte buldukları bölgedeki istihdam artışına olumlu etkilerde bulunmalarıdır. Uzun dönemli yatırımların mal veya hizmet üretimi faaliyetlerinde içerisindeyken, kendilerine ev sahipliği yapan ülkelerin sermaye toplamlarında artışta bulunurken, transfer edilen bilgi ve teknolojik yeniliklerle bu alanda da gelişmeye destek olmaktadır. Tüm bunların sonucunda DYY'ler gittikleri ülkelerin, ödemeler dengesi, ithalat, ihracat ve enflasyon gibi makroekonomik değişkenleri üzerinde olumlu etkilerde bulunurlar.

Doğrudan yabancı yatırımlar, yabancı portföy yatırımlarının aksine uzun vadeli yatırımlardır.

Gerçekleştirilen kaynak transferiyle oluşturulan sermaye artışı sonucunda ortaya çıkan üretim ve bu üretim sonucunda ortaya çıkan ürün ya da hizmetin pazarlanması oldukça zahmetli ve uzun bir süreç olduğu için doğrudan yabancı yatırım olarak ülkeye kazandırılan kaynağın hızlı bir biçimde ülkeyi terk etmesi söz konusu değildir. Yatırıma ev sahipliği yapan ülke açısından bu durum, ülkenin makroekonomik yapısına zarar vermediği için gayet pozitiftir. Yatırımın karar vericileri, doğrudan yabancı yatırım ile üretim maliyetlerini minimize ederek, verimliliği ön planda tutmayı amaçlamaktadır. Bahsettiğimiz kaynak transferi ve üretim aşamaları gerçekleşirken, yatırıma ev sahipliği yapan ülkede toplam sermaye artarken bununla birlikte yeni yatırım alanları ortaya çıkar. Yatırımın gerçekleştiği bölgede üretim tesislerinde görevlendirmek amaçlı iş sahaları oluşurken, istihdam da aynı oranda artış göstermektedir. Doğrudan yabancı yatırımlar gerçekleşirken aynı zamanda ülkeye döviz girişi sağlanmaktadır. Piyasaya kazandırılan yabancı para ülke parasının da değerlendirilmesinde olumlu etki oluşturmaktadır.

Bu bağlamda Brezilya, Hindistan, Endonezya, Türkiye ve Güney Afrika ülkelerinin, 1971-2019 yılları arası dönemi kapsayan doğrudan yabancı yatırım girişi verileri ile gerçekleştirilen nedensellik analizinin sonuçlarına göre;

- %1 anlamlılık düzeyinde Hindistan, Türkiye ve Güney Afrika ülkeleri doğrudan yabancı yatırım girişlerinden Brezilya doğrudan yabancı yatırım girişine nedensellik ilişkisi tespit edilirken, %5 anlamlılık düzeyinde Endonezya doğrudan yabancı yatırım girişinden Brezilya doğrudan yabancı yatırım girişine doğru nedensellik ilişkisi olduğu ortaya konulmuştur.
- %1 anlamlılık düzeyinde Brezilya ve Güney Afrika ülkelerinin doğrudan yabancı yatırımların girişlerinden Hindistan doğrudan yabancı yatırım girişlerine nedensellik tespit edilirken, %10 anlamlılık düzeyinde Türkiye doğrudan yabancı yatırım girişlerinden Hindistan doğrudan yabancı yatırım girişine doğru nedensellik tespit edilmiştir. Endonezya'dan Hindistan'a doğru doğrudan yabancı yatırım girişi anlamında nedensellik tespit edilememiştir.
- Endonezya'ya ait doğrudan yabancı yatırım girişi verilerinin bağımlı değişken olduğu model için uygulanan test sonucuna göre; %1 anlamlılık düzeyinde Brezilya doğrudan yabancı yatırım girişinden Endonezya doğrudan yabancı yatırım girişine doğru nedensellik tespit edilirken, Hindistan, Türkiye ve Güney Afrika'dan Endonezya'ya doğrudan yabancı yatırım girişi anlamında nedensellik tespit edilememiştir.
- Türkiye'ye ait doğrudan yabancı yatırım girişi verilerinin bağımlı değişken olduğu model için uygulanan test sonucuna göre; %1 anlamlılık düzeyinde Hindistan doğrudan yabancı yatırım girişinden Türkiye doğrudan yabancı yatırım girişine doğru nedensellik tespit edilirken, %10 anlamlılık düzeyinde Brezilya doğrudan yabancı yatırım girişinden Türkiye doğrudan yabancı yatırım girişine doğru nedensellik tespit edilmiştir. Endonezya ve Güney Afrika'dan Türkiye'ye doğru doğrudan yabancı yatırım girişi anlamında nedensellik tespit edilememiştir.
- Güney Afrika'ya ait doğrudan yabancı yatırım girişi verilerinin bağımlı değişken olduğu model için uygulanan test sonucuna göre; %1 anlamlılık düzeyinde Brezilya, Hindistan, Endonezya ve Türkiye doğrudan yabancı yatırım girişlerinden Güney Afrika doğrudan yabancı yatırım girişlerine doğru nedensellik tespit edilmiştir.

Analiz sonuçlarına göre ülkelerin sahip oldukları doğrudan yabancı yatırım verileri benzer ekonomik yapı ve kırılgalara sahip olan ülkeleri etkileyebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Yatırımcıların sahip oldukları tasarrufları doğrudan yabancı yatırım şeklinde ana merkezin dışındaki diğer ülkelere dağıtımlarında, yüksek korelasyona sahip olan ülkelerin aynı yatırım sepetinde bulundurulmaması riski çeşitlendirme açısından avantaj sağlayabilir.

BIITS ülkeleri açısından analizde elde edilen sonuçlar, yabancı yatırımları ülkeye çekme açısından bahsi geçen diğer ülkelere farklılaşma ve uygulanan teşviklerle daha cazip duruma gelmeleri konusunda önem teşkil etmektedir. Özellikle Türkiye diğer kırılgan beşli ülkelere nazaran sahip olduğu coğrafi konum, ucuz iş gücü ve doğal zenginliği ön plana çıkararak doğrudan yabancı yatırımları ülkemize kazandırma anlamında daha iyi sonuçlar elde edebilir.

Yıllar itibarıyla gerçekleştirilen yerli ve yabancı akademik çalışmaların fazlalığı yeni analiz yöntemleri ve değişkenler bulma ihtiyacı doğurmaktadır. Bu bağlamda; gerçekleştirilecek yeni akademik çalışmalar için ülkelerin sahip oldukları verilerin de bir bağımsız değişken olarak analizlerde kullanılması literatüre özgünlük ve zenginlik katabilir.

Kaynakça

- Akman, A. Ş. (2019). Doğrudan Yabancı Yatırımların Türkiye'nin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi. Bursa: *T.C. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Arık, Ş., Akay, B., & Zancak, M. (2013). Doğrudan Yabancı Yatırımları Belirleyen Faktörler: Yükselen Piyasalar Örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 98-99.
- Aydın, N. (2019). Doğrudan Yabancı Yatırım Çıkışlarının Ana Ülkenin Ekonomik Büyümesi, Dış Ticareti ve Yurt İçi Yatırımları Üzerindeki Etkileri. Aydın: *T.C. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Ballı, P. E. (2019). Türkiye'de Doğrudan Yabancı Yatırımların Ekonomik Büyüme ve İstihdama Etkisi. Balıkesir, Bandırma: *T.C. Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı*.
- Cunda, G. (2019). Doğrudan Yabancı Yatırımların Türkiye'nin İhracat Ürün Çeşitliliği Üzerine Etkisi. Isparta: *T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı*.
- Değen, V. (2019). Türkiye'de Doğrudan Yabancı Yatırımların Belirleyicilerinin Çekim Modeli İle Analizi. Erzurum: *T.C. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı*.
- Demirel, O. (2006). Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Ekonomik Büyümeye Etkileri ve Türkiye Uygulaması. Isparta: *T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı*.
- Gür, N. (2014). Bir Uluslararası Algı Oluşturma Çabası Olarak “Kırılgan Beşli” Kavramı. *Seta Perspektif*, 2-3.
- Helvacıoğlu, N., & Özutku, H. (2010). Kültürel Farklılıkların Yönetiminde İnsan Kaynakları Stratejilerinin Rolü: Ikea Örneği. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 198.
- Kamacı, A., & Konya, S. (2016). Kırılgan Beşli Ülkelerinde Portföy Yatırımları ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin Analizi. *Dosya Dışı*, 137-138.
- Kara, M. A. (2019). Türkiye'de Doğrudan Yabancı Yatırımların İş Gücü Piyasalarına Etkileri: Mikro Veri Analizi. İstanbul: *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı*.

- Keskin, Ş. (2020). Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Belirleyicileri: Türk Finans Sektörü Üzerine Bir Uygulama. Zonguldak: *T.C. Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı*.
- Külünk, İ. (2019). Türk Devletlerinde Doğrudan Yabancı Yatırım ve Ekonomik Büyüme İlişkisi. *BAİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 866-868.
- Özşahin, Ş. (2016). Kurumsal Kalite Doğrudan Yabancı Yatırımlar İçin Ne Kadar Önemli? Türkiye Üzerine Ekonometrik Bir Analiz. *Journal of Yasar University*, 252.
- Şahinoğlu, T. (2017). Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik, Sosyal ve Siyasi Belirleyicileri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 145-164.
- Toğaç, H. (2019). Doğrudan Yabancı Yatırım Teşvikleri: Türkiye-Kazakistan Karşılaştırması. Aydın: *T.C. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Yeşil, S. (2007). Uluslararası Ortaklıklar: Kültürel Farklılıklar ve Bu Farklılıkların Üst Yönetim Grubunun Çalışma ve Performansına Etkileri. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 235.

COVID-19 SALGINININ, ÇALIŞANLAR ÜZERİNE ETKİLERİ: HAVACILIK, LOJİSTİK, FİNANS, TEKSTİL VE SAĞLIK SEKTÖRLERİ BAĞLAMINDA BİR DEĞERLENDİRME

Özlem ÇAPAN ÖZEREN¹, Çağlar ÇABUK², Hülya ŞİMGİ³

Öz

Çalışmada, kendine özgü dinamikleri nedeniyle salgın sürecinden farklı etkilenebilecek Finans, Lojistik, Havacılık, Sağlık ve Tekstil olmak üzere birbirinden bağımsız beş sektörü temsil eden çalışanların, salgın sürecinden nasıl etkilendiklerinin derinlemesine incelenmesi hedeflenmiştir. Çalışmada beş ayrı sektörü temsil eden 21'i kadın 27'si erkek olmak üzere toplam 48 katılımcıdan zoom konferans programıyla gerçekleştirilmiş 10 farklı grup odak görüşmesi aracılığıyla toplanan veriler, MAXQDA 2021 paket programıyla analiz edilmiştir. Araştırmanın en önemli katkısı, çalışma ortamını belirlemesi açısından teknolojik imkanlar ve bilgi kaynaklarının öneminin gözler önüne serilmesi ve buna bağlı olarak salgında evlerine kapanmak zorunda kalan çalışanların iş yeri kavramına dair yaşadıkları paradigma değişikliğinin açığa çıkarılmasıdır. Bu çalışmada görüşmecilerden toplanan veri setlerinin analiziyle elde edilen bulgular, araştırmada kullanılan temalar arasında yer alan "Teknoloji" ile "Bilgi Kaynakları" arasında güçlü bir ilişkinin varlığını ortaya çıkarmıştır. Bulguların yorumlanmasıyla, iş yeri sadece mekan değişikliğini gerektiren ve ulaşılan bir yer olmaktan çıkmış, tek bir tıkla erişilebilir bir ortam olarak da tanımlanır olmuştur. Çalışmada ayrıca salgınla mücadele etmek için alınan önlemlerin kurumsallaştırılmadığı ve buna bağlı olarak salgınla başa edebilmek için yürürlüğe konulan kuralların da çalışanlarca tam anlamıyla içselleştirilemediği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Covid-19 Salgını, Çalışma Koşulları, Uzaktan Çalışma

JEL Sınıflandırması: I00, J21, M50

IMPACTS OF COVID-19 ON EMPLOYEES: AN EVALUATION IN THE CONTEXT OF AVIATION, LOGISTICS, FINANCE, TEXTILE AND HEALTH SECTORS

Abstract

The study aims to examine in depth how the employees representing five independent sectors, namely Finance, Logistics, Aviation, Health, and Textile, which may be affected differently by the epidemic process due to their unique dynamics, are affected by the epidemic process. In the study, the data collected through 10 different group focus meetings held with the zoom conference program from a total of 48 participants, 21 women and 27 men, representing five different sectors, were analyzed with the MAXQDA 2021 package program. The most important contribution of the research is to reveal the importance of technological opportunities and information resources in terms of determining the working environment, and accordingly, to reveal the paradigm change experienced by the employees who had to stay in their homes during the epidemic. The findings obtained by the analysis of the data sets collected from the interviewees in this study revealed the existence of a strong relationship between "Technology" and "Information Sources", which are among the themes used in the research. In the study, it was observed that the measures taken to combat the epidemic could not be institutionalized, and

¹ Dr., Maltepe Üniversitesi MYO, Sivil Hava Ulaştırma İşletmeciliği, ozlemezren@maltepe.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5128-8698

² Yönetim Kurulu Bşk., SEGM, cabukcaglar2020@gmail.com ORCID: 0000-0002-3501-2162

³ Prof. Dr. Maltepe Üniversitesi İTBF Felsefe Bölümü, hulyasimga@maltepe.edu.tr ORCID: 0000-0003-1270-0779

accordingly, the rules that came into force to cope with the epidemic by the employees were not fully internalized.

Keywords: Covid 19 Pandemic, Working Conditions, Remote Working

JEL Classification: I00, J21, M50

1. Giriş

2019 yılı aralık ayından bugüne kadar dünya çapında 4,8 milyon ve Türkiye’de 63 000’e yakın insanın ölümüne yol açan Covid-19 salgını, çağın en büyük felaketlerinden biridir (Koronavirüs Covid-19 Dünya Haritası, 2021). Bu felaketle birlikte bütün dünyada seyahat yasakları gelmiş, ülkeler karantina önlemleri kapsamında sınırlarını kapatmış, buna bağlı olarak Nisan 2020'nin başında, hava yolcu trafiği 2019'a kıyasla küresel olarak yaklaşık %70 ve Avrupa'da yaklaşık %90 azalmıştır (Pijet-Migoń, 2020: 20-27).

Salgın nedeniyle yaşanan küresel işgücü gelir kaybı 3,7 trilyon ABD dolarıyken, yaşanan kayıp 2019 yılının GSH’sinin %4,4’üne karşılık gelmektedir (Ganioglu, 2021: 267-314). Sektörler salgından farklı şekillerde etkilenmiş, çalışanların iş koşulları büyük ölçüde değişmiş, engelli, yaşlı, çocuk bakımında zorluklar yaşanmış, yaşanan süreç erkekler ve kadınlar tarafından farklı deneyimlenmiştir (Karimivand, 2021: 47-61). Bulaş riskleri nedeniyle çalışanlar iş yerlerine gidemez olmuş, çalışma koşulları değişmiş, evden çalışma düzeni yaygınlaşmıştır (Korkmaz, 2020: 114-132). Hemen hemen tüm ülkeler, hastalığın yayılım hızını kesmek için insanların fiziksel olarak etkileşimlerini azaltacak sosyal mesafe önlemleri almıştır. Buna karşılık fiziksel temas gerektiren işler yavaşlamış, bu işlerde çalışanların gelirleri azalmış ya da artan maliyetler bu tip işlerin sürdürülemez hale gelmesine yol açmıştır (Meçik ve Aytun, 2020). Bu bağlamda salgın, her sektörü farklı etkilemiştir. Örneğin, seyahat kısıtlamaları nedeniyle hava ulaşımı bu dönemde büyük darbe almıştır. 2020 yılının başında 23 havayolu firması iflas başvurusunda bulunmuş, sektörün on binlerce çalışanı işini kaybetmiştir (Kalkin, 2021: 53-63). Ayakta kalabilen firmalar ise büyük mali kayıplarla hayatta kalma mücadelesi vermektedir. Buna karşın lojistik sektörü evden dışarı çıkamayan insanlar için dış dünya ile kurulan bağlantının kalbine yerleşmiş, özellikle mal ve hizmet temininde internet aracılığıyla yapılan alışverişin önemi tarihinde hiç olmadığı kadar artmıştır. Tekstil sektörü bir yandan maske ihtiyacının ortaya çıkmasıyla maske üretimine hız verirken, diğer yandan eve kapanmayla birlikte giysi ihtiyacının azalması, ülke sınırlarının kapatılması ile sektörünün müşteri bulamaması gibi olumsuzluklarla karşılaşmıştır. Bu olumsuzluklar tekstil piyasasında ciddi negatif anormal getirilere (- %32) yol açmıştır (Kılıç, 2020). Salgında finans sektörü ve bankaların teknolojik dönüşümlerinin hız kazandığı, şubelerde gerçekleştirebilecek çoğu işlemin teknolojik altyapıyla yürütüldüğü dikkat çekmektedir (Yetiz, 2021). Salgında yüksek risk grubunda olan sağlık çalışanları bu süreçten olumsuz etkilenen sektörlerin başında gelmektedir, hastalığın bulaşması ve ölümler, özellikle salgının başında kişisel koruyucu ekipman temini güçlükleri, değişen çalışma koşulları, bulaşma riski nedeniyle evden aileden ayrı kalınması, artan iş süreleri, izin kullanılamama, bunun sonucu olarak yorgunluk, tükenmişlik sorunları, çalışılan ortama bağlı olarak yaşananlar olmak üzere çok sayıda olumsuzlukla karşılaşmıştır (Gürer ve Gemlik, 2020).

Salgın sürecinin çalışma koşullarının nasıl deneyimlendiğini öznel yaşantılar aracılığıyla araştırmak üzere yürütülen bu çalışmada, salgından farklı şekillerde etkilenmiş olması muhtemel olan havacılık, finans, tekstil, lojistik ve sağlık sektörlerine odaklanılmış, yapılan araştırmanın sonuçları, sektörler özelinde ele alınmıştır.

2. Literatür taraması

Covid-19 salgını tüm dünyada sağlık, ekonomi, havacılık, eğitim ve lojistik alanlarında ulusal ve uluslararası düzeyde çalışma koşullarını etkilemiş, günlük yaşantıda mikro ve makro düzeylerde köklü değişimlere yol açmış, örgüt ve insanların meslek algılarını, iş yapış biçimlerini, sosyal yaşantılarını yeniden şekillendirmiştir (Karimivand, 2021: 47-61). 2020'nin Nisan ayında 110 ülkede yaklaşık 4,5 milyar insan kapanma tedbirine muhatap olmuş, 66 ülkede yaşayan 2,92 milyar kişi de evde kalma tedbirini uygulamak zorunda kalmıştır (Ganioğlu, 2021: 267-314).

Bununla birlikte uzaktan çalışma kabiliyeti sınırlı olan, fiziksel olarak işe gitmesi gereken düşük vasıflı, saatlik/haftalık ücret alan mavi yakalı çalışanlar da salgın koşullarından olumsuz etkilenmiş, salgın koşulları cinsiyete bağlı, ırksal ve etnik eşitsizliğin artmasına neden olmuştur (Kramer and Kramer, 2020). Covid-19'dan kaynaklı ölüm oranlarına bakıldığında, sağlık, teslimat, taşıma, şoförlük ve perakende satış işlerinde çalışan mavi yakalı, düşük gelirli çalışanların oranının oldukça yüksek olduğu görülmektedir (Williams, 2020). Salgınla birlikte açığa çıkan eşitsizlikleri sadece hastalığa yakalanma ve ölüm oranlarına bakarak açıklamak mümkün değildir. Ayrıca, gündelik hayatın, salgın önlemleri ile uyumlu bir biçimde yeniden örgütlenmesine ilişkin imkanların değerlendirilmesine ihtiyaç vardır. “Evde kal” çağrısına uyabilmek, öncelikle bireyin evden yürütülebilecek bir işinin olması koşuluyla mümkündür; özellikle sosyal etkileşimin kaçınılmaz olduğu iş ve iş ortamlarında, virüse maruz kalma oranının yüksek olması ve bulaş riskinin arttığı ortamda çalışan mavi yakalı işçiler, “Hayatta kalmak için çalışmak mecburiyetinde olmak” ile “Sağlıklarını korumak için evden dışarıya çıkmamak” ikilemi içinde sıkışıp kalmışlardır (Aydın, 2021: 136). Bu konuda yapılan araştırmalar, ücretli çalışanların Yeni Koronavirüs Hastalığı'na daha fazla yakalandığı ve sayıca ölümlerin bu kesimlerde daha fazla olduğunu, salgın kapsamında alınan önlemlerin ücretli çalışanları toplumun diğer kesimlerine kıyasla daha olumsuz etkilediğini teyit eder niteliktedir. Bu durum, salgında yaşanan ekonomik kriz yükünün büyük çapta ücretli çalışanların omuzlarına yüklendiği gerçeğini gözler önüne sermektedir (Ganioğlu, 2021: 267-314). Bu eşit olmayan şartlardan en fazla zarar görenlerin başında ise sağlık çalışanları gelmektedir. Dünya Sağlık Örgütü'nün 24 Mayıs 2021 tarihli verilerine göre 115 000'den fazla sağlık çalışanı Covid-19 virüsüne yakalanıp ölmüştür. Ülkemizde ise ölen aktif sağlık çalışanı sayısı 506'ya ulaşmıştır (Türk Tabipleri Birliği, 2022). Ülkemizde yaşanan bir başka eşitsizlik de lojistik sektöründeki moto kuryelerdir. Salgın nedeniyle evden dışarı çıkamayanlara ihtiyaçlarını ulaştırarak gündelik yaşantının devamına katkı sağlayan ve çoğunluğu sigortasız çalıştırılan çalışan, yaklaşık 1 milyon motorlu kuryenin 200'den fazlası 2020 yılında trafik kazasında ölmüştür (Ganioğlu, 2021:284), 2021 yılında 300 moto kuryenin ölümüyle sonuçlanan 35 binin üzerinde kaza yaşanmıştır (Milliyet, 2022). Yaşanan kaza ve ölümlerde salgınla beraber artış gösteren evden sipariş talepleri, rekabet nedeniyle azalan teslimat süreleri ve %40 oranında artan iş yükünün getirdiği yorgunluk etkili olmaktadır (Ganioğlu, 2021: 284: Halis, 2021).

Yapılan bir araştırmada moto kuryelerin salgın süresince mesai saatlerinin arttığı, ortalama 12-13 saatlik mesai süresince 10 saat motosiklet üstünde teslimat yapmak zorunda kaldıkları ve

sigortasız çalıştırıldıkları için çalışma koşullarının zorlaştığı ortaya çıkmıştır (Çoban ve ark., 2021: 8).

Dünyadaki tüm işçilerin %93'ü, iş yeri kapatma önlemlerinin yürürlükte olduğu ülkelerde yaşamakta, kapatma önlemleri dünyadaki işçilerin %77'sini etkilemektedir. Türkiye'de ise 2020 yılının temmuz ayında çalışanların %85'e yakını iş yeri kapatmaları kapsamında kalmıştır (Ganioğlu, 2021: 285).

Eğitim Sektörü de kapatma önlemlerinden nasibini almış; 150 ülkede ülke çapında okulların kapanmasıyla birlikte çocukların üçte ikisi eğitimlerine evde devam etmek zorunda kalmıştır (UNESCO, 2020). Salgının önemli sonuçlarından biri de kapanma sürecinde bazı meslek gruplarının, finans, bilgi işlem gibi başlıca uzmanlıklara sahip çalışanlarının, işlerini evden yapmaya başlamalarıdır (Kramer and Kramer, 2020,103442). Evden çalışmaya elverişli meslek grupları arasında, yöneticiler, profesyoneller, kamu çalışanları, perakende çalışanları, akademisyenler, mühendisler, eğitimciler, bilgi ve iletişim teknolojisi uzmanları gösterilmekte, evden çalışılabilecek bir işe sahip olmanın sınıfsal bir ayrıcalık olduğu belirtilmektedir (Akçaoğlu, 2021:164). Araştırmalara göre küresel salgında evden çalışma deneyimine sahip beş çalışandan dördünün bu şekilde devam etmek istediği ortaya çıkmıştır; Türkiye'de ise çalışanların sadece %24'ünün evden çalışma imtiyazına sahip olduğu ve yüksek gelir gruplarında evden çalışma pratiğinin yaygınlaşacağı öngörülmektedir (Aytun ve Özgüzel, 2020).

Covid-19 döneminde yürürlüğe giren kısa çalışma ödeneği, ücretsiz izin, kapalı iş yeri üretim üsleri gibi uygulamalar, özellikle işini kaybetme tehdidi altında olan ve büyük çoğunluğu düşük gelirliler, düşük eğitimli ve özel sektörde çalışan mavi yakalı işçilerin emeğinin sömürüldüğü birer baskı aracına dönüşmüştür (Hatipoğlu, 2021). En fazla sağlık çalışanları olmak üzere gıda, ulaştırma, perakende satış, iletişim ve eğitim gibi sektörlerde çalışanların önemli bir çoğunluğu, uzun çalışma saatleri, izinlerin sınırlı kullanımı ya da iptali, istifa ve emekli olmak gibi hakların kullanımına izin verilmemesi, özellikle salgının başlangıcında yetersiz ekipman temini, önlemlere ilişkin uyum eğitimlerinin verilmemesi, sosyal mesafenin kullanımına ilişkin sorunlarla karşı karşıya kalmıştır (Ganioğlu, 2021: 267-314; Ünlü ve Çiçek, 2020: 101-107)

Covid-19 Salgını kendisinden önceki geleneksel iş yapış biçimlerini büyük ölçüde değiştirmiştir. Bu değişikliklerin başında uzaktan çalışmanın yaygınlaşması gelmektedir. Evden çalışma her ne kadar işe gidip gelmek için harcanan sürenin kazanılması, çalışmanın şekli konusunda çalışanın daha fazla kontrolü ele alması gibi avantajlara sahip olsa da ev ve iş yaşamı arasındaki ayrımın ortadan kalkması, uzayan mesai saatleri gibi sorunları beraberinde getirmiştir (Ciolfi and Lockley, 2018: 803-839). Birleşik Krallık, Avusturya, Kanada ve ABD'de yapılan araştırmalarda evden çalışanların mesai sürelerinde ortalama 2,5 saatlik bir artış yaşandığı ortaya konulmuştur (Ganioğlu, 2021: 267-314). Buna benzer olarak evden çalışanların, iş ve yaşam sınırlarını belirlemek, iş yüklerini yönetmek, işini aileye göre öncelemek ile ilgili zorluklar yaşadıkları vurgulanmaktadır (Ciolfi and Lockley, 2018: 803-839).

Salgınla birlikte bundan çeyrek asır önce Castells'in işaret ettiği gibi (Castells, 1996) gündelik yaşamın bütün etkileşimlerinde ağ toplumunun etkileri görülmektedir.

Türkiye'de Şubat 2021'de yürütülen bir araştırmaya göre katılımcıların %90'u internetin hayatlarında önemli bir yer teşkil ettiğini, %46'sı ise internetsiz bir hayatı hayal bile edemediklerini belirtmişlerdir (Akçaoğlu, 2021: 148-169). Öte yandan bu yeni normal, siber

saldırıları başta olmak üzere daha pek çok yeni güvenlik riskini beraberinde getirmiştir (O'Reardon and Rendar, 2020: 63). Uzaktan çalışılabilecek işlerin listelendiği çevrimiçi bir platform olan “we work remotely”ye göre evden çalışan bireyler yalnızlık, izolasyon, kaygı, stres ve depresyon gibi sorunlarla karşı karşıya kalabilmektedir. Yapılan araştırmalarda uzaktan çalışanların %24'ünde anksiyete, %8'inde ise depresyon tespit edilmiştir. Evden çalışan kişilerin başka bir zorluğu da küçük yaştaki çocukların ilave bakım yükleridir (Ganioglu, 2021: 287).

Amerika'da yapılan bir araştırma, kadınların erkeklerden daha fazla endişeli veya gergin (%61'e karşı %49); moralsiz, depresif veya umutsuz (%48'e karşı %41) hissettiklerini ortaya koymuştur (Carli, 2020: 647-655). Salgındaki önlemlere ne kadar uyulursa uyulsun “dışarısının çok tehlikeli olduğu” bilinci, hastalık endişesini, bastırılan sevdiklerini kaybetme korkusunu açığa çıkarmıştır. Kolektif coşku azalırken, aileyle geçirilen zamanın süresi hiç olmadığı kadar artmıştır (Aydın, 2021: 136-140).

3. Metodoloji

Bu bölümde araştırmanın amacı ve soruları, araştırmanın yöntemi ve verilerin toplanması ve verilerin analizi konularında bilgiler yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Soruları

Covid-19'a özel pek çok dinamik, iş yaşamını etkilemiş ve çalışanlar önemli sorunlarla karşı karşıya kalmıştır. Sektörlerin bir kısmında faaliyetler tamamen durmuş veya önemli ölçüde yavaşlamıştır. Bazı iş kollarında aşırı yoğunlaşma yaşanmış ve çalışanlar yüksek risk ortamında gece gündüz çalışmak zorunda kalmıştır. Bazı sektörler evden çalışmaya geçmiş, iş ve ev ortamı ayrımı ortadan kalkmıştır. Yaşanan kriz, istihdamda daralmaya yol açmış ve çok sayıda çalışan işinden olmuştur. Bu bilgiler ışığında yürütülen çalışmada, Covid-19'un çalışanlar üzerindeki etkilerinin tespit edilmesi ve bu etkilerin sektör bağlamında ortaya konması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda, çalışmada aşağıdaki araştırma sorusuna cevap aranmaktadır.

Soru: Covid-19, sektör düzeyinde çalışanların çalışma koşullarını nasıl etkilemektedir?

Detaylandırarak olursak; Seyahat kısıtlamaları nedeniyle tüm dünyada durma noktasına gelen, havacılık sektörü; Eve kapanmayla birlikte alışveriş çılgınlığı gibi sebeplerle talep patlaması yaşayan, lojistik sektörü, salgınla birlikte uzaktan çalışmaya devam edebildiği için evden dışarı çıkamayan finans çalışanlarının tersine bulaş kaygısı nedeniyle evinden ailesinden uzakta ve gecesi gündüzü olmayan sağlık çalışanları; çalışanlarının neredeyse tamamına yakını temas gerektiren koşullarda çalışmak zorunda olan tekstil sektörü, salgından çok farklı etkilenebilecek dinamiklere sahip beş bağımsız sektördür. Bu araştırmayla, birbirinden farklı dinamikleri olan bu beş farklı sektörde çalışanların salgın sürecinden nasıl etkilendiklerinin derinlemesine incelenmesi hedeflenmiştir.

3.2. Araştırmanın Yöntemi ve Verilerin Toplanması

Salgını araştırmak üzere yürütülen pek çok nicel çalışmayla karşılaşılmış olması, benzer bir başka çalışma yapmak yerine süreçte yaşananları daha derinlemesine inceleyebilecek ve katılımcıların öznel deneyimlerini açığa çıkaracak nitel araştırma yöntemlerinin kullanılmasında etkili olmuştur (Baş vd. 2008). Verileri elde etmek üzere sosyal bilimlerde sık kullanılan bir teknik olan odak grup görüşmesinden faydalanılmıştır (Seyidoğlu, 2003).

Çalışmada finans, havacılık, sağlık, lojistik ve tekstil olmak üzere toplam beş ayrı sektörü temsil eden 21'i kadın 27'si erkek olan toplam 48 katılımcıdan veri toplanmıştır. Bu görüşmeleri yapabilmek için Zoom konferans programı aracılığıyla yaklaşık üç ay süren bir periyotta toplamda 23 saat 58 dakika süren 10 ayrı grup odak görüşmesi yapılmıştır. Çalışmanın katılımcılarına ilişkin demografik veriler, Tablo 1 ve Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 1: Çalışma grubunun demografik bilgileri (kadın)

Katılımcı	Cinsiyet	Sektör	Yaş	Meslek	Deneyim	
Grup 1	K1	Kadın	Tekstil	32	Sosyal Uygunluk Uzmanı	8
	K2	Kadın	Tekstil	36	Garment Teknolojist	13
	K3	Kadın	Tekstil	42	Modelhane Yöneticisi	24
	K4	Kadın	Tekstil	26	Eğitim Planlama Uzmanı	3
	K5	Kadın	Tekstil	32	İnsan Kaynakları Sorumlusu	7
Grup 2	K6	Kadın	Havacılık	57	Eğitim Yöneticisi	32
	K7	Kadın	Havacılık	34	Eğitim Şefi	11
	K8	Kadın	Havacılık	48	Müdür	28
	K9	Kadın	Havacılık	40	İnsan Kaynakları ve Eğitim Müdürü	16
Grup 3	K10	Kadın	Havacılık	33	İnsan Kaynakları Uzmanı	10
	K11	Kadın	Havacılık	36	Eğitimci	16
	K12	Kadın	Havacılık	37	İşletme Müdürü	15
	K13	Kadın	Havacılık	37	Entegre Yönetim Sistemi Sorumlusu	16
	K14	Kadın	Havacılık	21	OCC Sorumlusu	1
	K15	Kadın	Havacılık	42	AIM Vardiya Sorumlusu	20
Grup 4	K16	Kadın	Sağlık	39	Hekim (Covid-19 Yoğun Bakım Sorumlusu)	11
	K17	Kadın	Sağlık	35	Hekim (Acil Tıp Uzmanı)	10
	K18	Kadın	Sağlık	42	Psikolog	17
	K19	Kadın	Sağlık	48	Laboratuvar Teknikeri	26
	K20	Kadın	Sağlık	25	Hemşire	2
	K21	Kadın	Sağlık	31	Hemşire (Onkoloji)	10

Tablo 2: Çalışma grubunun demografik bilgileri (erkek)

Katılımcı	Cinsiyet	Sektör	Yaş	Meslek	Deneyim	
Grup 5	E1	Erkek	Tekstil	26	Kumas Planlama ve Satın Alma	3
	E2	Erkek	Tekstil	30	Sürdürülebilirlik Yöneticisi	2
	E3	Erkek	Tekstil	65	İK Müdürü	30
	E4	Erkek	Tekstil	38	Satın alma Müdürü	21
Grup 6	E5	Erkek	Havacılık	36	İnsan Kaynakları ve Eğitim Müdürü	15
	E6	Erkek	Havacılık	49	Terminal Hizmetleri Müdürü	25
	E7	Erkek	Havacılık	46	İnsan Kaynakları Direktörü	20
	E8	Erkek	Havacılık	46	Havalimanı Havayolu Operasyon Müdürü	29
	E9	Erkek	Havacılık	46	Hava Kargo Müdürü	23
Grup 7	E10	Erkek	Havacılık	41	Ramp Şefi	12
	E11	Erkek	Havacılık	48	Apron Hizmetleri Müdürü	25
	E12	Erkek	Havacılık	60	Kaptan Pilot	36
	E13	Erkek	Havacılık	29	Eğitim Memuru	4
	E14	Erkek	Havacılık	38	OCC Planlama Uzmanı	18
Grup 8	E15	Erkek	Finans	49	Mimar	36
	E16	Erkek	Finans	39	BT Sistem Yöneticisi	14
	E17	Erkek	Finans	47	Bölüm Başkanı	22
	E18	Erkek	Finans	33	Banka ve Hazine İşlemleri Finansman Uzmanı	10
Grup 9	E19	Erkek	Lojistik	53	Direktör	28
	E20	Erkek	Lojistik	52	Yönetici/Danışman	32
	E21	Erkek	Lojistik	46	İşletme Ortağı ve Ürün Dağıtım Elemanı	8
	E22	Erkek	Lojistik	54	Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı/Sirket	30
Grup 10	E23	Erkek	Havacılık	40	Kabin Memuru	18
	E24	Erkek	Havacılık	55	İstasyon Müdürü	31
	E25	Erkek	Havacılık	48	Eğitmen	23
	E26	Erkek	Havacılık	50	Kaptan Pilot	22
	E27	Erkek	Havacılık	59	Ramp Yöneticisi	30

Gruplardaki katılımcı sayısı, dört ila altı arasında değişmektedir. Odak grup görüşmesi için aranan kişi sayısı 6-12 kişi aralığında olmakla birlikte bazı görüşmelerin altı katılımcıdan az kişiyle yapılması, kendisinden onay alındığı halde son anda toplantıya katılmaktan vazgeçen veya haber vermeden gelmeyen katılımcılardan kaynaklanmıştır.

Odak grup görüşmelerine katılacak kişilerin seçiminde amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde, çalışmanın amaçlarıyla tutarlı sonuçları elde edebilmek için örneklem araştırmacı tarafından seçilmektedir (Ural ve Kılıç, 2006). Görüşmeciler genellikle ortak bir zemini paylaşan kişilerden oluşturulmakta, farklı görüşlerin paylaşılması araştırmaya derinlik kazandırmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Katılımcı gruplarının 6-12 kişiden oluşturulması beklenmektedir (Coşkun vd., 2019). Buna göre aynı kurum/kuruluşta çalışmamak koşuluyla havacılık, finans, lojistik, sağlık ve tekstil olmak üzere beş ayrı sektörden farklı pozisyonlarda görev yapan katılımcılar erkek ya da kadın ayrı gruplarda olacak şekilde bir araya getirilmiştir. Hem sektör hem de cinsiyet bakımından homojenlik esasına göre oluşturulan grupların ortak zeminlerinin, tartışma ortamını zenginleştireceği düşünülmüştür. Öte yandan aynı kurumda çalışması halinde görüşmecilerin kendilerini ifade etmek konusunda rahat hissetmeyeceği ihtimaline dayanarak, aynı kurumdan hiçbir katılımcı bir araya getirilmemiştir. Görüşmelerde toplam altı ana başlıktan oluşturulan yarı yapılandırılmış soru formu kullanılmıştır. Soru formu, literatür taramasıyla hazırlanmış 10 farklı konu başlığında oluşturulmuş, konunun uzmanları ve akademisyenlerden alınan görüşlerle nihai şekli verilmiştir. Görüşmelerde uygulanan soru formunun içeriği, çalışma koşulları (1), iş yeri yönetim yaklaşımı (2), koronavirüs tedbirleri (3), evden çalışmaya dair katılımcı görüşleri olmak üzere toplamda üç konu başlığından müteşekkildir.

Veriler, on ayrı grup odak görüşmesinin çözümlenmelerinden elde edilmiş, araştırmanın güvenilirliği için görüşmelerin video kayıtları ve çözümlenmeleri araştırmacılar tarafından saklanmıştır.

3.3. Verilerin Analizi

Çalışmada, grup odak görüşmesinden açığa çıkan ham veriler, içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiş, sistematik, basit ve anlaşılır hale getirilmiştir (Krippendorff, 2004). Araştırmacının tecrübesi, literatür taraması ve uzman görüşleri ile elde edilen kodlar üzerinden yapılan bu araştırma, yüksek tahmin kabiliyetine sahiptir (Aziz, 2013).

Tablo 3: Analiz sürecinde belirlenen tema ve kodlar

Veri Seti	Temalar	Kodlar
Sektör	Çalışma koşulları	Çalışma Süresi, Maaş, Bilgi Kaynakları, Çalışma Ortamı, Teknolojik İmkânlar

Farklı sektörlerden elde edilen verilerin analizinde, son yıllarda giderek popülerlik kazanan nitel analiz programı MAXQDA'nın 2021 güncel paket programından faydalanılmıştır. Bu program, tema ve kodlar arasındaki ilişkileri netleştirdiği, yardımcı harita ve görseller sunduğu için tercih edilmektedir (Azzopardi and Nash, 2016: 253-801; Kuckartz and Radiker, 2019).

Görüşmelerden elde edilen verilerin hepsi analiz sürecine dahil edilmiştir. Aynı veriler farklı gruplar için analiz imkânı sağlayacak şekilde, her bir sektörün veri setine dahil edilerek kategorize edilmiştir.

Daha sonrasında ise Covid-19'un çalışanlar üzerindeki etkilerini tespit etmek amacıyla elde edilen veriler, çalışmanın amaçlarıyla tutarlı sonuçlar üretebilmek üzere belirlenen tema ve kodlara (Tablo 3) işlenmiştir. Nitel analiz programının kullanıldığı çalışmada, çalışma koşulları ve bu temanın altındaki kodlar ile Covid-19'un çalışanlar üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Ayrıca çalışma kapsamında, elde edilen görüşme verileri sektöre özgü çalışma koşullarının analizi çerçevesinde ele alınarak içerik analizi yapılmıştır. Bu başlıklar altında, katılımcılarla yapılan görüşmelerden alıntılar bir araya getirilmiş ve beş sektörün kendine özgü koşullarıyla ilgili görüşlerin bir özeti çıkarılmıştır. Aynı sektörlerde olsa da ortak görüşler "Genel" başlığı altında özetlenmiştir. Son olarak, çalışanların yaşadığı zorluk ve ikilemlere dair paylaşımları "Çalışanların salgın döneminde yaşadığı güçlük ve ikilemler" başlığı altında bir araya getirilmiştir.

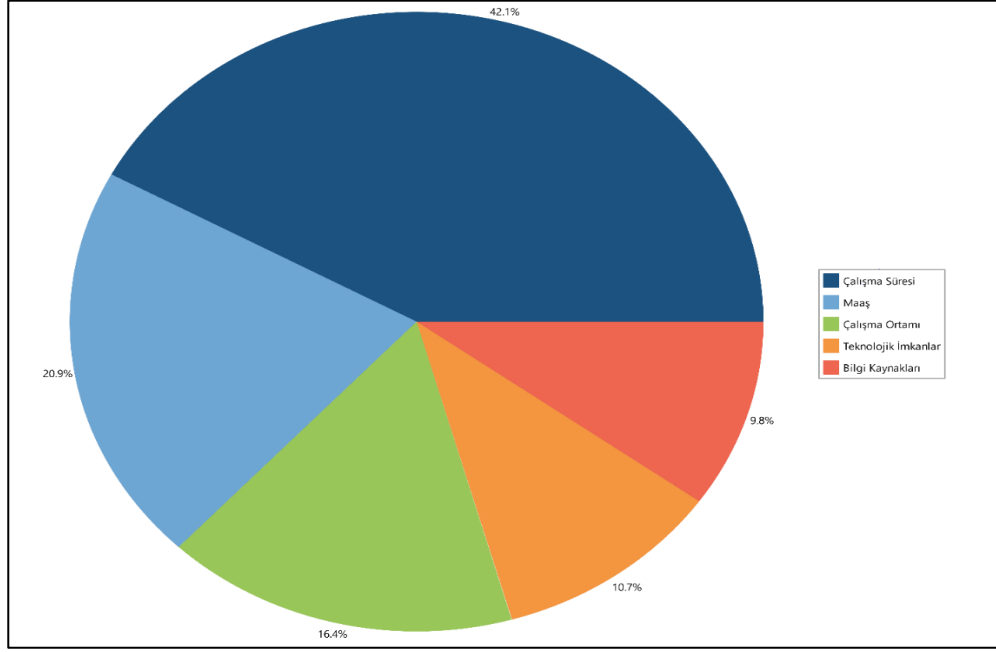
4. Bulgular

Araştırma kapsamında belirlenen tema ve kodlar arasındaki ilişkiler MAXQDA programı yardımıyla analiz edilmiştir. Veri setlerinden oto kodla yöntemi ile kelimenin geçtiği cümlenin bir cümle öncesi ve bir cümle sonrası olacak şekilde veriler kodlara, oradan da temalara kodlanmıştır. Kelime bulutu, kod frekansı, kod ilişki tarayıcıları, kod haritası ve kod birlikte çalışma modeli gibi analizler yardımıyla sonuçlar elde edilmiştir.

4.1. Sektörel Değerlendirme

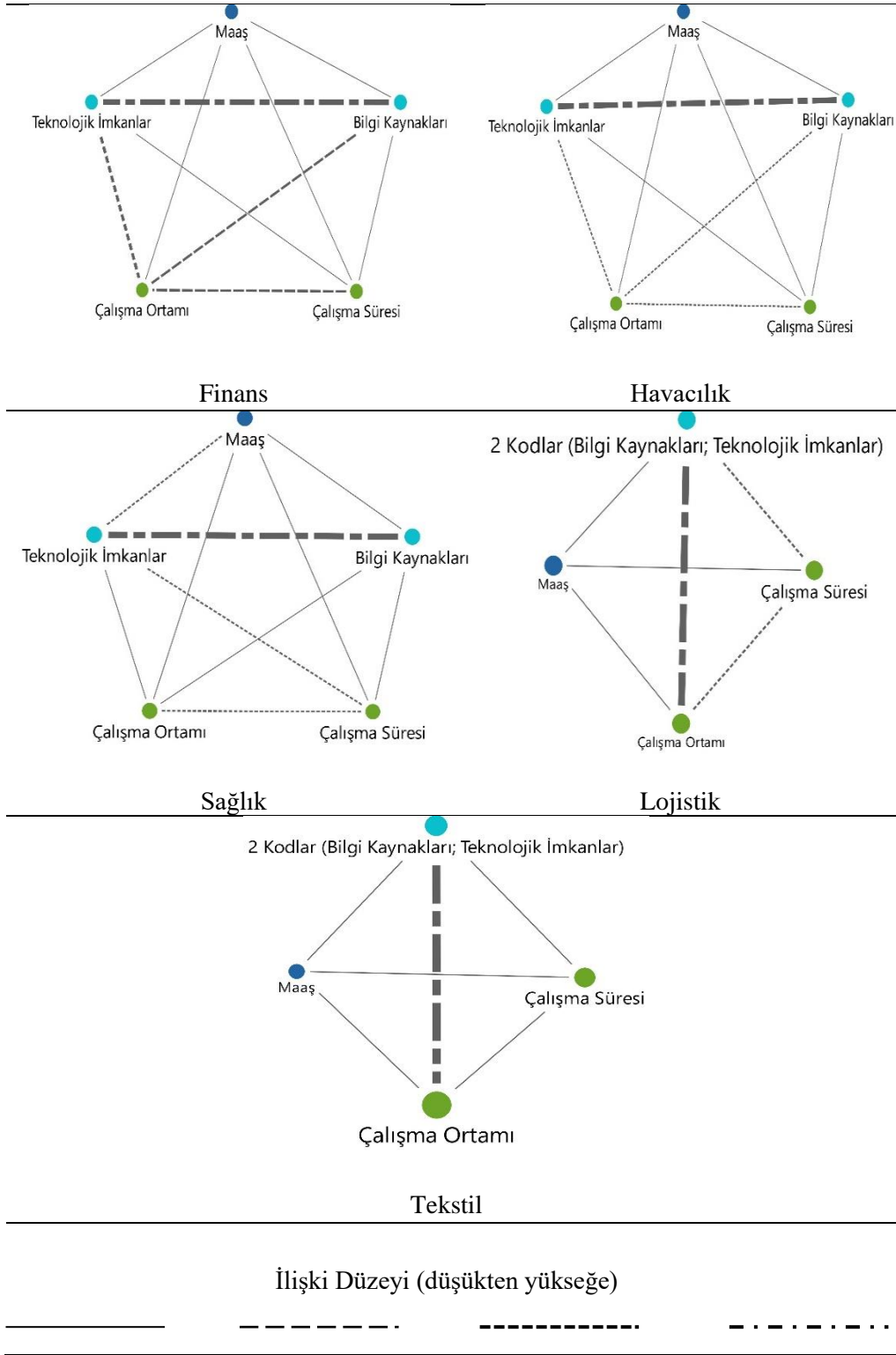
Çalışma kapsamında elde edilen veriler, sektörlerle bağlı olarak değerlendirilmiştir. Sektörlere göre yapılan değerlendirmelerde çalışmanın ana teması, çalışma koşullarıdır. Salgın sürecinde yaşanan kısıtlamalar nedeniyle hayatın birçok alanında alışlagelmişin dışında değişimler gözlenmektedir. Özellikle iş yaşamında bunlar çok bariz şekilde hissedilmiş ve insanların çalışma koşullarında köklü değişimler yaşanmıştır. Birçok sektörde, işletmeler faaliyetlerini durdurmuş veya çevrimiçi (evden online olarak) sürdürmüştür. Bu yeni iş düzeninin sektörlerle göre değişkenlik gösterebileceği düşüncesiyle bu çalışmada, sektörel bir değerlendirme yapılmıştır. Çalışma koşulları ana temasının alt kodları olarak çalışma süresi, maaş, çalışma ortamı, teknolojik imkanlar ve bilgi kaynakları kullanılmıştır. Alt kodlar, araştırmanın metodolojisinde ifade edildiği üzere literatür taraması, çalışmada kullanılan soru formu, verilerin kelime frekansları ve araştırmacı deneyimleri gibi parametrelerin tamamı dikkate alınarak belirlenmiştir.

Şekil 1'de çalışma koşulları temasının alt kodlarının tema içerisindeki kullanım sıklığını vermektedir. Aslında bu frekanslar, katılımcıların çalışma koşulları teması açısından en önemli olabilecek kodları belirleyebilecek öngörüler de sağlamaktadır. Nitekim çalışma koşulları teması içerisinde en çok kodlanan alt kod çalışma süresidir (%42,1). Akabinde en çok kodlanan alt kod maaştır (%20,9). Teknolojik imkanlar ve bilgi kaynakları ise çalışma koşulları ana teması içerisinde en az kodlanan alt kodlar olarak ön plana çıkmıştır.



Şekil 1: Çalışma koşulları kodlu bölümler frekans analizi

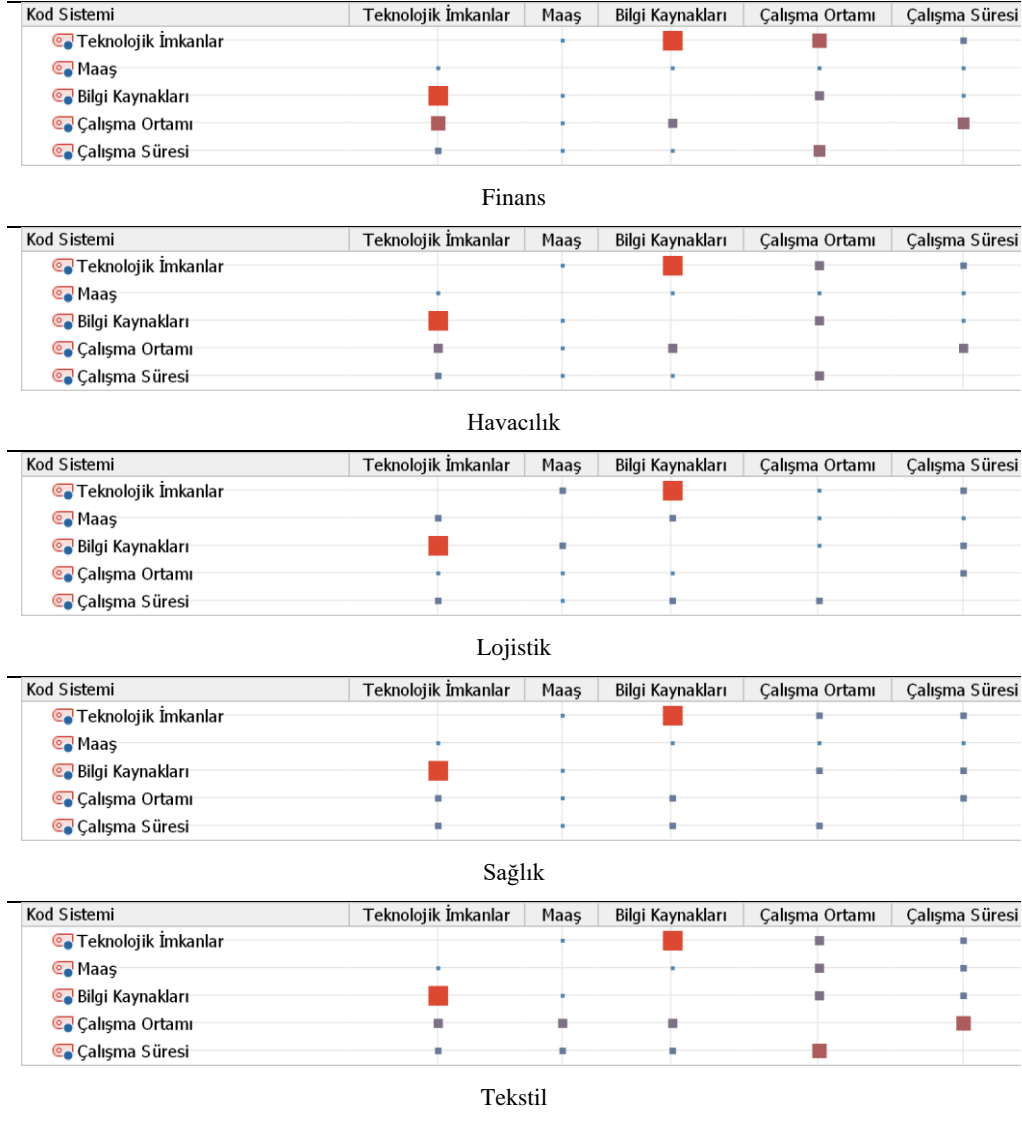
Şekil 2’de sektörlere göre yapılan değerlendirmelere (görüşme içeriklerine) ilişkin kelime bulutu verilmektedir. Tema ve kodların belirlenmesi sürecinde başvurulan yöntemlerden biri de kelime bulutu (verilerin kelime frekansı) analizidir. Kelime bulutu, katılımcıların verdikleri cevaba göre, en sık tekrar edilen kelimenin merkezde yer aldığı ve diğer kelimelerden daha büyük ebatta konumlandığı, görsellik aracılığıyla ifade bulan bir analiz şeklidir. Otuz dokuz kelimedenden oluşan kelime bulutundaki her bir kelimenin boyutu, katılımcıların cevaplarındaki tekrar sayısına bağlı olarak küçük veya büyük olarak görünmektedir. Bu kapsamda, sektörlere göre çalışma koşulları, çalışmaya katılan görüşmecilerin en sık tekrarladıkları kelimelerle oluşturulmuştur. Buna göre katılımcılar, en çok “çalışma” kelimesini tekrarlamışlardır. Çalışma dışında “ev”, “iş”, “arkadaşlar”, “sosyal” ve “pandemi” kelimeleri de fazla tekrarlanan kelimeler arasında yer almaktadır. Frekans analizi, görüşmelerde katılımcıların hangi temalara ne oranda odaklandığı anlamaya çalışmakta ve araştırmanın temel bir fotoğrafını çekmektedir.



Tablo 4: Evden çalışmaya dair katılımcı görüşleri

Katılımcılar	Cümleler/İfadeler
K8	Şimdi, bizim pandemi öncesinde de home office çalışmalarımız vardı. Fakat biz, bir türlü “Önümüzdeki hafta Salı, Çarşamba home office olacağım” dediğim zaman yönetici şöyle bir bakıyordu; “Hmm! Home office. Yatar şimdi” yani demek falan. “Ooo! saat kaçta kalkarsın kim bilir, ne işin var, dışarda mı işin var?” Bu, biraz egzajere ediyorum durumu ama içlerinden, kafalarından geçen şeyleri söylüyorum ben. Gerekli bağlantıları verdiği için dediğim gibi ha ofiste oturmuşum çalışmışım, ha evde mutfakta çalışmışım, hiç fark olmadı. Teams kullanıyoruz. Teams’de yeşili gören yapıştırıyor: “Ooo onlinesin, şuna bir baksana hemen bir 2 dakika.” Cep telefonundan aramalar falan şey oldu. Hemen oradan call’a basıyorsun, “Naber?” falan diye konuşmaya başlıyorsun. “Yeşili gördüm yapıştırdım” diye öyle bir muhabbetimiz oluyor bizim de. O anlamda bir sıkıntı yaşamadım. Sadece ‘daha iyi ne olursa’yı düşündüm. Ya, ben orada başka bir şey söyleyeceğim. Bence biz Türk halkı olarak aslında pandemiyle birlikte birbirimize nispeten güvenmeyi öğrendik diye düşünüyorum. Yani gerek yok. Bir arada olmamıza gerek yok. Bak bir aradayız teknolojiyle, herkes evinde. Birisi Kars’ta, birisi Van’da, birisi de Hindistan’da Delhi’de bir arada toplantı yapabiliyoruz, çok net yani. Demek ki bir araya gelmek, evet iletişim kurmak o başka bir boyut.
E15	Üst yönetimin evden çalışma konusunda, dediğim gibi, ilk etaplarda çok ciddi anlamda çekinceleri ve buna karşı kesin, net kırmızı çizgileri vardı. Ama ne zaman ki şartlar bunu hepimize zorladı, sonrasında çok hızlı bir dönüşümle evden çalışmaya başladık.
E17	Ben Batı Ataşehir’de oturuyorum. Karşımda finans merkezi yapılıyor, koca koca binalar yapılıyor. Onlara bakıyorum, düşüncelere dalıyorum. Bunlar nasıl dolacak diyorum. Artık eskisi gibi olmayacak çünkü. Çoğu -inşallah olmaz, ama- boş kalacak. Şimdi görüyorsunuz metrekare fiyatları düştü plazaların. Çünkü boşalıyor. Artık bu uzaktan çalışma modeli daha da artacak.
E18	Evet tüm kurumlar, hangi sektör olursa olsun tüm kurumlar, şu an, evet, uzaktan gayet iyi çalışıyorlar. Teknolojik altyapıları bunu sağlayabiliyor.
E20	Sistemden bilgisayara bağlanıp, ana serverlara bağlanıp mailler üzerinden, telefon üzerinden firmalara hizmet vermeyi devam ettirdik. O yönden, verdiğimiz hizmet olarak çok da bir şey olmadı. Firmalardan bir olumsuzluk gelmedi.

Şekil 4’te sektörlere göre kod ilişkileri tarayıcısı verilmektedir. Burada, her bir sektörün çalışma koşulları temasının alt kodlarını değerlendirme durumları verilmektedir. Yatay ve dikey eksenlerdeki kodların kesişim noktalarında bulunan kare figürlerin büyüklükleri bu kodların katılımcılar tarafından birlikte kullanılmalarını ifade etmektedir. Tüm sektörlerin, çalışma koşulları bağlamında en çok teknolojik imkânlar ve bilgi kaynakları kodlarını birlikte değerlendirdikleri görülmektedir. Bunun yanında, finans, havacılık ve tekstil sektörlerinde çalışma ortamı ve çalışma süreleri kodlarının da ön plana çıktıkları ve genellikle birlikte değerlendirildikleri anlaşılmaktadır. Maaş kodunun çalışma koşulları bağlamında tüm sektörlerdeki katılımcılar tarafından birlikte değerlendirilmediği dikkat çekmektedir.



Şekil 4: Sektörlere göre kod ilişkileri tarayıcısı

4.2. Sektöre Özgü Çalışma Koşullarının Analizi

Araştırmanın bulguları arasında tüm sektörlerden gelen katılımcıların ortak değerlendirmeleri Tablo 5’te özetlenmiştir.

Tablo 5: Çalışma koşulları (genel)

- Teknolojiye yapılan yatırımlar, alt yapı sorunları, adaptasyon süreci
- Uzaktan erişim teknolojisinin, eskisi gibi fiziksel yerineliklere ihtiyaç duymaması, internet olan her yerden erişim imkanı
- Mesai saatleri farkındalığının ortadan kalkması, saatlerin uzaması, öğle arasının ortadan kalkması, evde çalışan kişilerin kendilerinden istenen talepleri yerine getirmek zorunda hissetmeleri
- İş yükünde, verimliliğinde artış
- Evden çalışmayla birlikte trafikte geçirilen zamanın kazanılması
- Dijital toplantılarda artış olmasına rağmen toplantı verimliliğinde azalma, iletişim sorunları, anlaşılma/anlama eksikliği, geri bildirim sorunları
- Üst düzey yöneticilerle iletişimin azalması
- Evden çalışmanın siber saldırıya açık olması
- Pandemi kurallarının kurumsallaşamaması
- Pandemiyle birlikte daha çevik BT, daha hızlı çözümler

“Ben, anne babamla yaşıyorum. İkisi de hasta. Babam, Alzheimer. En üst seviye hasta. Kendisi bakım alıyor. Ona da ben bakıyorum. Mesela işten geldiğimiz zaman ben hiç onlarla görüşmüyorum. Sadece babam işte göbekten besleniyor tüple. 2 tane maske, eldiven. Tabi önce elimi iyice dezenfekte ettikten sonra odasına gidiyorum. Bakımını yapıyorum. Bu süreçte onun odasına hiç kimseyi sokmamaya çalışıyorum. Bizim bu taraflarda biraz aile içi ilişkiler çok sık. Savaş da olsa, hastalık da olsa gelip görmeye çalışırlar. Hiçbir şey dinlemiyorlar. Tabi bu gibi şeylerin önüne geçmek için çok mücadele verdim. “Gelmeyin bunlar yaşlı insanlar” diyorum. Geliyorlar, bir de sarılıyorlar. Bunlarla mücadele etmek zorunda kaldım. Bunlara aşı yaptırmaya çalıştım. Önce, bir bürokrasiyle uğraşmak zorunda kaldım. İkisi de 65 yaş üstünde, aşı çıkmadı. Sağlık ocağına gittim. Bunlarla uğraştım. Bir orayla uğraş, bir de burayla uğraş, bir de gelen akrabalarla uğraş. Akrabalar biraz aile büyüklerine çok önem veriyor. İki günde bir geliyorlar. Anlatmaya çalışıyorsunuz, olmuyor. Sonunda, bir kural koydum ben herkese. Dedim, “Kimse gelmeyecek. Eğer kim gelecekse mutlaka ya aşısını olsun ya bilmem neyini olsun gelsin” (E10, Havacılık).

Finans sektörüne özgü çalışma koşulları Tablo 6’da özetlenmiştir.

Tablo 6: Çalışma koşulları (finans)

-
- Evden çalışmada iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili sorunlar, evde ofis sisteminin kurulmasına ilişkin zorluklar
 - Dijital odalar, beş dakikalık kısa toplantılar, dijital odadan üretim tarafının gözleminin yapılamaması
 - Ofisteki turnikelerin yerini uzaktan iş performansını daha iyi ölçen teknolojilerin alması, farklı pozisyonlar için farklı KPI’lar
 - Finans sektöründe yaygın kullanılan Reuters, Bloomberg gibi finansal bilgisayar programlarının evden PC ile bağlanılarak kullanımında çok fazla randıman alınamaması
-

“Elbette ki yüz yüze çalıştığım zaman daha farklı oluyor. Artık bunun verimliliğini ölçümleyebiliyoruz. Kaçta looplamış, ne kadar iş çıkarmış, gün sonunu kaçta kapatmış vs. Bunlar zaten raporlanıyor. O bakımdan ben de gün içinde, bir yönetici olarak kendi ekibime ilave bir stres yüklememeye çalışıyorum. Ama verim düşüklüğü olanlar varsa da onlarla ayrıca iletişim halinde oluyoruz” (E17, Finans).

Sağlık sektörüne özgü çalışma koşulları Tablo 7’de özetlenmiştir.

Tablo 7: Çalışma koşulları (sağlık)

-
- Pandeminin başında geciken tedbirler, ihale usulü alınan malzemelere ve 3M maskelere geç ulaşılması, malzeme eksikliği, temaslılık
 - Temizlik ve yardımcı alt sağlık personelinin koruyucu malzeme erişiminde yaşanan sıkıntılar
 - Salgının başlarında düzen sıkıntısı, hastalar pozitif çıktığında nasıl müdahale edileceğinin bilinmemesi, belirsizlik, sonrasında tedavi yöntemlerinin protokollerle geliştirilmesi
 - Tedaviye gelen hastaların yatışlarının ertelemesi, yoğun kovidli hastalar nedeniyle acil servislerde yatmak zorunda olan hastalar
 - Hasta bakımından sorumlu personelin yoğun iş yükü sebebiyle yıpranması, kıdemli az hemşirelerin daha fazla çalıştırılması,
 - Her gün veya iki günde bir değişen çalışma saatleri, kovidli sağlıkçıların yerine nöbet, değişen yemekhane uygulamaları ve dinlenme usulleri
 - Evinde bebeği, 65 yaş üstü ebeveyni olan sağlık çalışanlarının, evden ve yakınlarından ayrı kalmaları sebebiyle katlandığı zorluklar, mahrumiyet
 - Başlangıçta koruyucu malzeme kullanımının çok katı olması, sonradan gevşemesi
 - Hastanedeki fiziksel şartlar nedeniyle kişi sınırının üzerinde oda kullanımının bulaş riskini artırması
 - Uzun bir süre yoğun bakım ünitelerinden çıkılmaması, uzun vardiyalar, izolasyon
 - Salgının başında hastalığın bulaşma riskine dair abartılmış endişe
 - İzin veya istifa konusundaki taleplerin askıya alınması
 - Yoğun bakımdan emekli olanların sayısının çok olması
 - Mental ve fiziksel olarak yoğun dinlenme ihtiyacı, sağlık çalışanlarının psikolojik destek alması için kurulan KORDEP'in tüm halka açılması ve işlevini kaybetmesi
 - Online terapinin bir ihtiyaç olarak ortaya çıkması ve ona adaptasyon süreci, ekrandan terapötik bağın kurulmasındaki zorluklar
 - Sosyal alanların, toplu kafeteryaların kapatılmasıyla yaşanan izolasyon, bir dış alanın, dinlenme alanının eksikliği
 - Sağlık personelinin, yüksek Covid-19 geçirme oranları
 - Hastalanıp da izne çıkanlarda yapılan kesintiler
 - Başlangıçta bir hekime düşen 18-20 hasta
 - Covid-19 için laboratuvar kurulmasının gecikmesi, ek ödemelerin verilmemesi
 - Polikliniklerin kapatılması, farklı branşlardaki hekimlerin Covid-19 servisinde çalıştırılması,
 - Sosyal yaşam ile iş yaşamı ayrımının kalkması, ev-iş-ev kısır döngüsü ve sürekli temaslı olmak
 - Hastaların maske kullanımına itiraz etmesi, maske demirlerini kullanarak intihara kalkışan psikiyatrik hastalar
-

“Covid’in geleceği Türkiye’ye belliydi. Sonuçta bu pandemi. Bütün ülkeler etkilenecekken Türkiye de bundan etkilenecekti. Hastalar gelmeye başladığında patır patır orada hekim arkadaşlar ve hemşire arkadaşlar hasta olmaya başladı. Bu engellenebilirdi. Nasıl engellenebilirdi? Ateşle gelen hastayı ya da yurt dışı temaslı olan hastayı, cerrahi maskeyle değil de 3M maskeyle en başında yaklaşıp onlara ayrı bir izole alan elde edilebilirdi. Böylelikle hastanede hem sağlık çalışanlarına bulaş engellenip hem de diğer hasta gruplarına bulaş engellenmiş olurdu. Çünkü 3 000 tane hastanın geldiği bir hastaneden bahsediyoruz. Normal Covid riskli hastalar ile normal ayaktan gelen hastalar iç içe alındı. İlk başta, biz her ne kadar buna karşı çıksak da. İlk başta, çok ciddiye alınmadı açıkçası. Sonra artık önlemler alınmaya başlandı, ama yetersiz kaldı” (K17, Sağlık).

“O kadar yoğun çalışıyor ki insan. Çalıştığın zaman ne kadar para kazanıyorsun ne yapıyorsun, hiç bilmiyorsun. Para gidiyor mu, geliyor mu anlamıyorsun. Zaten her şeyi, internette alışverişle yapıyorsun. Para hiç eline değmeden, bir şekilde değişik bir hayat yaşıyorsun aslında. Aslında dünyamda hem para var hem hiç yok. Garip, böyle bir şey” (K16, Sağlık).

“Siperliği taksanız bile, hastanız entübe olsun, ekstübe olsun bütün o solunumu sizin yüzünüze vurabiliyor yani. O yüzden çok bir anlam ifade etmediğini fark edince, insanlara da bir süreden sonra bıkkınlık geldi. Ve yapmamaya, en azından yapsa bile bunu daha az, minimum seviyelerde tutmaya başladık. Korudu mu, bilmiyorum” (K20, Sağlık).

Havacılık sektörüne özgü çalışma koşulları Tablo 8’de özetlenmiştir.

Tablo 8: Çalışma koşulları (havacılık)

-
- Seyahat yasakları, yolcu sayılarının azalması, kargo operasyonunda artış, sağlık/yardım malzemelerinin taşınması amaçlı kargo uçuşlarında artış
 - Uçakların bir kısmının seferden alıkonulması ve parklanması, teknik bakımlara alınması, yolcu uçaklarının kargo uçağı olarak kullanılması
 - Açılan/kapanan sınırlar, İletişim zorlukları, değişen kurallar ile hizmet sürekliliğı,
 - Gelir kaybına rağmen sorumluluk artışı, %30-50 kadar düşük maaş, ek ödenek ve ikramiye kesintileri
 - “Mavi Yaka Sahada, Beyaz Yaka Home Ofis”, hibrit çalışma üç gün evden, iki gün ofis veya 15 gün evden, 15 gün ofis gibi uygulamalar, gönüllülük esaslı çalışma
 - Boş zamanlarda online eğitimler, geliştirici etkinlikler, Covid-19’den korunmak için brifingler, gece gündüz bilgilendirmeler
 - Açılan/kapanan sınırlar, iletişim zorlukları, değişen kurallar ile hizmet sürekliliğı,
 - Bulaşı önlemek için aynı uçuş ekibini daha uzun süre birlikte planlama, aşından sonra 48 saat boşluk bırakılması nedeniyle kokpit/kabin planlamalarında yaşanan aksaklıklar
 - Kısa çalışma ödeneğı, ücretsiz izin, çalışan personele ek ödeme yapılması, işin doğasında işe gelerek çalışma olması, az sayıda personel ile çalışılması, %30 düzeyinde personelin aktif çalışmaya katılması, iş yükü artan mavi yaka çalışanları, çalıştığı halde sadece KÇÖ gelirini alan çalışanların olması,
 - Test merkezlerinin kurulması, her havalimanında PCR testinin yapılamaması
 - Kapalı camlar nedeniyle havalandırma sorunu olan terminal binaları, her dört metrekareye bir personel düşecek şekilde hizmet, boarding salonunda, uçak ambar içinde ve uçak içinde mesafe kuralına uyulamaması
 - Grup dinamiğı olan destekleyici yönetimlerde sorunların çözülebilmesi, krizde sahaya inen yönetici
 - Pandemi sertifikasıyla gelen standardizasyon
 - Uçuş ekibine 24 saat destek olan, soruları yanıtlayan whatsapp iletişim hattı
 - Boarding işlemlerinde reader ile otomasyon, kayıp eşyada temassız teslim
 - Online eğitimlere SHGM’den izin, seslendirmelerinde evden lokal çözümler, çalışanların eğitime artan ilgisi, 10 kişilik sınıflarda, çok molalı mesleki eğitimlerin verilmesi
 - Eğitim seviyesi düşük mavi yaka çalışanlarının, pandemi önlemlerini anlamalarında ve uygulamalarında yaşanan zorluklar
 - Havacılıkta mesleklerin son derece özel olması, alan dışında iş bulma sıkıntısı
 - Evden çalışma konusunda yönetimden teşvik, adapte olunması, daha çok odaklanabilme, araya giren sorular veya sosyalliğın azalmasıyla kazanılan zaman, artan çeviklik
 - Pilotların uçuş öncesi ve sonrası muayeneleri, PCR testleri, kronik rahatsızlıkları (şeker hastalığı, kalp yetmezliğı gibi) olanların yanlarında tecrübeli pilotlarla planlanması, uçuş süreleri kuralında esneme, temaslı veya Covid-19 olanların UDT koduyla uçuşunun 10 gün durdurulması uygulaması, uçuş ekibinin eve dönünce izolasyonu
 - Uçak içinde yolcuların maske takmak istememesi, kabin ekibinin saldırgan yolculara maruz kalması ve zorlukların artması, kabin ekibinin maske ile iletişim güçlüğü
-

“Havacılık içindeki meslek adı dendiğı zaman gerçekten dışarda muhasebeci dendiğinde; muhasebeci, muhasebe yapar. Finans dendiğinde, finans. Harekat memuru deseniz ne anlayacaklar? “Acaba tünelde mi, otobüste mi, uçakta mı çalışıyor? Ne hareketi?” dendiğinde gerçekten farklı bir konusu var. Dolayısıyla bir yere işe girme veya düşünce olduğunda insan geçmişine baktığında “harekat memurluğı yapmışsın, ne olabilir ki?” gibi görülüyor” (E14, Havacılık).

Tekstil sektörüne özgü çalışma koşulları Tablo 9’da özetlenmiştir.

Tablo 9: Çalışma koşulları (Tekstil)

-
- Çalışma süresinin mesai saatleri ile belirlenmiş sınırlarının ortadan kalkması, ilk iki ay karmaşa, sonrasında normalleşme
 - Evden çalışmaya elverişli bir sektör olmaması, evden çalıştığı veya temaslı olduğu için gelmeyenlerin iş yükünün diğer saha çalışanlarının üzerine kalması,
 - Uzaktan bağlanmanın gerekmesi, altyapı sorunları, yaşanan aksaklıklar, uzaktan çalışanlara ücretlerinin verilmemesi
 - KÇÖ’ye ek olarak sadece çalışılan günlerin ücretlerinin yatırılması, KÇÖ alan çalışanların maddi sıkıntılarının olması, geçinmek için ikinci iş zorunluluğu
 - Fabrikanın kapanması nedeniyle kayıt dışı başka yerde çalışanlar olması, kumaş üreticilerinin üretimi durdurması nedeniyle takipten kaynaklı iş yükü
 - Üretimdeki çalışanların temaslı olması halinde ücret kesintisinin yapılması, toplu etkinliklere katılma yasağı, senelik izin deyken çalışmaya devam edilmesi veya izinli olduğunda nerede olduğunun bildirilmesi gibi yeni kurallar
 - Saha çalışmalarının online olarak denetlenmesinin, çalışanların tepkisine neden olması
 - Yoğun Covid-19 vakaları, yakalanmayan çok az kişinin kalması, işe giden kişilerin bulaşma, bulaştırma stresi
 - İlk zamanlarda dezenfektasyon sıkıntısı yaşanması, saha çalışanlarının maske kuralına uyamaması, sonrasında Covid-19 tedbirlerinin yarattığı ilave iş gücü
 - Yöneticilerde artan iş yükü, azalan tahammülleri
-

“Her şeyi sorgulamaya başladılar: Biz çalışıyoruz, biz pandeminin içindeyiz. Onlar neden oradan bağlanıp bizim çalışma koşullarımız ya da bizle alakalı sohbetler, neden buraya gelmiyorlar? Bütün pandeminin stresini biz yaşıyoruz. Mavi yakada öyle bir algı vardı tabi işçi görüşmeleri sırasında” (K1, Tekstil).

Lojistik sektörüne özgü çalışma koşulları Tablo 10’da özetlenmiştir.

Tablo 10: Çalışma koşulları (Lojistik)

-
- Dijital yeterliliklerin artması
 - İnsan kaynağı ihtiyacında artış
 - Çalışanların aynı anda hastalanması nedeniyle ortaya çıkan aksaklıklar
 - Telekonferans yoluyla yapılan dijital toplantılar
 - Çalışma saatlerinin değişmesi
 - Mikro dağıtım merkezleri, konteynir sıkıntısı, sektöre yeni oyuncuların girmesi
 - Tedarik değişimlerinin askıya alınması
 - Demiryolunun devreye girmesi, depo fiyatlarında artış
 - Mavi yakalıların iş yükünün artması, birim zamanda üç katı işlem sayısı
 - Yurt dışı navlun ücretlerinde artış, terminlerde uzama
 - İlk müşteriden son müşteriye kadar maskeli olmak, günde üç dört maske değiştirme
 - Eve teslimlerde maskeyle birlikte, üç adım geride durma, kolonya
 - Kurallara uymayanların yarattığı sıkıntılar
 - İçeride her türlü tedbir alınsa da dışarıya çıkıldığında, toplanma yerlerinde burun buruna kalma
-

Tüm sektörlerde, salgın dönemine ilişkin yaşanan pek çok güçlük ve ikilem tespit edilmiştir. Bu ikilemlerden biri de havaalanlarında yaşanmaktadır. Yolcuları salgından korumak için görevlilerle teması en aza indirecek boarding reader, kiosk gibi pek çok yenilik yanında, hastalığın teşhis edilebilmesi için PCR testleri, vücut ısısı ölçen termal kameralar gibi önleyici çalışmalar yapılmıştır. Yolcu terminalinde, binış kapılarında mesafe kuralına uyulmasına karşın yolcuların uçak içindeki mesafeye uymaları mümkün olmamıştır.

4.3. Çalışanların salgın döneminde yaşadığı güçlük ve ikilemler

Katılımcıların salgın döneminde yaşadığı güçlük ve ikilemlere ilişkin paylaşımlar, Tablo 11’de bir araya getirilmiştir.

Tablo 11: Çalışma Koşullarında Salgına Dair Yaşanan İkilem ve Güçlükler

Katılımcılar	Cümleler/İfadeler
E10	<p>Gece 12’de beni arıyorlar, “Şefim ben öksürüyorum, benim boğazım ağrıyor.” “Ya, tamam” dedim, “Bir hastaneye gidin”. Eskiden olsa bir şeyler söyleseniz ama şimdi hassas bir durum olduğu için bir şey diyemiyorsunuz. Herkes vücudunda herhangi bir belirti olduğu zaman direk şüpheleniyor. Ondan sonra hastaneye gidiyor. Hastaneye gitmeden önce “Ben bunlarla temaslıydım” diyor. Vardiyadan 20 kişi sayıyor. Vardiyadan 20 kişi temaslı. Vardiyada bir tek ben kalıyorum. Böyle durumları da atlattık çok şükür.</p> <p>Dışarıyı kontrol edemiyoruz. İş yerinde şirketimiz eş zamanlı değişik genelgeler yayınlıyor Covid’le ilgili. Onları her daim uygulamaya çalışıyoruz. Ama dışarda bir türlü müdahale edemiyoruz. Çünkü çevre illerden, çevre köylerden geliyor. Bir yemeğe gidiyorlar, yemekte 20 kişi, 30 kişi. Bir düğüne gidiyor. İstedığınız kadar uyarıları yapın bir türlü durduramıyorsunuz.</p> <p>Çalışanlar “Ya, siz bize mesafeden bahsediyorsunuz, serviste yan yana oturuyoruz.” Böyle çelişki içerisinde gelenler oluyor. Aranızda servise mesafe var. “E, olsun mesafe 1,5 metre. Bununla ne olacak?” diyor. Bir şey olmaz gibisinden vurdumduymaz tavırlar içerisine giren personellere yaptırım yapmak zorunda kalıyoruz.</p>
E11	<p>En büyük handikapımız mavi yakada. Biz bu kadar tedbir alırken, ambarın metreküpbünü biliyorsunuz, maskem de olsa, mesafeyi de anlatsam, temizliği de anlatsam yan yana o insanlar o bagajı yüklemek durumunda. Arkadaşlarımız da bundan gidiyor. İnsanların sağlığını koruyabilmek için maalesef ceza da vermek zorunda kalıyoruz. Sözlü cezalar bunlar. Çok da moral, motivasyon yıkılmamak için. Ambarda yan yana duran insanı dinlenme alanında mesafeyi ihlal ettiği için ceza verdiğiniz zaman kendinizde de şüphe duyuyorsunuz.</p>
E12	<p>Tabii ki nedir, çocuğumuza sarılamıyoruz, insanlarla yüz yüze gelemiyoruz. Olabildiğince hayattan koştuk. Bir nevi robot gibi internet ortamından. Ya da kokpite giriyoruz, 13-14 saatlik uçuş. Maskeyi takayım mı takmayayım mı? Takmıyorum yani. Test ediyorum, arkadaşlara soruyorum. Çok gezen tozan biriye biraz dikkat ediyorum. Ama aile babası, titiz biriye pek şey yapmıyoruz.</p> <p>Çok özel kıyafetlerle bizi vebalı gibi tekrar teste tabi tutuyorlar ve odayı terk etmemize müsaade etmiyorlar</p>
E13	<p>Ne kadar yolcuları kioska veya drop off baggage kısmına yönlendirsek de bir şekilde onların bagajları olsun veya ambar içerisindeki arkadaşların yakın olmasından kaynaklı olarak illa bir şekilde bu bulaş riski oluyor.</p>
E14	<p>Otuz yedi derece ateşle gelip, ateş düşürücü kullanıp, sonra da kişinin korona çıkması. Aynı vardiyadaydık. Herkes yetişkin insanlar. “Hadi git, hadi git” veya ne yapacaksın, dövecek misin gitmesi için? Bir bayan arkadaşımızdı bir de. Şiddet dedik ya. Ondan sonra “Ne yapabilirim? Git yani artık yanımızdan. Artık kötü söz mü söyleyelim, ne diyelim? Git artık!” O aslında bize bir şiddet uygulanmış oluyor resmen, işin özünde. Çünkü kötü bir dönem var. Yazlığa gitmiş. Yazlıkta belli bir dönem geçirmiş. Kapanmış birilerinden belli. Ateşi çıkmış, kendini kötü hissediyor. “Her yerim ağrıyor” diyor, ama işe geliyor. Ve bunu sonra söylüyor. Ondan zaten bir saat sonra falan artık yöneticilere ulaşmaya başladık ki bu artık gitsin yanımızdan diye.</p> <p>Bir de fotoğraf var bir tane, geçenlerde gördüm. Yolcular, boarding sırasında sıra bekliyorlar, bir buçuk metre ara. Ama uçağın içinde yan yana oturuyorlar, otuz santim arayla. Dolayısıyla neye önlem alınacak, nasıl önlem alınacak, kime önlem alınacak, neye göre önlem alınacak veya alınacak önlem ne kadar yeterli?</p>
E21	<p>Yukarı çıktım, müşterimin kapısına geldim, ziline bastım, ürünleri kapı eşiğine koydum, üç adım geri çekiliyorum. Buna “Üç adım geride durma kuralı” diyoruz. Dolayısıyla maskenizi taktınız mı, gün içerisinde değiştirdiniz mi, aracınızda yedek maskenizi buldurdunuz mu kullanacağımız maskeler haricinde, alkollendiniz mi, mesafenizi iyi ayarlayıp karşınızdakinden uzak durdunuz mu? Bu suretle işleminizi yaptığımız takdirde herhangi bir sorun, sıkıntıyla karşılaşmadan yola devam etme olasılığımız daha yüksek oluyor. Bu üçlüyü gerçekten başarılı bir şekilde yerine getirirseniz tahmin ediyorum ki şu dönemde ayakta kalma olasılığımız daha yüksektir.</p>
E22	<p>Maskeyi çıkardıkları zaman da arkadaşı uyarıyoruz. Veya katı disiplin uyguladığımızda, akşam bu adam eve gidiyor, kime gidiyor, hangi mahalleye gidiyor, mahallesindeki adam kimlerle görüştü, nasıl bir yaşam tarzlarına sahipler, nasıl bir ekonomik yapıda, nasıl bir eğitim seviyesinde, kendini nasıl koruyor? Bu adam iş yerine sabah gelecek, yeniden kurumsal kimliğimi dayatacağım ve şirketi ve onu korumuş olacağım. İmkansız! Rampaya çıkıyoruz. Tır yanaşiyor. Parsiyel yüklenmiş bir tırı palet olmadığı için forkliftle değil, insan gücüyle indiriyorsunuz. Sabah 10-12 tane tır geliyor. 10-12 tane tır için 70-80 tane yüklemeci eleman almanız gerekir. Bunlar, bu arabanın içine giriyor çıkıyor, giriyor çıkıyor. Maske taksa ne olur bunlar?</p>

Katılımcılar	Cümleler/İfadeler
K17	Hastalarla, çoğuyla aslında temaslı hale geldik ilk başlarda. 3M maskelere kendi imkanımızla zor ulaştık. Kendimiz çeşitli sağlık kurumlarına, sivil toplum kuruluşlarına mesajlar, mailler atarak sarf malzemesinin getirilmesi üzerine taleplerimiz oldu. Yaklaşık 1-2 hafta sonra, o sarf malzemesi fazlasıyla geldi ama o ilk 1-2 haftalık süreçte, özellikle 2 haftalık süreçte ciddi anlamda o malzemeden eksik kaldık.

5. Sonuç ve Tartışma

Çalışmaya dahil edilen tekstil, havacılık, finans, lojistik ve sağlık olmak üzere beş sektörün her birinin salgına ilişkin deneyimleri, çalışma koşulları, teknolojik imkanlar, bilgi kaynakları, maaş ve çalışma süresi gibi temel belirleyiciler üzerinden birbiriyle karşılaştırılmıştır. Ayrıca her bir sektöre ilişkin çalışma koşulları tablolar aracılığıyla özetlenmiştir.

Bu çalışmada görüşmecilerden toplanan veri setlerinin analiziyle elde edilen bulgular, araştırmada kullanılan temalar arasında yer alan “Teknoloji” ile “Bilgi Kaynakları” arasında güçlü bir ilişkinin varlığını ortaya çıkarmıştır. Bu bakımdan araştırmanın en önemli sonucu, çalışma ortamını belirlemesi açısından teknolojik imkanlar ve bilgi kaynaklarının önemini gözler önüne sermesi ve buna bağlı olarak salgında evlerine kapanmak zorunda kalan çalışanların iş yeri kavramına dair yaşadıkları paradigma değişikliğinin açığa çıkarılmasıdır. Salgın öncesinde iş yeri kavramı, ulaşmak için kilometrelerce yol gidilen, yoğun trafik olduğunda varılması saatleri bulan yer-mekan olarak tanımlanmaktaydı. Karantinayla birlikte sokağa çıkma yasağının bir sonucu olarak evden dışarı çıkamayan kişiler, işyerlerine gidememişler, bunun yerine buldukları mekandan internet aracılığıyla istihdam edildikleri iş ortamına bağlanmışlardır. Salgın öncesinde iş yerine gitmek, mekân değişikliğini gerektiren; salgın sonrasında internete bağlanılabilen herhangi bir yer, iş ortamına bağlanmak için yeterli hale gelmiştir. Bu sayede iş yeri sadece mekan değişikliğini gerektiren ve ulaşılan bir yer olmaktan çıkmış, tek bir tıkla erişilebilir bir ortam olarak da tanımlanır olmuştur. Ayrıca iş yerine ulaşan ile iş ortamına erişen çalışanların deneyimlerinin farklılaştığı da görülmüştür. Özellikle bilgi işlem teknolojisi çalışanları, internete bağlanabildikleri tüm mekanlardan tek bir tıkla iş yeri ortamına erişebilmişler, finans çalışanları kalıcı olarak iki gün iş yerine gitmek, üç gün evden çalışmak şeklinde hibrit bir çalışma modeli benimsemişlerdir.

Sadece çalışanlar değil, işverenlerin de uzaktan çalışmak konusundaki bakış açısı önemli oranda değişmiş görünmektedir. Başlangıçta uzaktan çalışmaya ön yargılı bakan, uzaktan çalışılabileceğine inanmayan işveren/yöneticiler bizzat yaptıkları ölçümlerle uzaktan çalışmanın son derece verimli bir yöntem olduğunu görmüş, bu yeni iş yapış şeklini salgının ilk birkaç ayında benimsemişlerdir. Bu değişim, uzaktan çalışmaya elverişli iş kollarını, iş yerinden bağımsızlaştırmıştır. Dahası, işini yapmak için iş yerine gitmesi gerekmeyen, şehrin kalabalığından, yorucu keşmekeşliğinden bunaldığı için daha sakin yerlere göçmek ile ilgili hayalleri olan kent insanları, bu bağımsızlaşmayı hayallerini hayata geçirebilecekleri bir fırsat olarak değerlendirmişlerdir. Sonuç olarak, çalışan insanlara salgınla birlikte iş yeriyile sınırlandırılmamış yeni bir dünyanın kapıları açılmıştır.

İş yerinden bağımsızlaşmanın, daha şimdiden boş kalan plazalarla kendini gösterdiği ve gelecekte pek çok olası sonucu doğuracağı varsayılmaktadır. Bunlardan ilki, günümüz teknolojisiyle şimdilik iki boyutlu oluşturulabilen iş ortamlarının, arttırılmış gerçeklikle oluşturulan kolektif sanal alanın (*Simulation, metaverse*) entegrasyonundan doğan yeni sanal iş ortamlarıdır.

Çalışmada salgınla mücadele etmek için alınan önlemlerin kurumsallaştırılmadığı ve buna bağlı olarak çalışanlarca salgınla başa edebilmek için yürürlüğe giren kuralların tam anlamıyla içselleşmediği görülmüştür. Önlemlerin uygulanmasıyla ilgili yaşanan ikilem ve zorluklar, salgının yükünü daha da arttırmıştır. Araştırma verilerine göre çalışanların, işverenler/yöneticiler tarafından denetlendiğinde iş yerinde geçirdikleri süre boyunca maske, mesafe, hijyen gibi kurallara uyduğu görülse bile, iş dışında geçirilen zamanlarda bu kurallara riayet edilmediğinin gözlemlendiği, iş dışındaki yaşamın kontrol edilememesinin doğal bir sonucu olarak iş yerinde salgını alınan önlemlerin tek başına yeterli olmadığı, hatta işlevsiz bıraktığı ifade edilmiştir. Salgın önlemleri kapsamında, hastalıkla ilgili kabulün geç olması, toplumsal anlaşma olmaksızın uygulamaya geçilmesi, hacdan gelenleri ziyaret, askere gidene uğurlama, sarılarak selamlaşma, hasta ziyaretleri gibi yaşam pratiklerinin devam ettirilmesi Covid-19 ile mücadelede zorluklar arasında sayılmaktadır (Ünlü ve Çiçek, 2020:101-107) Yapılan işin şekli, işin yapıldığı alan, işin tek kişiyle veya ekip olarak yapılması gibi parametrelerin belirlediği çalışma koşullarının, alınan önlemlerin uygulanmasında elverişli olmaması salgında yaşanan ikilemler olarak dikkat çekmektedir.

Salgınla birlikte uzaktan erişim teknolojisi ile işyerinde fiziksel olarak bulunmak dışında hiçbir seçeneğin olmadığına dair sınırlı iş yeri anlayışı, sanal, iki boyutlu ve internet olan her yerden erişilebilecek bir çalışma ortamı seçeneği ile birlikte yeni bir boyut kazanmıştır. Diğer bir deyişle, işyerinin sadece fiziksel bir mekana bağlı olarak görüldüğü mekan sınırlı işyeri anlayışı değişmiştir. Diğer yandan simülasyonlar aracılığıyla kurgulanmakta olan yeni dünyanın varlığı, her geçen gün daha fazla kendisini belli etmektedir. Bu nedenle, bu düzene bağlı değişimleri ele alan araştırmaların yapılmasının önemi artmıştır. Gelecekte yapılacak araştırmalar arasında, uzaktan çalışmayla birlikte fiziksel bir iş yerinden sanal iki boyutlu bir ortama geçen çalışanın bu yeni durumdan nasıl etkilendiği, yaşanan izolasyon nedeniyle açığa çıkan yalnızlık duygusu ve bu duygunun tetiklemesiyle doğabilecek diğer başka psikolojik sorunlar, iş yerinin fiziksel ortamından mahrum kalan çalışanların aidiyet duygusunun azalması ve buna bağlı olarak ekonomik bağımsızlık taleplerinin artması konuları önerilebilir. Ayrıca uzaktan çalışma durumunun örneğin freelance işgücündeki değişim ve GİG ekonomisine yansımaları (Erdoğan ve Çiğdem, 2018) konularının araştırılması da literatüre katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Akçaoğlu, A. (2021). “Tedirgin etkileşim salgın döneminde gündelik hayatın dönüşümü”. İçinde Aykan, B. ve Bilginer, O. (Yay. haz.) *Salgın halleri: covid-19 ve toplumsal eşitsizlikler*. Ankara: Nika Yayınevi.
- Asu, G. ve Gemlik, N. (2020). Covid-19 Pandemisi Sürecinde Sahada Olan Sağlık Çalışanlarının Yaşadıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Journal of Health Services and Education*, 4(2), 45-52.
- Aydın, D.H. (2021). “Covid-19 bağlamında hukuksal düzenlemeler ve toplumsal yaşamdaki etkileri hakkında bir değerlendirme”. İçinde Aykan, B. ve Bilginer, O. (Yay. haz.) *Salgın halleri: covid-19 ve toplumsal eşitsizlikler*. Ankara: Nika Yayınevi.
- Aytun, U. ve Özgüzel, C. (2020, 12 Nisan). Türkiye'nin evden çalışması mümkün mü? <https://sarkac.org/2020/04/turkiyenin-evden-calismasi-mumkun-mu/> Erişim tarihi: 02.05.2022
- Aziz, A. (2013). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri ve teknikleri* (7. baskı). Ankara: Nobel Yayınları.
- Azzopardi, E. and Nash, R. (2016). A framework for island destination competitiveness - perspectives from the island of Malta. *Current Issues in Tourism*, 19(3), 253-281.
- Baş, T., Çamır, M. ve Özmaldar, B. (2008). *Nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Carli, L. (2020). Women, gender equality and covid-19. *Gender in Management: An International Journal*, 35(7/8) 647-655.
- Castells, M. (1996). *The Rise of the network society*. Oxford: Wiley- Blackwell.
- Ciolfi, L. and Lockley, E. (2018). From work to life and back again: examining the digitally-mediated work/life practices of a group of knowledge workers. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)* 27(3-6), 803-839.
- Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2019). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı* (10. baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Çoban, F., Durdu, D., Oktay, M., Şeker, K. (2021). Evde Kalamayanlar: Genel Bir Değerlendirme. <https://uni-versus.org/dergi/01/02.pdf> Erişim tarihi: 05.05.2022
- Erdoğan, E. ve Çiğdem, S. (2018). GİG ekonomisi ve freelance işgücünün yükselişi: freelancer.com platformu üzerinden bir literatür taraması ve değerlendirme. *ICPESS (International Congress on Politic, Economic and Social Studies)*, 4.
- Ganioğlu, Z. (2021). Küresel salgın dünyasında işçi sınıfı belirginleşen ve derinleşen eşitsizlikler. İçinde Aykan, B. ve Bilginer, O. (Yay. haz.) *Salgın halleri: covid-19 ve toplumsal eşitsizlikler*. Ankara: Nika Yayınevi.
- Kalkın, G. (2021). Covid-19 ve havacılık sektörünün geleceği: havacılık yönetimi kapsamında bir değerlendirme. *Journal of Aviation*, 5(1), 53-63.
- Karimivand, F. (2021). Covid-19 ve sosyo-ekonomik sonuçları: literatür incelemesi. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 47-61.
- Kılıç, Y. (2020). Borsa İstanbul'da COVID-19 (Koronavirüs) Etkisi. *Journal of Emerging Economies and Policy*, 5(1), 66-77. e-ISSN: 2651-5318.
- Korkmaz, A.V. (2020). Covid-19'un işçiler üzerindeki etkileri ve bir dizi çözüm önerileri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD) Eurasian Journal of Researches in Social and Economics (EJRSE)*, 7(5), 114-132.
- Koronavirüs Covid-19 Dünya Haritası (2021, 25 Eylül). <https://corona.cbddo.gov.tr/> Erişim tarihi: 10.05.2022
- Kramer, A. and Kramer, K. Z. (2020). The potential impact of the covid-19 pandemic on occupational status, work from home, and occupational mobility. *Journal of Vocational Behavior*, 119, 103442.

- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: an introduction to its methodology* (Second ed.). Thousand Oaks, USA: Sage Publishing.
- Kuckartz, U. and Radiker, S. (2019). *Analyzing qualitative data with MAXQDA*. New York, USA: Springer International Publishing. ISBN 978-3-030-15671-8 (eBook)
- Meçik, O., Aytun, U. (2020). COVID-19 Döneminde Eşitsizlikler: Çalışma İçerikleri ve Ücretler. *Emek Araştırma Dergisi*, 5(2), 1 - 26.
- Milliyet (2022, 01 Ocak). 'Acele et' baskısı ölüme götürüyor! '300 arkadaşımızı kaybettik'. Erişim adresi: <https://www.milliyet.com.tr/gundem/acele-et-baskisi-olume-goturuyor-6685261#:~:text=%C4%B0stanbul%20Motosikletli%20Kuryeler%20Derne%C4%9Fi%20Ba%C5%9Fkan%C4%B1,300%20gencin%20hayat%C4%B1n%C4%B1%20kaybetti%C4%9Fini%20s%C3%B6yledi> Erişim tarihi: 12.05.2022
- O'Reardon, M.E. and Rendar, M. (2020). Managing security risk: how covid-19 pandemic and work-from home arrangements pose new security considerations. *Employee Relations Law Journal* 46(2), 63.
- Pijet-Migoń, E. (2020). Empty sky over the world - passenger air transport in the first weeks of the 2020 pandemic. *Prace Komisji Geografii Komunikacji PTG*, 23(2), 20-27.
- Seyidoğlu, H. (2003). *Bilimsel araştırma ve yazma el kitabı* (10. baskı). İstanbul: Kurş Matbaası.
- Türk Tabipleri Birliği (2022, Nisan). Pandemi Sürecinde Türkiye'de Sağlık Çalışanı Ölümünün Anlattığı Erişim adresi: https://www.ttb.org.tr/kutuphane/sc_olumleri.pdf Erişim tarihi: 07.04.2022
- UNESCO (2020). Covid-19 impact on education. <https://en.unesco.org/covid19/educationresponse> Erişim tarihi: 19.12.2021
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi* (4. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünlü, H. ve Çiçek, E. (2020). Salgın hastalıklardan koruma ve kontrol önlemleri, covid-19 pandemisi ile mücadele ve yaşanan güçlükler. *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 8(1), 101-107.
- Williams, M. (2020, 19 May). Coronavirus class divide – the jobs most at risk of contracting and dying from COVID-19. <https://theconversation.com/coronavirus-class-divide-the-jobs-most-at-risk-of-contracting-and-dying-from-covid-19-138857> Erişim tarihi: 25.05.2022
- Yetiz, F. (2021). COVID-19 Pandemi Sürecinin Türk Bankacılık Sektörü Çalışanlarına ve Müşterilerine Etkileri: Swot Analizi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (22), 109-117.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (5. baskı). Ankara: Seçkin Yayınları.

TARIM- GIDA BÜTÜNLEŞİK TEDARİK ZİNCİRİ TASARIMI: DOMATES ÜRÜNÜ UYGULAMASI

Atiye TÜMENBATUR¹, Mehmet TANYAŞ², Emre ÇAKMAK³

Öz

Geleneksel tarım-gıda tedarik zincirlerinde ürüne değer katmayan birden fazla aşama olup ürünlerin kalitesini ve fiyatını olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrıca tarım-gıda ürünlerindeki enflasyon Tüketici Fiyat Endeksini de doğrudan etkilediğinden zincir üzerinde yapılacak iyileştirmelerin nihai tüketiciye katkısı yüksek olacaktır. Bu çalışma kapsamında tarım-gıda tedarik zincirinde değer yaratmayan katmanların olmadığı ve bütünleşik bir yaklaşımla iş birliğine dayalı bir metodoloji geliştirilmiştir. İlk aşamada ilgili paydaşlar sisteme kabulü ve operasyon süreçleri için Analitik Hiyerarşi Süreci (Analytic Hierarchy Process-AHP) yöntemi ile ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Daha sonra Ortaklaşa Planlama, Tahmin ve İkmal (Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment- CPFR) yaklaşımı çerçevesinde; doğrusal programlama yöntemiyle en uygun tedarik zincirleri belirlenerek kapasite dengelemesi yapılmıştır. Çalışmanın son kısmında ise metodoloji kapsamında kullanılan yöntemlerin doğrulanmasını gerçekleştirmek üzere domates ürünü üzerine bir uygulama AIMMS modelleme paketi üzerinde analiz edilmiş, elde edilen bulgular ve sonuçlar verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tarım-Gıda Tedarik Zinciri, Tarım-Gıda Değer Zinciri, Analitik Hiyerarşi Süreci, Ortaklaşa Tahmin Planlama ve İkmal, Doğrusal Programlama

JEL Sınıflaması: M11, Q10, S19

AGRI-FOOD SUPPLY CHAIN HOLISTIC DESIGN: TOMATO PRODUCT APPLICATION

Abstract

In traditional Agri-Food supply chains, there is more than one stage that does not add value to the product, which negatively affects the quality and price of the products. Since inflation in agri-food products directly affects the Consumer Price Index, improvements in the chain will have a high contribution to the consumer. Within the scope of this study, a collaborative methodology has been developed with an integrated approach and without layers that do not create value in the agri-food supply chain. At the first stage, the relevant stakeholders were evaluated separately for their acceptance into the system and the operation processes with the Analytic Hierarchy Process (AHP) method. Then, within the framework of the Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment (CPFR) approach; The most suitable supply chains were determined by linear programming method and capacity balancing was made. Finally, an application on tomato product was analyzed on the AIMMS modeling package in order to verify the methodology, and the obtained findings and results were given.

Keywords: Agri-Food Supply Chain , Agri-Food Value Chain, Collaborative Planning Forecasting and Replenishment, Analytics Hierarchy Process, Linear Programming.

JEL Classification: M11, Q10, S19

¹Dr. Öğr. Üyesi, Maltepe Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, atiyetumenbatur@maltepe.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5570-0501

²Prof. Dr., Maltepe Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, mehmettanyas@maltepe.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8934-3787

³Dr. Öğr. Üyesi, Piri Reis Üniversitesi, Mühendislik Fakültesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü, ecakmak@pirireis.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3406-3144

1. Giriş

Günümüzde gıda sektörü hızla değişmektedir. Buna bağlı olarak gıda tedarik zinciri de üreticiler, işleyiciler ve perakendeciler arasında daha kısa ve bağımsız taşımacılık faaliyetlerinden lojistik faaliyetlerin bütünleşik olarak yürütüldüğü operasyonlara doğru gelişmektedir. Bu çerçevede tarım-gıda tedarik zinciri yönetimi başlı başına bir araştırma disiplini olarak gelişmekte olup yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası tüm alanları kapsamaktadır. Genel olarak daha uzun vadeli, daha büyük ölçekli, programlanmış, bilgi paylaşımının önemli olduğu, giderek daha güvenilir, daha şeffaf, tarafların sorumluluklarının tanımlandığı ve rekabet avantajının korunduğu tarım-gıda tedarik zincirindeki aktör sayısı da zincirin yapısına bağlı olarak farklılaşmaktadır. Tarım sektörünün de hedefleri arasında yer alan gıda güvenliği ve güvencesinin önemli olduğu içinde bulunduğumuz süreç ve bundan sonraki dönemlerde sürdürülebilirliği sağlamak ve gıda sistemlerinin esnekliğini artırmak için tarım-gıda tedarik zincirlerindeki aksaklıkların önüne geçilmesi gerekmektedir. Özellikle raf ömrü kısa olan taze meyve ve sebzelerin belirli süre içinde tüketilmesinin gerekliliği ürünlerin nihai tüketiciye hızlı ve aynı kalitede ulaştırılması büyük önem taşımaktadır.

Dünya üzerindeki kaynakların yarısı gıda üretiminde kullanılmakta olup gerek bu kaynakların aşırı kullanımı gerekse gelirle orantılı olarak değişen yaşam tarzı ve beslenme alışkanlıkları tarım-gıda tedarik zincirinde kaynakların verimsiz kullanılmasına neden olmaktadır. Tüketici talebi karşılanırken üretici maliyetlerinin göz önüne alındığı etkili stratejilerin oluşturulması karmaşık olduğundan bütünleşik sistemlerin oluşturulması önemlidir.

Chen vd. (2009) gıda tedarikçilerinin müşteri gereksinimleri çerçevesinde taze gıdaları maliyet unsurlarını içeren bütünleşik olarak tasarlanmış üretim çizelgesi ve teslimat güzergahlarının yapılmasının önemli olduğunu belirtmişlerdir.

Gigler vd. (2002) tarım tedarik zincirlerinde ürünlerin kalitesine yönelik olarak doğrusal programlama (Linear Programming-LP) modeli kullanan bir optimizasyon yaklaşımı oluşturmuşlardır. Tarım tedarik zincirlerini optimize etmek için önerilen LP modeli MATLAB programında geliştirilmiş ve optimum çözümler belirlenmiştir.

Ahumada vd. (2009) tarımsal ürünlerin üretim ve dağıtım planlaması alanındaki çalışmaları içeren bir literatür araştırması yapmışlardır. Tarım-gıda tedarik zinciri konusunda başarıyla uygulanmış modelleri, plan kapsamaları ve ürün türleri gibi özellikler altında sınıflandırarak geleceğe yönelik bazı gereksinimler belirlemişlerdir.

Ahumada ve Villalobos (2011) çalışmalarında bozulabilir tarım ürünlerinin hasat dönemi ve ürünlerin dağıtım planlaması için bir model geliştirmişlerdir. Karmaşık ve değişen ortamlarda, ürünlerin hasatı, ambalajlanması ve dağıtım süreçlerine yönelik üreticilere yardımcı olacak karma tamsayı bir model önermiştir.

Chen ve Haihong (2013) ise tarım ürünlerinin dağıtım sistemleri kapsamında üç mevcut modeli nicel olarak optimize etmiştir. Tarımsal üretim ve kooperatif merkezli dağıtım sistemlerine tedarik zinciri simülasyon modeli uygulaması ile tüm tedarik zincirlerinin temel performans göstergelerini değerlendirmişlerdir.

Folinas vd. (2013) yalın düşünme perspektifi ile tarım-gıda tedarik zincirlerinde yeşil tedarik zinciri ve lojistik yönetimi girişimlerini desteklemeye yönelik yaptıkları çalışmada; tarım-gıda değer zincirinde değer yaratmayan faaliyetleri değer zinciri haritalama (Value Stream Mapping -VSM) modeli uygulayarak ilgili çalışmanın yeşil tedarik zincirinin oluşturulması için etkin ve verimli bir araç olabileceğini belirtmişlerdir.

Tarım ürünleri tedarik zincirine bütünsel bazda bakan tek çalışma Tsolakıs vd. (2014) ait olup çalışma sadece kavramsal düzeydedir. Çalışmada tarım-gıda tedarik zincirinde operasyonel, taktiksel ve stratejik kararlar ele alınmıştır.

Sanjaya ve Perdana (2015) yerel çiftçinin ürettiği domates ürününün yapısallaştırılmış pazarda satılmasına yönelik bir lojistik model geliştirmişlerdir. Bu modelde durum değişikliği ile simüle edilen farklı bir simülasyon yaklaşımı kullanılmıştır.

Ferreira vd. (2016) yaptıkları çalışmada Brezilya'da mevcut portakal üretimi ele alınarak endüstriyel işleme kapsamındaki sistem dinamiklerini dikkate alan entegre planlama modeli geliştirmiştir. Geliştirilen sistemde simülasyon çalışması desteklenmiştir.

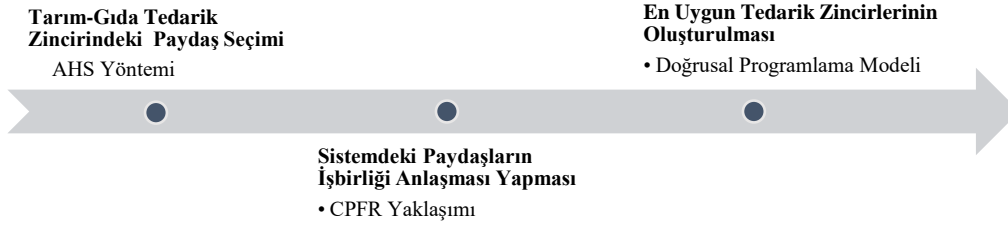
Behzadi vd. (2017) çalışmalarında kivi ürünü kullanılarak tarım-gıda tedarik zinciri ağı içerisindeki stratejik ve taktiksel problemler bir arada ele alınmıştır. Tarım ürünlerinin hasat zamanı ve verim riskinin azaltılmasına yönelik oluşturulan güçlü ve esnek bir stratejinin performansını analiz etmek için Karma Tamsayı Doğrusal Programlama modeli uygulanmıştır.

Fang ve Leung (2009) tarım-gıda tedarik zincirine yönelik CPFR yaklaşımını önermişlerdir. İki kademeli bir tedarik zincirini, çok kademeli bir tedarik zincirine genişleterek n-katmanlı bir CPFR modeli oluşturulmuş ve iş birliğine dayalı taşımacılık kavramı modele entegre edilmiştir. Çalışmada ortaya koyulan model bir vaka üzerinden analiz edilmiştir.

2. Metodoloji

Bu çalışma kapsamında tarım-gıda tedarik zincirinde mevcut süreçteki problemlerin bütünsel olarak çözümüne yönelik bir metodoloji geliştirilmiş ve uygulanmıştır. Mevcut sistemdeki zincirde ürünlerin nihai tüketiciye ulaştırılmasında katma değer yaratmayan birçok süreç bulunduğundan ürünlerin bozulması ve gıda atığı oluşmasının yanı sıra maliyetleri de olumsuz yönde etkilemektedir. Ürünün hasadından başlayıp tüketiciye ulaşana kadarki süreçte ve tüketici tarafında oluşan kayıplar ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre farklılıklar göstermektedir. Üretim, hasat ve işleme sürecindeki tedarik zinciri boyunca meydana gelen ürün kayıpları doğru olmayan hasat tekniklerinin kullanımı, depolama, soğuk zincir, paketleme gibi alanlarda mali yetersizlikler, yönetim ve teknik yetersizliklerden kaynaklanmaktadır. Bu kapsamda zincir boyunca değer yaratmayan faaliyetlerin ortadan kaldırılarak yalın ve bütünleşik sistemlere geçilmesi gerekmektedir.

Bu çerçevede tarım-gıda bütünleşik tedarik zinciri tasarımı için geliştirilen uygulama metodolojisi Şekil 1'de görülmektedir.



Şekil 1: Tarım-Gıda Bütünleşik Tedarik Zinciri Uygulama Metodolojisi

Ürünlerin, sertifikalandırılmış tarımsal ürün üreticileri, üretici birlikleri veya üretim şirketleri tarafından üretilerek, sertifikalandırılmış lojistik şirketler ve/veya taşıyıcılar aracılığıyla tedarikçiden üreticiye, üreticiden nihai müşteriye ürün akışının oluşturulması öngörülmüştür. Önceden belirlenen standartlara ve bu standartların sağlanmasına dayalı çekme esaslı çalışacak bu sistemde, öncelikle öngörülen standartlar uygun olarak sisteme girecek olan tedarikçi, üretici ve lojistik işletmelerin seçilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede ilk aşamada, sisteme dahil olacak tedarikçi, üretici ve lojistik işletmelerin çok kriterli karar verme yöntemleri ile sisteme alınması öngörüldüğü için AHS yöntemi kullanılmış ve uzman görüşleri alınarak her bir paydaş için ayrı ayrı değerlendirmeler yapılmıştır. AHS, 1970'li yıllarda Thomas L. Saaty tarafından geliştirilen ölçme ve karar verme için kullanılan ve karmaşık karar problemlerinde, karar kriter ve seçeneklerine göreceli önem değerleri verilmek suretiyle, yönetsel karar mekanizmasının çalıştırılmasına dayalı bir süreçtir (Saaty, 1977). Operasyon sürecinde ise üretici ve lojistik işletme eşleştirilmesi için tekrar AHS yöntemi uygulanarak üreticiye bir sipariş geldiğinde en uygun lojistik işletmenin eşleştirilmesi gerçekleştirilmiştir.

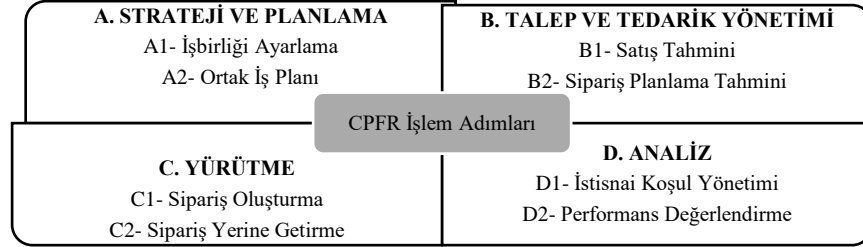
İkinci aşamada CPFR yönteminin ilk adımını oluşturacak şekilde paydaşlar arasında iş birliği anlaşmalarının yapılması öngörülmektedir. Sonraki aşamada ise doğrusal programlama yöntemi ile zincir boyunca talep ve arz dengesini oluşturacak en uygun tedarik zincirleri belirlenmekte ve talepler yakınlık ve AHS puanı kriterlerine göre zincirlere atanmaktadır.

Bu çalışmada, üç tedarikçi, üç üretici ve üç lojistik işletmeden oluşan tarım-gıda tedarik zincirinin kapasite planlaması için bir doğrusal programlama modeli önerilmiştir. Modelin amacı, talebi karşılayacak ve kapasite kısıtlarını aşmayacak şekilde zincirin toplam AHS 'si ile zincir üyelerinin birbirlerine yakınlığından oluşan toplam puanı en büyükmektir. Böylece model, puanı en büyükleyecek şekilde zincirlere sipariş atayacaktır. Miktar ataması olmayan zincirler kullanılmamış olacaktır.

2.1. Ortaklaşa Tahmin, Planlama, Tahmin Ve İkmal Yaklaşımı (CPFR)

CPFR yöntemi, arz ve talep tarafları arasındaki farklılıkları azaltmak için Endüstriler Arası Ticaret Standartları Gönüllüleri Derneği (VICS-Voluntary Inter-Industry Commerce Standards) tarafından geliştirilen bir iş süreç modelidir. CPFR sistemde yer alan tarafların üretim, stok, lojistik maliyetler gibi maliyet unsurlarını azaltan ve sürecin verimli yönetilmesini sağlayan bir metodolojidir. Burada müşteri talebini karşılamaya yönelik olarak bilgi teknolojilerinin etkin bir şekilde kullanımıyla tedarik zinciri boyunca ürünlerin görünürlüğü ve izlenebilirliği sağlanabilmektedir.

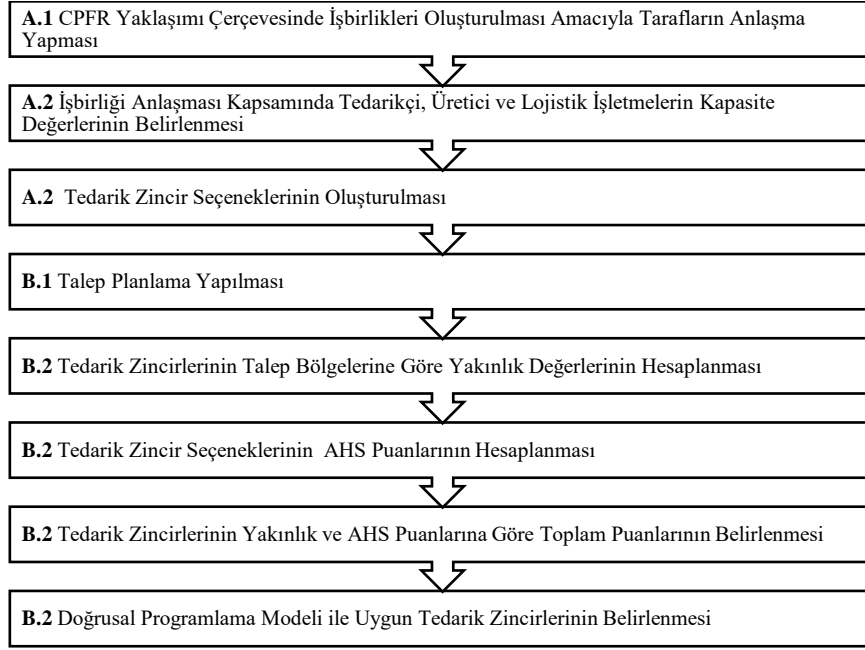
Ürün ve bilgi akışı sağlanarak zincirdeki ihtiyaçlar sürekli güncellenebilmekte geniş perspektiften bakılınca uçtan uca tedarik zincirleri daha verimli hale gelebilmektedir. İşbirliği anlaşması çerçevesinde ilgili tüm paydaşların envanterlerinde azalışla birlikte lojistik ve taşıma maliyetlerinin azaltılmasına olanak sağlayarak verimlilik yaratmaktadır. CPFR Modeli endüstrilerin odaklandığı yönde bilgi, mal ve hizmet akışı için temel bir çerçeve oluşturmaktadır. Şekil 2’de CPFR modelinin işlem adımları görülmektedir.



Şekil 2: CPFR Modeli İşlem Adımları

Türkiye’de mevcut tarım-gıda tedarik zinciri itme esaslı çalışan bir yapıdadır. Üreticiler ürünlerin tüketiciler tarafından ne kadar miktarda alınacağını bilemedikleri için fazla veya az stok problemleri ile karşılaşmaktadır. Diğer taraftan pazarın istekleri de önemli olmakla birlikte müşteri talebi doğru olarak tahmin edilememektedir. Tarım-gıda tedarik zincirinin entegrasyonu için müşteri firmanın tedarikçi firmaya tahmin değerlerini ilettiği geleneksel planlamadan ortaklaşa planlamaya dayalı tedarik zinciri odaklı planlama yaklaşımının uygulanması gerekmektedir. Tarım-gıda tedarik zincirinde tedarikçi, üretici, komisyoncu, tüccar, gıda üreticisi, market, manav, pazarcı gibi çok sayıda paydaş bulunmaktadır. Talep odaklı bir tedarik zinciri için bu paydaşların iş birliği ve birlikte hareketi son derece önemlidir. Tüm bu faktörler göz önüne alındığında CPFR yaklaşımı ile tarım-gıda ürünlerinin tedarik sisteminin geliştirilerek üreticilerin sorunlarına çözüm olabilmek adına bir çerçeve oluşturmaktadır. CPFR, alıcı ve satıcı arasında tek katmanlı bir sistem olarak geliştirilmiştir. Ancak tarım-gıda tedarik zincirleri çok katmanlı bir yapıya sahiptir ve birden fazla paydaşı içermektedir.

Bu çalışmada tarımda sürdürülebilirliğin sağlanması ve etkin bir değer zinciri oluşturulabilmesi amacıyla entegre talep ve arz planlama uygulaması için CPFR yöntemi uygulanmıştır. Şekil 3’de görülen metodoloji kapsamında; A ve B işlem adımları, CPFR’ın planlama ve tahmin fonksiyonlarını ifade etmekte olup doğrusal programlama modeli kullanılarak, tedarik zinciri ağında oluşan her bir zincir için öncelik değeri AHS puanı ve yakınlığa (Tedarikçi-Üretici, Üretici-Talep Bölgeleri) göre belirlenmiştir. C ve D aşamaları ise; CPFR’ın ikmal fonksiyonunu oluşturmakta olup bu çalışmada sadece A ve B adımları ele alınmıştır (Şekil 3).



Şekil 3: Tarım Gıda Tedarik Zinciri CPFR Metodolojisi

2.2. Doğrusal Programlama Modeli

Tarım-gıda tedarik zinciri için CPFR yaklaşımı kapsamında öncelikle A ve B işlem adımlarında kullanılacak olan doğrusal programlama modelinde üç tedarikçi, üç üretici, üç nakliyecisi, üç farklı talep bölgesi ve dört planlama dönemi olacağı varsayılmıştır. Bu kapsamda oluşturulan doğrusal programlama modeli aşağıda verilmiştir.

İndisler:

Planlama Dönemi	$t= 1,2,3,4$
Talep Bölgesi	$d= 1,2,3$
Tedarikçi	$s= 1,2,3$
Üretici	$p= 1,2,3$
Lojistik İşletme	$n= 1,2,3$

Karar Değişkeni:

$X_{(s,p,n,t,d)}$: s. tedarikçinin, p. üreticiye ve n. lojistik işletmesiyle oluşturduğu zincir ile t. dönemdeki d. bölgeye gönderilen miktar.

Parametreler:

$P_{(s,p,n,t,d)}$: s. tedarikçinin, p. üreticiye ve n. lojistik işletmecisiyle oluşturduğu zincir ile t. dönemdeki d. bölgeye gönderilmesiyle kazanılan puan

$SC_{s,t}$: s tedarikçisinin t dönemindeki kapasitesi

$PC_{p,t}$: p üreticisinin t dönemindeki üretim kapasitesi

$NC_{n,t}$: n lojistik işletmecisiyle t dönemindeki taşıma kapasitesi

Dd,t : d bölgesinin t dönemindeki talep miktarı

Amaç fonksiyonu: Toplam Tedarik Zinciri Puanının maksimizasyonu

$$\max z = \sum_{s=1}^S \sum_{p=1}^P \sum_{n=1}^N \sum_{t=1}^T \sum_{d=1}^D X_{s,p,n,t,d} P_{s,p,n,t,d}$$

Kısıtların formüle edilmesi

Tedarikçi Kısıtı:

$$\sum_{n=1}^N \sum_{p=1}^P \sum_{d=1}^D X_{s,p,n,t,d} \leq SC_{s,t} \quad , \forall t \in T, \quad s \in S$$

Üretici Kısıtı:

$$\sum_{s=1}^S \sum_{n=1}^N \sum_{d=1}^D X_{s,p,n,t,d} \leq PC_{p,t} \quad , \forall t \in T, \quad p \in P$$

Lojistik İşletme Kısıtı:

$$\sum_{s=1}^S \sum_{p=1}^P \sum_{d=1}^D X_{s,p,n,t,d} \leq NC_{n,t} \quad , \forall n \in N, \quad t \in T$$

Talep Kısıtı:

$$\sum_{s=1}^S \sum_{p=1}^P \sum_{n=1}^N X_{s,p,n,t,d} \geq D_{d,t} \quad , \forall d \in D, \quad t \in T$$

İşaret Kısıtları: Her bir karar değişkeni negatif olmama koşulunu taşımaktadır.

$$X_{s,p,n,t,d} \geq 0$$

Zincirin değeri hesaplanırken, öncelikle tedarikçinin üreticiye ve üreticinin talep bölgesine olan mesafeleri dikkate alınacaktır. Bu değerler normalize edilerek normalize toplam mesafe belirlenecektir. Daha sonra ise bu değer, tedarikçi, üretici ve lojistik işletmeden oluşan zincirin AHS puanları ile çarpılarak her bir zincirin sahip olduğu toplam puan belirlenecektir.

$P_{s,p,n,t,d}$ = s. tedarikçinin, p. üreticiye ve n. lojistik işletmesiyle oluşturduğu zincir ile t. dönemdeki d. bölgeye gönderilmesiyle AHS ve yakınlık (mesafe) etmenlerinden kazanılan puandır.

$$s, p, n, t, d \quad s \in S, p \in P, n \in N, t \in T, d \in D$$

Bu kapsamda ilk olarak tedarikçinin üreticiye olan mesafesi “FD” olarak isimlendirilmiş olup Şekil 1’de oluşturulan matris görülmektedir.

Mesafe (S-P) =FD

S-P Arası Mesafenin Normalize Hali

$$\begin{pmatrix} \cdot & P_1 & P_2 & P_3 & \dots & P_n \\ S_1 & FD_{11} & FD_{12} & FD_{13} & \dots & FD_n \\ S_2 & FD_{21} & FD_{22} & FD_{23} & \dots & \dots \\ S_3 & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ S_n & FD_n & \dots & \dots & \dots & \dots \end{pmatrix} \rightarrow \begin{pmatrix} FD_{11}/FD_{max} & FD_{12}/FD_{max} & \dots & FD_n \\ FD_{21}/FD_{max} & \dots & \dots & \dots \\ FD_{31}/FD_{max} & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots \end{pmatrix}$$

Şekil 1: "S" Tedarikçisinin "P" Üreticisine Olan Mesafe Matrisi

Zincirin değerinin hesaplamasında ikinci adım üreticinin talep bölgesine olan mesafesinin belirlenmesidir. Bu mesafe ise "SD" olarak isimlendirilmiş olup matris Şekil 5’de gösterilmiştir.

$$\begin{matrix} \text{Mesafe (P-D) =SD} & \text{P-D Arası Mesafenin Normalize Hali} \end{matrix}$$

$$\begin{pmatrix} \cdot & D_1 & D_2 & D_3 & \dots & D_n \\ P_1 & SD_{11} & SD_{12} & SD_{13} & \dots & SD_n \\ P_2 & SD_{21} & SD_{22} & SD_{23} & \dots & \dots \\ P_3 & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ P_n & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \end{pmatrix} \rightarrow \begin{pmatrix} SD_{11}/SD_{max} & SD_{12}/SD_{max} & \dots & SD_n \\ SD_{21}/SD_{max} & \dots & \dots & \dots \\ SD_{31}/SD_{max} & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots \end{pmatrix}$$

Şekil 5: "P" Üreticisinin "D" Talep Bölgesine Olan Mesafe Matrisi

Son olarak yukarıda hesaplanan mesafelerin normalize edilmiş halleri çarpılarak toplam mesafe hesabı yapılacaktır. Bu kapsamda toplam mesafe değeri "TMD" olarak gösterilmiştir (Şekil 6).

$$\begin{pmatrix} FD_{11} \cdot SD_{11} & FD_{12} \cdot SD_{12} & \dots & TMD_n \\ FD_{21} \cdot SD_{21} & \dots & \dots & \dots \\ FD_{31} \cdot SD_{31} & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \dots & \dots & \dots & \dots \end{pmatrix}$$

Şekil 2: Toplam Mesafe Matrisi (TMD)

Örnek olarak 3 talep bölgemiz, 3 tedarikçi ve 3 üreticimiz bulunması durumunda 27 adet zincir oluşmaktadır. Zincirleri değerlendirmede yakınlık olumlu bir faktör olduğu için toplam mesafe değeri "1" değerinden çıkarılarak kullanılacaktır. Her bir zincirin değerini hesaplamak için ise tedarikçi, üretici ve lojistik işletmenin AHS puanlarının çarpımının 0,50’si ve "1" eksi toplam mesafe değerinin 0.50’si alınarak toplanmaktadır (Şekil 7). Bu durumda AHS puanı ve TMD’e eşit ağırlıklar verilmiş olmaktadır. Ancak gerekirse bu ağırlıklar değiştirilebilir.

$$\begin{pmatrix} Z_{111} \\ Z_{112} \\ Z_{113} \\ Z_{211} \\ \dots \\ \dots \\ \dots \\ Z_{nmn} \\ \dots \\ \dots \end{pmatrix} \begin{matrix} \text{AHS PUANI} \\ W_{111} \\ W_{112} \\ \dots \\ \dots \\ \dots \\ \dots \\ \dots \\ \dots \\ \dots \end{matrix} \begin{matrix} \text{TOPLAM MESAFE} \\ TMD_{111} \\ TMD_{112} \\ \dots \\ \dots \\ \dots \\ \dots \\ \dots \\ \dots \\ \dots \end{matrix} \rightarrow \begin{pmatrix} \text{ZİNCİR PUANI} \\ 0,5 \cdot W_{111} + 0,5(1 - TMD_{111}) \\ 0,5 \cdot W_{112} + 0,5(1 - TMD_{112}) \\ \dots \\ \dots \\ \dots \\ \dots \\ \dots \\ \dots \\ \dots \end{pmatrix}$$

Şekil 7: Toplam Kazanılan Puanı Hesaplama Matrisi

3. Doğrusal Programlama Modeli Uygulaması

Yukarıda oluşturulan LP modeli üç tedarikçi, üç üretici ve üç talep bölgesi için oluşturulmuştur. CPFR yönteminin ilk iki adımı için belirlenecek olan her bir zincir değerinin hesaplanması kapsamında öncelikle tedarikçilerin üreticilere olan mesafeleri Tablo 1'deki gibi varsayılmıştır. Tablo 2'de ise en uzun mesafe değeri diğer mesafelere bölünerek normalize edilmiştir.

Tablo 1. Zincirdeki Tarafların Birbirine Olan Mesafesi (km)

	Üretici- 1	Üretici- 2	Üretici- 3
Tedarikçi- 1	200	500	400
Tedarikçi- 2	300	100	300
Tedarikçi- 3	250	400	50
	Talep Bölgesi- 1	Talep Bölgesi- 2	Talep Bölgesi- 3
Üretici- 1	250	600	400
Üretici- 2	500	300	350
Üretici- 3	700	100	500

Tablo 2. Tedarikçinin Üreticilere Olan Mesafelerinin Normalize Hali

	Üretici- 1	Üretici- 2	Üretici- 3
Tedarikçi- 1	0,40	1,00	0,80
Tedarikçi- 2	0,60	0,20	0,60
Tedarikçi- 3	0,50	0,80	0,10
	Talep Bölgesi- 1	Talep Bölgesi- 2	Talep Bölgesi- 3
Üretici- 1	0,36	0,86	0,57
Üretici- 2	0,71	0,43	0,50
Üretici- 3	1,00	0,14	0,71

Tedarikçi, üretici ve lojistik işletmelerin hesaplanmış AHS puanları Tablo 3'de görülmektedir.

Tablo 3. Tedarikçi, Üretici ve Lojistik İşletmelerin AHS Puanları

İşletmeler	AHS Puanları
Tedarikçi- A	0,6775
Tedarikçi- B	0,2051
Tedarikçi- C	0,1177
Üretici –A	0,5364
Üretici –B	0,2821
Üretici –C	0,1857
Lojistik İşletme – 1	0,2621
Lojistik İşletme – 2	0,3633
Lojistik İşletme – 3	0,3749

Oluşan 27 adet tedarik zincirinin toplam AHS puanı, söz konusu zincirdeki her bir paydaşın yukarıda verilen AHS puanlarının birbirleri ile çarpımı sonucu elde edilmiştir (Tablo 4).

Tablo 4. Tedarik Zincirlerinin AHS Puanları

Z ₁₁₁	0,0953	Z ₁₂₁	0,0501	Z ₁₃₁	0,0330
Z ₁₁₂	0,1320	Z ₁₂₂	0,0694	Z ₁₃₂	0,0457
Z ₁₁₃	0,1362	Z ₁₂₃	0,0717	Z ₁₃₃	0,0472
Z ₂₁₁	0,0288	Z ₂₂₁	0,0152	Z ₂₃₁	0,0100
Z ₂₁₂	0,0400	Z ₂₂₂	0,0210	Z ₂₃₂	0,0138
Z ₂₁₃	0,0412	Z ₂₂₃	0,0217	Z ₂₃₃	0,0143
Z ₃₁₁	0,0165	Z ₃₂₁	0,0087	Z ₃₃₁	0,0057
Z ₃₁₂	0,0229	Z ₃₂₂	0,0121	Z ₃₃₂	0,0079
Z ₃₁₃	0,0237	Z ₃₂₃	0,0124	Z ₃₃₃	0,0082

Bu aşamada tedarik zincirlerinin AHS ve yakınlığa (mesafe) dayalı toplam puan değerleri, üç talep bölgesi için ayrı ayrı hesaplanmıştır. (Tablo 5).

Tablo 5. Tedarik Zincirlerinin Toplam Puanları

TEDARİK ZİNCİRİ	TALEP BÖLGESİ- 1	TALEP BÖLGESİ- 2	TALEP BÖLGESİ- 3
Z ₁₁₁	0,4762	0,1191	0,3191
Z ₁₁₂	0,3517	0,5232	0,4160
Z ₁₁₃	0,3181	0,5110	0,5324
Z ₂₁₁	0,4430	0,0858	0,2858
Z ₂₁₂	0,3057	0,4771	0,3700
Z ₂₁₃	0,2706	0,4635	0,4849
Z ₃₁₁	0,4368	0,0797	0,2797
Z ₃₁₂	0,2972	0,4686	0,3615
Z ₃₁₃	0,2618	0,4547	0,4761
Z ₁₂₁	0,4536	0,0965	0,2965
Z ₁₂₂	0,3204	0,4919	0,3847
Z ₁₂₃	0,2858	0,4787	0,5001
Z ₂₂₁	0,4362	0,0790	0,2790
Z ₂₂₂	0,2962	0,4677	0,3605
Z ₂₂₃	0,2608	0,4537	0,4751
Z ₃₂₁	0,4329	0,0758	0,2758
Z ₃₂₂	0,2917	0,4632	0,3560
Z ₃₂₃	0,2562	0,4491	0,4705

TEDARİK ZİNCİRİ	TALEP BÖLGESİ- 1	TALEP BÖLGESİ- 2	TALEP BÖLGESİ- 3
Z ₁₃₁	0,4451	0,0879	0,2879
Z ₁₃₂	0,3086	0,4800	0,3729
Z ₁₃₃	0,2736	0,4664	0,4879
Z ₂₃₁	0,4336	0,0764	0,2764
Z ₂₃₂	0,2926	0,4641	0,3569
Z ₂₃₃	0,2571	0,4500	0,4714
Z ₃₃₁	0,4314	0,0743	0,2743
Z ₃₃₂	0,2897	0,4611	0,3540
Z ₃₃₃	0,2541	0,4470	0,4684

Tablo 5’de görüldüğü gibi 1. Dönem için Z111, 2. Dönem için Z112, 3. Dönem için Z113 zincirlerinin puanı en yüksektir. İlk aşamada oluşturulan doğrusal programlama modeli AIMMS programı ile çözülmüştür.

Her bir bölge için en yüksek puanlı zincir belirledikten sonra uygulama aşamasında dört ayrı dönem için üç farklı bölgenin talepleri ile zinciri oluşturan tedarikçi, üretici ve lojistik işletmelerin kapasiteleri için modelde kullanılan veriler Tablo 6’ da görülmektedir. Burada dönemler üçer aylık periyot olarak değerlendirilmiş olup şu şekildedir:

1.Dönem: Haziran – Temmuz – Ağustos

2.Dönem: Eylül – Ekim – Kasım

3.Dönem: Aralık – Ocak – Şubat

4.Dönem: Mart – Nisan – Mayıs

Tablo 6. Doğrusal Programlama Model Verileri

	1.Dönem	2.Dönem	3.Dönem	4.Dönem
Talep Bölgesi-1	1.084	1.070	708	779
Talep Bölgesi-2	845	804	999	833
Talep Bölgesi-3	841	790	952	616
	2.770	2.664	2.659	2.228
	1.Dönem	2.Dönem	3.Dönem	4.Dönem
Üretici- 1	1.213	1.047	1.253	1.455
Üretici- 2	1.368	863	846	1.336
Üretici- 3	899	1.099	1.004	1.493
	3.480	3.009	3.103	4.284
	1.Dönem	2.Dönem	3.Dönem	4.Dönem
Lojistikçi-1	1.054	844	984	1.232
Lojistikçi-2	1.056	1.031	889	1.018
Lojistikçi-3	832	1.045	847	1.319
	2.942	2.920	2.720	3.569
	1.Dönem	2.Dönem	3.Dönem	4.Dönem
Tedarikçi-1	956	914	900	1.032
Tedarikçi-2	1.371	1.244	1.088	1.181
Tedarikçi-3	1.264	1.325	1.281	941
	3.591	3.483	3.269	3.154

Bu aşamada tarım-gıda tedarik zinciri için oluşturduğumuz matematiksel modelde Tablo 6’daki veriler AIMS programına aktarılarak bulunan en uygun çözüm Tablo 7’ de verilmiştir. Tabloda her bir dönem için üç ayrı bölgenin taleplerinin en uygun zincirlere atandığını görmekteyiz.

Örneğin; birinci dönem için birinci bölgenin talebi 1.084 birim olup bu talep Z311, Z221 ve Z133 zincirlerinden karşılanmıştır. Aynı şekilde dördüncü dönemde ikinci bölgenin talebinin 833 birim olduğu Z231 zincirinin tek başına talebi karşıladığı görülmektedir. Bu şekilde kapasite kısıtlarını da dikkate alarak tüm taleplerin karşılandığını söyleyebiliriz.

Tablo 7. Doğrusal Programlama Model Verileri

Tedarik Zinciri	Talep Bölgesi -1				Talep Bölgesi -2				Talep Bölgesi -3			
	Dönemler				Dönemler				Dönemler			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Z ₁₁₁	0	0	0	0	0	0	0	0	0	232	0	0
Z ₁₁₂	0	490	0	0	0	0	659	0	527,5	0	0	0
Z ₁₁₃	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	616
Z ₂₁₃	0	39	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Z ₃₁₁	129,5	0	0	15	0	0	0	0	0	0	0	0
Z ₃₁₃	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	446	0
Z ₁₂₃	0	0	0	0	0	192	0	0	0	0	0	0
Z ₂₂₁	526	0	0	348	0	106	0	0	0	0	506	0
Z ₂₂₂	0	0	0	0	528,5	0	0	0	0	0	0	0
Z ₃₂₁	0	0	0	0	0	506	0	0	0	0	0	0
Z ₃₂₃	0	0	0	0	0	0	340	0	313,5	0	0	0
Z ₁₃₂	0	0	0	416	0	0	0	0	0	0	0	0
Z ₁₃₃	428,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Z ₂₃₁	0	0	0	0	226,5	0	0	833	0	0	0	0
Z ₂₃₂	0	541	230	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Z ₂₃₃	0	0	0	0	90	0	0	0	0	558	0	0
Z ₃₃₁	0	0	478	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Toplam	1.084	1.070	708	779	845	804	999	833	841	790	952	616

4. Domates Ürünü Uygulaması

Domates tedarik zinciri uygulaması için ABC şirketi verileri kullanılmıştır. ABC Şirketi Türkiye'nin 5 farklı bölgesinde 13.500 dekar alana sahip kendisine ait tarım çiftliklerinde 35 çeşit meyve ve 12 çeşit sebze üretimi yapmaktadır. Bunun yanı sıra sözleşmeli çiftçiler ile de üretim yaptırmaktadır. Tarım çiftliklerinde yetiştirilen ürünler 5 farklı bölgede kurulmuş olan 110.000 m2 kapalı alana sahip fabrikalarında, ileri teknoloji makine parkuru ile soğuk zincir ve ilk giren ilk çıkar kuralına göre paketlenmektedir. ERP yazılımı kullanan şirket ülkenin farklı noktalarında birbirinin alternatifi olacak müşterilere yakın 5 fabrika kurarak olumsuz koşullardan dolayı doğabilecek riskleri en küçüklemekte, üretilen meyve ve sebzelerin, her zaman taze ve en kısa sürede sofralara ulaşmasını sağlamaktadır. Global GAP, İyi Tarım Uygulamaları, ISO 22000, ISO 9001 sertifikalarına sahiptir.

Şirket 180 TIR'dan oluşan frigorifik araç filosu ile, üretilen meyve ve sebzelerin, kısa sürede sofralara ulaşmasını sağlamaktadır. Ayrıca dış piyasa taşıyıcılarından da yararlanmaktadır. Üretilen ürünler büyük zincir marketlere gönderilmekte olup bunun yanı sıra Ankara, İstanbul, İzmir, Bursa, Erzurum, Sakarya, Samsun, Trabzon, Konya ve Karabük illerindeki toptancı hallerinde satış noktaları bulunmaktadır.

Domates ürünü tedarik zinciri aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

- Domates üretim yapan çiftlik ve sözleşmeli çiftçiler
- Domates paketleme yapan fabrikalar
- Nakliye hizmeti yapan taşıyıcılar
- Zincir market ve toptancı hallerinden oluşan il bazındaki talep bölgeleri

Tablo 8. Şirketin Tedarik Zincirinin Hesaplanan AHS Puanları

Z ₁₁₁	0,0601	Z ₁₂₁	0,0915	Z ₁₃₁	0,1344
Z ₁₁₂	0,0213	Z ₁₂₂	0,0324	Z ₁₃₂	0,0476
Z ₁₁₃	0,0111	Z ₁₂₃	0,0169	Z ₁₃₃	0,0248
Z ₂₁₁	0,0328	Z ₂₂₁	0,0499	Z ₂₃₁	0,0733
Z ₂₁₂	0,0116	Z ₂₂₂	0,0177	Z ₂₃₂	0,0259
Z ₂₁₃	0,0060	Z ₂₂₃	0,0092	Z ₂₃₃	0,0135
Z ₃₁₁	0,0437	Z ₃₂₁	0,0666	Z ₃₃₁	0,0978
Z ₃₁₂	0,0155	Z ₃₂₂	0,0236	Z ₃₃₂	0,0346
Z ₃₁₃	0,0081	Z ₃₂₃	0,0123	Z ₃₃₃	0,0180

Domates tarım-gıda tedarik zinciri için oluşturulan doğrusal programlama modeli AIMS programı ile çözümlenerek bulunan en uygun çözüm Tablo 9’ da verilmiştir. Modelin amaç fonksiyonu AHS ve yakınlık kriterlerinden oluşan toplam puanın en büyüklenmesi olduğu için toplam puanı artırmak amacıyla talebin üzerinde bir kapasite kullanımı söz konusudur. Bu aşamada kullanılan doğrusal programlama modeli en uygun zincirlerin oluşturulmasına yöneliktir.

Tablo 9. Doğrusal Programlama Çözümü

Tedarik Zinciri	Talep Bölgesi -1				Talep Bölgesi -2				Talep Bölgesi -3			
	Dönemler				Dönemler				Dönemler			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Z ₁₁₂	0	0	0	0	20	50	0	20	230	150	170	200
Z ₁₃₁	500	560	540	500	0	40	60	0	0	0	0	0
Z ₁₃₂	0	0	0	0	150	50	50	150	0	0	0	0
Z ₂₂₃	50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Z ₃₁₂	0	0	0	0	50	100	130	80	0	0	0	0
Z ₃₂₂	0	0	0	0	50	0	0	50	0	100	50	0
Z ₃₂₃	50	0	0	140	0	0	0	0	200	250	300	160
Toplam	600	560	540	640	270	240	240	300	430	500	520	360

5. Sonuç

Gıda kaynağı olan tarım ürünlerinin üretimi ülke ekonomileri açısından istihdam oluşturmasının yanı sıra yurtdışından gelen tarım ve gıda ürünlerine bağımlılığı azaltarak gıda sistemlerinin esnekliğini artırmaktadır. Bununla birlikte yeryüzündeki doğal kaynakların aşırı kullanımı, beslenme alışkanlıklarında gelirle bağlantılı olarak ortaya çıkan yüksek orandaki gıda israfları ve gıda-tedarik zinciri boyunca kaynakların verimsiz kullanılması hem kentsel hem de kırsal alanlarda gıda güvencesinin sürdürülebilirliğine yönelik sorunlar oluşturmaktadır. Tarımsal ürün üreticileri, tarım-gıda tedarik zincirinin en önemli halkalarından birisidir. Üreticiler ise ürünlerini iki şekilde satabilmektedir. Ya ürünü hasat edip kendi imkânları ile toptancı hallerine götürüp orada komisyoncular aracılığı ile satmaktadır ya da doğrudan süpermarket gibi perakendecilerinin alıcılarına satış yapmaktadırlar. Bu sebeple tarım-gıda tedarik zinciri ülkemiz için gerek maliyet ve gerekse gıda güvenliği açısından önem arz eden bir tedarik zinciri olup zinciri oluşturan tedarikçi, üretici ve lojistik işletmelerin seçimi ile birbirleri arasındaki ilişkiler son derece önemlidir. Etkin ve verimli tedarik zincirlerinin oluşturulabilmesi için zinciri oluşturan şirketlerin kalitesinin yüksek olması gerekmektedir. Bu çerçevede her işletme AHS yöntemi ile değerlendirilmiş ve AHS puanları oluşturulmuştur. Böylece belirli standartların üzerinde olan şirketlerle tedarik zincirlerinin oluşturulması hedeflenmiştir.

Sistemin operasyon aşamasında üretici ve lojistik işletme arasındaki uyumun önemi dikkate alınarak üretici ve lojistik işletmenin ortaklaşa seçimine yönelik AHS modeli oluşturulmuştur. Böylece sisteme girecek olan üretici ve lojistik işletmelerin ortaklaşa belirlenmesine yönelik olarak AHS yönteminin uygulanabilirliği gösterilmiştir. Sisteme dahil olan lojistik işletmeler ve üreticiler, gelen bir talep doğrultusunda birlikte değerlendirilerek üreticinin ürünü hangi lojistik işletme ile sevkiyatının en iyi performansı göstereceği belirlenmiştir.

Tedarik zinciri oluşturulmasında talep ve kapasite dengesinin kurulması, tedarik zincirinin entegre bir şekilde planlanabilmesi için CPFR yaklaşımı uygulanmıştır. Bu çerçevede tedarik zincirinde arz-talep dengesinin kurulmasında doğrusal programlama modeli oluşturulmuş olup bu çalışma kapsamında tarım-gıda tedarik zinciri için yeni bir doğrusal programlama modeli önerilmiştir. Modelin amacı, talebi karşılayacak ve kapasite kısıtlarını aşmayacak şekilde toplam AHS puanı ile zincirdeki şirketlerin birbirlerine yakınlığından oluşan puanı en büyükleyen zincirleri belirlemektir. Bu şekilde taleplerin öncelikle AHS puanı yüksek ve birbirlerine daha yakın tedarik zincirlerinden karşılanması hedeflenmiştir.

Uygulama için domates ürünü seçilmiştir. Bunun nedeni domatesin, dünyada ve ülkemizde en çok üretilen, tüketilen ve ticarete konu olan tarım ürünlerinin başında gelmesi, insan beslenmesinde vazgeçilmez ürünlerden olması ve gıda sanayinde dondurulmuş, konserve, salça, ketçap, turşu gibi çok çeşitli kullanım alanlarına sahip olmasıdır. Domates tedarik zinciri uygulamasında sektörün yaş meyve ve sebze sektörü lideri olan ABC şirketinin birincil verileri kullanılmıştır. ABC şirketi, Türkiye'nin 5 farklı bölgesinde 13.500 dekar alana sahip kendisine ait tarım çiftliklerinde 35 çeşit meyve ve 12 çeşit sebze üretimi yapmaktadır. Bunun yanı sıra sözleşmeli çiftçiler ile de üretim yapmaktadır. Tarım çiftliklerinde yetiştirilen ürünler 5 farklı bölgede kurulmuş olan 110.000 m² kapalı alana sahip fabrikalarında paketlenmektedir. Bu şirketin domates üretimi yapan kendine ait bir adet çiftliği, iki farklı ildeki sözleşmeli çalıştığı çiftçileri ve üç paketleme fabrikası vardır. Talep bölgeleri olarak İstanbul, Ankara ve İzmir talep bölgesi verileri dikkate alınmıştır. Uygulama sonucunda çalışma kapsamında geliştirilen metodolojinin geçerliliği kanıtlanmıştır.

Bu çalışma ile literatürde ilk defa tarım-gıda sektörüne çözüm önerileri içeren bütünsel bir bakış açısı ortaya konulmuştur. Aynı zamanda tarım-gıda sektöründe yer alan paydaşların tekil olarak değerlendirilmesinin yanı sıra operasyon aşamasında büyük önem arz eden üretici-lojistik işletme ortak seçimine yönelik bir yöntem ilk defa kullanılmıştır. Tedarik zincirinde CPFR yaklaşımı ve doğrusal programlama Modelin uygulanabilirliği hem üretilen veriler hem de ülkemizdeki en büyük tarım-gıda şirketinin birincil verileri kullanılarak gösterilmiştir. Bundan sonraki çalışmalarda Türkiye tarım ürünleri üretim ve çekim yerleri haritasının mevsimsel özellikler dikkate alınarak çıkarılması, önerilen modelin konsolidasyonu artıracak şekilde çok ürünlü olarak modellenmesi ve çözülmesi, ürün, ambalaj ve lojistik standartların oluşturulması, web sitesinin özelliklerinin belirlenmesi, aktarma merkezlerinin yer, büyüklük ve özelliklerinin belirlenmesi, ürün, mevsim ve ambalaj kriterlerine göre taşımacılık sisteminin belirlenmesi, üreticilerin tedarikçi seçimine yönelik modeller oluşturularak belli bir seviyeye sahip tedarikçilerin sisteme girişinin yapılması, üretici değerlendirmesinde ise sistemdeki tedarikçilerin kullanım oranının yeni bir kriter olarak dikkate alınması, sistemden işletmelerin çıkarılma yöntemlerinin belirlenmesi, tedarik zinciri kapsamının genişletilmesi ve tarımda dijitalleşme eylem planının (blok zincir, büyük veri, nesnelerin interneti vd.) oluşturulması önerilebilir.

Kaynakça

- Ahumada, O., & Villalobos, J. (2009). Application of Planning Models in the Agri-Food Supply Chain: A Review. *European Journal of Operatioanl Research*, 1-20.
- Ahumada, O., & Villalobos, J. (2011). Operaitonal Model for Planning the Harvest and Distribution of Perishable Agricultural Products. *International Journal of Production Economics*, 677-687.
- Behzadi, G., O'sullivan, M. J., Olsen, T. L., & Zhang, A. (2017). Agribusiness Supply Chain Risk Management: A Review of Quantitetive Decision Models. *Omega*, 1-22.
- Fang, D. X., & Leung, S. C. (2009). Procurement of Agricultural Products Using the CPFR Approach. *Supply Chain management: An International Journal*, 253-258.
- Ferreria, J., Batalha, M., & Domingos, J. (2016). Integrated Planning Model for Citrus Agribusiness System Dynamics. *Computers and Electronics in Agriculture*, 1-11.
- Chen, H., Hsueh, C., & Chang, M. (2009). Production Scheduling and Vehicle Routing with Time Windows for perishable Food Products. *Computers Operations Reserach*, 2311-2319.
- Chen, J., & Haihong, Y. (2013). Performance Simulation and Optimization of Agricultural Supply Chains. *International Conference on Information Science and Cloud Computing*, (s. 2311-2319).
- Folinas, D., Aidonis, D., Triantafillou, D., & Malindretos, G. (2013). Exploring the Greening of the Food Supply Chain Eith Lean Thinking Techniques. *6th International Conference Technologies in Agriculture*, 416-424.
- Gigler, J., Hendrix, E., Heesen, R., Hazelkamp, V., & Meerdink, G. (2002). On Optimisaition of Agri Chains by Dynamic Programming. *European Journal of Operational Research*, 613-625.
- Saaty, T. L. (1977). A scaling method for priorities in hierarchical structures. *Journal of mathematical psychology*.
- Sanjaya, S., & Perdana, T. (2015). Logistics System Model Development on Supply Chain management of Tomato Commodities for Structured Market. *Procedia Manufacturing*, 513-520.
- Tsolakis , K. N., Keramydas, A. C., Toka, K. A., Aidonis, A. D., & Iakovou, T. E. (2014). Agrifood Supply Chain Management: A Comphresive Hierarchical Decision Making Framework and Critical Taxonomy. *Biosystem Engineering*, 47-64.

TÜRKİYE’DE E-TİCARET PLATFORMLARINDA SATIŞ YAPAN KIRSAL KADIN KOOPERATİFLERİNİN İNCELEMESİ

Özgür Burçak GÜRSOY YENİLMEZ¹

Öz

Yeni yüzyılla birlikte bilgi teknolojilerindeki gelişimin ekonomik sistemin işleyişi üzerinde köklü değişimler yarattığı bilinen bir gerçektir. Özellikle pandemi sırasında ve sonrasında dünyada bir e-ticaret patlaması yaşanmış, tüm mal ve hizmet piyasalarını içine alan bir dönüşüm sağlamıştır. Genel etkisine ek olarak, e-ticaretin kadın girişimlerinin gelişmesi açısından yarattığı olanaklar ile kadının ekonomik ve sosyal açıdan güçlendirmesindeki rolü ilgili yazında daha sık tartışılır hale gelmiştir. Bu bağlamda, iyi e-ticaret pratiklerinin geliştirilmesinde kurumsal desteğin, iyi yönetimin, toplumsal katılımın, eğitimin ve piyasa erişiminin genişlemesinin önemi vurgulanmıştır. Öte yandan, bu gelişim, iş, mekânsal dezavantaj, altyapı eksiklikleri ve sosyo-kültürel özellikler kaynaklı engeller ile de karşılaşmaktadır. Bu makale, e-ticaretin yarattığı bu değişimin izlerini Türkiye’deki özellikle kırsal kadın kooperatifleri açısından sürmek amacını taşımaktadır. Araştırmada, ülkemizin en büyük iki e-ticaret platformunda kadın kooperatiflerinin durumu, hangi kırsal kadın kooperatiflerinin ne tür ürünlerin satışını yaptığı ortaya konmuştur. Ayrıca, bu kooperatiflerden yapılan satışlara tüketicilerin getirdiği yorum ve değerlendirmeler, sıklık ve içerik analizi yoluyla irdelenmiştir. Ortaya çıkan bulgulardan biri, sayıca çok az kadın kooperatifinin bu platformlarda görünür olduğudur. Ürün skalası görece olarak fazla olsa da gerçekleşmiş satışların ve tüketici yorum ve değerlendirmelerinin niceliksel azlığı dikkat çekmektedir. Bu yorum ve değerlendirmelerde “kadın kooperatifine destek” olma nosyonunu içeren kimi çarpıcı ifadeler mevcuttur, ki bu nosyon bundan sonrasındaki gelişim faaliyetleri açısından önemsenmesi gereken bir unsur olarak belirlemektedir. Sonuçta bu makale, hem Türkiye örneğinin güncel bir incelemesini hem de kırsal kadın kooperatiflerini dijital imkanlarla buluşturma hedefindeki somut durumu analiz ederek literatüre katkı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: E-ticaret, Kadın Kooperatifleri, Kırsal Kalkınma, Türkiye

JEL Sınıflaması: Q13, P13, R51

A SURVEY ON THE RURAL WOMEN COOPERATIVES ACTIVE IN E-COMMERCE PLATFORMS IN TURKEY

Abstract

Information technologies have radically changed economic system by the new century. Through this change, pandemic conditions have led to a sudden boom in e-commerce which contains almost all of the goods and services markets. In addition to the general impact of this boom, several new studies have emerged to discuss the opportunities created by e-commerce for the development of women empowerment and entrepreneurship. These studies show that institutional support, education, good governance and opening of new markets have a real importance on the development of good e-commerce practices while there are also business-related, spatial, infrastructural and socio-cultural obstacles. This article aims to trace the changes that e-commerce practices have created and can create in rural women cooperatives in Turkey. This study presents the current conditions of rural women cooperatives active in two biggest e-commerce platforms by showing which cooperative is selling what type of goods through these sites and what kind of comments they are getting. Both frequency and content analysis is used to answer the research questions. One of the findings is the very few number of rural women cooperatives visible in these e-commerce platforms.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Beykoz Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, İşletme Bölümü, burcakgursoy@beykoz.edu.tr. ORCID: 0000-0002-5484-6533

Although their product scale is relatively large, both the sale volume and comments and reviews they have taken are low enough to be counted one by one. There are some striking statements in customer comments and reviews, which show a buying behaviour filled with a motivation of “supporting women cooperatives.” This notion of a general positive attitude towards women cooperatives can be taken into account in the following efforts to develop these organizations and rural areas. In conclusion, this article contributes to the literature by both presenting the current situation in Turkey and deriving conclusions for the development of women cooperatives through e-commerce.

Keywords: E-commerce, Women Cooperatives, Rural Development, Turkey

JEL Codes: Q13, P13, R51

1. Giriş

Yeni yüzyılla birlikte bilgi teknolojilerindeki gelişimin ekonomik sistemin işleyişi üzerinde köklü değişimler yarattığı bilinen bir gerçektir. Bu değişimde son iki yıldır tüm dünyayı saran COVID-19 pandemi döneminin yeni bir safha yarattığı da kesindir. Özellikle pandemi sırasında ve sonrasında dünyada bir e-ticaret patlaması yaşanmış, tüm mal ve hizmet piyasalarını içine alan bir dönüşüm sağlamıştır. Aynı durumun gözlemlendiği ülkemizde de, Ticaret Bakanlığı e-ticaret bilgi sistemi verilerine göre, 2021 ilk 6 ayı itibarıyla e-ticaret hacmi bir önceki yılın aynı dönemine göre %75.6’lık artışla 161 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. (TC Ticaret Bakanlığı, 2021). Pandeminin dünya genelinde e-ticaret üzerindeki etkisini ölçmeye dönük en güncel ve en hacimli çalışma olan Birleşmiş Milletler *Covid-19 and E-Commerce: A Global Review* raporuna göre, ivmelenen bu trendin pandemi dönemi ile kısıtlı kalmayacağı ve e-ticaretin iç dağılımında önceki döneme göre ciddi farklılaşmalar taşıyarak süreceği de tahmin edilmektedir (United Nations, 2021).

Bu makale, e-ticaretin yarattığı bu değişimin izlerini kadın kooperatifleri açısından sürmek amacını taşımaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ve kırsal alana özgü mekânsal dezavantajların giderilmesinde e-ticaretin kadın kooperatifleri için yeni bir fırsat zemini açacağı tahmin edilebilir. Kooperatifler bilindiği üzere kırsal kalkınmanın sağlanmasında ölçek ekonomisinden faydalanabilmek ve üretici örgütlenmesini gerçekleştirmek için en uygun örgütsel formlardandır. Bu hedefi, kırsal alanlarda kadınların üretim yahut satış bazlı örgütlediği birimler yoluyla yeni pazarlara açılmalarını sağlamak amacı ile birleştirmek için son dönemlerde ortaya çıkan bir çaba gözlemlenmektedir. Gözlemlenen bu çabanın erken sonuçlarını araştırmak bu makalenin hedefidir. Bu bağlamda, ülkemizin en büyük iki e-ticaret platformunda kadın kooperatiflerinin durumu incelenecektir. Bu iki platformda, hangi kadın kooperatiflerinin ne tür ürünlerin satışını yaptığı sunulacak ve tüketicilerin yorum ve değerlendirmeleri hem sıklık hem de içerik analizine tabi tutulacaktır.

Makalede ilk olarak ilgili yazın taraması sunulacak ve kadın kooperatiflerinin e-ticaret ile ilişkisini farklı ülkelerde inceleyen araştırmalar tanıtılacaktır.

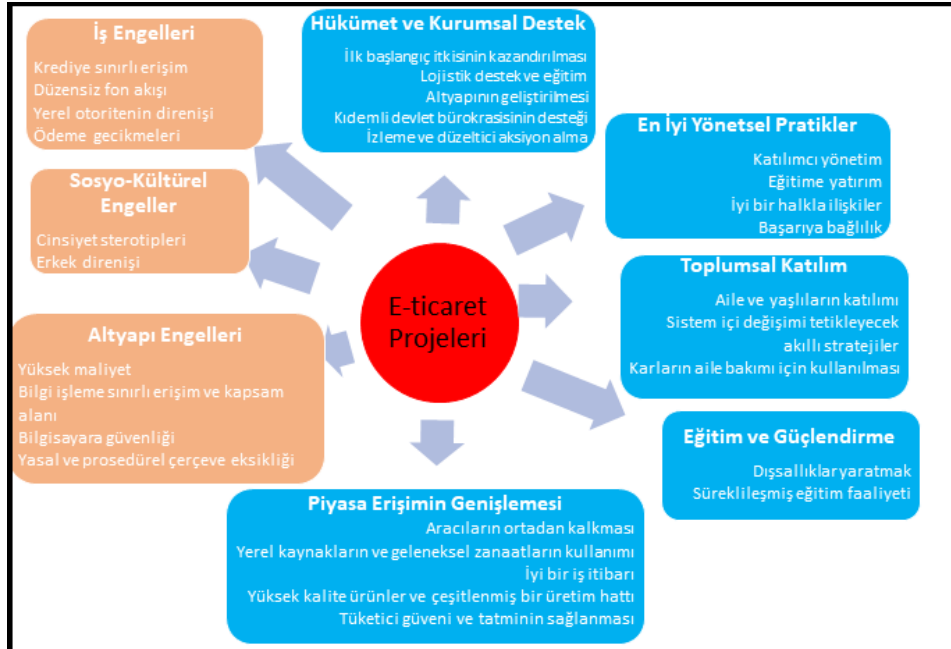
Ardından, ülkemizde e-ticaretin gelişimi kısaca anlatılacak ve güncel kimi veriler paylaşılacaktır. Sonraki bölümde ise kadın kooperatifleri, kırsal kalkınma ve e-ticaret ilişkisine dair yapılmış kısıtlı sayıda araştırmaya odaklanılacaktır. Bu değerlendirmeler ışığında, araştırma tasarımı tanıtılacak ve bulgular ortaya konacaktır. Sonuçta bu araştırma, literatüre ülkemiz örneğinin güncel bir incelemesini sunarak katkı sunmayı hedeflemektedir.

Aynı zamanda ileriki dönemde de takip edileceği düşünülen kadın kooperatiflerinin dijital imkanlarla buluşturma hedefinin gerçekleşmesinde mevcut durumun zayıflıklarını ve gelecekte dikkate alınabilecek unsurları ortaya koymak da bu çalışmanın bir diğer amacıdır.

2. Literatür Taraması

İlgili yazında bilgi iletişim teknolojilerinin gelişiminin kadınların güçlenmesine etkilerini araştırırken, e-ticaret projelerinde en iyi örneklerle odaklanan bir çalışma, Maier ve Nair-Reichert (2008)'e ait olduğu görülür. Yazarlar, teknolojik gelişiminin kadının ekonomik ve sosyal açıdan güçlendirmesinde, bireysel bağımsız gelir elde etmenin otonomi ve kontrol kazandırmadaki, bilgi edinme ve eğitim sürecinin ise kadınların organizasyonundaki önemine vurgu yapmaktadırlar. Öte yandan, bilgi iletişim sektörünün toplumsal cinsiyet ayrımlarını en fazla yansıtan sektör olduğunu da unutmamak gerektiğinin altı çizilmiştir. Araştırmacılar, teknolojik gelişimin çoğunlukla istemsizce cinsiyet ayrımlarını körükleyen bir rol oynadığını, “bu teknolojilerin, kullanımının sosyal, kültürel ve iktisadi bağlamını anlamaktan uzak Batılı erkekler tarafından geliştirildiğini” söyleyen Hafkin (2000)'den alıntı yaparak vurgulamışlardır. E-ticaretin getirdiği değişimin kadın girişimciler tarafından hakıyla kullanılabilmesinin de önünde eğitim, sermaye, teknik ve yönetsel bilgi eksikliğinin yanında tüketici güveni kazanmak, ürün kalitesini tutturmak gibi engeller de sıralanıyor.

Bangladeş'teki Village Pay Phones (VPPs), Hindistan Kasargod- Kerala'daki Computer Facility, Fas'taki Women Weavers projeleri gibi on ayrı projeyi detaylı inceleyen Maier ve Nair-Reichert, başarının önündeki engelleri ve arkasındaki faktörleri Şekil 1'deki gibi özetliyorlar:



Şekil 1: En İyi E-ticaret Pratikleri ve Önündeki Engeller

Şekil 1'de yazarların özetlemeye çalıştığı faktörlerin pek çoğunun özellikle kırsal/az gelişmiş alanlardan e-ticaret pastasından pay alarak gelişmeye gayret gösteren kadın kooperatifleri için de geçerli olduğunu düşünmek mümkün.

Bu bağlamda, kurumsal desteğin, iyi yönetsel pratiğin, toplumsal katılımın, eğitimin ve piyasa erişiminin genişlemesinin iyi e-ticaret pratikleri geliştirmek bakımından önemi ile iş, altyapı ve sosyo-kültürel engellerin sektöye uğratici özellikleri dikkatle incelenmelidir.

Devamla, Haji (2021), e-ticaretin Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika'yı kapsayan BRICS ülkelerindeki kırsal ve uzak alanlarda gelişimini incelemiştir. Ülkeler bazında mevcut durumu hem temel e-ticaret göstergeleri hem de gıda güvenliği bakımından sunan Haji, gelişim önündeki engelleri şöyle sıralıyor: sınırlı fiziksel altyapı, lojistik hizmetlere kısıtlı erişim, yetersiz insan kaynağı, finansal içerme eksikliği ve e-ödeme sistemlerine dahil olma bakımından güçlükler, e-ticarete duyulan güven eksikliği ve e-ticaret platformlarına dahil olmayı finansal olarak karşılayabilme. Yazar, bunları aşabilmek için kırsal alanlara özel programlar oluşturulmasının, altyapı eksikliklerinin giderilmesinin, eğitimin yaygınlaştırılmasının ve online anlaşmazlık çözümü mekanizmalarının geliştirilmesinin gerektiğinin altını çiziyor.

Ghouse, Durrah ve McElwee (2021) Umman'daki kırsal kadın girişimciliği üzerine odaklanan çalışmalarında, özellikle Orta Doğu bağlamında sosyo-kültürel ortam kaynaklı kısıtların dikkate alınmasını savunmuştur. Araştırmacılar, tekstil, el işi, unlu mamul üretimi, turizm gibi sahalarda kırsal alanda hizmet veren bir işletme sahibi veya bir işletmeye ortak olan girişimci kadınlar ile karma yönetime dayalı bir saha çalışması gerçekleştirmiştir. Kırsal kadının girişimcilik serüveninde en büyük engelin hane içi ve ailevi görevler ile işin gerektirdiklerini dengelemek olarak ortaya koyan yazarlar, organizasyonel ve coğrafi problemlerin de altını çiziyorlar. Çalışma, devletin kredi destekleri, vergi avantajları, sosyal medya pazarlama eğitimi gibi pek çok politika geliştirerek kırsal kadın girişimlerini desteklemesi gerektiğini ortaya koyuyor. Görüldüğü gibi, kırsal alan temelli kadın girişimlerinin dijital imkanlarla buluşup e-ticaretin sunduğu fırsatlardan faydalanarak büyümesinde muhtelif katmanlardan oluşan engeller vardır. Bu engellerin farkında olunması ve tanımlanması, odaklı politikalar oluşturulabilmesi için elzem görünmektedir.

3. Türkiye'de E-Ticaretin Gelişimi

TÜSİAD ve Deloitte'in Şubat 2022'de yayınladığı *E-Ticaretin Öne Çıkan Başarısı, Tüketici Davranışlarında Değişim ve Dijitalleşme* isimli rapora göre, 2016 yılında Türkiye'de %58 olan internet penetrasyonu hızla yükselmiş ve 2020 itibarıyla %78 seviyesine ulaşmıştır. 2015 ve 2020 yılları arasında hane halkı cihaz sahiplik oranlarına bakıldığında en büyük sıçrayışın akıllı telefon ve tabletlerde olduğu görülmektedir. Bireysel tüketici tarafında, son beş yılda hane halkı içerisinde akıllı telefon sahiplik oranının %57 artış gösterdiği verisi ile temel mecranın mobil cihazlar olduğu ortaya konmaktadır (TÜSİAD, 2022: 22-29). Rapor işletme tarafında ise, Türkiye'de KOBİ hakimiyetinin altını çizerek, KOBİ'lerin dijital olgunluk seviyelerinin yükselmesinin önemini vurgulamaktadır (TÜSİAD, 2022: 44-47).

Türkiye'de 2016'dan 2020'ye kadarki beş yılda gerçekleşen e-ticaret harcamaları enflasyon etkisinden arındırıldığında yaklaşık 3,2 kat artmıştır. Ekim 2021'de ETBİS'in açıkladığı son verilere göre ise 2021 yılının ilk yarısında e-ticaret hacmi geçen yılın aynı dönemine göre reel olarak %49 artmıştır (TÜSİAD, 2022: 52-53). Bu harcamalarda ana mecra ise işletmelerin kendi web sitelerinden e-ticaret pazaryerleridir. Türkiye pazarına bakıldığında, Trendyol ve Hepsiburada'nın süper-app olma vizyonu hareket ettikleri görülmektedir.

Örneğin Trendyol, Trendyol Express, Trendyol Go, Trendyol Wallet gibi oluşumlar ile market, yemek ve finansa doğru açılım yapmıştır. Hepsiburada ise akıllı operasyon merkezleri, hızlı teslimat ve ödeme hizmetleri ile sistemini genişletmektedir (TÜSİAD, 2022: 124).

Türkiye’de e-ticaret üzerine hem işletmelerin konumu ve uyumu hem de tüketici davranışı üzerine yapılmış uygulamalı araştırmalar mevcuttur. Yılmaz ve Yıldız (2020) KOBİ’lerin e-ticarete uyumunu konu alan makalelerinde, KOBİ’lerin gelişme ve rekabet ortamı yakalama sürecinde e-ticareti bir fırsat olarak gördüklerini iddia etmektedir. E-ticaretin güvenlik, altyapı ve prosedür aşamaları ile ölçek ekonomisi bakımından dezavantajlı konumdaki KOBİ’lerin gözünü korkutsa da işletmelerin sektörün avantajlarından faydalanma isteğinde oldukları gözlenmektedir. Yazarlara göre, esneklik, hız, maliyetlerde azalma, daha düşük maliyetlerle reklam şansı, tüketici memnuniyeti ve ürün çeşitliliği gibi imkânları ile e-ticaret işletmeler için yeni kapılar açmaktadır.

Total ve Şahin (2019) yaptıkları nicel araştırmada, demografik özelliklerin internet üzerinden alışveriş yapma davranışlarına etkisini ölçmüşlerdir. Kütahya ölçeğinde yaklaşık 600 kişilik bir örnekleme dayanarak gerçekleştirilen araştırmaya göre, yaşı genç olanlar ve yüksek gelir durumundakiler internette alışveriş yapmaya daha eğilimli olmaktadır. Araştırma aynı zamanda yer faktörünün önemini ortaya koymaktadır zira şehirde internette alışveriş eğilimi en yüksek iken ilçelerde bu eğilim azalmış ve köylerde en alt düzeye inmiştir. Yine anket sonucuna göre, internet alışverişinin avantajları olarak fiyat karşılaştırması yapabilmek, kullanıcı yorumlarını okuyabilmek ve ürün detaylarını araştırabilmek sıralanmışken engelleyen faktörler olarak ödeme güvenliğinden duyulan şüphe ve ürünü deneme şansının olmaması dile getirilmiştir.

Baz Aktaş, Aktaş ve Akbıyık (2021) makalelerinde, dünyanın en çok kullanıcı trafiği alan beşinci e-ticaret sitesi olan Trendyol’daki kırk ürüne ait tüketici yorum ve yıldız derecelendirmelerini analiz etmişlerdir. Yaklaşık 64 bin yorum analizi sonucu, pandemi başlangıcı öncesi teslimat hızı öne çıkarken, pandemi sürecinde teslimat hızının ürün niteliği ve ürün memnuniyetine göre daha az ön plana çıktığı görülmüştür. Yine pandemi öncesi ve sonrası yorumlar kıyaslandığında, pandemi ile yorum sayısının dramatik şekilde arttığı ve dahası e-ticaret müşterilerinin de satın alma davranışlarında bu yorumların artan etkisi ortaya çıkmıştır.

4. Kırsal Kalkınma, Kooperatifler ve E-Ticaret

Ülkemizin kırsal politikalarını belirleyen temel belgelerden olan *Ulusal Kırsal Kalkınma Strateji Belgesi (2021-2023)* belgesinde sunulan SWOT analizinde dışsal bir fırsat faktörü olarak “ülke genelinde e-ticaret uygulamalarının yaygınlaşması” belirtilmiştir (TC Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, UKKS, 2021-2023: 22). Bu husus, daha önceki temel belge olan *Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi 2014-2020* belgesinde yer almamaktadır (TC Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, UKKS, 2014-2020). Bu bağlamda e-ticaretin kırsal alanlar için sunabileceği fırsatların bundan sonraki dönemde daha fazla değerlendirilebileceği ve yeni politikalar geliştirilebileceği düşünülebilir.

Alan yazına bir de bu odakla yaklaşıldığında, Tuncer ve Gündüz (2017) karşımıza çıkmaktadır. Yazarlar, kırsal kalkınma açısından e-ticaretin rolüne baktıkları çalışmalarında, kırsal alanlarda üretilen ürünlerin e-ticaret sayesinde pazarlama ve sevkiyat olanaklarına kavuşmasını ve böylece kırsal gelirin artışının olumlu etkisini vurguluyor.

Tarım ürünleri pazarlaması konusunda Sayılı ve Büyükköroğlu'nun (2012) nicel desenli araştırması karşımıza çıkmaktadır. Yazarlar, Tokat il merkezinde yaşayan tüketicilerin e-ticaret yoluyla gıda maddeleri satın almaya yönelik tutumunu etkileyen faktörlerin analizini yaklaşık 300 kişilik bir örnekleme dayanarak yapmıştır. Erken bir çalışma olması sebebiyle çalışma sonuçlarında e-ticarete güvenin katılımcıların yalnızca %35'ini kapsayacak şekilde hayli sınırlı olduğu görülmektedir. Katılımcıların yine benzer bir oranı e-ticaret yoluyla gıda maddesi satın almayı uygun bulmadıkları saptanmıştır. İlginç bir bulgu olarak, katılımcıların yaklaşık %81'inin alıcı ve satıcının yüz yüze görüşmesi suretiyle alışveriş yapılması şeklindeki geleneksel yollardan ziyade internet vasıtasıyla gıda maddesi temininin daha maliyetli buldukları tespit edilmiştir. Genel olarak e-ticareti geliştirecek eğitim ve güven seviyesinin yanı sıra, bu çalışmadaki başka bir vurgu da gıda ürünleri özelinde firmaların ürünün kalitesi, görünürlüğü, tazeliği, fiyatı, ulaşımı ve geri iadesi gibi faktörlere önem vermelerine dairdir.

Tarım ürünlerinin pazarlamasına dair başka bir çalışma da Kızılaslan ve Gönültaş'a (2011) aittir. E-pazarlamanın tarım kesimi açısından sunacağı fırsatlara odaklanan bu çalışmada, olası engeller de internet kullanım azlığı, çiftçilerin eğitim ve gelir düzeyi düşüklüğü ve ürün standardizasyonu eksikliği şeklinde sıralanmıştır. E-ticaretin tarım kesimi için sunacağı fırsatların değerlendirilmesinde eğitim, güvenlik ve altyapı yatırımları yapılması gerektiği de yazarlarca dile getirilmiştir.

Ülkemizdeki kadın kooperatifleri üzerine erken bir çalışma, Gümüsoğlu (2012)'ye aittir. Gümüsoğlu, kırsal alandaki ilk kadın kooperatifi olan ve İzmir'in Kiraz ilçesi Yağlar köyünde yaklaşık yüz kadının bir araya gelip kurduğu süt kooperatifi incelemiştir. Köy halkı ile derinlemesine görüşmelere dayanan çalışmada, kooperatifin kadınlar için bir "demokrasi okulu" olduğu tespitini yapmıştır. Eski bir tütüncü köyü olan Yağlar köyünde, tütün piyasasında yaşanan değişim ardından köylüler bir çıkış yolu aramış ve o dönem açılan "Kırsal Alanda Sosyal Destek" projesinden faydalanarak kooperatifi kurmuşlardır.

Gümüsoğlu araştırmasını kooperatifin başarılı geçirdiği dört yılının sonunda gerçekleştirmiş ve kooperatifin sadece gelir ve üretim artışı değil aynı zamanda kadınların hem hane içi hem hane dışındaki konumlarının ve itibarlarının güçlendiği, öz saygınlık ve özgüvenlerinin pekiştiği sonuçlarına varmıştır.

Gümüsoğlu gibi tekil bir örneğe odaklanan başka bir araştırma ise Demircan Yıldırım'a (2020) ait bir vaka çalışmasıdır. Yazar, Antalya'daki 6 kadın kooperatifinden biri olan Ahatlı Kooperatifi üzerine eğilen araştırmasında, kooperatifi farklı sektörlerden on iş kadının bir araya gelerek kurduğunu ve 27 dönümlük bir tarım arazisini satın alarak işe giriştiğini anlatmaktadır. İki yıllık genç bir kooperatif olarak, henüz tam manasıyla üretime geçilemediği gözlenmiştir. Yine de aromatik bir bitki olarak ekinezyanın toprakla uyumlu olduğunu tespit ederek önemli bir satış mağazası ile anlaşmış ve ürünün raflarda yer almasını sağlamıştır. Ayrıca, yereldeki kadın üreticiler ile dayanışmak için onların ürünlerini gıda kolileri halinde adrese doğrudan teslim edilmesi için de çalışmışlardır. Sonuçta yazar, Ahatlı Kadın Kooperatifi'ni "kırsal alanda kadının örgütlenmesini arttıracak," tarımsal üretim yaparak kırsal kalkınmaya katkı sunacak ve kadınlar ve "yerel yönetimler açısından farkındalık yaratacak" bir oluşum olarak örnek göstermektedir.

Bu tekil örnekler dışında, Türkiye'de kadın kooperatiflerinin en güncel durumunu sergileyen kapsamlı bir saha raporu Dünya Bankası tarafından hazırlanmıştır (World Bank, 2015).

Karma yöntem izleyen araştırmada, ülke genelinde 63 tanesi aktif 38 tanesi inaktif olmak üzere toplamda 101 kadın kooperatifi ile anket yapılmıştır. Ayrıca, 27 kadın kooperatifi ile görüşme sağlanmış ve 268 mikro-anlatım toplanmıştır. Bu kapsamlı verinin analizine dayanarak, rapor Türkiye’de kadın kooperatiflerinin, ülkedeki diğer kooperatiflerden farklı olduğunu ortaya koymaktadır. Pek çoğu ayakta kalmakla birlikte “büyüme” potansiyelleri kesinlikle kadın ortakların ve yararlanıcıların isteğine bağlıdır. Bunu başarabilmeleri de kısmen kadın kooperatifleriyle ilişkili olan dış aktörlerin bu isteğe nasıl yanıt verdiklerine ve bu isteği nasıl beslediklerine bağlıdır (World Bank, 2015: 127-133). Bu bağlamda, rapor kadın kooperatifleri üzerine yeni araştırma yapılmasının gereğini vurguluyor, politika ve yasa yapıcılar için kapsamlı öneriler yapıyor ve özellikle kooperatiflerin geleneksel “kadın işi” olarak görülen alanlarda olmasının ötesine nasıl geçilebileceğinin ve çocuk bakımı, sosyal hizmet gibi alanlara açılım ihtimallerinin nasıl geliştirilebileceğine odaklanıyor.

Sonuçta, görüldüğü üzere e-ticaret ile kadın kooperatifi ilişkisini kurmaya dönük bir çaba yeni de olsa ortaya çıkmıştır. Tekil kadın kooperatifleri üzerine çok kısıtlı sayıda alan çalışması vardır. E-ticaret ile ilişkilendirmeye dönük yeni yönelim ise daha önce herhangi bir araştırmanın konusu olmamıştır. Bu makale, alan yazındaki bu boşluğu e-ticaret platformları yoluyla kırsal kadın kooperatiflerini geliştirmeye dönük güncel bir politikanın izlerini sürerek doldurmayı hedeflemektedir.

5. Araştırma Tasarımı

Bu araştırma, Türkiye’nin en çok kullanılan iki e-ticaret platformunu olan Hepsiburada ve Trendyol’da satış yapan kadın kooperatiflerine odaklanmaktadır. Araştırma verisi, ilgili sitelerden Ocak-Mart 2022’de toplanmıştır. Veri toplanırken, Hepsiburada platformunda bir örnekleme yapmaya gerek kalmamıştır zira kooperatif ve yorum/değerlendirme sayılarındaki nicel azlık tüm evreni inceleme fırsatı yaratmıştır. Ayrıca aşağıda görüleceği üzere sitenin “Girişimci Kadınlar” sekmesi altında projeye dahil olan kooperatifleri derli toplu şekilde sunması tüm veriyi değerlendirme olanağı sağlamıştır. Öte yandan, Trendyol platformunda böylesi tek bir sekme altında sunum yoktur. Bu nedenle ile muhtelif anahtar kelimeler ile arama rafine hale getirilmiştir. Bu filtrelemenin ardından çıkan sonuçlar yine tüm evreni kapsayacak şekilde analiz edilmiştir. Veri toplandıktan sonra, her iki platformda da satış yapan kadın kooperatiflerinin hangileri olduğu, ne tip ürünler sattıkları, genel satıcı puanları ve aldıkları değerlendirme sayıları sıklık analizi ile sunulmuştur. Ayrıca, genel olarak e-ticaretin doğasına uygun ürün, hız, paketleme, kargo vb. dönük tüketici yorumlarının ötesine geçen ve kadın kooperatifinden alım yapmaya özgü yorum ve değerlendirmeler içerik analizi ile ortaya çıkarılmıştır.

6. Bulgular ve Tartışma

Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı, Aralık 2021’de Kadınların Kooperatifler Yoluyla Güçlendirilmesi Projesi’ni kamuoyu ile paylaşmıştır. Bu projenin kadın kooperatifleri çalışmalarına ivme kazandıracaklarını dile getiren bakan, beş ana unsuru vurgulamıştır:

İlk olarak Eğitim İhtiyaç Analizi. Eğitim İhtiyaç Analizi ile yasal düzenlemeler, kurumsal destek mekanizmaları, iyi uygulamalar ve yenilikçi alanlar, kadının güçlenmesi gibi konularda kooperatif kurma ya da kooperatif ortağı olma potansiyeli olan 3 bin 500 kadına ve kooperatif ortağı olan 1500 kadına ve 3 bin üye erkeğe yönelik eğitimler planlıyoruz.

Kooperatif ortağı olan kadınların ihtiyaçlarını gözeterek kooperatif hukuku, sorumluluk ve yükümlülükler, sosyal güvenlik, muhasebe, markalaşma, e-ticaret ve benzeri alanlarda periyodik olarak ürün geliştirme desteği sunacağız. Kurumsal kapasite geliştirme hedefimiz doğrultusunda ilgili kamu kurumları, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşları temsilcilerinden oluşan 350 kişiye 'kadın ve kooperatifleşme' eğitimleri vereceğiz. Bilimsel ve teknik çalışmalar alanında, Türkiye'de kadın kooperatiflerinin ortak sayıları ve çalışma alanlarına ilişkin haritalandırma yapacağız. Bu çalışmadan hareketle iyi uygulamalar ve yenilikçi alanlar araştırmasını gerçekleştireceğiz... Yani artık kooperatif üyesi kadınlarımız derli toplu bir şekilde herkes tarafından kolayca erişilebilen bir internet sitesi yardımıyla ürünlerini hem iç hem de dış pazarlara sunabilecekler. (<https://www.aa.com.tr/tr/gundem/bakan-yanik-kooperatif-uyesi-kadınlarımız-internet-sitesiyle-urunlerini-hem-ic-hem-de-dis-pazarlara-sunabilecekler/2447270> - Erişim tarihi: 07.02.2022)

Bakanın bu şekilde sunduğu projede bahsi geçen internet sitesi Hepsiburada'dır. Platformun, Girişimci Kadınlar sekmesinin altında projeyi aşağıdaki gibi tanıttığı görülmektedir:



Şekil 2: Hepsiburada Kadın Kooperatifleri Tanıtımı Ekran Görüntüsü,
Kaynak: <https://www.hepsiburada.com/staticpage/656160057973887> (Erişim: 04.02.2022)

Yine aynı tanıtım sayfasında Hepsiburada'nın pandemiden etkilenen 5 kadın kooperatifine bağlı toplamda 138 kadına eğitim ve mentorluk verileceği, 2017'den beri sürmekte olan Girişimci Kadınlara Teknoloji Gücü programı kapsamına dahil edileceğini, ve bu kapsamda kooperatiflere yeni satış kanalları açarak ve üretimi destekleyerek fırsat eşitliğine katkı sağlamak amacıyla komisyon indirimi, reklam ve pazarlama fırsatları, ücretsiz fotoğraf çekimi ve kargo desteği gibi birçok fayda sağlanacağı ifade ediliyor.

Araştırma tarihi itibarıyla projeye dahil olan 5 kooperatif olduğu görülmüştür. Aşağıdaki tabloda bu kooperatifler, ürün tipi, ürün sayısı, satıcı puanı ve değerlendirme sayılarını, verinin toplandığı tarih itibarıyla derleyerek sunmak isterim:

Tablo 1: Hepsiburada Kadın Kooperatiflerine Destek Projesi Listesi

Kooperatif Adı	Ürün Tipi	Ürün Sayısı	Satıcı Puanı	Değerlendirme Sayısı
Meryem Kadın Kooperatifi	Maske Kurutulmuş Çilek	4	Yok	Yok
Yemenia Kadın Kooperatifi	Yemeni	6	Yok	Yok
SS Mezopotamya Kadın Kooperatifi	Acı biber	1	Yok	Yok
Cemre Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	Çanta Kravat Nevresim Örtü vs.	124	9,9	25
Beypazarı Kınalı Eller Lezzet Atölyesi Tarımsal Kalkınma Kooperatifi	Erişte Nane Salça vs.	44	9,9	73

Görüldüğü gibi projeye dahil olmuş olan kooperatiflerin ve ürünlerin tüketici tarafında nasıl algılandığına dönük henüz çok az emare vardır. Beş kooperatifin üçünün henüz hiçbir ürünü satılmamıştır. Satış gerçekleştiren ve yorum-değerlendirme de alan iki kooperatife biraz daha eğilirsek, Cemre Kooperatifi'nin aldığı değerlendirmelerin çoğunlukla derecelendirme puanı şeklinde olduğu görülmüştür. Nicel olarak azlık avantajını kullanarak değerlendirmeler tekil incelemeye tabi tutulduğunda ise, yorum olarak yazılanların çoğunun “ürünün aynen fotoğrafta görüldüğü gibi olması” üzerine olduğu görülmüştür. Projenin amacına uygun bir satın alma ve yorumların en net görüldüğü ise, 2 Aralık 2021 tarihli ve Eskişehir’den Sami G. isimli bir kullanıcı tarafından yazılan şu değerlendirmededir:

Ürün oldukça kaliteli sosyal medyada karşılaşmıştım kadınların el emeği yaptıkları ürünlerin satışa sunulduğunu gördüğümde hemen almak istedim gelen üründe hem ihtiyacımızı karşıladı hem de böyle bir girişimin yanında olduğum için çok mutlu oldum teşekkürler ve ellerinize sağlık 🍌
(<https://www.hepsiburada.com/melnace-handcrafts-damask-desen-gri-cift-kisilik-nevresim-p-HBCV000012763O?magaza=melnacehandcrafts> Erişim: 03.03.2022)²

Beypazarı Kınalı Eller Kooperatifi, ilgili sitede en çok yorum ve değerlendirme alan oluşumdur. Benzer şekilde nicel azlık avantajını kullanarak tüm değerlendirmeler tek tek incelenmiştir. Ürünlerin özelliklerine (tazelik, tat) ve paketleme-kargo süreçlerine dair yorumların çoğunlukta olduğu görülmüştür.

² Alıntılanan tüm yorumlardaki yazım ve imla hataları tarafımda düzeltilerek metne aktarılmıştır.

Ayrıca, kooperatifin alınan ürün dışında yolladığı küçük hediyeler (ufak bir paket nane) ve/veya notların tüketicilerin teveccühünü kazandığı yorumlarda görülüyor. Araştırmanın odağı bakımından özel olarak kadın/kadın kooperatifi vurgusunu öne çıkaran yorumlar, sayıca az da olsalar mevcuttur. İstanbul'dan 22 Aralık 2021 tarihinde kooperatifin cevizli sucuk ürünü için yazılan “Ürün çok tazeydi...Kadın elinden çıktığı çok belliydi. Elinize sağlık.” yahut yine İstanbul'dan 14 Ekim 2020 tarihinde Beypazarı kurusu için yazılan “Kargo ödemek yerine kooperatife destek olayım diye aldım. İyi ki de almışım :)” buna örnek gösterilebilir. Kooperatif olgusuna destek amaçlı bir satın alma davranışını örnekleyen en net ifadeleri ise Elazığ'dan 9 Ağustos 2021 tarihinde karışık bebek erişte makarnası için yazılan şu kullanıcı yorumunda görmekteyiz:

Bayanların ellerinden hazırlanan ürünler özverili ve özenle hazırlanmış çok belli. Küçük hediyeler ve el yazısı ile yazılmış not kınalı ellere ait olduğunu gösteriyor teşekkürler kadın dayanışması iyi ki var...
(<https://www.hepsiburada.com/kinali-eller-kadin-kooperatifi-beypazari-karisik-bebek-eriste-makarnasi-500gr-p-HBV00000UUh3R?magaza=K%C4%B1nal%C4%B1%E2%80%A6>
Erişim: 04.02.2022)

Bu şekilde yapılan alışverişin tüketici tarafında yarattığı duyguları öne çıkaran başka bir yorum ise kooperatifin fındıklı pestil ürünü için 22 Ocak 2022'de Ankara'dan yazılmıştır:

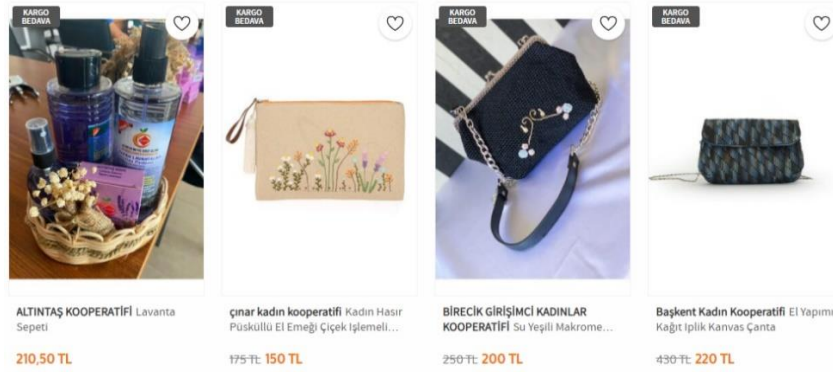
Lezzetli ve tertemiz. Yeterli miktarda fındık bulunuyor üstünde. Pestilin şekerli tadını yumuşatıyor, ağızda bayram havası estiriyor. Çok şekerli tadı sevmeyenler için birebir. Hanımefendi eli değdiği belli. Girişimci kadınlarımızı desteklemenin manevi huzuru ile ağız tadıyla iki gün içinde tüketip yenisini söyledim. (<https://www.hepsiburada.com/kinali-eller-kadin-kooperatifi-beypazari-findikli-pestil-500-gr-p-HBCV00000ER4BB?magaza=K%C4%B1nal%C4%B1> Erişim: 04.02.2022)

Benzer bir odakla Trendyol sitesi incelendiğinde, ilk dikkat çeken Hepsiburada'da olduğu gibi ana sayfada bir ayrı sekme ile yönlendirme olmadığını görüyoruz. Bu açıdan sitenin bahsi geçen projeye dahil olduğuna dönük bir ilk izlenim alınmamakta. Sitenin arama motorunda “kooperatif” şeklinde bir arama, araştırma tarihi itibarıyla 2155 sonuç vermektedir. Öte yandan bu sonuçların kitaplardan pekmeze uzanan geniş bir ürün yelpazesi içinde olduğu görülüyor. Bu sonuçları en çok değerlendirilenlere göre dizdiğimizde, bal üreticisi Binboğa Kooperatifi, erişte, tarhana vb. ürünleri ile Kınalı Eller Kadın Kooperatifi ve reçel, kırık zeytin gibi ürünlerle Hazek Kadın Kooperatifi ve sirke, pekmez vb. ürünlerle Manavgat Kadın Girişimi Kooperatifi öne çıkıyor. Bu sonuçlardaki yorum ve değerlendirmelerin sayıca fazla olduğu görülüyor. Seçili kimi örnekler detaylı bir incelemeye tabi tutulduğunda e-ticaretin ruhuna uygun olarak, ürün-paketleme-kargolama süreçlerine dair yorumların çoğunluğu dikkat çekiyor. Yine burada da “kadın eli değdiği belli,” “kadınlarımızı desteklemek için aldım” şeklindeki yorumlara sayıca az da olsa rastlanıyor.

Daha rafine sonuçlara erişebilmek için anahtar kelime “kadın kooperatifi” olarak denendiğinde ise ürünler takı, çanta, cüzdan türüne dönmektedir. Toplam 167 sonuç çıkmaktadır.

Bu sorguda, Altıntaş Kooperatifi, Çınar Kadın Kooperatifi, Birecik Kadın Kooperatifi, Başkent Kadın Kooperatifi, Kayapınar Girişimci Kadın Kooperatifi, Sivas Karınca Kadın Kooperatifi, Manavgat Kadın Girişimi Kooperatifi, Afyon Bayat Kadın Girişimci Kooperatifi, İstanbul Erguvan Kadın Kooperatifi, Emirdağ Kadın Kooperatifi, İhsaniye Kadımları, Şuhut Kadın Kooperatifi, Hazek Kadın Kooperatifi olmak üzere 13 satıcı kooperatif ismi belirmektedir.

Yorum ve değerlendirme bakımından bu sonuca eğildiğimizde ise toplam 16 ürüne, 72 tanesi kısa yorumlar şeklinde yapılmış toplam 83 değerlendirme görüyoruz. Bu yorumlar incelendiğinde en çok yorum ve değerlendirmeye konu olan iki ürün olduğu görülür. Bunlar 36 yorum ve değerlendirme ile Çınar Kadın Kooperatifi'nin satışa sunduğu Lastikli Tokasız Kemer ve 21 yorum ve değerlendirme ile Manavgat Kadın Girişimi Kooperatifi'nin Hasır El Çantası'dır. Bu değerlendirmelerde özel olarak kadın kooperatifini desteklemek amacı güden bir satın alma davranışını yansıtan bir yorum görülmemektedir. Ürüne özgü yorumlara ek olarak en çok satıcının gönderdiği not ve ufak hediyenin teşekkürüne konu olduğu görülüyor. Geri kalan 151 sonuç herhangi bir değerlendirme almamış durumdadır. Aşağıdaki görüntüde bu sıralamadan bir kare görülmektedir:



Şekil 3: Trendyol Kadın Kooperatifleri Ürünleri Ekran Görüntüsü (Erişim: 07.03.2022)

Sonuçta, Trendyol içerisinde ana sayfa üzerinde bir yönlendirme olmayışının kadın kooperatifi görünürlüğünün daha az olmasına etkisi olduğu düşünülebilir. Rafine sonuçlara ulaşmak için ekstra çaba gerektirmesi ve incelenen yorumlardaki fark gözetildiğinde, özel olarak kadın kooperatifinden satın almak temasının bu sitede daha zayıf kaldığı fark edilebilir.

7. Sonuç ve Öneriler

Bilişim teknolojilerindeki yeniliklerin tüm iktisadi ve sosyal hayatı kökünden değiştirdiği yeni yüzyılın başından beri bolca tartışılmıştır. İnternet teknolojilerinin iktisadi hayatta yarattığı yeniliklerde son iki yıldır yaşanan pandemi sürecinin ekstra bir değişim yarattığı kesindir. Sosyal hayatın minimize edildiği bu evrede, en temel ihtiyaçların giderilmesinde dahi fiziki ticaret yerini e-ticarete bırakmak zorunda kalmıştır. Pandemi etkisi yavaş yavaş ortadan kalkmaya başlasa da e-ticaretin yerinin eski seviyelere gerilemeyeceği öngörülmektedir.

Bu makale, e-ticaretin yarattığı bu değişimin izlerini Türkiye’deki kırsal kadın kooperatifleri açısından sürmek amacını taşımaktadır. Konuya bu odakla yaklaştığımızda, umut edilen değişimin gerçekleşmesinin olumlu sonuçları ve gerçekleşemediği durumlarda karşılaşılan engellerin literatürde tartışıldığını görmekteyiz. İlgili araştırmalar, e-ticaretin sunduğu fırsatların kadının ekonomik ve sosyal açıdan güçlendirmesinde, bireysel bağımsız gelir elde etmenin otonomi ve kontrol kazanmasında, bilgi edinme ve eğitim sürecinin ise kadınların organizasyonundaki önemine vurgu yapmaktadırlar. Öte yandan, umut edilen değişimin sağlanmasının önünde fiziksel altyapı, eğitim, sermaye, teknik ve yönetsel bilgi eksikliğinin yanı sıra tüketici güveni kazanmak, ürün kalitesini tutturmak, e-ödeme sistemlerine dahil olma bakımından güçlükler, e-ticarete duyulan güven eksikliği ve e-ticaret platformlarına dahil olmayı finansal olarak karşılayabilme gibi engeller de sıralanıyor. Bu bağlamda dünyadaki diğer örneklere odaklanan tüm çalışmalar, iyi pratiklerin geliştirilmesi için odaklı politikalar yoluyla destek sunulmasının gerekliliğinin altını çiziyor.

Türkiye’de 2016-2020 yılları arasında gerçekleşen e-ticaret harcamaları yaklaşık 3,2 kat artış göstermiştir. Ekim 2021’de ETBİS’in açıkladığı son verilere göre ise 2021 yılının ilk yarısında e-ticaret hacmi geçen yılın aynı dönemine göre reel olarak %49 artmıştır. Bu harcamalarda ana mecraya ise işletmelerin kendi web sitelerinden e-ticaret pazaryerleridir. Bu pazaryerlerinden en büyük ikisi olan Hepsiburada ve Trendyol, süper-app olma vizyonu ile hizmetlerini çeşitlendirdikleri de görülmektedir. Yine, ülkemizdeki kadın kooperatiflerinin en güncel durumunu sergileyen Dünya Bankası raporuna göre aktif kooperatif sayısı yaklaşık artmıştır. Bu sayıca az kadın kooperatifi bir şekilde ayakta kalmayı başarmıştır ancak bunların gelişmesi hem ortaklarının iradesine hem de bu kooperatiflerle ilişkili olan dış aktörlerin bu isteğe nasıl yanıt verdiklerine bağlıdır.

Dünya Bankası raporunun dikkat çektiği bu unsura yönelik, 2021’in son ayında kamuoyu ile paylaşılan Kadınların Kooperatifler Yoluyla Güçlendirilmesi Projesi ile bir aksiyon alındığı düşünülebilir. E-ticaret ile kadın kooperatifi ilişkisini kurmaya dönük resmi bir çaba yeni de olsa ortaya çıkmıştır. Alan yazında, tekil kadın kooperatifleri üzerine çok kısıtlı sayıda çalışma yapılmış olsa da bu yeni yönelim daha önce herhangi bir araştırmanın konusu olmamıştır. Bu makale, alan yazındaki bu boşluğu e-ticaret platformları yoluyla kadın kooperatiflerini geliştirmeye dönük güncel bir politikanın izlerini sürerek doldurmayı hedeflemektedir.

Araştırmada Türkiye’nin en çok kullanılan iki e-ticaret platformunu olan Hepsiburada ve Trendyol’da satış yapan kırsal kadın kooperatiflerine odaklanılmıştır. Hepsiburada’nın Girişimci Kadınlar sekmesinin altında projeyi “Kadın Kooperatifleri Pandemide E-ticaret ile Güçleniyor” başlığı ile lanse ettiği görülmektedir. Bu şekilde yeni satış kanalları açarak ve üretimi destekleyerek projeye dahil edilen Meryem Kadın Kooperatifi, Yemenia Kadın Kooperatifi, SS Mezopotamya Kadın Kooperatifi, Cemre Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi ve Beypazarı Kınalı Eller Lezzet Atölyesi Tarımsal Kalkınma Kooperatifi olmak üzere 5 kooperatif vardır. Araştırma tarihi itibarıyla bu beş kooperatifin üçünün henüz hiçbir ürünü satılmamıştır, satış gerçekleştiren ikisi ise çok sınırlı sayıda yorum ve değerlendirmeye konu olmuştur. Yaklaşık 100 adet olan bu değerlendirmeler içerik analizine tabi tutulduğunda, ürün-kargo-paketleme süreçlerine dair yorumların çoğunlukta olduğu görülmüştür. Yine de projenin ruhuna uygun ve kooperatif olgusuna destek amaçlı bir satın alma davranışını sergileyen sayıca az da olsa çarpıcı kimi değerlendirmeler mevcuttur.

Araştırmada incelenen diğer platform Trendyol’da ise Hepsiburada’da olduğu gibi ana sayfada ayrı bir sekme ile yönlendirme olmadığını görüyoruz.

Tarama kadın kooperatifi odaklı hale getirilince ise, toplam 13 kooperatif ve 167 sonuç çıkmaktadır. Yorum ve değerlendirme bakımından ise toplam 16 ürüne, 72 tanesi kısa yorumlar şeklinde yapılmış toplam 83 değerlendirme görüyoruz. Geri kalan 151 sonuç herhangi bir satışa konu olmamış ve haliyle herhangi bir değerlendirme de almamış durumdadır. İçerik analizi ile incelenen yorum ve değerlendirmelerde ise kadın kooperatifi olgusuna destek güdüsü yok denecek kadar azdır.

Sonuçta ülkemizde e-ticaretin yarattığı olanaklar ile kadın kooperatiflerini buluşturma çabasının çok başında olduğu söylenebilir. Böylesi bir politikanın ortaya çıkmış olması kendi başına olumlu bir gelişme iken ilerlenmesi gereken çok yol olduğu açıktır. Tüketicilerin kadın kooperatiflerini desteklemek için dahi alışveriş yapabildikleri kimi değerlendirmelerde açıkça dile getirilmiştir. Bu özelliğin öne çıkarılarak daha çekici hale getirilmesi amaca ulaşmada daha etkili olunmasını sağlayabilecektir. Öte yandan bu konuda atılan adımların çok taze olduğunun bilinciyle bundan sonraki süreç dikkatle takip edilmeye ve yeni araştırmaların konusu olmaya da adaydır. Sürecin özellikle kooperatiflerin kurumsal gelişimi ve kooperatiflerin ortağı kadınlar açısından yarattığı değişim açısından araştırılması öğretici sonuçlar doğuracaktır.

Kaynakça

- Anadolu Ajansı (2021). “Bakan Yanık: Kooperatif üyesi kadınlarımız internet sitesiyle ürünlerini hem iç hem de dış pazarlara sunabilecekler.” <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/bakan-yanik-kooperatif-uyesi-kadinlarimiz-internet-sitesiyle-urunlerini-hem-ic-hem-de-dis-pazarlara-sunabilecekler/2447270> (Erişim tarihi: 07.02.2022)
- Baz Aktaş, N. , Aktaş, B. & Akbıyık, A. (2021). Koronavirüs'ün (Covid-19) Türkiye'de E-Ticaret Müşteri
- Memnuniyetine Etkisi: Trendyol Örneği . *Journal of Information Systems and Management Research* , 3(1) , 39-50. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jismar/issue/63377/898926>
- Demircan Yıldırım, P. (2020). “Kırsal Kalkınmada Kadın Kooperatiflerinin Rolü: Ahatlı Kadın Kooperatifi Örneği.” *Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 0 (11), 159-170. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/etusbed/issue/56704/773656>
- Ghouse, S.M., Durrah, O. and McElwee, G. (2021), "Rural women entrepreneurs in Oman: problems and opportunities", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 27 No. 7, pp. 1674-1695. <https://doi.org/10.1108/IJEER-03-2021-0209>
- Gümüšoğlu, F. (2014). “Kadınların Toplumsal Alanda Güçlenmesine Bir Örnek: “Yağlar Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifi.” *Kadın Araştırmaları Dergisi*, 0 (10). <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iukad/issue/738/7971>
- Haji, Karine. (2021). “E-commerce development in rural and remote areas of BRICS countries.” *Journal of Integrative Agriculture* Volume 20, Issue 4, April 2021, Pages 979-997. [https://doi.org/10.1016/S2095-3119\(20\)63451-7](https://doi.org/10.1016/S2095-3119(20)63451-7)
- Kızılaslan, H. & Gönültaş, H. (2011). Bilişim Teknolojisinin Tarım Ürünlerinin Pazarlamasındaki Konum ve Önemi (E-Pazarlama). *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 2011 (1), 1-11. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gopzfd/issue/7331/95932>
- Maier, Sylvia and Nair-Reichert, Usha (2008). “Empowering Women Through ICT-Based Business Initiatives: An Overview of Best Practices in E-Commerce/E-Retailing Projects”. *Information Technologies and International Development* 4(2):43-60. DOI:10.1162/itid.2008.00007
- Sayılı, M. & Büyükköroğlu, A. (2012). E-Ticaret Yoluyla Gıda Maddeleri Satın Almaya Yönelik Tüketicilerin Tutumunu Etkileyen Faktörlerin Analizi. *Journal of Agricultural Sciences*, 18 (3), 246-255. DOI: 10.1501/Tarimbil_0000001212
- Şahin, H. & Topal, B. (2019). Tüketicilerin İnternette Alışveriş Davranış Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Araştırılması: Kütahya Örneği. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (1), 314-328. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/bitlissos/issue/46641/529830>
- Tuncer, İ. & Gündüz, M. A. (2017). Kırsal Kalkınmada Elektronik Ticaretin Rolü Üzerine Teorik Bir İnceleme. *Kesit Akademi Dergisi*, (7) , 364-373. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kesitakademi/issue/59839/864737>
- United Nations (2021). Covid-19 and E-Commerce: A Global Review. https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstict2020d13_en_0.pdf (Erişim: 29.03.2022)
- TC Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi (2014-2020). [https://kkp.tarim.gov.tr/UKKS%20\(2014-2020\).pdf](https://kkp.tarim.gov.tr/UKKS%20(2014-2020).pdf) (Erişim: 24.02.2022)

TC Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi (2021-2023).

<https://www.tarimorman.gov.tr/TRGM/Belgeler/UKKS-Strateji-Belgesi.pdf> (Erişim: 24.02.2022)

TC Ticaret Bakanlığı. Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi (ETBİS) 2021 Yılı İlk 6 Ay Verileri.

<https://www.eticaret.gov.tr/dnnqthgzvawtdxraybsaacxtymawm/content/FileManager/Dosyalar/ETI%CC%87CARET%20B%C3%9CLTEN%C4%B0%202021%20%C4%B0lk%206%20ay.pdf> (Erişim Tarihi: 28.03.2022)

TÜSİAD (2022). E-ticaretin Öne Çıkan Başarısı, Tüketici Davranışlarında Değişim ve Dijitalleşme. <https://www.eticaretraporu.org/> (Erişim: 21.02.2022)

World Bank (2015). Türkiye’de Kadın Kooperatifleri’nin Mevcut Durumu.

<https://www.kedv.org.tr/turkiyedekadin-kooperatiflerinin-mevcut-durum-raporu> (Erişim: 04.03.2022)

Yılmaz, A. E. & Yıldız, A. (2020). Küreselleşme Sürecinde Kobi’lerin Elektronik Ticarete Uyumu. *Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*,4(1),29-50. <https://dergipark.org.tr/pub/fuuiibfdergi/issue/54867/724411>

beykozakademi

DERGİSİ

Cilt 10 - Sayı 1
YIL 2022

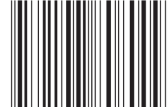


E-ISSN 2651-5393

www.beykoz.edu.tr • 444 25 69

[f](#) [t](#) [i](#) [YouTube](#) [s](#) /beykoz.edu.tr

ISSN 2651 - 5393



9 772147 808009 >