

HAZİRAN 2021
Cilt: 2 Sayı: 1

İLETİŞİM

Yazışma Adresi / Correspondence
Kırklareli Üniversitesi
Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu
Müdürlüğü
Kavaklı Yerleşkesi
Merkez / Kırklareli

WEB SİTE:
<http://sbmyo.klu.edu.tr/>

E-POSTA:
esra.bozkanat@klu.edu.tr

KAPAK TASARIMI/COVER DESIGN

Öğr. Gör. Kürşad ERKAL

KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER MESLEK YÜKSEKOKULU DERGİSİ

Sahibi / Owner

Prof. Dr. Bülent ŞENGÖRÜR

Editör / Editor

Dr. Öğr. Üyesi Esra BOZKANAT (Editor)

Editör Yardımcıları / Co-editors

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Oğuz AKGÜNEŞ (Co-editor)

Dr. Öğr. Üyesi Furkan YILDIZ (Co-editor)

Dr. Öğr. Üyesi Hakan AYDIN (Co-editor)

Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Mustafa AYKAÇ / Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Ayla OKAY / İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Ünal ÇAĞLAR / Kırklareli Üniversitesi

Prof. Dr. İlhan Eroğlu / Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

Prof. Dr. Ender GEREDE / Eskişehir Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Fatma LORCU / Trakya Üniversitesi

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü / Managing Editor

Doç. Dr. İskender GÜMÜŞ

Dergi Sekreteryası ve Dizgi / Secretariat of Journal and Typesetting

Dr. Öğr. Üyesi Esra BOZKANAT

İÇİNDEKİLER

YAZAR	MAKALE	SAYFA NO
GÜLŞEN ÇETİN AYDIN	TOPLUMSAL ETKİLER BAĞLAMINDA ULUSLARARASI EMEK GÖÇÜ	1-17
KADİR EKİCİ & MURAT ÇİFTÇİ	ANTALYA İŞGÜCÜ PİYASASINDA KONAKLAMA İŞLETMECİLİĞİNDE BÖLGESEL UZMANLAŞMA	18- 41
NİLGÜN KÖKSALAN	STARTUP ÜRÜN VE HİZMETLERİNE YÖNELİK DİJİTAL TÜKETİCİ GERİ BİLDİRİMLERİ: "GETİR" ÖRNEĞİ	42- 56
OĞUZHAN ÖZÇELİK & HASAN BARDAKÇI	THE EXISTENCE OF FOREIGN TRADE BALANCE CONVERGENCE IN EU MEMBER AND CANDIDATE COUNTRIES: AN EMPIRICAL ANALYSIS	57- 80
YAVUZ TORAMAN	COVID-19 SÜRECİNDE TAM KAPANMA KARARININ TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINA ETKİSİ: E- TİCARET ÖZELİNDE İNCELENMESİ	81- 95

Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi'ne gönderilen makalelerin bilimsel sorumluluğu yazarlarına, çeviri ve aktarma yazıların hukuki sorumluluğu çevirmenlerine aittir. Gönderilen her yazının yayım aşamasında esasa yönelik olmayan küçük düzeltmeleri dergimizin yazı işleri sorumluları tarafından yapılır. Yayınlanan yazıların her türlü telif hakkı Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu'na aittir.

TOPLUMSAL ETKİLER BAĞLAMINDA ULUSLARARASI EMEK GÖÇÜ¹

Gülşen ÇETİN AYDIN²

ÖZ

Göç eden bireylerin amacı geçimlerini sağlayabilecek bir iş alanı elde etmek ve yaşamlarını refah bir düzeyde sürdürebilmektir. Dolayısıyla göç olgusunun temelinde ekonomik göstergeler ve istihdam talebi bulunmaktadır. Göç hareketleri başlarda vasıfsız işçilerde görülürken günümüzde nitelikli iş gücüne doğru kaydıği görülmektedir. Nedeni ise, sanayiden hizmet sektörüne olan geçişin artmasıdır. Öte yandan eğitimli ve nitelikli işgücüne istenildiği gibi bir çalışma alanının yaratılmaması gelişmiş ülkeler olan beyin göçünün yaşanmasına neden olmaktadır. Uluslararası boyutta görülen emek göçünün temel nedenlerinden biri küresel anlamda yaşanan ekonomik eşitsizliklerdir. Bu nedenle göç kapsamında kimi ülkeler hedef ülke olurken kimi ülkeler de terk edilmeye mahkûm ülke olarak nitelendirilmektedir. Çalışmanın önemi, göçe sebep olan itici ve çekici faktörlerin belirlenmesinde ortaya çıkmaktadır. Çalışmanın amacı, uluslararası emek göçünün toplumsal etkilerini incelemektir. Bu bağlamda çalışmada uluslararası emek göçü hareketliliği, uluslararası emek göçünün ülkelerin kalkınmasına olan avantaj ve dezavantajları, uluslararası emek göçünün toplumsal etkileri teorik olarak incelenecektir. Ayrıca, göçün toplumsal etkilerinin cinsiyet, konut, eğitim, sağlık, istihdam boyutunun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Göç, Toplum, Birey, Emek, Sosyal Politikalar.

INTERNATIONAL LABOR MIGRATION IN THE CONTEXT OF SOCIAL EFFECTS

ABSTRACT

The aim of the migrants is to obtain a living area and to sustain their lives at a level of prosperity. Therefore, the basis of migration consists of economic indicators and employment demands. While migratory movements were initially seen in unskilled workers, they are now shifting towards qualified labor force. The reason is the rising shift from industry to service sector. On the other hand, the lack of working space for the educated and qualified labor force leads to the brain drain to the developed countries. One of the main causes of labor migration in the international dimension is the global economic inequalities. For this reason, some countries are considered as target countries and some countries are considered to be doomed to leave. The importance of the study emerges in determining the push and pull factors that cause migration. The aim of the study is to examine the social effects of international labor migration. In this context, the study will examine international labor migration mobility, the advantages and disadvantages of international labor migration on the development of countries, and the social impacts of international labor migration will be investigated theoretically. In addition, it has been concluded that the social effects of migration have dimensions of gender, housing, education, health and employment.

Keywords: Migration, Society, Individual, Labor, Social Policies.

¹ Bu çalışmanın genişletilmiş özet metni “Uluslararası Emek Göçünün Toplumsal Etkileri” başlığı ile sunulmuş olup 15-16 Kasım 2018 tarihinde gerçekleşen 2. Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Kongresi özet kitapçığında yer almıştır.

² Dr. Öğr. Üyesi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, gulsenaydin@kmu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-8371-2251

GİRİŞ

Göç olgusu basit bir ifade ile bir bölgede yaşayan bireylerin yaşadıkları yeri terk etmeleri ya da değiştirmeleri anlamına gelmektedir. Uluslararası göç kavramı ise, bireylerin daha iyi yaşam standardına ulaşabilmek için minimum bir süre yaşadıkları ülke sınırlarının dışına çıkması memleketlerinden ayrılmalarını ifade etmektedir (Şahin ve Şen, 2021: 377; Karabıyık ve Çolpan Nart, 2021: 171). Uluslararası göç; emek göçünü, transit göçü, çevresel göçü, zorunlu göçü, insan ticareti ve kaçakçılığı, sığınmacı ve mültecilerin korunması gibi birbiriyle iç içe geçmiş ve bazı yönleri ile birbirinden ayrılmış birden fazla konuyu kapsamaktadır. Göç hareketlerinin temelinde emek göçü yer almaktadır. Bunun nedeni, dünyada küresel boyutta yaşanan ekonomik eşitsizlikler, işgücü arz ve talebinin değişkenlik göstermesidir (Toksöz, Erdoğan ve Kaşka, 2012: 11). Bireylerin göç etme tercihlerinde network etkisi oldukça yoğun hissedilmektedir. Network etkisi, özellikle işgücünün niteliğinde, istihdam sektöründe ve meslek gruplarında görülmektedir. Buradaki en önemli nokta bireylerin eğitim seviyeleri ve hangi sektörde istihdam edilebilirliğinin yoğun olduğudur (Emirhan, 2014: 618).

Göç çalışmalarının çıkış noktası genellikle rakamlar üzerinden anlamlandırılmaktadır. Çünkü, uluslararası ve küresel boyutta ele alınan göç olgusunun toplumsal etkileri yadsınamaz boyuttadır. Bu nedenle, elde edilen rakamlar içinde bulunulan dünyayı anlamlandırmak ve sürekli değişen dünyada gelecek planları yapabilmek adına oldukça önemlidir. Dünya’da 2019 yılında küresel tahminlere göre 7,7 milyar küresel nüfusun 272 milyon uluslararası göçmen bulunmaktadır. Yani her 30 kişiden biri göçmen olarak genelleştirilebilir. Bu rakam tüm küresel nüfusun %3,5’idir. 2019 yılında uluslararası göçmenlerin yaklaşık %74’ünün 20-64 yaş arası çalışma çağına olduğu görülmektedir. Cinsiyete göre dağılımına bakıldığında uluslararası göçmenlerin %52’si erkek ve %48’i kadındır. Uluslararası göçmenlerin ülkelerin gelir gruplarına göre dağılımına bakıldığında göçmenlerin yaklaşık 176 milyonu yüksek gelirli ülkelerde ikamet ettiği görülmektedir. Bu rakam, orta gelirli ülkelerde 83 milyon, düşük gelirli ülkelerde ise 13 milyon olarak kaydedilmiştir. Bu rakamlar, dünya nüfusunun küçük bir bölümünün halen göç hareketliliği içinde olduğunu göstermektedir. Öte yandan büyük bir çoğunluğun da sınır ötesi değil, ülke içerisinde göç etmektedir. (Dünya Göç Raporu, 2020: 7-11).

İnsanların gerek bireysel gerek toplumsal nedenlerle göç ettiği görülmektedir. Göç bir taraftan bireylerin yaptığı bir seçimi ifade ederken diğer taraftan bireyler için bir zorunluluk unsurudur. Dolayısıyla bireyleri göçe iten en önemli sebep insanca yaşam koşullarına sahip

olma arayışıdır. Fizyolojik ihtiyaçlarından başlayarak barınma, güvenlik, eğitim, sağlık, çalışma ihtiyaçlarını arzu ettikleri şekilde karşılayamamaları, bireyleri yeni çözüm yolları aramaya yöneltmiştir. Belirtilen bu nedenlere ülkedeki siyasi koşulların yeterli olmaması ve en önemlisi siyasi otoritelerin bireylere güven vermemesi de eklenince tüm bu faktörler bireylerin göçünü hızlandıran etmenler arasındadır.

Bu çalışma göç olgusundan başlayarak göçe yol açan faktörlerin değerlendirilmesini, emek göçü kavramına ilişkin sınırlarının çizilmesini, uluslararası emek göçü hareketliliğini, uluslararası emek göçünün ülkelerin kalkınmasına olan avantaj ve dezavantajlarını kapsamaktadır. Çalışma, göç olgusuyla ilgili kapsamlı bir çalışmadan ziyade uluslararası emek göçünün toplumsal etkilerini teorik bir çerçevede değerlendirmeyi amaçlayan bir çalışmadır. Bu bağlamda, uluslararası emek göçünün toplumsal etkileri cinsiyet, konut, eğitim, sağlık, istihdam faktörleri çerçevesinde incelenecektir.

1. Emek Göçü ve Uluslararası Emek Göçü

Göç, bireylerin buldukları bölgeden başka bir bölgeye gönüllü ya da zorunlu sebeplerle geçici/kalıcı yer değiştirme hareketleri olarak ifade edilmektedir (Ünlütürk Ulutaş, Kumaş, 2017: 450). Göç, küresel alanda yaşanan değişimleri en çok etkileyen faktör olmakla birlikte farklı biçimlerde yapılabilmektedir. Örneğin, göç eden bireyler bedenen çalışan işçi, nitelikli uzman, girişimci ve daha önce göç eden bireylerin yakınları şeklinde farklılaşmaktadır (Castles&Miler, 2008:7).

Göç olgusunun tarihsel seyrine bakıldığında, kapitalizmin egemenlik kurma talebi ve işverenlerin düşük işgücü maliyeti talebinin uluslararası emek göçüne yol açtığını söylemek mümkündür (Toksöz,2006:3). Uluslararası göç kavramı toplumları ve siyaseti şekillendiren yer değiştirme hareketinin bir parçası olarak ifade edilmektedir (Castles&Miler, 2008: 11). Göçü uluslararası alana taşıyan nokta ülke sınırlarının aşılmasıdır. Dolayısıyla uluslararası emek göçü, bireylerin çalışma talebiyle kendi ülkesinden başka bir ülkeye hareketi olarak ifade edilmektedir. Uluslararası emek göçü ile göç eden göçmen işçilerin sığınmacı ve mültecilerden ayrı değerlendirilmesi gerekmektedir. Sığınmacı ve mültecilerin göç etme gerekçesi din, ırk, etnik köken, sosyal ve siyasal grubun üyesi olma gibi nedenleri kapsamaktadır. Bu nedenle emek göçünün temel amacının istihdam edilme olduğunu belirtmekte fayda vardır. Esasen göç eden bireylerin önceliği ekonomik ve sosyal alanda yer alabilmektir (Ünlütürk Ulutaş, Kumaş,2017:450).

Mevcut yaşam koşullarını iyileştirmek üzere uluslararası göç eden bireylerin göçünü, yalnızca doğduğu yerden koparak başka bir ülkeye yerleşmesi şeklinde değerlendirmek göç

olgusunu basitleştiren bir değerlendirme olacaktır. Oysa göç, yalnızca bireyin kendisini değil aynı zamanda kendinden sonraki kuşakları da etkisi altına alan bir kavramdır. Toplu yapılan bir eylem olması sebebiyle de göç alan ve göç veren toplumları etkilemektedir. Çünkü göç, toplumsal dinamikleri etkileyen ve geliştiren bir olgudur (Castles&Miler: 2008:29-30).

Sanayi devrimi sonrası ortaya çıkan yeni sınıflar, yeni iş kollarının sayıca artışı, özellikle bedenen çalışmanın yerini beyin gücünü kullanmaya yönelik iş alanlarının artmasına yol açmıştır. Özellikle eğitim alanında meydana gelen sürekli gelişim değişimi zorlamıştır. Bireyler ilgi alanlarına göre yüksek eğitim alarak uzmanlaşmakta ve kendilerini sosyal gelişmenin içinde bulmaktadır. Yoğunluklu olarak gelişmiş ülkelerde meydana gelen uzmanlaşma ile birlikte istihdam imkanları da yükselen bir grafik çizmiştir. Belirtmek gerekir ki, bu yükselişin en temel nedeni gelişmiş ülkelerin beşerî sermayeye fazlaca önem vermesidir (Erkal, 1980:73).

Uluslararası emek göçü göçmenlerin niteliğine göre sınıflandırılmaktadır. Niteliğine göre, niteliksiz işgücü göçü ve beyin göçü olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Niteliksiz işgücü, zorlu çalışma koşullarının yanı sıra işten atılma durumuyla karşı karşıya kalan bir grubu ifade etmektedir. Niteliksiz işgücü olarak göç eden bireyler genelde göç ettikleri ülkenin ikincil iş olarak nitelendirdikleri işlerde istihdam edilmektedir. Beyin göçü ise, eğitilmiş, yetenekli ve nitelikli bireylerin istihdam talebi, yüksek ücret talebi, teknolojik gelişmeleri takip etme, araştırma ve geliştirme faaliyetlerini gerçekleştirme amacıyla bir ülkeden diğerine geçme hareketi olarak ifade edilmektedir. Bu nedenle beyin göçü “ilim personeli korsanlığı” olarak da ifade edilmektedir. Beyin göçüne neden olan faktörler ekonomi alanında yaşanan eşitsizliklerdir. Beyin göçü, II. Dünya Savaşı sonrası sanayi alanında yaşanan yenilik ve gelişmeler ve bireylerin bilime olan ilgilerinin artmasıyla hızlanmıştır (Ünlütürk Ulutaş, Kumaş,2017:451-453; Erkal,1980:76).

Küreselleşmenin etkisiyle bilginin kolay erişilebilir olması nitelikli bireylere olan ihtiyacı arttırmıştır. Esasen nitelikli işgücüne sahip olarak toplumsal gelişme ve ilerlemenin gerçekleşebileceği düşüncesi yaygındır. Beyin göçü kavramının ilk kez 1960’lı yıllarda kullanılmaya başlandığını görmekteyiz. Nitelikli göçün yönü az gelişmiş ülkelere doğru olmuştur (Bozkurt,2005:241-242). Beyin göçüne ihtiyaç duyan ülkeler özellikle ABD, gerekli gördüğü alanlara nitelikli bireyleri dâhil edebilmek adına özel vize kolaylıkları sağlamaktadır (Bozkurt,2005:248). Ayrıca vergi indirimlerinin sağlanması, girişimcilik ile ilgili çalışmaların desteklenmesi ve diplomalarda denkliğin sağlanması için yapılan çalışmalar da göçü destekleyen faktörlerdir (Ünlütürk Ulutaş, Kumaş, 2017:453).

2. Uluslararası Emek Göçüne Yol Açan Faktörler

Geçmişten günümüze yaşanan tüm toplumsal olaylarda olduğu gibi göçün de tek bir sebebi yoktur. Ekonomik faktörler, yaşanan iç savaş ve çatışmalar, çevresel faktörler ve ulus-ötesi ağlar uluslararası emek göçüne sebep olan faktörler arasında değerlendirilmektedir. Uluslararası emek göçüne neden olan en önemli faktör bireylerin yaşadıkları ülkeden daha iyi koşullarda istihdam imkânı elde etmesidir. İlk olarak istihdam imkânlarının, ücret seviyelerinin, işgücü taleplerinin ekonomik anlamda göçe sebep olan faktörler arasında olduğunu söylemek mümkündür. Belirtilen faktörler itici güç kategorisinde sınıflandırılmaktadır. Öte yandan göç alan ülkelerde niteliksiz işgücünün varlığı ve düşük ücret talepleri de ekonomik faktörler arasında değerlendirilmektedir. Ekonomik faktörler yalnızca hizmet sektöründe değil aynı zamanda tarım sektöründe de etkili olmaktadır. Toprağın paylaşımında yaşanan adaletsizliklerin de bir grup iş gücünü göçe zorladığı ifade edilmektedir. Göç alan ülkede dini ve etnik kökenli yaşanan iç savaş ve çatışmalar da uluslararası emek göçüne sebep olmaktadır. Nedeni ise, bireylerin yaşadıkları ülkede özgürlüklerini tam anlamıyla kullanamamaları, ayrımcı muamelelere maruz kalmalarıdır. Çünkü birey sahip olduğu hakların ihlal edildiği bir durum ile karşı karşıya kalmaktadır. Öte yandan yaşanan olağanüstü doğa olayları da çevresel faktörler kapsamında olup göçe neden olmaktadır. Örneğin deprem, sel gibi doğa olaylarının bireylerin yaşadığı yerleri tahrip etmesi ve yaşanamaz hale getirmesi, bireylerin daha güvenli bir yaşam alanı arama ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Ulus-ötesi ağlar faktörü ise, göç eden bireylerin herhangi bir konuda bilgi alabileceği sosyal sermayesini ifade etmektedir (Ünlütürk Ulutaş, Kumaş, 2017: 450, 459-460).

Bunun yanı sıra itici ve çekici faktörlerin altında objektif ve sübjektif nedenler yatmaktadır. Bireylerin göç etme kararını direkt etkileyen faktörler nesnel faktörlerdir. Örnek olarak, ülkenin kabul edilebilir ya da tercih edilebilir bir işgücü politikasına sahip olmaması, bireylerin almış oldukları yabancı eğitimin kendilerine bir prestij yaratmamasını söylemek mümkündür. Öznel faktörler ise o ülkenin kontrolü dışında ortaya çıkan ve çoğunlukla ülkenin yapısı ile ilgili olan faktörlerdir. Teknolojik ve bilimsel geleneğin o ülkede yer edinmemiş olması gibi nedenler örnek gösterilebilir. Ancak belirtelim ki, bu faktörler kısıtlı bir zaman ve mekân içinde değerlendirilmelidir. Aksi takdirde bu faktörler yanlış bir izlenime sebep olabilir. Dolayısıyla bazı çekici ve itici faktörler genel kabul görmüş nitelikte olup, göç etmek isteyen kişilerin bireysel arzusuna bağlı olmadığı gibi bazıları da bireysel istek ve arzular çerçevesinde şekillenmektedir (Aytaç ve Çetin Aydın, 2019: 76).

Son yıllarda göç olgusuna ilişkin farklı kavramsallaştırmalardan bahsedilmektedir. Bunlar, göçün küreselleşmesi, hızlanması, farklılaşması ve kadınsılaşması ve göçün siyasallaşmasıdır. Kavramsallaştırmanın nedeni ise, ekonomik, toplumsal ve siyasal alanda yaşanan değişimlerdir. Göç olgusundan etkilenen kesim giderek artıyorsa burada göçün küreselleşmesinden bahsetmek mümkündür. Bir bölge önce olduğundan daha fazla göç alıyorsa kaynaklarının sınırları genişlemiştir. Dolayısıyla farklı kültürlerden yapılan göçleri karşılayabilen bir alanı mevcuttur. Sınırların genişlemesi göçün hızlanmasına yol açan bir faktördür. Sayıca daha fazla kişinin göç etmesi, göç edilen ülke politikalarını ve o ülkenin yaşadığı sorunları arttırıcı niteliktedir. Yaşanan gelişmeler aynı zamanda göçü farklılaştırmaktadır. Bu farklılaşma göçün beyin göçü mü, sığınmacı mı, mülteci mi olduğu ile ilişkilendirilmektedir. Göç etme amacı aynı zamanda göçün niteliğini de belirtmektedir. Cinsiyet faktörü doğrultusunda bakıldığında ise göçün kadınsılaşığı belirtilmektedir. Göç tarihine bakıldığında başlangıçta göçü ilk erkeklerin başlattığını ve aile kapsamında kadının göç ettiği görülmektedir. Ancak 1960-1970'li yıllardan bu yana kadının da göç hareketliliğinde yer aldığını görmekteyiz. Bunun nedeni kadınların çalışma hayatındaki yeri ile ilişkilendirilmektedir. Küreselleşmenin etkisiyle kadınların çalıştığı alanlarda ihtiyaç duyulan işgücü talebindeki artış kadın emeğinin de göç ettiği gerçeğini ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca, ev hizmetlerinin yanı sıra eğlence endüstrisinde de kadınlara yönelik talebin arttığı görülmektedir. Son olarak göçün siyasallaşması uluslararası alanda izlenen politikalar ve yapılan ikili anlaşmalar ile ilgilidir. Meydana gelen her uluslararası göç hareketi ulusal politikaları etkilemektedir (Castles & Miler, 2008: 12-13, Abadan Unat, 2006: 365). Son yıllarda özellikle emekli göçü kavramı ile de karşılaşılmaktadır. Emeklilerin yaşamanın daha kolay olduğu ülkeleri tercih etme nedenlerinden biri de iklim koşullarının uygunluğu olmuştur (Abadan Unat, 2006:366).

3. Emek Göçünün Toplumsal Etkileri

3.1. Cinsiyet Faktörü

Emek göçü uluslararası boyutuyla toplumsal cinsiyetçi bir akımın ön plana çıkmasına yol açmaktadır. Özellikle aile içindeki cinsiyetçi roller ve bakım konusu, istihdam alanı ve diğer sorumluluklar çerçevesinde şekillendirmek mümkündür (Gökbayrak, 2009: 56). Oysa göç literatürü incelendiğinde kadınların genellikle erkekleri takip eden konumda olduğu belirtilmektedir. Kadınların göçünde aile unsuru önemli bir yer almaktadır. Toplumda yaygın kanı cinsiyete dayalı iş bölümü olduğu üzerinedir. Kadının yeri evi ve en büyük görevi ev işleri ve ailevi sorumluluklarını yerine getirmesidir. Dolayısıyla bu düşünce aynı zamanda çalışma

hayatında kadına karşı olan tutumu da belirlemektedir. Bu doğrultuda kadınların genellikle vasıf gerektirmeyen temizlik, yemek ve ütü yapmak, terzi gibi işlerde çalıştığı görülmektedir (Toksöz, 2006: 83-85). Genelde vasıf gerektirmeyen bu işleri, vize süresi dolan ve kayıt dışı çalışmak zorunda kalan göçmen kadınlar yapmaktadır (Push, 2013: 125).

Yaygın görüş kadınların göç serüveninin uzun yıllar sonrasında başlamasıdır. Oysa 1960'lı yıllardan itibaren kadın göçmen işçilere olan talep artış göstermiştir. Paketleme, temizlik, gıda, kimya, otomotiv gibi sektörlerde kadın işçilere ihtiyaç duyulmaktaydı (Abadan Unat, 2006: 162-163). Kadın işçilere duyulan bu ihtiyaç endüstrileşmenin bir göstergesi olmuştur. Endüstrileşme kadınların çalışma hayatına katılımını desteklemiştir. Aynı zamanda geleneksel toplumlardaki kadının yerinin ev olduğu düşüncesini yıkmıştır. Dolayısıyla göç olgusu kadının statüsünde önemli değişikliklere sebep olmuştur. Göçmen aileler, gittikleri ülkenin kültüründen etkilendikleri için kadına yönelik düşünceleri de değişiklik göstermiştir. Örneğin daha eşitlikçi bir yaklaşımı benimsemeleri, gelişime açık olmaları gibi bir tutum değişikliğine gidildiği gözlenmiştir (Abadan Unat, 2006: 167-168).

Günümüzde kadınların göç hareketleriyle ilgili farklılaşmanın yaşandığını söylemek mümkündür. Özellikle ev işleri dışında kadınların eğlence sektörü ve seks ticaretinde istihdam edildiği görülmektedir. Bu durum kadınların ekonomik alanda sömürü unsuru olduğunu kanıtlar niteliktedir. Kadın göçmenlerin özellikle insan onuruna yaraşmayan bu tür işlerde kullanılması kadını toplumda değersizleştiren bir durumdur. Öte yandan bu kadınlar yasa dışı yollardan göç ettikleri için değer kaybı, sosyal güvence eksikliği ve kayıt dışı çalışmayı kabul etmiş sayılmaktadır (Abadan Unat, 2006: 380; Dedeoğlu, 2011: 34). Kadınların ve çocukların çalışma hayatına girmesi çoğunlukla kayıt dışı istihdamın yaygın hale gelmesi ile gerçekleşmiştir (Lordoğlu,2015:40). Bununla birlikte belirtelim ki, göç eden kadınların hepsi güvencesiz ve vasıf gerektirmeyen işlerde çalışmamaktadır. Özellikle eğitim seviyesi yüksek kadınların göç ettikleri yerde mesleki gelişimlerine katkıda bulunabileceğini düşündükleri işlerde çalışma fırsatı da yakalamaktadır. Dolayısıyla çalışma hayatında bu şekilde yer almaları onlara iş tatmini imkânı da sunmaktadır. Yaşadıkları bu tatmin kendilerine olan özgüvenlerini arttırmakla birlikte kadınlara yönelik toplumdaki bakış açısının da olumlu yönde değişmesine katkıda bulunmaktadır (Toksöz, 2006: 86).

3.2. Konut Faktörü

Toplumda yaşayan herkesin ortak amaçlarından biri güvenli olduğunu düşündüğü bir yerde yaşaması ve hayatını sürdürmesidir. Konut, bireylerin bu ihtiyaçlarını temel düzeyde karşılamaktadır. Bireyler konut ile yalnızca fiziksel bir barınma sağlamayıp aynı zamanda sağlık, güvenlik ve özellikle de özel yaşam alanlarını koruma altına almaktadır (Doğan, 2016: 301-311). Göç eden bireyler ise, barınma ihtiyacını karşılamada zorluk yaşamaktadır. Çünkü barınmak için gereksinim duydukları konuta kolay ulaşamamaktadırlar. Bunun en önemli sebebi sosyal dışlanma ve ötekileştirilmeleridir. Konut kiralama, komşularla ilişkiler göçmen bireylerin en temel sorunları arasında değerlendirilmektedir. Göç eden bireyler güven duyulmama, aşağılanma ve küçük düşme ve hor görülme gibi davranışlara maruz kalmaktadır. Öte yandan iletişim sorunları nedeniyle yanlış anlaşılma ve zaman zaman da şiddet davranışıyla karşı karşıya kalmaktadırlar (Dedeoğlu, 2011: 44). Belirtildiği gibi barınma ya da diğer bir deyişle konut meselesi göçün başlarında ve göç ettikten sonra bireyleri etkileyen en önemli faktördür (Boucher vd., 2015: 189). Ayrıca, uluslararası emek göçünün en büyük maddi etkisi işçi dövizleri konusunda olmaktadır. İşçiler, özellikle göç ettikleri ülkede yaşayan aile fertlerinin konut ihtiyaçlarının giderilmesi ve mevcut koşullarının iyileştirilmesi için dövizleri kullanmaktadır. Bu şekilde göç alan ülkede yaşayan aile bireylerinin sermayelerine destek olabilmektedir (Ünlütürk Ulutaş, Kumaş, 2017: 461).

3.3. Eğitim Faktörü

Göç eden bireylerin göç ettikleri bölgede varlıklarını sürdürebilmeleri ve çalışabilmeleri, uyum sağlayabilmeleri ve statü elde edebilmeleri için eğitim faktörü büyük öneme sahiptir (Akar, 2016: 109). Göç olgusu, yalnızca istihdam kaynaklı ya da ekonomik güç kaynaklı değildir. Emek göçüne sebep olan diğer faktörde göç veren ülkelerin eğitim politikalarıdır. Politik güçlerin izlediği eğitim politikalarının göçe sebep olan itici güçler olduğu ifade edilmiştir (Bozkurt, 2005: 241-242). Eğitim faktörü genellikle beyin göçünde daha çok ön plana çıkmaktadır. Çünkü beyin göçü, insan gücü açığı olan ve bu açığı kapatmak zorunda olan gelişmekte olan ülkelerin kalkınmalarına olumsuz etki yapmaktadır. Bu sebeple birlikte göç gerekçesiyle eğitim maliyetleri de artacağı için gelişmekte olan ülkelerin eğitime ayırdığı payın etkisi azalacaktır. Dolayısıyla kıt kaynaklarla gelişme göstermek isteyen ülkelerin göç faktörü ile büyük kayıplar yaşayacak olması muhtemeldir (Erkal, 1980: 75).

Özellikle göç veren ülkelerde eğitim odaklı istihdam ilişkisinin yerleşmemiş olması, istihdam edilebilirliği de olumsuz yönde etkilemektedir. Örneğin, bir alanda mezun olan birey sayısı istihdam kapasitesinden fazla olduğunda, bu durum istihdamın kalitesini de düşürecektir.

Bireyler mezuniyetleri dışındaki alanlarda çalışacak ve dolayısıyla da beklediklerinden daha düşük ücret alacaklardır. Eğitim ve istihdam alanında yaşanan bu sorunlar göç edilecek ülkelerdeki daha iyi çalışma koşullarını, yüksek ücret beklentisini karşıladığı ve gelecek kaygısını azalttığı için cezbedici hale getirmektedir (Ünlütürk Ulutaş, Kumaş, 2017: 453).

Eğitimli bireylerin özellikle yaşadıkları ülkede araştırma yapmaya ayrılan kaynakların yetersizliği sebebiyle de göç ettiğini görmekteyiz. Bireyler özellikle eğitim aldıkları ülkelerde kalmak istemektedir. Kaynak yetersizliğine, ülkede uygulanan katı bürokratik prosedürler de eklendiğinde bilim insanlarının araştırma yapmakta zorlandığı gerçeği ortaya çıkmaktadır. Bireyler bu nedenle göç etme düşüncesi taşımaktadır (Bozkurt, 2005: 250).

Eğitim faktörünü göç veren ülke açısından değerlendirdiğimizde iki farklı durum ile karşı karşıya kalınmaktadır. Göç veren ülkeler, belli bir süre eğitim yatırımı yaptığı bireyleri istihdam sorunu nedeniyle elinden kaçırmaktadır. Dolayısıyla bu durum göç veren ülkenin ekonomisini olumsuz etkilemekle birlikte o ülkeye nitelikli işgücü kaybı da yaşatmaktadır. Öte yandan tersi bir durum da söz konusudur. Örneğin, göç eden bireylerin hedef ülkede edindikleri bilgi ve deneyimlerini kendi ülkesine geldiğinde paylaşması da kalkınma etkisi yaratmaktadır (Ünlütürk Ulutaş, Kumaş, 2017: 461).

Göç eden bireylerin yaşadıkları bir başka sorun ise, çocuklarının eğitimidir. Göç hareketlerinden etkilenen bir grup olan çocuklar ve gençler özellikle eğitim konusunda sorun yaşamaktadır. Ebeveynler ise çocuklarının en iyi koşullarda eğitim almasını ve iyi bir eğitim sürecinden geçmesini arzu etmektedir. Akar (2016), yurtdışına göç eden bir nesil üzerine yaptığı çalışmada eğitim alanında yaşanan sorunları özetlemiştir. Bu sorunlar 6 temada belirtilmekle birlikte ana temaları da kapsamlı bir şekilde ele alınmıştır. İlki dil sorunudur. Göç edilen ülkenin dilini bilmemek ya da kısmen bilmek en temel problem olarak değerlendirilmiştir. Çocukların göç ettikleri ülkenin dilini bilmemeleri nedeniyle yaşadıkları zorluk, onları kendi içinde yaşamaya ya da sadece birlikte göç ettikleri yakınlarıyla iletişim kurmaya zorlamaktadır. Bu durum göç eden bireylerin yabancılaşma sorunuyla karşı karşıya kaldıklarını göstermektedir. İkincisi, eğitim yapısını bilmemekten kaynaklanan akademik sorunlardır. Dersin anlaşılması ve dolayısıyla derse çalışamama problemini beraberinde getirmektedir. Ders ile ilgili yetersizlik aynı zamanda derste başarısız olmaya ya da sınıf tekrarına yol açtığı gibi bireylerin doğru alana yönelememesine neden olmaktadır. Üçüncüsü, okul yöneticilerinin olumlu/olumsuz tavır ve davranışlarıdır. Bireye yabancı olduğunu hissettirmek, ayrımcılık yapmak, sınavlarda farklı muamele yapmak ve olumsuz şakalar yapmak gibi davranışlar olumsuz görüşleri oluşturmaktadır. Dördüncüsü, aile desteği

sorunlarıdır. Ebeveynlerin göç edilen ülkenin eğitim sistemini bilmemesi, doğru okula yönlendirememesi, eğitim haklarını bilmediğinden çocuğunun haklarını savunamama ve destek olamama gibi sorunları barındırmaktadır. Beşincisi, iletişim ve uyum sorunlarıdır. Esasen tüm bu sorunlar temel bir soruna işaret etmektedir. Bireyin eğitim kaynaklı psikolojik sorunlar yaşamasıdır. Özgüven ve motivasyon kaybı, mutsuzluk, yabancılaşma gibi sorunları da beraberinde getirmektedir (Akar, 2016:112-113; Abadan Unat, 2006: 198).

3.4. Sağlık Faktörü

Göç eden bireyler gittikleri ülkenin işgücü piyasasında yer almıyorsa bu durum yalnızca ekonomik bir eksikliği değil aynı zamanda sosyal güvence eksikliğini de beraberinde getirecektir. Dolayısıyla o ülkenin sosyal güvenlik sistemine dahil olamamaları sağlık alanında yaşamaları muhtemel sorunların da habercisidir. (Lordoğlu, 2015: 40). Göç olgusu ile birlikte göç eden bireyler sağlık alanında da sosyal dışlanma davranışıyla karşı karşıya kalmaktadır. Göç ettikleri ülkenin sağlık sistemine dahil olmadıkları için sağlık hizmetlerinden faydalanamamaktadırlar. Öte yandan tedavi olabilmek için özel sağlık hizmeti satın almak zorunda kalmaktadırlar. İçinde buldukları bu durum göçmenleri ekonomik olarak da etkilemektedir. Temel amaçları ekonomik güç elde etmek olan göçmenler, sağlık alanındaki problemler nedeniyle elde ettikleri gelirin büyük çoğunluğunu sağlık giderlerine ayırmak zorunda kalmaktadır. Göçmenlerin bulduğu başka bir çözüm yolu ise geleneksel yöntemlerle iyileşmeyi beklemeleridir (Dedeoğlu, 2011: 43; Etiler vd, 2010: 93). Sosyal güvence eksikliği nedeniyle göçmenlerin karşılaştıkları dışlanmışlık sağlık alanındaki hizmetlerden faydalanamamalarının temel sebeplerinden biridir. Sağlık hizmetlerini kullanabilmek genelde vatandaşlık kapsamında değerlendirildiği için göçmen bireyler bu noktada kapsam dışı kalmaktadır (Koray, 2018: 362). Eğitim faktöründe özellikle çocukların ve gençlerin eğitimi ile ilgili vurgu yapılmıştı. Sağlık faktöründe ise yaşlıların ele alındığını görmekteyiz. Bunun nedeni, göç eden yaşlıların sağlık hizmetlerine daha çok ihtiyaç duymasıdır (Aslan vd., 2018: 24).

Yapılan çalışmalarda özellikle kötü koşullarda kayıtdışı ve güvencesiz işlerde çalışan kadınların bedensel rahatsızlıklarının yanı sıra ruhsal sağlıklarının da bozulduğu belirtilmektedir (Etiler vd, 2010: 93). Oysa Dünya Sağlık Örgütü'nün yaptığı sağlık tanımında yalnızca bir hastalığın olmaması değil aynı zamanda ruhsal, bedensel ve sosyal açıdan tam bir iyilik hali olduğu vurgulanmaktadır. Bu hak evrensel bir niteliğe sahip olması açısından yaşama hakkının bir uzantısı olarak nitelendirilmelidir. Göçmen bireyler gerekçeleri her ne olursa olsun başka bir ülkeye göç ettiklerinde de bu haklarını kullanabileceği düzenlemelerin varlığına yer

verilmeli ve göçmen bireyler sağlık haklarını kullanabilmeleri konusunda mağdur edilmemelidir. Bu konuda en büyük sorumluluk devletlere verilmiştir.

Sağlık hakkı her ne kadar bireysel bir hak gibi düşünülse de aslında toplumdaki sosyal eşitsizliklerin yaşandığı en önemli alandır (Etiler vd, 2010: 100). Dolayısıyla eşitsizliklerin azaltılması ve toplumsal refahın sağlanması adına göçmenlerin sağlık alanında yaşamış olduğu sosyal dışlanmanın etkisinin azaltılması için sağlık hizmetlerine erişimin sosyal haklar çerçevesinde düzenlenmesi gerekmektedir. Çünkü sağlık alanındaki sosyal dışlanma giderek göç edilen yeri ve yerli halkı da etkiler hale gelecektir. Uluslararası Af Örgütü de göçmen bireylerin çalışma koşullarının yanı sıra sağlık ve eğitim hizmetlerini almaları konusunda kötü muamele ile karşılaştıklarını belirtmektedir. Dolayısıyla göçmen bireyler, özellikle sağlık alanında istismara uğramalarıyla birlikte aynı zamanda kendilerine sunulan hizmeti sorgulamaksızın kabul eden konumundadır. Üzücüdür ki Avrupa'nın göçmen emeğine bakışını şu cümleler özetlemektedir. "Emeğini bize getiriyorsan, buyur, gelebilirsin; ama, sağlık hizmeti alman gerekiyorsa ya da aile birleşimini talep ediyor, yani üretken olmayan aile üyelerini de getirmek istiyorsan o zaman kapılarımız sana kapalı olacak" (Yılmaz, 2005: 6).

3.5. Kültür Faktörü

Göç sürecinde kültürün etkisi de unutulmamalıdır. Bireyler eşitsiz ve ayrımcı uygulamalara maruz kaldıkça kültürel bir kimliğe ait olma ihtiyacı da duymaktadır (Abadan Unat, 2006: 68-69). Dil ve kültürün yalnızca iletişim kurmayı değil etnik bir bağlılığın da simgesi olarak nitelendirildiğini söylemek mümkündür. Çünkü her ikisi de kuşaktan kuşağa aktarılarak sürdürülebilmektedir (Castles&Miler, 2008: 360). Bir ülkeden diğerine göç eden bireyler, genellikle yaşadıkları ülkede dışlandıklarını düşünerek bir başka ülkeye gitmenin yollarını aramaktadır. Bireylerin bu deneyimi aynı zamanda sahip oldukları değerleri yeniden gözden geçirmelerini ve sorgulamalarını gerektirmektedir. Dolayısıyla göç edilen ülke için de aynı sorun devam etmektedir. Gerek göç veren gerekse göç alan ülkelerde toplumsal değişimlerin yaşandığını söylemek mümkündür (Koray, 2018: 359).

Göç edilen yer ile göç ettikleri yerin kültürel özelliklerinin aynı olmaması göç eden bireyleri sosyal dışlanma davranışı ile karşı karşıya bırakmaktadır. Sosyal dışlanma, sosyolojik bir kavram olmaktan daha çok politik bir kavramdır. Ülke uygulamaları bunun en güzel dayanağıdır. Kavram "1970 ve 1980'de Fransa'da sosyal güvenlik sistemi dışında kalan bazı marjinal grupların durumunu tanımlamak, bu grup içinde yaygın hale gelen işsizlik ve yoksullukla birlikte grubun sosyal dışlanmasını ve kırılmasını analiz etmek için kullanılmıştır." Dolayısıyla sosyal dışlanma, toplumsal, kültürel ve siyasi etkinliklere dahil

olamama anlamı taşımaktadır. Sosyal dışlanmadan en çok etkilenen kesim düzensiz göç edenlerdir. Çünkü bu kişiler kendi ülkelerinin yasaları nedeniyle gittikleri ülkede yasa-dışı bir pozisyonda bulunmaktadır. Yasa dışı konumları da her türlü riske açık oldukları anlamına gelmektedir (Dedeoğlu, 2011: 29).

Dünyada göç kavramı sosyal ve psikolojik çerçeveden bakıldığında kültür, entegrasyon, asimilasyon ve uyum süreçleri gibi kavramlarla birlikte ele alınmaktadır. Asimilasyon, göçmen bireylerin göç ettikleri yerin kültürü içerisinde kendi kültüründen vazgeçişini ifade etmektedir. Öte yandan asimilasyon yaklaşımının diğer tarafını çok kültürlülük kavramı doldurmaktadır. Teknolojik gelişmeler ve küreselleşmenin etkisiyle birlikte artan göç hareketleri asimilasyon kavramını eriterek çok kültürlülük kavramına getirmiştir. Çok kültürlülük anlayışının yerleşmesi göç eden bireylerin yaşadığı ayrımcı ve çatışmacı tutumların yumuşatılmasını ve din, dil, etnik kökenleri ne olursa olsun bir arada yaşayabilmenin önünü açmıştır. Benzer bir ifadeyi entegrasyon kavramını açıklamak için de kullanmak mümkündür. Entegrasyon, göç sonrası uyum ve bütünleşmeyi ifade etmektedir. Aynı zamanda bireylerin birbirinden farklı beklenti ve uygulamalarını da kapsamaktadır. Kısacası göç, bireysel farklılıklar olsa da toplumsal ve psikolojik bir uyum içinde bireylerin birbirlerini kabullenmeyi öğrendiği bir ortam yaratmaktadır (Sirkeci vd, 2015: 2-3).

3.6. İstihdam Faktörü

Küreselleşme ile birlikte artan yer değiştirmeler istihdam açısından da bazı sonuçlar doğurmaktadır. Göçmen bireyler genellikle göç ettikleri ülkenin emek yoğun alanlarında çalışma imkânı bulmaktadır. Ancak göç edilen ülke emek yoğun işleri iş gücünün ucuz olduğu ülkelere kaydırduğunda göçmen işçiler dışlanma davranışıyla karşı karşıya kalmaktadır. Dolayısıyla göçmen işçiler, iş güvencesinin daha az olduğu ve işlerin güvenli olmadığı alanlarda çalışmak zorunda bırakılmaktadır (Koray, 2018: 361). Göç unsurunun ekonomik boyutunda bireylerin daha iyi koşullarda istihdam edilebilme ve daha yüksek ücretler kazanabilme arzusu bulunmaktadır. Bu arzunun en büyük nedeni ülkeler arası yaşanan gelir eşitsizliği sorunudur (Şahin ve Şen, 2021: 377).

Göç eden bireyler gittikleri ülkelerde iş gücü hareketliliği yaratmaktadır. Bu durum özellikle rekabeti arttırarak verimlilik artışına yol açmaktadır. Göç eden bireyler hedef ülkenin vatandaşlarının çalışmak istemedikleri alanlarda, ikincil işler olarak adlandırılan alanlarda çalışmaktadır. Bu işler ağır ve tehlikeli olmasının yanında düşük ücretli ve mevsimsel işlerdir. Esasen bireylerin bu işlerde çalışma gerekçeleri, sahip oldukları diplomanın gittikleri ülkede geçerli olmaması, o ülkenin diline hâkim olmamaları, bağlantılarının olmaması dolayısıyla

kendilerine uygun iş imkânı elde edememeleri, kısacası ayrımcı davranışlara maruz kalmalarıdır. Ayrımcı davranışlara neden olan başka bir faktör ise, göçmen işçilerin ücretler üzerindeki etkisidir. Göçmen işçiler emek arzının yükselmesine ve dolayısıyla emek gelirinin düşmesine sebep olmaktadır (Ünlütürk Ulutaş, Kumaş, 2017: 462).

Göçe neden olan faktörler arasında bireylerin mesleklerinde kendilerini daha iyi geliştirebilecekleri ve kariyer fırsatları sunan yerlere yönelmesi, yüksek ücret talepleri ve buna bağlı olarak düşük vergilendirme göçün cezbedici yönleri olarak değerlendirilmektedir (Bozkurt, 2005: 249). Göç eden bireylerin temelde amacı, kendileri için daha iyi yaşama ve çalışma koşulları yaratmaktır (Bozkurt, 2005: 253). Emek piyasasında göçmen işçilerin tercih edilmesinin nedeni, piyasanın ihtiyaçlarını ucuz emek ile karşılama arzusudur. Ancak emeğin giderek daha eğitilmiş ve nitelikli hale gelmesi bu durumun değişmesine yol açmıştır. Bununla birlikte nitelikli bireylerin göçü, teknoloji transferinin gerçekleştirilmesi ve vasıflı iş gücünün artırılması için bir fırsat olarak değerlendirilmektedir (Castles&Miler, 2008: 329-330).

4. Yöntem

Göç olgusu, birden fazla konuyu kapsamaktadır. Bunlardan en önemlisi göçün emeğe etki eden boyutlarıdır. Bunları istihdam, eğitim, sağlık boyutları takip etmektedir. Bireylerin insanca bir yaşam sürdürebilmelerinin altında yatan en önemli olgu, insan onuruna yaraşır bir yaşam sürdürebilmesidir. Bireylerin yaşam kalitesini arttıran unsurların karşılanamıyor olması onları daha iyi yaşam yerleri aramaya sevk etmektedir. Göç olgusu, tam da burada karşımıza çıkmaktadır. Bu düşünceden hareketle, bireylerin göç hareketini başlatmalarında bazı itici ve çekici faktörlerin ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Göç olgusu bu faktörler doğrultusunda ve özellikle de çalışma ilişkileri boyutuyla değerlendirildiğinde emek kavramı büyük önem kazanmaktadır. Çalışmada emek ve karşılaştığı sorunlar, göç ile yaşam şartlarının iyileştirileceği düşüncesi, bireylerin daha iyi eğitim alma arzusu boyutuyla değerlendirmedeki amaç çalışmanın diğer çalışmalardan ayırt edici yönünü oluşturmaktır. Çalışma, göç olgusuyla ilgili kapsamlı bir çalışmadan ziyade uluslararası emek göçünün toplumsal etkilerini teorik bir çerçevede değerlendirmeyi amaçlayan bir çalışmadır. Bu gerekçeden hareketle çalışma nitel bir çalışma olarak ele alınmıştır. Çalışmada, genel anlamda göç ve uluslararası göçü konu alan çalışmaların yer aldığı literatür incelenecek olup elde edilen bulgular doğrultusunda bir değerlendirme yapılacaktır.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Uluslararası emek göçü ülke sınırlarının aşılması ile gerçekleşen bir göç hareketidir. Bireylerin kaynak ülkeden hedef ülkeye göç etme sebepleri arasında buldukları ülkede

yaşanan ekonomik, kültürel, siyasal ve toplumsal sorunlar yer almaktadır. Dolayısıyla yaşanan bu sorunlar bireyleri farklı yerler bulma arayışlarına yönlendirmektedir. Özellikle ülkenin gelişmişlik seviyesi ve çalışma hayatına katılım oranı bu arayışları hızlandıran ya da yavaşlatan faktörlerdir (Kumaş, Ünlütürk Ulutaş,2017:494). Bireylerin göç etmelerindeki temel düşünce istihdamdaki statülerini ve güvencelerini arttırarak karşılaşacakları riskleri azaltmaktır. Göç eden bireylerin göç hareketlerinin başlangıcını bu düşünce oluşturmaktadır. Ülkemiz 1960'lı yıllarda askeri müdahale sonrası ekonomik alanda yaşanan sıkıntılar nedeniyle Batı Avrupa'ya göç verdiği için göç veren ülkeler sınıfında değerlendirilmiştir. Esasen o yıllarda yaşanan göç, ekonomik sıkıntıların ortadan kaldırılmasına yönelik "demografik bir çözüm" yolu olarak da ifade edilmiştir. Son yıllarda ise, bu sıfatı değişmiş ve göç alan ülke kategorisinde yer almaktadır (Abadan Unat, 2006:1).

Göç olgusunun gelişmekte olan ülkelere bazı avantajlar sağlamaktadır. Bunlardan ilki, göç veren ülkeye döviz girdisinin yapılmasıdır. Bu durum, uluslararası işçi gelirlerinin artış göstermesi ile ilişkilendirilmektedir. Diğeri ise, göçün hedef ülkelere kaynak sağladığı yönünde bir düşüncedir. Nitelikli bireyler göç ettikleri ülkelere kendi ülkelerine bilgi akışını sağlayabilecek birer kaynak olarak görülmektedir. Dolayısıyla göçün göç veren ülkeler açısından ekonomiye katkı sağlayabileceği yönleri de mevcuttur. Göç hareketlerinin azaltılması yönündeki çözüm önerilerini ele alacak olursak, ekonomik gücü yerinde olmayan ülkelerin istihdam yapısına uygun işgücü planlaması yapılması gerekmektedir (Bozkurt, 2005: 246).

Eğitim politikaları göçü engelleyen faktörler arasında değerlendirilmektedir. Elbette eğitim politikalarının ülkenin ihtiyaç duyduğu alanlara yönlendirilmesi faydalı olacaktır. Bu sayede göç veren ülke, kendi nitelikli personelini elinde tutabilecek ve nitelikli işgücünün göç etmesini engelleyebilecektir. Ülke imkanlarının elverişli olmadığı alanlarda dışarıdan uzman desteğinin kabul edilmesi de gelişimi hızlandıran faktörler arasında değerlendirilmektedir. En etkili yöntemin ise, beyin göçünden vergi alınması olduğu inancı ağırlıktadır. Ülkeler bu şekilde eğitim alanında yapmış olduğu kamu harcamalarını karşılayabilme şansı elde edeceklerdir (Toksöz,2006:238-240). Öte yandan uluslararası göçü azaltmak için az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerin kendi emek güçleri ve nüfus artışlarına paralel bir şekilde sürdürülebilir kalkınma politikaları izlemeleri gerekmektedir. Bu politikaların birden değil aşamalı olarak hayata geçirilmesi gerektiği unutulmamalıdır. Bir diğer faktör ise, ülkelerin birbirlerine kalkınma desteği vermesidir. Özellikle istenmeyen göç hareketleri ülkelerin kendi aralarındaki ticaret engellerinin kaldırılmasıyla önlenebilecektir. Çünkü bu şekilde uluslararası emek hareketi meşru bir hal alacaktır (Castles&Miler, 2008: 414-415).

İnsanların sosyal birer varlık olduğu unutulmamalıdır. Bireylerin toplumda saygınlık ve aidiyet ihtiyaçları bulunmaktadır. Göç eden her bireyin öncelikli amacı doğduğu ülkenin vatandaşı olarak kendi ülkesinde refah koşullarında yaşamaktır. Dolayısıyla arzu edilen koşullar oluşturulduğu takdirde hiçbir birey bir başka ülkede yabancı sıfatıyla yaşamayı göze almayacaktır (Bozkurt, 2005: 254). Ayrıca, çalışmada belirtildiği gibi uluslararası emek göçünün ortaya çıkardığı sorunların insan hak ve özgürlükleri temelinde adalet ve eşitlik ilkesi çerçevesinde çözülmesi gerektiği unutulmamalıdır. Çalışmada, göçe sebep olan faktörler ve göçün sosyal, kültürel, ekonomik, siyasi etkilerinin toplumsal dönüşümünü farklı bir perspektiften incelemek doğacak yeni sorunların çözülmesinde fırsat sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- ABADAN UNAT N. (2006). *Bitmeyen Göç-Konuk İşçilikten Ulus-Ötesi Yurttaşlığa*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.
- AKAR F. (2016). “Avrupa’da Yaşayan Y Nesli Gençlerin “Göçmenlik Bağlamında Yaşadıkları” Eğitim Sorunları ve Gelecek Vizyonları (Avusturya, Innsbruck Örneği)”, *Uluslararası Göç ve Kültür Sempozyum Bildirileri Cilt-1*, (Editörler: Nazan Kahraman, Çiğdem Dürüst, Timur Yılmaz), 1. Basım, Ankara.
- ASLAN Ş. ve AKARÇAY ULUTAŞ D. (2018). “Sağlık Açısından Göç ve Yaşlılık”, *Göç Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: 1, Ocak-Haziran.
- AYTAÇ S. and ÇETİN AYDIN G. (2019). “Analysis of the Effects of Pull and Push Factors on Brain Drain: An Example of Turkey”, *Journal of Social Economic Research*, Vol: 6, No: 2, 74-84.
- BOUCHER A. and GEST J. (2015). “Migration Studies at a Crossroads: A Critique of Immigration Regime Typologies”, *The Journal of Migration Studies*, Volume:1, No: 2, 182-198.
- BOZKURT V. (2005). *Endüstriyel & Post-Endüstriyel Dönüşüm Bilgi, Ekonomi, Kültür*, Alfa Akademi Basım, 1. Baskı, İstanbul.
- CASTLES S. ve MILLER M. (2008). *Göçler Çağı Modern Dünyada Uluslararası Göç Hareketleri*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, (Çevirenler: Bülent Uğur Bal, İbrahim Akbulut), 1. Baskı, İstanbul.

- DEDEOĞLU S. (2011). “Türkiye’de Göçmenlerin Sosyal Dışlanması: İstanbul Hazır-Giyim Sanayinde Çalışan Azerbaycanlı Göçmen Kadınlar Örneği”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 66-1, 27-48.
- EMİRHAN P. N. (2014). “Uluslararası Emek Göçü ve Dış Ticaret Arasındaki İlişki: Türkiye İçin Bir Uygulama”, *Ege Akademik Bakış*, Cilt: 14, Sayı: 4, 611-620.
- ERKAL M. (1980). “Beyin Göçü”, *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, Sayı: 18.
- ETİLER N. ve LORDOĞLU K. (2010). “Göçmenlerin Sağlık Sorunları: Ev Hizmetlerinde Bir Alan Araştırması”, *Sosyal Haklar Ulusal Sempozyumu Bildiri Kitabı*, Petrol İş Yayıncılık, 113, Denizli.
- GÖKBAYRAK Ş. (2009). “Refah Devletinin Dönüşümünü ve Bakım Hizmetlerinin Görünmez Emekçileri Göçmen Kadınlar”, *Çalışma ve Toplum*, Sayı: 2, 55-82.
- KARABIYIK C. ve ÇOLPAN NART E. (2021). “Türkiye’de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Uluslararası Göç Üzerindeki Etkisi: Panel Veri Analizi”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 23, Sayı: 1, 169-186.
- KORAY M. (2018). *Sosyal Politika*, İmge Kitabevi, 5. Baskı, Ankara.
- KÖSE DOĞAN R. (2016). “Göç Sorunsalı: Barınma”, *Uluslararası Göç ve Kültür Sempozyum Bildirileri Cilt-1*, (Editörler: Nazan Kahraman, Çiğdem Dürüst, Timur Yılmaz), 1. Basım, Ankara.
- KUMAŞ H. ve ÜNLÜTÜRK ULUTAŞ Ç. (2017). “Uluslararası Emek Göçünün Genel Görünümü”, *Uluslararası Sosyal Politika Teorisi*, Normlar, Kurumlar, Sorunlar ve Güncel Gelişmeler, (Editörler: Kaya Pir Ali, Güler Ceyhan), Umuttepe Yayınları, 2. Baskı, Kocaeli.
- LORDOĞLU K. (2015). “Türkiye’ye Yönelen Düzensiz Göç ve İşgücü Piyasalarına Bazı Yansımalar”, *Çalışma ve Toplum*, Sayı:1.
- PUSH B. (2013). “Karşı İstikametten Göç: Türkiye’deki Yüksek Vasıflı Alman Kadınlar”, *Sosyoloji Dergisi*, Dizi: 3, Sayı: 27, 123-149.
- SİRKECİ İ., YÜCEŞAHİN M. M. ve ŞEKER B. D. (2015). “Uyum Çalışmalarına Giriş”, *Göç ve Uyum*, 2. Baskı, Birleşik Krallık, ISBN: 978-1-910781-85-1.
- ŞAHİN L. ve ŞEN A. (2021). “Uluslararası İşgücü Göçlerinin Ekonomik Etkileri: İşsizlik, Vergi Gelirleri, Verimlilik”, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt: 19, No: 40, 375-394.

- TOKSÖZ G. (2006). *Uluslararası Emek Göçü*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 1. Baskı, İstanbul.
- TOKSÖZ G., ERDOĖDU S. ve KAŞKA S. (2012). *Türkiye’de Düzensiz Emek Göçü ve Göçmenlerin İşgücü Piyasasındaki Durumları*, IOM, Sweden.
- ÜNLÜTÜRK ULUTAŞ Ç. ve KUMAŞ H. (2017). “Uluslararası Emek Göçü: Göç Kavramı, Türleri, Nedenleri ve Sonuçları”, *Uluslararası Sosyal Politika Teorisi, Normlar, Kurumlar, Sorunlar ve Güncel Gelişmeler*, (Editörler: Kaya Pir Ali, Güler Ceyhun), Umuttepe Yayınları, 2. Baskı, Kocaeli.
- YILMAZ G. (2005). “AB’deki Göçmen İşçilerin Durumu”, *TTB Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, Temmuz-Ağustos, Eylül.

ANTALYA İŞGÜCÜ PİYASASINDA KONAKLAMA İŞLETMECİLİĞİNDE BÖLGESEL UZMANLAŞMA¹

Kadir EKİCİ²
Murat ÇİFTÇİ³

ÖZ

Gelişmekte olan ülkelerde turizm sektörü, istikrarlı gelişimiyle büyüme ve kalkınmayı destekleyen lokomotif sektörler arasında gösterilmektedir. Tarım sektörünün ekonomideki ağırlığının azaldığı gelişmekte olan ülkelerde, mevcut ekonomik dalgalanmalar ve dış ticaret açığı gibi sorunlar karşısında turizm sektöründe istikrarlı büyüme başarısının sağlandığı görülmektedir. Türkiye’de de dünyada eş dönemde turizm sektörüne yönelik ilgi devlet nezdinde artmıştır. Ancak sektöre yönelik sistemli destek politikalarının uygulanması, planlı kalkınma döneminde gerçekleşmiştir. Dengesiz bölgesel kalkınma politikalarından büyüme kutupları yaklaşımının hakim olduğu bu dönemde, turizm sektöründe Antalya gelişme bölgesi olarak belirlenmiştir. Ancak uygulanan teşvik politikalarının etkisi, 1980 sonrasında görülmeye başlanmıştır. Bu durum, konaklama işletmeciliğinde yatak arzında ve işkolundaki istihdam artışıyla gözlemlenmiştir. 1961-2016 yılları arasında turizm belgeli tesislerdeki yatak arzında ülke bütününde 77 katlık artış karşısında Antalya’da 1.244 katlık artış yaşanmıştır. Uzmanlaşma katsayı değerlerinin de gösterdiği gibi konaklama işletmeciliğinde bölgesel uzmanlaşmanın gerçekleştiği zaman aralığıysa 1985-1990 yılları arasındadır. O günden bugüne kadar geçen süreçte konaklama işletmeciliği işkolu ve bağlı alt faaliyet alanlarında bölgesel tam uzmanlaşmanın istikrarıyla karşılaşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Çalışma iktisadı, bölge planlama, bölgesel kalkınma, konaklama işletmeciliği, iş(gücü) piyasası.

REGIONAL SPECIALIZATION IN ACCOMODATION BUSINESSES OF ANTALYA LABOR

ABSTRACT

Tourism industry in developing countries is shown as one of the locomotive sectors which supports growth and development. In developing countries, where the agricultural sector’s weight in the economy has declined, it is observed that there is a steady growth success in the face of current economic fluctuations and foreign trade deficit. The government has shown an interest in the tourism industry in Turkey as well, simultaneously with the world. However, systematic incentive policies for the tourism industry have been implemented during the planned development period, which was dominated by the polar growth approach, one of the unbalanced regional development policies, and Antalya was chosen as the development region for the tourism industry. However, the effects of incentive policies became discernible after 1980, prevailingly with an increase in bed supply and employment in the accommodation management groups in the tourism industry. Between 1961 and 2016, there has been a 1,244- fold increase in the number of beds in certified touristic facilities in Antalya while it increased 77-fold across the country. As the specialization coefficient values show that the time period of the regional specialization of accommodation management is between 1985-1990. Since then, the stabilization of regional full specialization is actualised in accommodation management and business line of related subactivities.

Keywords: Labour economics, regional planning, regional development, accommodation business, labor market.

¹ Bu çalışma Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma İktisadı Anabilim Dalı’nda 30.04.2019 tarihinde kabul edilen “Dengesiz Bölgesel Kalkınma Stratejileri Perspektifiyle Antalya’da Konaklama İşletmelerinin Kuruluşu ve İş Piyasasına Etkileri” başlıklı yüksek lisans tez çalışmasının uygulama bölümünün düzenlenmiş şeklidir.

² MA, BA, Kadir Ekici, Gerçekleştirme Görevlisi, Şanlıurfa Haliliye Belediyesi, gmkadir.ekici@gmail.com, ORCID: 0000-0003-2627-4723

³ Doç. Dr. Murat Çiftçi, Trakya Üniversitesi İİBF ÇEEİ Bölümü, muraticiftci@trakya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6277-6360
Atıf/Citation: Ekici, K. ve Çiftçi, M. (2021). Antalya İşgücü Piyasasında Konaklama İşletmeciliğinde Bölgesel Uzmanlaşma, *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 2(1), 18-41

GİRİŞ

Turizm sektörü, II. Dünya Savaşından bu yana tüm dünyada süratli ve istikrarlı bir büyüme performansı gösteren sektörlerden birisini teşkil etmiştir. Bir milyarı aşkın insan nüfusunun uluslararası turistik faaliyetlerde bulunduğu günümüz dünyasında her on bir kişiden birisinin turizm sektöründe istihdam oluşu, sektörün önemini ortaya koyan önemli ağırlığını göstermektedir. Yapılan tahminlere göre sadece uluslararası turistik faaliyetlerde bulunanların sayısının 2030'a kadar 1,8 milyar kişiye çıkacak olması, dünya ekonomisi açısından önümüzdeki yıllarda da turizm sektörünün mevcut ağırlıklı yerini ve önemini artırarak koruyacağını desteklemektedir.

Turizm sektörüne yönelik, tüm dünya ile birlikte Türkiye'de de 1940'lardan itibaren bir kamusal algının oluşmaya başladığı savunulabilir. Ancak sistematik devlet politikası uygulamalarıyla sektörün geliştirilmesine yönelik kamu kaynaklı çabanın, planlı kalkınma döneminde başladığı görülmektedir. Dönemin kalkınma teorisinde popüler olan dengesiz kalkınma kapsamında büyüme kutupları yaklaşımının etkisiyle, ülke bütününde turizm ve özellikle de konaklama işletmeciliğinde ülke sathına yayılım tercih edilmeyip, kutup özelliği gösterecek merkezlerin seçilişinden hareket edilmiştir. Bu kapsamda da turizm kutbu için büyüme merkezi olarak Antalya'nın belirlenmiştir.

Büyüme kutuplarına göre Antalya'nın turizm kutbunda büyüme merkezi olarak tespitine karşılık, uzun yıllar boyunca konaklama işletmeciliğinde Türkiye bütününden ayrışarak bir merkez özelliğine bürünmesi mümkün olamamıştır. Uzun bir süreç sonrasında başarıya ulaşılması söz konusudur. Bu çalışmanın amaçlarının başında da konaklama işletmeciliğinde büyüme merkezi konumundaki Antalya'da, söz konusu stratejinin başlatılmasından ne kadarlık bir süre sonrasında başarıya ulaşıldığı ve istihdam üzerindeki yansımalarının tespiti yer almaktadır.

1. Çalışmanın Amacı, Önemi ve Kısıtları

Turizm sektörü her geçen gün ülke ekonomileri içerisinde ağırlığı artan bir sektör konumundadır. Özellikle ciddi kaynak sorunları yaşayan gelişmekte olan ülkeler için, tarım dışı üretimde her geçen gün artan önemi bulunmakta olup, ülkelerin kalkınma sorunlarının aşılmasında önemli etkilere sahiptir. Kalkınma sürecinin sürdürülmesindeki etkisi, yapısı gereği istihdam yaratılmasında da aktif şekilde görülmektedir. Sadece sektördeki doğrudan istihdamla değil, aynı zamanda ilişkili olduğu diğer sektörler ve sağladığı refah artışıyla oluşan ilave talebin doğal sonucu olarak çarpan etkisiyle, son derece yoğun şekilde istihdam yarattığı

görülmektedir. Turizm sektörü içerisinde konaklama işletmeciliği işkolu ise en yüksek katma değer sağlayan işkolu özelliğine sahiptir. Başta dış turizm olmak üzere turistik faaliyetlerde kalacak yer bir zorunluluk özelliği göstermektedir. Başlarda sadece konaklama ile sınırlı kalan konaklama işletmeleri, günümüzde bir yaşam kompleksi halini alarak içerisinde yiyecek-içecek-eğlence faaliyet alanlarını da büyük ölçüde bünyesine katmış durumdadır. Dolayısıyla günümüzde turizm sektörü konaklama ve seyahat işletmeciliği işkolları olarak iki ana gruba ayrılmaktadır. Söz konusu iki ana işkolu içerisinde ise konaklama işletmeciliğinin sektörel katma değeri ve dolayısıyla da kalkınmaya katkısı, seyahat işletmeciliğinin mukayese edilemeyecek ölçüde üzerinde gerçekleşmektedir.

Türkiye’de turizm sektörü ve özellikle de konaklama işkolu gerek ekonomik büyümedeki olumlu etkisi, gerek dış ticaret ve cari işlemler açığının kapatılmasındaki önemli katkıları ve gerekse de sağladığı ek istihdamla, ülke ekonomisine uzun yıllardan bu yana büyük katkılar sağlamıştır. Konaklama işletmeciliği işkolunda ülke genelinde dengeli bir büyümenin aksine, özellikle Antalya merkezli bir büyümenin yaşanması söz konusudur. Bu çalışmanın amacı, Antalya’da uzun dönemde konaklama işletmeciliği işkolunda yatak arzı ve istihdamda yaşanan gelişimin ülke bütünüyle mukayesesi ve Antalya’da konaklama işletmeciliği işkolundaki bölgesel uzmanlaşma düzeyinin gelişiminin tespitidir. Böylece kırılma noktalarının ne zaman olduğu, mevcut gelişimin ne yönde sürdüğü ve nereye doğru ilerlediğinin tahmini mümkün olabilecektir.

Uzun yıllardan bu yana Türk konaklama işletmeciliğinde Antalya temelinde ilerleyen yapının başlangıcı, kırılma noktaları ve geleceğe yönelik dönüşüme işaret eden gelişmelerin tespiti, işkolunun çok dinamik yapıya sahip olması ve ülke ekonomisi içerisindeki ağırlığı sebebiyle oldukça önemlidir. Çalışmanın özgünlüğü, literatüre katkısı ve önemi de söz konusu tahlillerin başarı düzeyleriyle orantılı şekilde gerçekleşecektir.

Veri tasarımı başlığı altında detaylandırıldığı üzere gerek yatak arzında gerekse de istihdam düzeylerinde iller bazında veri erişimi cumhuriyet başlangıcına kadar geri götürülememektedir. Dolayısıyla yatak arzında 1961, işkolu istihdamındaysa 1970 yılına kadar geriye gitme imkânı mevcuttur. Ayrıca işkolu istihdamında nüfus sayımlarına dayalı olarak tespit imkanının 1970-2000 yılları arası için söz konusu oluşu, 6 nüfus sayımı arasında geçen 24 yıllık süredeki durumun tespitinin olanaksızlığını da beraberinde getirmektedir. Çalışmadaki temel kısıt da verilerin sürekliliğindeki sınırlamalardan ileri gelmektedir.

2. Araştırma Tasarımı, Yöntem ve Literatür

Turizmle ilgili istatistik verilerin geçmişi oldukça yenidir. Turizm alanındaki ilk çalışmalar seyahat işletmeciliğine dayanak oluşturacak nitelikte olup daha çok yurt dışından gelenler ve yurt dışına gidenlerin giriş-çıkış sebeplerine göre ayırma yer verilmiştir. Söz konusu veriler de DİE tarafından 1959 istatistik yıllığı ile başlamıştır (Bkz. DİE, 1959). On yedi yıl sonrasında ise ilk defa konaklama işletmeleri envanter çalışması gerçekleştirilerek konaklama işletmeciliğinde illere göre tesis, oda ve yatak sayılarının türlerine göre erişimi mümkün olmuştur (Bkz. DİE, 1978). Antalya'daki turizm belgeli tesis, oda, yatak sayılarına erişim ise 1961 yılındaki durumu göstermek üzere birinci beş yıllık kalkınma planında (BYKP) ilk defa mümkün olmuştur (DPT, 1962:25). 1961 ile 1976 yılları arasında geçen on beş yıllık süre içinse Antalya özelinde turizm belgeli tesislerdeki oda sayısı olarak tespit imkanı bulunmamaktadır.

Antalya'da konaklama işletmeciliği faaliyet kolunda çalışanlara ilişkin uzun dönemli özdeş seri bulma imkanı, il düzeyinde diğer faaliyet kollarına göre çalışanlarda da olduğu gibi mümkün bulunmamaktadır. Bu durumun temel sebebi, faaliyet kollarına göre çalışan miktarlarına sadece nüfus sayımlarındaki beyan sonuçlarına dayanarak erişme imkanının bulunmasıdır. Son nüfus sayımının gerçekleştirildiği 2000'den sonra, 2011'de gerçekleştirilen nüfus ve konut araştırması dışında çalışanlar bütününe içerecek bir verinin sağlanamaması da bu durumu teyit etmektedir. Dolayısıyla da güncel çalışmalarda SGK istatistikleri temel alınarak analizler gerçekleştirilmektedir. Ancak bu analizlerde de sigortasız çalışanlar, bağımsız çalışanlar, ücretsiz aile işçileri kapsam dışında kalmaktadır. Sadece 4-1/a'lı sigortalılara göre uygulama gerçekleştirilebilmektedir. Ayrıca sosyal sigortaların çalışanlar nezdinde tabana yayılımı da oldukça yenidir. Dolayısıyla 45-50 yıllık bir gelişimin nasıl gerçekleştiğini ortaya koyma çabası içinde olduğunda, SSK istatistikleri iyice yetersiz hale gelecek ve faaliyet kolunda çalışanların oldukça sınırlı bir kısmını kapsayacaktır. Özellikle mevsimlik çalışmanın da yoğun olduğu konaklama işletmeciliğindeki çalışmada o dönemki mevcut durumu göstermede diğer faaliyet gruplarındaki çalışmaya göre daha da yetersiz kalacaktır. Bu sebeple 1970-2000 yılları arasında yapılan altı nüfus sayımı sonucuna dayalı çalışan tespitlerine dayanarak konaklama işletmeciliğindeki istihdam Antalya'daki bölgesel uzmanlaşma katsayıları hesaplanarak tespit edilmiştir. 1970 öncesine gidilememesi ise, yine teknik imkansızlıktan kaynaklanmaktadır. Sosyal ve ekonomik göstergelerin iller bazında yayınlanması, 1970 nüfus sayımından itibaren başlamıştır.

Antalya’da 1961-2016 yılları arasındaki yatak arzında yaşanan dönemsel gelişimi Türkiye bütünündeki değişimle mukayese etmede, endeks türlerinden sabit esaslı basit endeks yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemin tercih amacı belirli bir sürede meydana gelen nicel (sayısal) değişikliğin nispi (oransal) olarak ölçülmesidir (Cillov, 1993: 5). Hesaplama yöntemi ise şu şekilde gerçekleştirilmektedir:

$$ETS_{Antalya,(t+n)} = \left[\frac{TS_{(t+n),Antalya}}{TS_{t,Antalya}} \right] \times 100 \quad [1]$$

Denklem 1’deki $ETS_{Antalya,(t+n)}$ Antalya’daki turizm belgeli tesislerde t+n yılında t yılına göre 100 üzerinden mevcut sayısal değerini ifade etmektedir. $TS_{(t),Antalya}$ Antalya’da t yılında turizm belgeli tesislerdeki yatak arzını, $TS_{(t+n),Antalya}$ Antalya’da t+n yılında turizm belgeli tesislerdeki yatak arzını sembolize etmektedir.

Antalya’da 1970-2016 yılları arasında konaklama işletmeciliği işkolu ve alt faaliyet alanlarında istihdamın bölgesel uzmanlaşmasının analiz edilmesinde ise uzmanlaşma katsayısı (location quotient “LQ”) yöntemi kullanılmıştır.

Uzmanlaşma katsayısının orijinal denklemi, denklem 2’deki gibidir. Buna göre (Brantingham ve Brantingham, 1998: 268):

$$LQ_{i_n} = \frac{E_{i_n}/E_{t_n}}{\sum_{n=1}^N E_{i_n} / \sum_{n=1}^N E_{t_n}} \quad [2]$$

Denklemdaki LQ uzmanlaşma katsayısını, n analiz kapsamındaki mekansal birimlerin her birisini, N ise bütün mekansal birimlerin toplam sayısını tanımlamaktadır. E_i sektöründeki istihdam miktarını, E_t ise bütün faaliyet kollarındaki istihdamın tamamının sayısını göstermektedir. Denklem konaklama işletmeciliği işkolundaki istihdama göre uyarlanmış şekliyse aşağıdaki gibidir:

$$LQ_{l_n} = \frac{E_{l_n}/E_{t_n}}{\sum_{n=1}^N E_{l_n} / \sum_{n=1}^N E_{t_n}} \quad [3]$$

LQ_{l_n} n ilinde konaklama işletmeciliği işkolunda çalışanların ‘n’ ilindeki uzmanlaşma (lokasyon) katsayısını ifade etmektedir. E_{l_n} n ilinde konaklama işletmeciliği işkolunda çalışanların miktarını, E_{t_n} ise Türkiye bütününde konaklama işletmeciliği işkolunda

çalışanların bütününe miktarını sembolize etmektedir. $\sum_{n=1}^N E_{t_n}$ n ilindeki istihdam toplamını, $\sum_{n=1}^N E_{t_n}$ ise Türkiye bütünündeki istihdam toplamını tanımlamaktadır.

Uzmanlaşma katsayısı yönteminde, bölgesel uzmanlaşma düzeylerinin ne olduğu ve hangi kesim noktalarından itibaren hangi uzmanlaşma düzeyinde olunacağı soruları uzun yıllardır literatürde tartışılmaktadır. Bu konuda uzun süre kabul gören görüş, Miller vd. (1991: 67) tarafından beş uzmanlaşma düzeyine ayırmanın yapıldığı çalışmadır. Buna göre çok düşük bölgesel uzmanlaşma için en az 0,7'lik katsayı değerinin sağlanmasının gerektiği savunulmakta olup, şayet katsayı değeri 1,31'e eşit veya büyük olursa yüksek uzmanlaşma düzeyine erişildiği anlamını taşıyacağı ifade olunmaktadır. Özellikle son yıllarda hem AB Konseyi'nin desteklediği kurumlarca hem de uluslararası literatürdeki bölgesel sektörel uzmanlaşma için katsayı değerinin 2 olması kabul görmekte olup, bazı çalışmalarda bu miktarın 3 olması gerektiği dahi savunulmaktadır. Güncel literatürdeki teorik kabullere dayanarak Çiftçi (2018: 556-557), söz konusu sınıflandırmanın 4 kategoride ve kesim noktasına dayanarak oluşturulması gerektiğini savunmaktadır. Buna göre:

$LQ < 1,25$	=>	Bölgesel uzmanlaşma oluşmamıştır.
$1,25 \leq LQ < 2$	=>	Bölgesel uzmanlaşmanın başlangıcı mevcuttur.
$2 \leq LQ < 3$	=>	Bölgesel uzmanlaşma düzeyi yüksektir.
$LQ \geq 3$	=>	Bölgesel tam uzmanlaşma vardır.

Bu çalışmada da konaklama işletmeciliği işkolu ve alt faaliyet kollarındaki istihdama göre Antalya'da bölgesel sektörel uzmanlaşmanın uzun dönemli gelişiminin analizinde, söz konusu dört kesim noktasından hareket edilerek değerlendirilmede bulunulmuştur.

Lee ve Choi (2004) çalışmalarında Güney Kore'deki iki bölgede turizm sektöründeki bölgesel uzmanlaşma düzeylerini; Spiraievas (2008) Baltık kıyısı bölgelerinde turizm sektöründeki bölgesel uzmanlaşmayı analiz etmiştir. Pena-Boquete ve Pérez-Dacal (2012) çalışmalarında İspanya'da mevsimlik istihdama göre turizm sektöründe bölgesel uzmanlaşmayı analiz etmişlerdir. GEKA (2011) Aydın, Denizli ve Muğla'daki turizm sektöründe, Seçkin (2012) de Aydın ilçelerindeki turizmde bölgesel uzmanlaşma düzeylerini analiz etmiştir. Daha güncel çalışmalar arasında Trinh (2016)'in Orta Vietnam'da, Lazzeretti Innocenti (2016) İspanya'da turizmde bölgesel uzmanlaşmayı ele aldığı eseri; dos Santos vd. (2018)'nin Brezilya'da 2015 itibarıyla turizm sektöründeki istihdamda bölgesel uzmanlaşmayı ve uzmanlaşmaya dayalı kümelenmeyi analiz ettiği eseri örnek vermek mümkündür.

3. Antalya’da Yatak Arzına İlişkin Zamansal Gelişim Bulguları

Antalya’ya ilişkin 1961’e ilişkin ilk ulaşılabilen verilerden elde edilen bulgular şu şekilde gerçekleşmiştir: Antalya’da turizm belgeli konaklama işletme sayısı 7 iken oda sayısı 193 olup toplam yatak sayısı ise 408’dir. Söz konusu 408 yatakta yıl içinde konaklayan sayısı 33.425 olarak gerçekleşmiştir. Aynı yıl Türkiye bütünündeki tesis sayısı 258, oda sayısı 8.889, yatak sayısı ise 15.685’tir. Yıl içinde konaklayan sayısı ise yaklaşık 1,5 milyon kişi olarak gerçekleşmiştir. Antalya’nın Türkiye nezdinde 1961 yılı itibarıyla turizm belgeli tesis, oda, yatak ve konaklayanlar içerisindeki ağırlığı sırasıyla şu şekilde gerçekleşmiştir: Tesislerin %2,7’si; oda stoğunun %2,2’si; yatak arzının %2,6’sı ve konaklayanların da %2,2’si Antalya’dadır (Bkz. Tablo 1).

Tablo 1: 1961’de Turizm Tesisi, Oda, Yatak ve Ziyaretçi Sayıları

	Tesis		Oda		Yatak		Yıl İçinde Kalanlar	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Antalya	7	2,7	193	2,2	408	2,6	33.425	2,2
Türkiye	258	100,0	8.889	100,0	15.685	100,0	1.538.422	100,0

Kaynak: DPT, Birinci BYKP, Ankara 1962: 25

Aradan geçen on beş yıllık süreçte Antalya’da yatak hacminde Türkiye bütününden daha süratli bir artışın yaşandığı görülmektedir. Buna göre 3.753’ü işletme, 3.444’ü kuruluş (yatırım) belgeli olmak üzere turizm belgeli yatak hacmi, 1961’deki 408 yataklık hacimden on yedi katı aşan artışla 7.197 yatak hacmine yükselmiştir. Bunun anlamıysa söz konusu on beş yıllık dönemde ortalama yıllık 385 yatağın ilave edildiğidir. Böylece Antalya’daki turizm belgeli konaklama tesislerinde bulunan yatak hacminin Türkiye bütünü içerisindeki ağırlığı da 1961’den 1976’ya gelindiğinde %2,6’dan %10,2’ye çıkmıştır (Bkz. Tablo 1 ve 2).

Tablo 2: 1976’da Antalya’da İşletme ve Kuruluş Belgeli Yatak Sayıları ve Türkiye İçindeki Ağırlığı

	İşletme Belgeli		Kuruluş Belgeli		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Antalya	3,753	8,2	3,444	14,1	7,197	10,2
Türkiye	45,885	100,0	24,507	100,0	70,392	100,0

Kaynak: DPT, Dördüncü BYKP Turizm ve Tanıtma Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara 1977: 157.

1980’li yıllar, konaklama işletmeciliği işkolu için Türkiye genelinde büyük atılımlara sahne olmuştur. Antalya’daki gelişim ise yine Türkiye bütünü üzerinde gerçekleşmiştir. Buna göre 47.299’u işletme, 97.315’i kuruluş (yatırım) belgeli olmak üzere turizm belgeli tesislerdeki yatak hacmi, 1976’daki 7.197 yataklık hacimden yirmi katı aşan artışla 144.614’lük

hacme yükselmiştir. Dolayısıyla her yıl ortalama 9,887 oda ilave edilmiştir. Böylece Antalya'daki turizm belgeli konaklama tesislerinde bulunan yatak hacminin Türkiye bütünü içerisindeki ağırlığı da 1976'dan 1990'a gelindiğinde %10,2'den %28,9'a çıkmıştır (Bkz. Tablo 2 ve 3).

Tablo 3: 1990'da Antalya'da İşletme ve Yatırım Belgeli Yatak Sayıları ve Türkiye İçindeki Ağırlığı

	İşletme Belgeli		Yatırım Belgeli		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Antalya	47.299	14,5	97.315	29,9	144.614	28,9
Türkiye	325.515	100,0	325.515	100,0	498.742	100,0

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Araştırma ve Geliştirme Daire Başkanlığı, Turizm Belgeli Tesis İstatistikleri 1990, Ankara 1992

1990-2000 yılları arasında Antalya'da, önceki dönemlere göre turizm belgeli tesislerde mevcut olan yatak arzında yaşanan artış hızında yavaşlama yaşanmıştır. Buna göre Türkiye bütününde 1990'da yarım milyonluk hacmi zorlayan yatak arzında 70 bin yataklık bir artışın sağlanabildiği görülmektedir. Antalya'da ise 1990-2000 yılları arasında turizm belgeli konaklama tesislerindeki yatak arzında yaşanan artış, 44 bini aşmıştır. Dolayısıyla ülke bütününde yaşanan artışın neredeyse üçte ikisi Antalya'da gerçekleşmiştir. Antalya'da işletme belgeli tesislerdeki yatak arzı 47.299'dan 114.871'e yükselirken, yatırım belgeli tesislerdeki yatak arzında ülke bütününde olduğu gibi kısmi azalışla 97.315'ten 73.742'ye inmiş, işletme belgeli tesislerdeki toplam yatak arzı ise 144.614'ten 188.613'e yükselmiştir. Böylece Antalya'daki işletme belgeli tesislerdeki yatak arzının ülke bütünündeki ağırlığı da %29'dan %33,2'ye yükselmiştir (Bkz. Tablo 4 ve 5).

Tablo 4: 2000'de Antalya'da İşletme ve Yatırım Belgeli Yatak Sayıları ve Türkiye İçindeki Ağırlığı

	İşletme Belgeli		Yatırım Belgeli		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Antalya	114.871	35,3	73.742	30,2	188.613	33,2
Türkiye	325.168	100,0	243.794	100,0	568.962	100,0

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Araştırma ve Geliştirme Daire Başkanlığı, Turizm Belgeli Tesis İstatistikleri 2000, Ankara 2002.

2000-2011 yılları arasında Antalya'da, bir önceki döneme göre turizm belgeli tesislerde mevcut olan yatak arzında yaşanan artışta ciddi bir süratlenmeyle karşılaşılmaktadır. Buna göre Türkiye bütününde 2000'de yaklaşık 569 bin olarak gerçekleşen yatak arzında 368 bin yataklık artış sağlanmıştır. Antalya'da ise 2000-2011 yılları arasında turizm belgeli konaklama tesislerindeki yatak arzında yaşanan artış, 205 bini aşmıştır. Dolayısıyla ülke bütününde

yaşanan artışın yaklaşık %56'sı Antalya'da gerçekleşmiştir. Antalya'da işletme belgeli tesislerdeki yatak arzı 114.871'den 326.282'ye yükselirken, yatırım belgeli tesislerdeki yatak arzında kısmi azalışla 73.742'den 67.791'e inmiş, işletme belgeli tesislerdeki toplam yatak arzı da 188.613'ten 394.073'e yükselmiştir. Böylece Antalya'daki işletme belgeli tesislerdeki yatak arzının ülke bütünündeki ağırlığı da %33,2'den %42,1'e yükselmiştir (Bkz. Tablo 4 ve 5).

Tablo 5: 2011'de Antalya'da İşletme ve Yatırım Belgeli Yatak Sayıları ve Türkiye İçindeki Ağırlığı

	İşletme Belgeli		Yatırım Belgeli		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Antalya	326.282	48,8	67.791	25,3	394.073	42,1
Türkiye	668.829	100,0	267.900	100,0	936.729	100,0

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Araştırma ve Geliştirme Daire Başkanlığı, Turizm Belgeli Tesis İstatistikleri 2011, Ankara 2013: 38-39.

2011-2016 yılları arasında, bir önceki döneme göre Antalya'da turizm belgeli tesislerde mevcut olan yatak arzında yine süratli bir artışla karşılaşılmaktadır. Buna göre Türkiye bütününde 2011'de yaklaşık 937 bin olarak gerçekleşen yatak arzında 276 bin yataklık artış sağlanmıştır. Antalya'da ise 2011-2016 yılları arasında turizm belgeli konaklama tesislerindeki yatak arzında yaşanan artış, 113 bini aşmıştır. Dolayısıyla ülke bütününde yaşanan artışın yaklaşık %51'i Antalya'da gerçekleşmiştir. İlave yatak arzında Antalya'nın ülke bütünü içerisindeki ağırlığının azaldığı görülmektedir. Antalya'da işletme belgeli tesislerdeki yatak arzı 326.282'den 418.395'e, yatırım belgeli tesislerdeki yatak arzında kısmi artışla 67,7791'den 89.123'e yükselmiş, işletme belgeli tesislerdeki toplam yatak arzı da 394.073'ten 507.518'e çıkmıştır. Böylece Antalya'daki işletme belgeli tesislerdeki yatak arzının ülke bütünündeki %40'ı aşan ağırlığı da çok sınırlı bir azalışa karşılık korunmuştur (Bkz. Tablo 5 ve 6).

Tablo 6: 2016'da Antalya'da İşletme ve Yatırım Belgeli Yatak Sayıları ve Türkiye İçindeki Ağırlığı

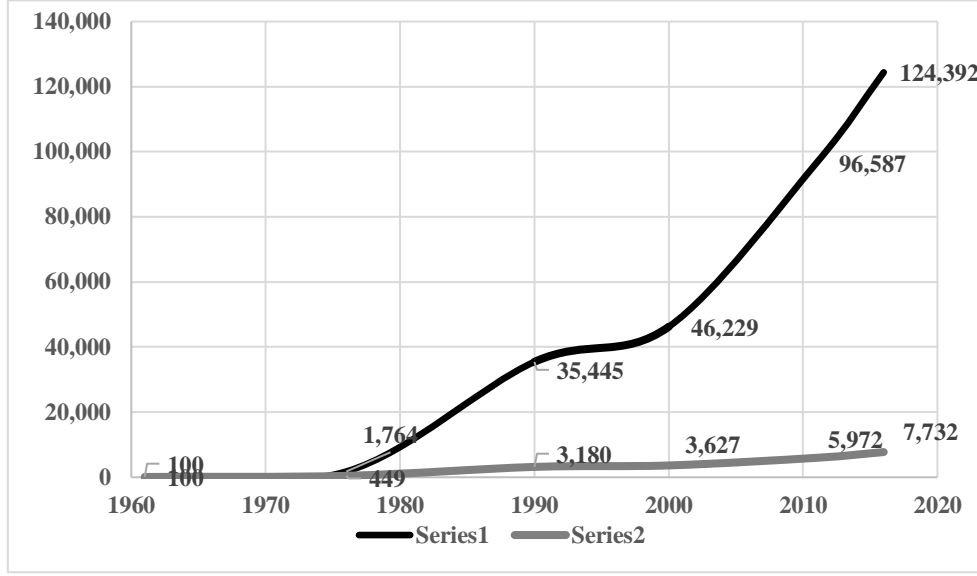
	İşletme Belgeli		Yatırım Belgeli		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Antalya	418.395	46,5	89.123	28,5	507.518	41,8
Türkiye	899.881	100,0	312.912	100,0	1.212.793	100,0

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Araştırma ve Geliştirme Daire Başkanlığı, Turizm Belgeli Tesis İstatistikleri, Ankara, 2016: 38-39.

Antalya ve Türkiye bütününde turizm belgeli konaklama tesislerindeki yatak arzının 55 yıllık (1961-2016) gelişimi incelendiğinde, Türkiye bütününde 77 katlık, Antalya'da ise 1.244 katlık arz artışının sağlandığı görülmektedir. Türkiye bütünündeki 15.685 yatak arzı 1,2 milyonu aşarken, Antalya'da 408 yatak arzının yarım milyonu aşması söz konusu olmuştur.

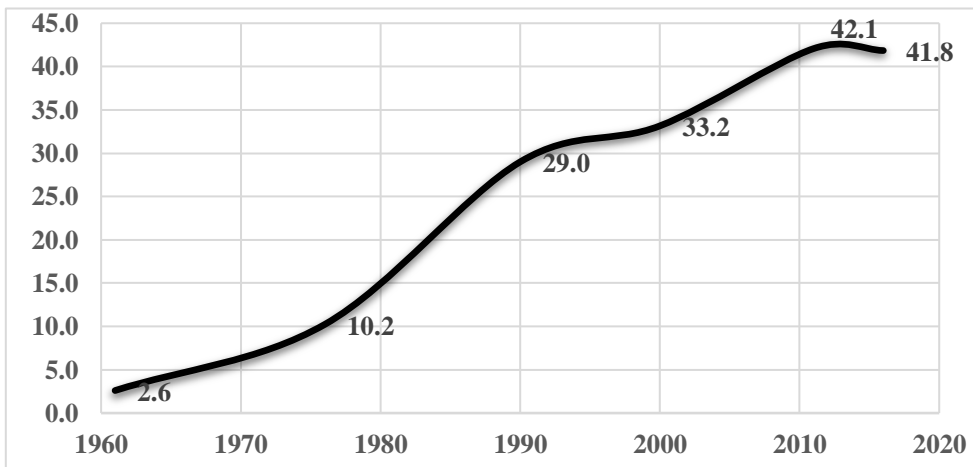
Ülke bütünündeki 77 katlık artış, işkolu açısından son derece hızlı bir büyüme performansının yakalandığını teyit etmektedir. Ancak Antalya'daki 1244 katlık artış, ülke bütünündeki artış hızının 16 katına ulaştığından (=1244/77) Antalya'da yığılmanın gerçekleştiğini ve ülkedeki büyümenin Antalya merkezli olarak gerçekleştiğini desteklemektedir (Bkz. Şekil 1).

Şekil 1: Turizm Belgeli Yatak Arzının Antalya ve Türkiye'de Uzun Dönemli Gelişimi (1961=100, 1961-2016)



Turizm belgeli yatak arzında Antalya merkezli uzun dönemli gelişim, beraberinde ülke bütünü içerisinde Antalya'daki yatak arzının ağırlığının da süratli artışını beraberinde getirmiştir. 1961'de Antalya'nın payı %2,6 ile sınırlıyken bu ağırlık 1976'da %10,2'ye, 1990'da %29'a, 2000'de %33,2'ye ve 2016'daysa %41,8'e yükselmiştir (Bkz. Şekil 2).

Şekil 2: Turizm Belgeli Yatak Arzında Antalya'nın Türkiye Bütünü İçinde Ağırlığında Yaşanan Uzun Dönemli Gelişim (% , 1961-2016)



4. Antalya İş Piyasasında Konaklama İşletmeciliği İş Kolunda Bölgesel Uzmanlaşma Gelişimi Bulguları

Antalya'da konaklama işletmeciliği işkolunda istihdam edilenlere ilişkin ilk istatistikî verilerin edinilebildiği 1970 yılı nüfus sayımı sonuçlarına göre başlatılabilmektedir. Buna göre aktif çalışma çağı nüfusu içerisinde konaklama işletmeciliği işkolunda nüfus sayımının yapıldığı andan geriye doğru son haftada çalışanlara göre henüz bölgesel uzmanlaşmanın başlamadığı görülmektedir. Ayrıca konaklama işletmeciliği işkolundaki bölgesel uzmanlaşma katsayısı değeri, tarım sektöründeki bölgesel uzmanlaşma katsayısı değerinin de oldukça altında kalmıştır (Bkz. Tablo 7).

Tablo 7: Antalya'da Konaklama İşletmeciliği İş Kolunda Bölgesel Uzmanlaşma (1970)

Sektör/ İş Kolu/Faaliyet Alanı	Toplam	Erkek	Kadın
Tarımcı, hayvancı, ormancı, balıkçı ve avcı	1,18	1,27	1,06
Otel, kahve, lokanta müdürleri	0,54	0,59	0,37
Otel, kahve, lokanta sahipleri	0,63	0,70	0,19
Aşçı, garson, barmenler vb. çalışanlar	0,73	0,79	0,34
Konaklama işletmeciliği işkolu	0,69	0,75	0,27

İkinci aşamada bu defa aktif nüfus bütünü yerine tarım dışı sektörlerde çalışanlar bütünü esas alınarak analiz tekrarlanmıştır. Buna göre tarım dışı sektörlerde çalışanlar içerisinde konaklama işletmeciliği işkolunda çalışanlar bütününde de 1.09 değeriyle bölgesel uzmanlaşmanın henüz başlamadığı sonucuyla karşılaşılmıştır. Ayrıca konaklama işletmeciliği işkolundaki bölgesel uzmanlaşma katsayısı değeri, tarım sektöründeki bölgesel uzmanlaşma katsayısı değerinin de yine altında kalmıştır (Bkz. Tablo 8).

Tablo 8: Antalya'da Konaklama İşletmeciliği İş Kolunda Tarım Dışı Faaliyetler Toplamına Göre Bölgesel Uzmanlaşma (1970)

İş Kolu/Faaliyet Alanı	Toplam	Erkek	Kadın
Otel, kahve, lokanta müdürleri	0,86	0,86	0,76
Otel, kahve, lokanta sahipleri	1,00	1,01	0,39
Aşçı, garson, barmenler vb. çalışanlar	1,15	1,15	0,68
Konaklama işletmeciliği işkolu	1,09	1,09	0,55

Aktif çalışma çağı nüfusu içerisinde konaklama işletmeciliği işkolunda 1975 yılında gerçekleştirilen nüfus sayımının yapıldığı andan geriye doğru son haftada çalışanlara göre henüz bölgesel uzmanlaşmanın başlamadığı görülmektedir. Dolayısıyla konaklama işletmeciliği işkolunda bölgesel uzmanlaşma, tıpkı 1970'teki gibi yine henüz başlamamıştır. Buna ek olarak tarım sektöründeki bölgesel uzmanlaşma katsayısı değerinin de yine altında kalmıştır (Bkz. Tablo 9).

Tablo 9: Antalya'da Konaklama İşletmeciliği İş Kolunda Bölgesel Uzmanlaşma (1975)

İş Kolu/Faaliyet Alanı	Toplam	Erkek	Kadın
Tarımcı, hayvancı, ormancı, balıkçı ve avcı	1,18	1,27	1,06
Otel, kahve, lokanta müdürleri	0,67	0,88	0,00
Otel, kahve, lokanta sahipleri	0,71	0,75	0,59
Aşçı, garson, barmenler vb. çalışanlar	0,77	0,81	0,72
Konaklama işletmeciliği işkolu	0,75	0,78	0,66

Bir sonraki aşamada bu defa aktif nüfus bütünü yerine tarım dışı sektörlerde çalışanlar bütünü esas alınarak analiz tekrarlanmıştır. Buna göre tarım dışı sektörlerde çalışanlar içerisinde konaklama işletmeciliği işkolunda çalışanlar bütününde de 1.12 değeriyle bölgesel uzmanlaşma başlangıcının sağlanamadığı sonucuyla karşılaşılmaktadır. Ayrıca 1975 yılında da 1970 yılındaki gibi tarım sektöründeki bölgesel uzmanlaşma katsayısı değerinin de yine altında kalmıştır (Bkz. Tablo 10).

Tablo 10: Antalya'da Konaklama İşletmeciliği İş Kolunda Tarım Dışı Faaliyetler Toplamına Göre Bölgesel Uzmanlaşma (1975)

İş Kolu/Faaliyet Alanı	Toplam	Erkek	Kadın
Otel, kahve, lokanta müdürleri	1,00	1,25	0,00
Otel, kahve, lokanta sahipleri	1,07	1,06	1,01
Aşçı, garson, barmenler vb. çalışanlar	1,16	1,15	1,24
Konaklama işletmeciliği işkolu	1,12	1,11	1,14

Aktif çalışma çağı nüfusu içerisinde konaklama işletmeciliği işkolunda 1980 yılında gerçekleştirilen nüfus sayımının yapıldığı andan geriye doğru son haftada çalışanlara göre henüz bölgesel uzmanlaşmanın başlamadığı görülmektedir. Dolayısıyla konaklama işletmeciliği işkolunda bölgesel uzmanlaşma, 0,86'lık katsayı değeriyle tıpkı 1970 ve 1975'teki gibi yine henüz başlamamıştır. Buna ek olarak tarım sektöründeki bölgesel uzmanlaşma katsayısı değerinin de yine altında kalmıştır (Bkz. Tablo 11).

Tablo 11: Antalya'da Konaklama İşletmeciliği İş Kolunda Bölgesel Uzmanlaşma (1980)

Sektör/ İş Kolu/Faaliyet Alanı	Toplam	Erkek	Kadın
Tarımcı, hayvancı, ormancı, balıkçı ve avcı	1,19	1,29	1,06
Otel, kahve, lokanta müdürleri	1,21	1,40	0,19
Otel, kahve, lokanta sahipleri	0,91	0,96	0,79
Aşçı, garson, barmenler vb. çalışanlar	0,83	0,89	0,52

Konaklama işletmeciliği işkolu	0,86	0,92	0,55
--------------------------------	------	------	------

Bir sonraki aşamada bu defa aktif nüfus bütünü yerine tarım dışı sektörlerde çalışanlar bütünü esas alınarak analiz tekrarlanmıştır. Buna göre tarım dışı sektörlerde çalışanlar içerisinde konaklama işletmeciliği işkolunda çalışanlar bütününde de 1.15 katsayı değeriyle bölgesel uzmanlaşma başlangıcının sağlanamadığı sonucuyla karşılaşılmaktadır. Ayrıca 1970 ve 1975 yıllarındaki gibi tarım sektöründeki bölgesel uzmanlaşmanın da yine altında kalmıştır (Bkz. Tablo 12).

Tablo 12: Antalya'da Konaklama İşletmeciliği İş Kolunda Tarım Dışı Faaliyetler Toplamına Göre Bölgesel Uzmanlaşma (1980)

İş Kolu/Faaliyet Alanı	Toplam	Erkek	Kadın
Otel, kahve, lokanta müdürleri	1,63	1,75	0,29
Otel, kahve, lokanta sahipleri	1,22	1,21	1,23
Aşçı, garson, barmenler vb. çalışanlar	1,11	1,11	0,81
Konaklama işletmeciliği işkolu	1,15	1,15	0,85

Aktif çalışma çağı nüfusu içerisinde konaklama işletmeciliği işkolunda 1985 yılında gerçekleştirilen nüfus sayımının yapıldığı andan geriye doğru son haftada çalışanlara göre henüz bölgesel uzmanlaşmanın başlamadığı görülmektedir. Dolayısıyla konaklama işletmeciliği işkolunda bölgesel uzmanlaşma, 1,25'lik uzmanlaşma başlangıç sınırının oldukça altında kalan 0,95'lik katsayı değeriyle tıpkı 1970, 1975 ve 1980'deki gibi yine henüz başlamamıştır. Buna ek olarak tarım sektöründeki bölgesel uzmanlaşma katsayısı değerinin de yine altında kalmıştır (Bkz. Tablo 13).

Tablo 13: Antalya'da Konaklama İşletmeciliği İş Kolunda Bölgesel Uzmanlaşma (1985)

Sektör/ İş Kolu/Faaliyet Alanı	Toplam	Erkek	Kadın
Tarımcı, hayvancı, ormancı, balıkçı ve avcı	1,20	1,34	1,05
Otel, kahve, lokanta müdürleri	2,05	2,03	3,43
Otel, kahve, lokanta sahipleri	0,92	0,94	2,15
Aşçı, garson, barmenler vb. çalışanlar	0,95	1,00	0,96
Konaklama işletmeciliği işkolu	0,95	0,99	1,18

Bir sonraki aşamada bu defa aktif nüfus bütünü yerine tarım dışı sektörlerde çalışanlar bütünü esas alınarak analiz tekrarlanmıştır. Buna göre tarım dışı sektörlerde çalışanlar içerisinde konaklama işletmeciliği işkolunda çalışanlar bütününde ilk defa 1.28'lik katsayı değeriyle bölgesel uzmanlaşmanın başlangıcının gerçekleştiği sonucuyla karşılaşılmıştır. Aynı zamanda önceki nüfus sayımlarının aksine ilk defa 1985 yılında konaklama işletmeciliği

işkolundaki bölgesel uzmanlaşmanın tarım sektöründe bölgesel uzmanlaşma düzeyini aştığı görülmüştür (Bkz. Tablo 14).

Tablo 14: Antalya'da Konaklama İşletmeciliği İş Kolunda Tarım Dışı Faaliyetler Toplamına Göre Bölgesel Uzmanlaşma (1985)

İş Kolu/Faaliyet Alanı	Toplam	Erkek	Kadın
Otel, kahve, lokanta müdürleri	2,76	2,63	4,71
Otel, kahve, lokanta sahipleri	1,24	1,22	2,96
Aşçı, garson, barmenler vb. çalışanlar	1,28	1,29	1,32
Konaklama işletmeciliği işkolu	1,28	1,28	1,62

Aktif çalışma çağı nüfusu içerisinde konaklama işletmeciliği işkolunda 1990 yılında gerçekleştirilen nüfus sayımının yapıldığı andan geriye doğru son haftada çalışanlara göre, 2.15'lik katsayı değeriyle yüksek bölgesel uzmanlaşma seviyesine erişildiğine işaret etmektedir. Ayrıca önceki yılların aksine ilk defa aktif çalışma çağı bütününe göre konaklama işletmeciliği işkolundaki bölgesel uzmanlaşma düzeyi, tarım sektöründeki uzmanlaşma düzeyinin üzerine çıkmıştır (Bkz. Tablo 15).

Tablo 15: Antalya'da Konaklama İşletmeciliği İş Kolunda Bölgesel Uzmanlaşma (1990)

Sektör/ İş Kolu/Faaliyet Alanı	Toplam	Erkek	Kadın
Tarımcı, hayvancı, ormancı, balıkçı ve avcı	1,08	1,13	1,02
Otel, kahve, lokanta müdürleri	6,06	5,70	8,89
Otel, kahve, lokanta sahipleri	1,32	1,27	4,06
Aşçı, garson, barmenler vb. çalışanlar	2,37	2,36	2,94
Konaklama işletmeciliği işkolu	2,15	2,10	3,29

Bir sonraki aşamada bu defa aktif nüfus bütünü yerine tarım dışı sektörlerde çalışanlar bütünü esas alınarak analiz tekrarlanmıştır. Buna göre tarım dışı sektörlerde çalışanlar içerisinde konaklama işletmeciliği işkolunda çalışanlar bütününde 2.33'lük katsayı değeriyle yüksek bölgesel uzmanlaşma düzeyine erişildiği sonucuyla karşılaşılmıştır (Bkz. Tablo 16).

Tablo 16: Antalya'da Konaklama İşletmeciliği İş Kolunda Tarım Dışı Faaliyetler Toplamına Göre Bölgesel Uzmanlaşma (1990)

İş Kolu/Faaliyet Alanı	Toplam	Erkek	Kadın
Otel, kahve, lokanta müdürleri	6,58	6,14	9,74
Otel, kahve, lokanta sahipleri	1,43	1,37	4,45
Aşçı, garson, barmenler vb. çalışanlar	2,58	2,54	3,22
Konaklama işletmeciliği işkolu	2,33	2,26	3,61

Aktif çalışma çağı nüfusu içerisinde konaklama işletmeciliği işkolunda 1990 yılında gerçekleştirilen nüfus sayımının yapıldığı andan geriye doğru son haftada çalışanlara göre, 2.37'lik katsayı değeriyle 1990 yılına göre bölgesel uzmanlaşma düzeyinde sınırlı bir artışın yaşandığı görülmektedir. Söz konusu sınırlı artışla elde edilen katsayı değeriyle, konaklama işletmeciliği işkolunda yüksek bölgesel uzmanlaşma seviyesinin korunduğuna işaret etmektedir (Bkz. Tablo 17).

Tablo 17: Antalya'da Konaklama İşletmeleri İş Kolunda Bölgesel Uzmanlaşma (2000)

Sektör/ İş Kolu/Faaliyet Alanı	Toplam	Erkek	Kadın
Tarımcı, hayvancı, ormancı, balıkçı ve avcı	1,03	1,07	0,98
Otel, kahve, lokanta müdürleri	5,29	5,48	4,88
Otel, kahve, lokanta sahipleri	1,37	1,34	2,59
Aşçı, garson, barmenler vb. çalışanlar	2,54	2,63	2,29
Konaklama işletmeciliği işkolu	2,37	2,40	2,52

Aktif çalışma çağı nüfusunun temel alındığı uygulama sonrasında tarım dışı sektörlerde çalışanlar bütünü esas alınarak analiz tekrarlanınca da, konaklama işletmeciliği işkolunda çalışanlar bütününde 2.44'lük katsayı değeriyle yüksek bölgesel uzmanlaşma düzeyinin 1990 yılına göre hafif artışla sürdürüldüğü sonucuyla karşılaşılmıştır (Bkz. Tablo 18).

Tablo 18: Antalya'da Konaklama İşletmeciliği İş Kolunda Tarım Dışı Faaliyetler Toplamına Göre Bölgesel Uzmanlaşma (2000)

İş Kolu/Faaliyet Alanı	Toplam	Erkek	Kadın
Otel, kahve, lokanta müdürleri	5,44	5,69	4,53
Otel, kahve, lokanta sahipleri	1,41	1,39	2,41
Aşçı, garson, barmenler vb. çalışanlar	2,61	2,72	2,12
Konaklama işletmeciliği işkolu	2,44	2,49	2,34

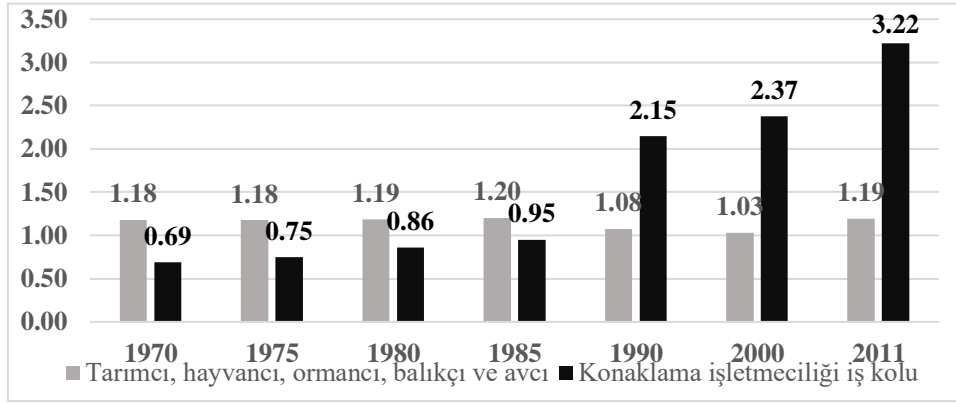
Nüfus ve konut araştırması sonuçları kapsamında tespiti yapılan istihdama göre uzmanlaşma düzeyi analiz bulguları, 3.22'lik katsayı değeriyle 2011 yılı itibarıyla Antalya'da konaklama işletmeciliği işkolunda bölgesel tam uzmanlaşmanın sağlandığını göstermektedir (Bkz. Tablo 19).

Tablo 19: Antalya'da Konaklama İşletmeciliği İş Kolunda Bölgesel Uzmanlaşma (2011)

Sektör/ İş Kolu	Toplam
Tarımcı, hayvancı, ormancı, balıkçı ve avcı	1,19
Konaklama işletmeciliği işkolu	3,22

Konaklama işletmeciliğinde istihdamda bölgesel uzmanlaşmadaki artışın uzun dönemli gelişimini tespit imkanı, 1970-2011 yılları arası dönem için mevcuttur. Buna göre bölgesel uzmanlaşmada 1985-1990 ve 2000-2011 yılları arasında esas gelişimin sağlandığı görülmektedir. 1985'ten 1990'a gelindiğinde uzmanlaşmanın olmadığı bir noktadan yüksek uzmanlaşmaya dönüşmüştür. 2011'de ise artık bölgesel tam uzmanlaşma da gerçekleşmiştir (Şekil 3).

Şekil 3: Antalya'da Tarım Sektörü ve Konaklama İşletmeciliği İşkolundaki İstihdama Dayalı Bölgesel Uzmanlaşma Düzeylerinin Karşılaştırılması (1970-2011)



Daha önce de vurgulandığı üzere 2011 sonrası için sadece SGK'nın 2016 istatistik yıllığında 4-1/a kapsamında sigortalı olarak çalışanların faaliyet kollarına göre dağılımlarının iller itibarıyla miktarlarına dayanarak konaklama işletmeciliği işkoluna dahil olan faaliyet alanlarında Antalya'daki istihdam miktarlarına erişim imkanı mevcuttur. Sigortasız çalışanların, ücretsiz aile işçisi ve bağımsız olarak çalışanların dahil edilmediği, sadece iş akdine dayalı faaliyet alanlarında istihdam olunan formel (sigortalı) işçilerin yer alması sebebiyle, faaliyet alanlarında yıl içi düzenli veya mevsimlik istihdam olunan geniş kitleler kapsam dışı kalmaktadır. Analizin 2016 yılındaki kısmında mevcut olan sınırlılık göz önünde tutulmak şartıyla, Antalya'da konaklama işkolu ve işkoluna bağlı faaliyet alanlarındaki istihdama göre bölgesel uzmanlaşma düzeyleri analiz edildiğinde elde edilen bulgular kısaca şu şekilde özetlenebilir:

Konaklama alt faaliyet alanında Antalya'da sigortalı olarak istihdam olunan 52,637 işçi, Antalya'daki tüm faaliyet alanlarında istihdam olunan işçi toplamının %12,3'ünü, Türkiye'deki bütün konaklama faaliyet alanında istihdam olunan işçi toplamınınsa %27,4'ünü oluşturmaktadır. Bölgesel uzmanlaşma katsayı değeri 8,8 olarak gerçekleşerek 3 olan tam uzmanlaşma sınırının üzerinde bölgesel uzmanlaşmaya sahip olduğunu göstermektedir.

Yiyecek ve içecek hizmetleri alt faaliyet alanında Antalya’da sigortalı olarak istihdam olunan 21,964 işçi, Antalya’daki tüm faaliyet alanlarında istihdam olunan işçi toplamının %5,12’sini, Türkiye’deki bütün konaklama faaliyet alanında istihdam olunan işçi toplamınınsa %3,6’sını oluşturmaktadır. Bölgesel uzmanlaşma katsayı değeri ise 1,8 olarak gerçekleşerek 1,25 olan uzmanlaşma başlangıç sınırının altında kalmıştır.

Spor, eğlence ve dinlence alt faaliyet alanında Antalya’da sigortalı olarak istihdam olunan 2,500 işçi, Antalya’daki tüm faaliyet alanlarında istihdam olunan işçi toplamının %0,58’ini, Türkiye’deki bütün konaklama faaliyet alanında istihdam olunan işçi toplamınınsa %5,66’sını oluşturmaktadır. Bölgesel uzmanlaşma katsayı değeri ise 1,2 olarak gerçekleşerek 1,25 olan uzmanlaşma başlangıç sınırını aşmış, ancak yüksek uzmanlaşma sınırı olan 2’nin altında kalmıştır.

Konaklama işletmeciliği işkolu bütününde Antalya’da sigortalı olarak istihdam olunan 77,101 işçi, Antalya’daki tüm faaliyet alanlarında istihdam olunan işçi toplamının %17,97’sini, Türkiye’deki bütün konaklama faaliyet alanında istihdam olunan işçi toplamınınsa %9,12’sini oluşturmaktadır. Bölgesel uzmanlaşma katsayı değeri 2,9 olarak gerçekleşerek 3 olan tam uzmanlaşma sınırının biraz altında, 2 olan yüksek uzmanlaşma sınırının ise oldukça üzerinde bir bölgesel uzmanlaşmaya sahip olduğunu göstermektedir (Bkz. Tablo 20).

Tablo 20: 4-1/a’lı İstihdam İçinde Konaklama İşletmeciliği İş Kolu ve Alt Faaliyet Alanlarında Bölgesel Uzmanlaşma (2016)

Konaklama	Katsayı	8,8
	İstihdam	52.637
	Antalya İstihdamında Ağırlık	%12,27
	Türkiye Faaliyet Alanı Toplamında Ağırlık	%27,4
Yiyecek ve İçecek Hizmeti Faaliyetleri	Katsayı	1,2
	İstihdam	21.964
	Antalya İstihdamında Ağırlık	%5,12
	Türkiye Faaliyet Alanı Toplamında Ağırlık	%3,60
Spor, Eğlence ve Dinlence Faaliyetleri	Katsayı	1,8
	İstihdam	2.500
	Antalya İstihdamında Ağırlık	%0,58
	Türkiye Faaliyet Alanı Toplamında Ağırlık	%5,66
Konaklama İşletmeciliği Toplamı	Katsayı	2,9
	İstihdam	77.101
	Antalya İstihdamında Ağırlık	%17,97
	Türkiye Faaliyet Alanı Toplamında Ağırlık	%9,12

Elde edilen bulgular, Antalya’nın konaklama işletmeciliği işkolunda 4-1/a’lı çalışanlarda bölgesel uzmanlaşmanın 81 vilayet içerisinde en yüksek seviyede olduğunu

göstermektedir. Bölgesel uzmanlaşmada en yakın takipçisi ise Muğla'dır. Bölgesel yüksek uzmanlaşma düzeyinde olan vilayetlerde 81 il içerisinde sadece Antalya ve Muğla olarak tespit edilmiştir. On bir ildeyse konaklama işletmeciliği faaliyet alanına göre bölgesel uzmanlaşmanın başlangıcı gerçekleşebilmiştir. Buradan hareketle ülke bütününde 81 ilin 2'sinde yüksek uzmanlaşma, 11'inde uzmanlaşma başlangıcı gerçekleşmiş olup, söz konusu 13 il dışında kalan 68 ildeyse konaklama işletmeciliği faaliyet alanında herhangi bir bölgesel uzmanlaşma başlangıcı dahi gerçekleşmemiş durumdadır (Tablo 21).

Tablo 21: 4-1/a'lı İstihdam İçinde Konaklama İşletmeciliği İş Kolu ve Alt Faaliyet Alanlarında Bölgesel Yüksek Uzmanlaşma ve Uzmanlaşma Başlangıcında Olan İller (2016)

İller	Konaklama	Yiyecek ve İçecek Hizmeti Faaliyetleri	Spor, Eğlence ve Dinlenme Faaliyetleri	Konaklama İşletmeciliği Toplamı	Uzmanlaşma durumu
Antalya	8,79	1,16	1,82	2,93	Bölgesel yüksek uzmanlaşma
Muğla	4,77	1,69	1,92	2,40	Bölgesel yüksek uzmanlaşma
Nevşehir	4,99	0,96	0,76	1,86	Bölgesel uzmanlaşma başlangıcı
Isparta	1,05	1,73	0,46	1,51	Bölgesel uzmanlaşma başlangıcı
Bolu	2,65	1,19	0,91	1,51	Bölgesel uzmanlaşma başlangıcı
Bayburt	0,97	1,56	2,65	1,48	Bölgesel uzmanlaşma başlangıcı
Çanakkale	1,94	1,23	0,67	1,37	Bölgesel uzmanlaşma başlangıcı
Trabzon	1,28	1,28	1,64	1,30	Bölgesel uzmanlaşma başlangıcı
Aydın	1,86	1,12	1,26	1,30	Bölgesel uzmanlaşma başlangıcı
Karabük	1,66	1,16	1,40	1,28	Bölgesel uzmanlaşma başlangıcı
Erzincan	1,00	1,38	0,79	1,26	Bölgesel uzmanlaşma başlangıcı
Edirne	1,09	1,34	0,76	1,25	Bölgesel uzmanlaşma başlangıcı
Afyon	2,49	0,93	0,27	1,25	Bölgesel uzmanlaşma başlangıcı

SONUÇ VE TARTIŞMA

Turizm sektörü küresel ölçekte ekonomik durgunluğun yaşanmasına karşılık büyüyen tek sektör konumunda olup, yapılan çeşitli araştırma bulgularında da söz konusu sektörel büyümenin süreceği sonucuyla karşılaşılmaktadır. Buna ek olarak emek-yoğun üretimin sektör yapısı sebebiyle mevcudiyeti de, turizm sektörünün istihdam yaratma kabiliyetinin son derece yüksek olduğuna işaret etmektedir. Dolayısıyla da geleneksel tarım üretiminin payının düzenli olarak düşüş içerisinde olduğu gelişmekte olan ülkelerde turizm sektörü en önemli tarım dışı sektör konumuna erişmiş durumdadır (Yanardağ ve Avcı, 2012: 39-40).

Türkiye’de turizm sektörünün büyüme üzerindeki etkisini sınyayan pek çok çalışma, ülkemizde de turizm sektörünün hem kısa hem de uzun dönemde ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Bu kapsamda Hephaktan ve Çınar (2010)’ın 1980-2008 yılları arası dönemi, Kanca (2015)’nin 1980-2013 yılları arası dönemi, Kızılkaya vd. (2016)’nin 1980-2014 yılları arası dönemi, Bozkurt ve Topçuoğlu (2013)’nun 1970-2011 yılları arası dönemi, Çoban ve Özcan (2013)’in 1963-2010 yılları arası dönemi esas aldığı çalışmalarda elde ettikleri sonuçlar, turizm gelirlerinin büyümeyi artırdığı yönündedir. Ancak bu çalışmalarda temel alınan turizm verisi turizm gelirleri olup, yabancı turistlerden elde edilen gelirden oluşmaktadır. Dolayısıyla iç turizmin etkisinin tespiti mümkün olamamaktadır.

Antalya, 530 km.’ye ulaşan kıyıları, koyları, limanları, antik kentleri, denizle birleşen orman ve şelaleleriyle turizm açısından büyük çekiciliğe sahip coğrafi ve kültürel varlığa sahiptir. Bu özellikleri bir arada bünyesinde barındırması ise, turizm çeşitliliği açısından da tek başına hemen her türlü turizm faaliyeti için elverişli noktada olmasına yol açmıştır. Turizm türleri açısından çeşitliliğin yanı sıra işletme ölçeğinde de çeşitlilik mevcuttur. Küçük ve orta ölçekli işletmeler, daha çok aile işletmesi özelliği göstermektedir. Bu da istihdamın ağırlıklı olarak aile fertlerinden oluşmasına yol açmaktadır. Ancak yatak arzı ve turistik faaliyetlerdeki ağırlıklarının sınırlılığı sebebiyle Antalya’da konaklama işletmeciliğinde hem ekonomik faaliyet anlamında hem de doğrudan istihdam anlamında baskın karakter oluşturmamaktadırlar. Buna karşılık 5 yıldızlı otellere kadar büyük ölçekli turizm belgeli konaklama işletmelerinin sektörde il içi ağırlığıyla karşılaşılmakta olup, söz konusu işletmelerin profesyonel işletmeler oluşuyla karşılaşılmaktadır. Bu da doğrudan istihdamda baskın oluşlarını da beraberinde getirmektedir. Hem sektörel üretimde hem de istihdamda sınırlı ağırlığa sahip küçük ölçekli aile işletmeleri yaşanan krizlerden çok fazla etkilenirken, büyük ölçekli profesyonel işletmelerin ülke içinde yaşanan ekonomik krizlerden fazla etkilenmediği, dolayısıyla ekonomik üretim ve istihdam yaratımında istikrarı koruduğu sonucuyla karşılaşılmaktadır (Albeni ve Olgun, 2005: 101,104-105). Buna karşılık Durgun ve Gövdere (2011)’nin alan çalışması bulguları, Antalya’daki konaklama işletmeciliği işkolunda pazar payında düşüşün yaşandığını, satış ve yatırımların azaldığını, oda fiyatlarıyla kar marjında yaşanan azalışa ek olarak doğrudan istihdamda da düşüş yaşandığını göstermektedir. Dolayısıyla küresel ekonomik krizler dışında turizm sektörünün istikrarlı büyüyen bir sektör özelliğinde olduğu sonucuyla karşılaşılmaktadır. Nitekim çalışma kapsamında turizm belgeli yatak arzında hem Türkiye bütününde hem de Antalya özelinde 1961’den bu yana hiç düşüş yaşanmaması, bu durumu destekler niteliktedir. Türkiye bütününde 1961-2016 yılları arasında turizm belgeli

tesislerdeki yatak arzında yaşanan artış 77 katı aşarken, Antalya’da 1244 kata ulaşan bir artış sağlanabilmiştir.

Akdeniz kıyısındaki tek vilayetin Antalya olmaması, doğusundaki Mersin ve Adana’da konaklama işletmeciliğinin Antalya’daki gibi gelişmesinin mümkün olamaması ise oldukça dikkat çekicidir. Bunda Mersin ve Adana’da teşvikli yatırımların ağırlıklı olarak sanayi sektörüne yönlendirilmesi etkili olmuştur. Böylece Akdeniz’de Mersin ve Adana’da sanayi gelişirken, Antalya’da konaklama işletmeciliği eksenli turizmin gelişimi süratlenerek sürmüştür (Okuyucu ve Akgiş, 2016: 257-258).

Ülkemizde kültür turizmiyle başlayan turizmin, özellikle 1980’lerden itibaren deniz-kum-güneş üçlüsüne dayalı gezi ve eğlence turizmine dönüşerek hakim tür olduğu görülmektedir. (Okuyucu ve Akgiş, 2016: 258). 1980’li yılların sonlarına kadar konaklama işletmeciliğine verilen kamu teşvikleri de deniz-kum-güneş üçlüsüne dayanan gezi ve eğlence turizmine yönelik olmuştur (Gülbahar, 2009: 172). Buna ek olarak dünyada 1930’larda İngiltere’de başlayıp 1950’lerden itibaren Fransa ve İspanya (Mayorka) temelli olarak Avrupa’da yayılan her şey dahil sistemini içeren paket turlar da ülkemizde 1990’lardan bu yana işkolundaki ağırlığını artırarak sürdürmüş ve yatak doluluk oranlarını da artırarak sektörel büyümeyi desteklemiştir. Antalya’da da her şey dahil sistemine dayanan paket turlar, konaklama işletmeciliğinde yaygın hale gelmiş olup, yerli ve yabancı turistlerin Antalya’yı tercihlerinde oldukça önemli etkiye sahiptir (Üngüren vd., 2009: 96-98). Antalya’da yeme-içme-eğlence faaliyet alanlarının da konaklama işletmeciliği işkolunda birleşmesi bu sebeptendir. Faaliyet alanları artık bütünleşik bir işkolu haline dönüşmüş durumdadır.

İstihdam yaratma kabiliyeti son derece yüksek olan turizm sektörünün sağlamış olduğu ilave istihdam üçe ayrılmaktadır: Doğrudan istihdam, dolaylı istihdam ve türetilmiş istihdam. Doğrudan istihdamda konaklama işletmeciliğinde, yiyecek içecek işletmelerinde tur operatörlüğü ve seyahat işletmeciliğinde istihdam yaratımı gerçekleşmektedir. Dolaylı istihdamı ise bir örnek üzerinden ele alırsak, turistlere sağlık hizmeti sunan hekim ve hemşireler dolaylı olarak turizm işletmeleriyle bağı olan işletme veya kuruluşlarda gerçekleştirilen istihdam kapsamında yer alarak dolaylı istihdamı oluşturmaktadır. Geniş açıdan baktığımızda ise turizmin bağlantılı olduğu faaliyet alanı sayısı 38’e ulaşmaktadır. ILO tahminlerine baktığımızda küresel ölçekte turizmin dolaylı istihdam yaratımı, doğrudan istihdam yaratımının 1,5 katına ulaşmaktadır. Uyarılmış istihdamsa esasen turizmin yol açtığı refah artışı sonucunda

toplumda tüketim artışıyla birlikte şekillenen ilave istihdamı oluşturmaktadır (Kaya, 2012: 244-245).

Başta konaklama işletmeciliği işkolu olmak üzere turizm, dünya genelinde 120 milyon kişiye doğrudan istihdam sağlarken, dolaylı istihdamla bu sayı çeyrek milyarı zorlamaktadır. Dolayısıyla da dünya bütününde her on bir kişiden birisi, doğrudan ya da dolaylı olarak turizm sektöründe istihdam olunmaktadır. Günümüzde 1,1 trilyon dolarlık uluslararası turizm gelirleri 1,1 milyar kişinin uluslararası turizm faaliyetiyle sağlanmakta olup uluslararası turist sayısının 2030'da 1,8 milyara çıkacağı öngörülmektedir (Aydın ve Gencür, 2015: 44). Dolayısıyla istihdam sağlamada turizmin payının her geçen gün küresel ölçekte artış kat edeceği açıktır.

Işık ve Zoğal (76-87) Mullins'in turizm kentleşmesi tanımlamasının bileşenlerinden hareketle oluşturdukları çerçeveye göre Antalya için yaptıkları analizde: 1) Hızlı nüfus artışı ve göç alışı, 2) İşgücünün hızlı büyümesi ve işgücü istihdamında özellikle toptan ve perakende ticaret, lokanta ve oteller, ulaştırma-inşaatın toplam istihdamdaki payının 1980 sonrasında süratli artışı, 3) Tesis, yatak arzı, konaklama süresi, havayolu ile giriş yapanların ülke bütününe giriş yapanlar içindeki payındaki gelişim, 4) Yabancı nüfusundaki süratli artış, 5) Yabancıların mülk edinimlerinin ülke bütünündeki yüksek ağırlığı gerekçeleriyle Antalya'nın turizm kentleşmesi yaşamış bir vilayet olduğunu savunmaktadırlar.

Antalya'da konaklama işletmeciliği işkolu ve bağlı faaliyet alanlarındaki bölgesel uzmanlaşmanın 1970-2016 yılları arasındaki gelişiminin uzmanlaşma katsayısı yaklaşımıyla analiz edilmesinde de turizm kentleşmesinin teyidiyle karşılaşılmaktadır. Büyüme kutbu olarak turizmin büyüme merkezi konumundaki Antalya'da, söz konusu kamu stratejilerinin hemen sonuç verdiğini ise savunmak oldukça güçtür. Bölgesel uzmanlaşmada 1990'a kadar tarım sektöründeki uzmanlaşma düzeyinin altında kalındığı, 1990'daysa yüksek uzmanlaşma düzeyine erişilip, 2011'de ise tam uzmanlaşma sınırının aşıldığı görülmektedir. 2016'ya gelindiğindeyse konaklama işkolu bütününde Antalya'daki bölgesel tam uzmanlaşma düzeyinin yaklaşık olarak korunduğu, ancak daha da önemlisi, Antalya'nın 81 il içerisinde en yüksek bölgesel uzmanlaşmaya sahip vilayet olma özelliğine sahip olduğu dikkat çekmektedir.

KAYNAKÇA

ALBENİ, M. ve ONGUN U. (2005). "Antalya Turizminin Türk Turizmi İçerisindeki Yeri ve Krizlerin Antalya Turizmi Üzerindeki Etkileri", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. 10, S. 2, s. 93-112.

- AYDIN, A. ve GENCÜR, A. (2015). "Türkiye'nin Turizm Arzı, Piyasa Yapısı ve Global Riskler: Keşifsel Bir Yaklaşım", *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, C. 2, S. 2, s. 43-64.
- BOZKURT, E. ve TOPÇUOĞLU, Ö. (2013). "Türkiye'de Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi", *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, C. 4, S. 7, s. 91-105.
- BRANTINGHAM, P. L. ve BRANTINGHAM, P. J. (1998). "Mapping Crime For Analytic Purposes: Location Quotients, Counts, and Rates", *Crime Mapping and Crime Prevention*, Criminal Justice Press, pp. 63-88, Burnaby.
- CİLLOV, H. (1993). *İktisadi Olaylara Uygulanan İstatistik Metodları*, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- ÇİFTÇİ, M. (2018). "Türkiye'de Bölgelerarası Verimliliğin Analizi", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, C. 10, S. 1, s. 551-580.
- ÇOBAN, O. ve ÖZCAN, C. C. (2013). "Türkiye'de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi (1963-2010)", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, C. 8, S. 1, s. 243-261.
- DİE (1959). *1959 İstatistik Yıllığı*, Ankara.
- DİE (1978). *Konaklama Tesisleri Envanter Çalışması-İl ve İlçeler İtibariyle 1976*, Ankara.
- DOS SANTOS, F. R., RIBEIRO, L. C. S. and DA SILVEIRA, E. J. G. (2018). "Characteristics of Tourism Activities in Brazilian Municipalities in 2015", *Revista Brasileira de Pesquisaem Turismo*, Vol. 12, No: 2, pp. 65-82.
- DPT (1962). *Birinci BYKP*, Ankara.
- DPT (1977). *Dördüncü BYKP Turizm ve Tanıtma Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, Ankara.
- DURGUN, A. ve GÖVDERE, B. (2011). "2008 Küresel Krizinin Antalya Konaklama İşletmelerine Etkileri Üzerine Bir Analiz", *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 30, Sayı: 1, s. 139-159.
- GEKA (2011). *TR32 Düzey 2 Bölgesi Aydın - Denizli - Muğla 2010 - 2013 Bölge Planı*, Denizli.

- GÜLBAHAR, O. (2009). “1990'lardan Günümüze Türkiye'de Kitle Turizminin Gelişimi ve Alternatif Yönelimler”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C. 14, S. 1, s. 151-177.
- HEPHAKTAN, C. E. ve ÇINAR, S. (2010). “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri”, *Celal Bayar Üniversitesi SBE Dergisi*, C. 8, S. 2, s. 135-154.
- IŞIK, Ş. ve ZOĞAL, V. (2017) “Turizm Kentleşmesi Kavramı: Antalya Örneği”, *Ege Coğrafya Dergisi*, C. 26, S. 2, s. 71-94.
- KANCA, O. C. (2015). “Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme: Türkiye Örneği (1980-2013)”, *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, S. 8, s. 1-14.
- KAYA, İ. (2012). “Türk Turizm Sektöründe İstihdamın Temel Özelliklerinin ve Sorunlarının Ücretli Çalışanlar Açısından Coğrafi Bölgelere Göre Analizi”, *Balıkesir Üniversitesi SBE Dergisi*, C. 15, S. 28, s. 241-257.
- KIZILKAYA, O., SOFUOĞLU, E. ve KARAÇOR Z. (2016). “Türkiye’de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı”, *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, C. 23, S. 1,s. 203-215.
- LAZZERETTI, L. and INNOCENTI, N. (2016). “Smart Specialization, Culture, Creativity and Tourism in Italian Convergence Regions”, *First Smarter Conference on Smart Specialisation and Territorial Development*, 28-30 September 2016, Seville.
- LEE, K. and SEUNGMOOK, C. (2004). “An Economic Impact Analysis of Regional Tourism Industry: The Case Study of Gangwon and Jeju Regions”, *New Zealand Tourism and Hospitality Research Conference 2004*, pp. 199-210, Wellington.
- MILLER, M. M., GIBSON, L. J. and WRIGHT, N. G. (1991). “Location Quotient: A Basic Tool for Economic Development Analysis”, *Economic Development Review*, Vol. 9, No: 2, pp. 65-68.
- OKUYUCU, A. ve AKGİŞ, Ö. (2016). “Türkiye’de Konaklama Sektörünün Yapısal ve Mekânsal Değişimi: 1990-2013”, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, S. 1, s. 249-269.
- PENA-BOQUETE, Y. and PEREZ-DACAL, D. (2012). “Effects of Tourism Wages and Employment for the Spanish Regions: Seasonality versus Tourism Specialization”, *International Conference on Regional Science*.

- SEÇKİN, E. (2012). “Sosyal Yapı: Nüfusun Sayısal ve Yapısal Özellikleri Kamusal Hizmetlerin Coğrafyası, Aydın İçin Sürdürebilir Bölgesel Gelişme Çerçevesi”, Editör: Ayşenur Ökten, Betül Şengezer, Aydın Ticaret Odası Yayınları, s. 45-74, Aydın.
- SPIRIAJEVAS, E. (2008). “The Impact of Tourism Factor for Development of the South-east Baltic Coastal-Border Regions”, *Geo Journal of Tourism and Geosites*, Vol. 2, No: 2, pp. 118-128.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Araştırma ve Geliştirme Daire Başkanlığı (2016). *Turizm Belgeli Tesis İstatistikleri 2016*, Ankara.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Araştırma ve Geliştirme Daire Başkanlığı (2013). *Turizm Belgeli Tesis İstatistikleri 2011*, Ankara.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Araştırma ve Geliştirme Daire Başkanlığı (2002). *Turizm Belgeli Tesis İstatistikleri 2000*, Ankara.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Araştırma ve Geliştirme Daire Başkanlığı (1992). *Turizm Belgeli Tesis İstatistikleri 1990*, Ankara, 1992.
- TRINH, T. H. (2016). “The Industry Cluster Approach for Tourism Development of Central Vietnam”, *International Journal of Business and Management*, Vol. 11, No: 5, pp. 167-178.
- ÜNGÜREN, E., ALGÜR S. ve DOĞAN H. (2009). “Konaklama ve Seyahat Acenteleri Yöneticilerinin Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları: Antalya Örneği”, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Sayı: 2, s. 95-112.
- YANARDAĞ, M. Ö. ve AVCI M. (2012). Turizm Sektöründe İstihdam Sorunları: Marmaris, Fethiye, Bodrum İlçeleri Üzerine Ampirik Bir İnceleme”, *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, C. 3, S. 2, s. 39-62.

STARTUP ÜRÜN VE HİZMETLERİNE YÖNELİK DİJİTAL TÜKETİCİ GERİ BİLDİRİMLERİ: “GETİR” ÖRNEĞİ

Nilgün KÖKSALAN*

ÖZ

Günümüzde hızla gelişen teknoloji ve her geçen gün değişen tüketici profilleriyle birlikte yeni girişimlerin arttığı görülmektedir. Bu noktada büyüme potansiyeli hızlı ve yüksek startupların oluşumu dikkat çekmektedir. Bir başlangıç girişimi olarak adlandırılan start-uplar temel olarak teknolojik olanaklarla tüketici kitlelerinin istek ve ihtiyaçlarını alışıldan farklı bir şekilde sunmayı ve kısa bir zaman diliminde ilerleme sağlamayı hedeflemektedir. Bu çalışmada, start-uplar tarafından sunulan ürün ve hizmetler konusunda günümüz dijital tüketicisinin geri bildirimlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda çalışmada öncelikle bir kavramsal çerçeve çizilmiş, ardından “www.sikayetvar.com” web sitesinde 22 Mayıs 2021 itibariyle yer alan “Getir” ürün ve hizmetlerine yönelik ilk 32 olumsuz geri bildirim incelenmiş ve içerik analizi tekniği uygulanarak bir değerlendirme yapılmıştır. Bulgulara göre ana temalar dağıtım, prosedür ve etkileşim olarak adlandırılmış olup söz konusu temalar içerisinde en çok eksik sipariş, gecikme, iade talebi, ulaşamama/bağlantı ve geri dönüş alt temalarına ilişkin ifadeler yer verildiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Dijital, Geri Bildirim, Startup, Tüketici.

DIGITAL CONSUMER FEEDBACK FOR STARTUP PRODUCTS AND SERVICES: THE CASE OF "GETİR"

ABSTRACT

Today, it is seen that new initiatives are increasing with rapidly developing technology and changing consumer profiles. At this point, the formation of startups with high growth potential is notable. Startups, called a startup initiative, mainly aim to present the desires and needs of consumer audiences in a different way than usual with technological possibilities and to make progress in a short period of time. In this study, it is aimed to examine the feedback of today's digital consumer on the products and services offered by startups. In this context, a conceptual framework was first drawn in the study, then the first 32 negative feedbacks regarding "Getir" products and services on the "www.sikayetvar.com" website as of May 22, 2021 were examined and an evaluation is made by applying content analysis technique. According to the findings, the main themes are called distribution, procedure and interaction, and it has been observed that incomplete order, delay, return request, inaccessible/connection and return sub-themes are most included in these themes.

Keywords: Digital, Feedback, Startup, Consumer.

* Dr., nilgunkoksalan@trakya.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2338-8074

Atıf/Citation: Köksalan, N. (2021). Startup Ürün ve Hizmetlerine Yönelik Dijital Tüketici Geri Bildirimleri: “Getir” Örneği, *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 2(1), 42-56.

GİRİŞ

Son yıllarda bilgi teknolojisi ve küreselleşme gibi faktörlerin etkisiyle pazarlama alanında uygulanmakta olan geleneksel stratejiler yerini her geçen gün yeni ve modern stratejilere bırakmaktadır. Özellikle artan tüketici istek ve ihtiyaçlarını karşılamakta yaşanan zorluklar ve tüketicilerin beklediği müşteri hizmetinin boyutları işletmeler için pazarlama süreçlerinde tüketici temelli bir anlayışın uygulanmasını giderek zorunlu hale getirmektedir.

Tüketim ekonomisi olarak ifade edilen günümüz ekonomilerinde, ancak tüketiciyi iyi tanıyan, tüketiciyle ilişkilerini sağlam tutan ve tüketicilerin duygusal ihtiyaçlarına da cevap verebilen ürün ve hizmetler, markalar arasında yaşanan rekabet savaşının kazananı olabilmektedir. Bu bağlamda, “tüketim ekonomisinin en temel belirleyicisi olarak ifade edilen kitle iletişim araçlarından medyanın tüketimi biçimlendirme ve zihinsel süreçlere dayalı bir mesaj aktarımı faaliyeti” gerçekleştirdiğini de göz önünde bulundurmak gerekmektedir (Hatipler, 2017: 47).

Tüketim ekonomisinin var olan talepleri beraberinde birçok yeni oluşumun da önünü açmaktadır. Bu oluşumların içerisinde özellikle startuplar gerek tüketiciye hızlı ve doğru bir şekilde ulaşması gerek yüksek büyüme potansiyeli taşıması bakımından hem kurumsal hem bireysel düzeyde girişimlerin her geçen gün odak noktası haline gelmektedir. 1970’li yıllardan itibaren Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’de uygulanan bir iş modeli olarak startuplar en genel tanımıyla “hayatta kalma mücadelesi veren yeni doğmuş şirketlerdir” (Salamzadeh ve Kawamorita Kesim, 2015: 1). Son dönemlerde ekonomilerde bir itici güç olarak öne çıkan startuplar yüksek kâr getiren girişimler olarak dikkat çekmektedir.

Dijital teknolojilerin yaygınlaşmasıyla birlikte işletmelerin dijital alanda aktif olarak yer alan tüketicilere hitap eden pazarlama faaliyetlerinin önem kazandığı görülmektedir. “Pazarlama faaliyetlerinde dijital unsurların kullanılması” temeline dayanan dijital pazarlama, ortaya koyduğu güncel stratejiler ve dinamik yapısıyla birçok işletme gibi startuplar için de birçok avantajlar getirmektedir (Dholakia ve Bagozzi, 2001: 168). Bu noktada zorlu rekabet şartları altında öncelikle varlığını kabul ettirme ardından hızlı bir şekilde gelişme sağlamanın uygun stratejilerin hayata geçirilmesiyle doğru orantılı olduğunu ifade etmek gerekmektedir.

Bu çalışmada, günümüzde dikkat çeken bir girişim olarak startuplar ve startupların ürün ve hizmetlerine yönelik tüketici olumsuz geri bildirimlerini incelemek amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışmanın ilk bölümünde tanımı, özellikleri ve başarı faktörleriyle startuplar ile dijitalleşme, dijital tüketici, geri bildirim kavramları ve geçmiş çalışmalara ilişkin kavramsal

bir çerçeve sunulmuş, ardından çalışmanın yöntemi açıklanarak araştırma bulgularına yer verilmiştir.

1. Startups: Kavramsal Çerçeve

Günümüzde her geçen gün daha fazla dijitalleşen dünya ekonomileri üretim ve tüketim anlayışlarında da değişim ve dönüşümlere neden olmaktadır. Bir yandan tüketici temelli yaklaşımlar gitgide önem kazanırken, diğer yandan teknolojiden beslenen yeni girişimler ve fikirlerin ürün ve hizmet seçeneklerini geliştirdiği görülmektedir. Bu bölümde, ilk olarak bugünün popüler girişim anlayışı olan startupların tanımı ve temel özellikleri ile startupların başarısını etkileyen faktörler ele alınmıştır.

1.1. Startupsın Tanımı ve Temel Özellikleri

Startups, dijital çağın bir girişim örneği olarak hızlı büyüme hedefiyle kurulmuş şirketler olarak dikkat çekmektedir. Bu noktadan hareketle yeni bir girişimin startup kategorisinde değerlendirilmesinde en önemli faktörün “hızlı büyüme potansiyeli” olduğunun altını çizmek gerekmektedir. Hızlı büyüme ise şirketin öncelikle geniş bir hedef kitlesine hitap eden global düzeyde bir girişimle mümkün olabilmektedir.

Startup kavramı en genel ifadeyle “bireyin hayatının başlangıcından, bir şirket, bir kurum, bir proje, bir şehir”e kadar “yaptığımız her şeyin merkezinde yer alan” bir kavramdır (Feld, 2020:1). İngilizceden dilimize geçen kavram kelime anlamı itibariyle, “bir şeyi harekete geçirmek için yapılan iş ya da süreç” ve “yeni bir iş girişimi, yeni bir ticari ya da endüstriyel proje” olarak tanımlanmaktadır (dictionary.com).

Blank (2013: 82)’a göre, “ölçeklenebilir ve tekrar edilebilir bir iş modeli bulmak için oluşturulan yapılar” olarak ifade edilen startups bir diğer tanımda ise; “teknolojik girişim” tabiriyle “teknoloji ve inovasyon odaklı iş fikirleri bir çalışma planı içerisinde yer alan, katma değeri yüksek, nitelikli istihdam yaratma potansiyeline sahip, birkaç yıl içerisinde yatırımın üç-beş katı daha fazla tasarruf sağlayabilen işletmeler” olarak adlandırılmıştır (Örnek ve Danyal, 2015: 1150).

Ries (2011), startupsı “aşırı belirsizlik içinde yeni ürün ve hizmetler yaratmak için kurulmuş bir organizasyon” olarak ifade etmektedir (Ries, 2011’den aktaran Kim, Kim ve Jeon, 2018: 2981). Freeman ve Engel (2007: 94), startupsın, genel itibariyle “daha az sermaye, daha az varlık ve daha az nitelikli insan gücü vb.”ne dayalı iş süreçlerini içerdiğini ifade etmektedir. Söz konusu tanımlardan da yola çıkarak startupsın temel özelliklerini “yeni bir girişim,

ölçeklenebilirlik, tekrar edilebilirlik, teknoloji ve inovasyon odaklılık, hızlı büyüme, düşük yatırım ve yüksek karlılık” olarak sıralamak mümkündür.

1.2. Startupların Başarısını Etkileyen Faktörler

Günümüzde dijitalleşme süreciyle birlikte, gerek bilgi endüstrilerinde yaşanan gelişmeler, gerek çevrim içi ve mobil işletmelerin büyümesi mevcut iş modellerinde bir genişleme ve çeşitlenmeyi beraberinde getirmiştir. “Bilgi ve bilgi toplumundan yaratıcı bir topluma hızlı sosyal değişim, çeşitli girişim biçimlerini ortaya çıkarmıştır” ve “dünya çapında bir dizi hükümet, ekonomik büyümeyi ve istihdam seviyelerini artırmak için bir önlem olarak küçük işletme girişimlerini teşvik etmektedir”. Bu şartlar altında, yüksek kârlılık hedefiyle oluşturulan startupların “küresel ekonomide artan önemine yönelik bir eğilim” olduğunu da ifade etmek mümkündür (Kim ve diğerleri (vd.), 2018: 2981).

Mevcut rekabet ortamı birçok işletme gibi startuplar için de çeşitli riskler barındırmaktadır. Startuplar açısından mevcut riskler; “sermaye yetersizliği, sürekli enerji/heyecan gerekliliği, kişisel başarısızlık, iş güvensizliği, kişisel mülkiyeti kaybetme riski, gelir belirsizliği ve iflasa sürüklenme olasılığı” şeklinde sıralanabilir (Poposka ve Mihajloska, 2016: 78’den akt. Kalfaoğlu ve Bedük, 2018: 29). Bu riskleri yönetebilme gücünün startuplar için başarının da anahtarı konumunda olduğu söylenebilir.

Gelderen, Thurik ve Bosma (2006: 323-324) çalışmalarında, yeni bir girişimde başarıyı etkileyen faktörler açısından Gartner (1985)’ın çerçevesinde yer alan “bireysel, çevresel, süreçsel ve organizasyonel yaklaşımları” şu şekilde açıklamaktadır:

- Bireysel; beşeri sermaye (bilgi, eğitim, yetenek ve uzmanlık) ve psikolojik bireysel farklılıklar (karakter, risk alma, kontrol gücü, başarı ihtiyacı).
- Çevresel; ağ (insan ilişkilerinde başarı), finansal (kaynak, sermaye büyüklüğü) ve ekolojik (çevresel faktörler)
- Süreçsel; planlama ve bilgi edinme
- Organizasyonel; büyüme isteği, teknolojik yenilik, ekip çalışması vb.

2. Dijitalleşme, Dijital Tüketici, Geri Bildirim ve Geçmiş Çalışmalar

Teknolojik gelişmeler, internet kullanım oranlarındaki artış, sosyal medyanın artan etkiliği ve küresel rekabetin dönüşümü gibi birçok faktör bugünün işletmelerini dijital alanda da var olmaya zorlamaktadır. Gerek iş modellerinin gerek tüketici ürün ve hizmet taleplerinin gün geçtikçe dijital mecralara aktarıldığı günümüz pazarlarında işletmeler ve özellikle yeni bir girişim olarak startuplar için dijitalleşme süreçlerindeki etkinlik başarıyı beraberinde

getirebilmektedir. Bu bölümde, dijitalleşme olgusu, dijital tüketici ve geri bildirim kavramları ile tüketici geri bildirimlerine yönelik geçmiş çalışmalara değinilmiştir.

2.1. Dijitalleşme Olgusu

Çağımızda sosyal ağlar, mobil uygulamalar ve her alanda yenilenen teknolojilerin kullanımındaki artışla bir dijital değişim ve dönüşüm yaşanmaktadır. Bu noktada son yüzyılın “en önemli unsurlarından birisi” olarak ifade edilen dijitalleşme olgusu, bir yandan “günlük yaşam, sosyal ve çalışma hayatındaki insan ilişkilerini” etkilerken diğer yandan, “tüketici davranışlarını, işletmelerin pazarlama kanallarını düzenleyen ve değiştiren bir güç” olarak yaşamın neredeyse her alanında yer almaktadır (Koçak Alan, Tümer Kabadayı ve Erişke, 2018: 494).

Dijitalleşen dünyada işletmeler, giderek geleneksel modellerden uzaklaşarak yaşam tarzları, satın alma tercihleri ve tüketim alışkanlıkları değişen hedef kitlelerin talepleriyle uyumlu ürün ve hizmetler geliştirmeye çalışmaktadır. Dijital mecralar yoluyla iletişimin önem kazandığı günümüzde, satış öncesinden satış sonrasına kadar müşteri ilişkilerinde teknolojik araçların ve uygulamaların kullanımının öne çıktığı görülmektedir (Wymbs, 2011: 95).

2.2. Dijital Tüketici ve Geri Bildirim

Tüketicilerin bir ürün ve hizmeti satın alma kararını etkileyen birçok etken bulunmaktadır. Tüketicinin geçmiş tecrübeleri, ürün fiyatı, kalitesi, ürüne olan ihtiyacı, marka sadakati, ürün ve hizmetin karşılığında edindiği sembolik, fonksiyonel ve hedonik faydalar bu etkiler içerisinde sayılabilir. Bu faktörlerin yanı sıra tüketicinin ürün ve hizmetle ilgili kullanıcı deneyimlerine yönelik yorumlar hakkında edinmiş olduğu bilgi satın alma kararında etkili olabilecek bir diğer faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dijitalleşme olgusunun tüketici davranışlarını şekillendirdiği günümüzde tüketici satın alma kararlarını etkilemek bağlamında dikkat edilmesi gereken nokta işletmelerin karşısında artık “dijital bir tüketici”nin bulunduğu gerçeğidir ve “bu tüketiciyi anlamak, onun kara kutusunu okuyabilmek hem işletmeler hem pazarlama akademisyenleri açısından oldukça zor bir hal almıştır” (Koçak Alan vd., 2018: 494). Bugün, dijital tüketici bir “kral”dır, iletişim ve dağıtım kanalları da yalnız “Kral’ın Atları”na açılmaktadır (Nicholas ve Rowlands, 2008 :3).

İşletmelerin ürün ve hizmetlerine yönelik müşteri geri bildirimini önem taşımaktadır. Müşteri beklentilerinin karşılanmaması zaman içerisinde satın alma kararlarının negatif yönlü değişime uğramasına neden olabilir. Müşteri geri bildirimleri içerisinde müşteri şikâyetleri işletmelere; “tatmin olmamış müşterileri kazanma, marka tercihinin değişmesine engel olma,

negatif ağızdan ağıza iletişimi engelleme” gibi avantajlar sunabilir (Akçakanat, Kılıklı ve Çarıkçı, 2015: 77). Müşteri şikâyetleri, “müşterinin olumsuz geri bildirim” olarak tanımlanmaktadır (Lovelock, 2001: 18). Alan yazında şikâyetler adaletin üç boyutu ile ilişkilendirilerek ele alınmaktadır. Bu boyutlar:

- Kararın sonuçları ile ilgilenen dağıtım adaleti,
- Karar verme prosedürleri ile ilgilenen prosedür adaleti,
- Prosedürlerin uygulanmasındaki kişiler arası davranışlarla ilgilenen etkileşim adaleti şeklinde sıralanmaktadır (Tosun ve Söyük, 2019: 1876)

Tüketiciler çeşitli nedenlerle ürün ve hizmetlere yönelik olumlu olumsuz geri bildirimlerini bildirmektedir. Olumsuz geri bildirimlerle ilgili olarak yapılan bir çalışmada şikâyetin temel nedeninin “olayın tekrar gerçekleşmesini önlemek” olduğu bulgulanmıştır (Friele, Kruikemeier, Rademakers ve Coppen 2006: 293). Bu noktada özellikle pazarda tutunmaya ve gelişmeye çalışan yeni bir girişim olarak startupların müşteri geri bildirimlerini dikkat almasının ne kadar önemli olduğunu ifade etmek gerekir.

2.3. Daha Önce Yapılan Çalışmalar

Tüketicilerden gelen olumsuz geri bildirimlere ilişkin yapılan çalışmalar incelendiğinde, turizm (Kozak, 2007; Yılmaz, 2014; Selvi, Saçılık, Çevik ve Cavlak, 2012); yeme-içme sektörü (Trappey, Lee, Chen ve Trappey, 2010; Lam ve Tang, 2003); kamu ve özel kuruluşlar ve kâr amacı gütmeyen özel sağlık sigortası şirketi, telefon bankacılığı işletmesi, ticaret odası, hastane ve banka (Johnston ve Mehra, 2002) gibi hizmet sektörüne yönelik yapılan araştırmaların öne çıktığı görülmektedir.

Kozak (2007) çalışmasında, “turistlerin ne tür şikâyetleri olabileceğini, bu şikâyetlerini kime ve nasıl bildirme eğiliminde olduklarını ve karşılaşılan sorunların çözümü konusunda kendilerinin ne gibi önerilerinin olduğunu” araştırmıştır. Çalışmanın bulgularına göre, turistlerin şikâyetçi oldukları konuların başında “fiziksel ve ticari taciz gelirken, bunu sırasıyla temizlik ve hijyen yetersizliği, bedensel engelliler için tesislerin yetersizliği, hava alanı kalitesinin yetersizliği vb.” konular izlemektedir (Kozak, 2007: 143).

Konaklama işletmeleri ve tur operatörlerine yönelik şikâyetlerin değerlendirildiği çalışmada Yılmaz (2014), söz konusu şikâyetlerin örgütsel öğrenme aracı olarak değerlendirme sürecini incelemiştir. Nitel bir yöntemin izlendiği araştırmada, şikâyetlerin incelenmesinde www.sikayetvar.com web sitesinden faydalanılmıştır. Çalışmada “turizm” başlığı altında yer alan şikâyetler dikkate alınarak, toplamda 6458 şikâyet incelenmiştir.

Konaklama işletmelerine yönelik şikâyetler “çeşit, kalite-lezzet, kumsal-şezlong-şemsiye, restoran temizliği, oda temizliği, fiyat ve ücretlendirme vs.” gibi konuları içermektedir. Bu alanda, en çok şikâyet alan konu ise personel davranışı olarak bulgulanmıştır. Tur operatörlerine yönelik şikâyetlerde ise; “acenta bilgilendirme, acenta personeli davranışı, acenta tur iptali çağrı merkezi sorun çözme, rehber davranışı vb.” faktörler öne çıkmaktadır. Bu alanda en fazla şikâyeti ise iptal/ücret iade konusu almıştır (Yılmaz, 2014: 137-140).

Müşteri şikâyetleri geleneksel pazarlamada çalışılmasına rağmen, çevrimiçi müşteri şikâyetleri konusunda daha az çalışmanın yer aldığı görülmektedir (Cho, Hiltz, ve Fjermestad, 2002: 318)). Cho vd. (2002) çalışmalarında, çevrim içi ve çevrim dışı alışveriş ortamlarındaki şikâyet eğilimleri üzerinde tatminsizlik, satın almanın önemi, şikâyetten algılanan fayda ve durumsal etkiler gibi satın alma sonrası değerlendirmenin etkilerini araştırmayı amaçlamıştır. 161 öğrenci ile yapılan anket çalışmasının bulguları, çevrimiçi ve çevrimdışı alışverişlerdeki şikâyet eğilimlerinde satın alma sonrası değerlendirmelerin farklı etkilerinin olduğunu göstermiştir (Cho, 2002: 318-321).

Engelli turistler için hizmet başarısızlığı konusunda keşifsel amaçlı yürütülen çalışmalarında Kim ve Lehto (2012), çevrimiçi müşteri şikâyetleri web sitelerinde yer alan şikâyetleri incelemiştir. Toplamda 316 müşteri şikâyeti nitel bir yöntemle Kritik Olay Tekniği (Critical Incident Technique- CIT) kullanılarak analiz edilmiştir. Engelli yolcuların kritik olayları üç boyut olarak; “hizmet sunumundaki başarısızlık, yerine getirilmeyen özel talepler ve istenmeyen çalışan davranışları” şeklinde sınıflandırılmıştır (Kim ve Lehto, 2012: 451).

Pazarlama literatürü incelendiğinde, startup ürün ve hizmetlerine yönelik dijital tüketici olumsuz geri bildirimlerinin incelendiği bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu araştırma öncelikle bu boşluğu doldurmayı hedeflemektedir. Çalışma, akademik katkısının yanı sıra, start-uplar açısından olumsuz geri bildirimlerinin incelenerek bu olumsuzluklara neden olan faktörlerin ortaya konması ve uygulayıcılara olumsuz geri bildirimler aracılığıyla hizmetin aksayabilen yönleri konusunda bir farkındalık kazandırması açısından da önem arz etmektedir.

3. Yöntem

Startupların ürün ve hizmetlerine yönelik dijital tüketici geri bildirimlerinin incelendiği bu çalışmanın ana araştırma sorusu: “Startupların ürün ve hizmetlerine yönelik dijital tüketicilerin geri bildirimleri nasıldır ve bu geri bildirimlere neden olan faktörler neler olabilir?”

sorusudur. Bu kapsamda yürütülen çalışmada dijital mecraları kullanan tüketicilerin olumsuz geri bildirimleri incelenmiştir.

Bu çalışmada startupper ve startupperların ürün ve hizmetlerine yönelik tüketici olumsuz geri bildirimlerini incelemek amaçlanmış ve çalışmada nitel yöntem benimsenmiştir. Nitel araştırmalar, sosyal bilimler alanında yaygın olarak kullanılan insan davranışlarını ve bu davranışların nedenlerinin neler olduğunu ayrıntılı ve derin bir şekilde ele anlamayı amaçlayan bir araştırma yöntemidir (Güler, Halıcıoğlu ve Taşgın 2013: 39). Bu amaç doğrultusunda, “www.sikayetvar.com” web sitesinde 22.05.2021 tarihiyle “Getir” ürün ve hizmetlerine yönelik yer alan ilk 32 kullanıcı geri bildirim içeriğinden 30 yoruma içerik analizi uygulanmıştır. Araştırmada olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden “amaca yönelik örnekleme” metodu kullanılmıştır. Bu metoda göre örneği oluşturan elemanlar araştırmacının araştırma problemlerine cevap bulacağına inandığı kişilerden oluşmaktadır (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2012: 142). Bu çalışmada, araştırmanın amacına uygun olarak “Getir” ve “www.sikayetvar.com” web sitesi belirlenmiştir. Getir, teknolojik iş modeli uygulamasıyla dikkat çeken ve dijital tüketiciye hitap eden bir startupper örneğidir. Yine, araştırmanın amacı doğrultusunda dijital tüketici olumsuz geri bildirimlerinin, tarafsız bir dijital platform olan “www.sikayetvar.com” web sitesi aracılığı ile incelenmesi kararlaştırılmıştır. Olumsuz geri bildirim sayısı 32 ile sınırlandırılmıştır. Bu sınırlamanın bir nedeni, araştırma sürecince elde edilen verinin belli bir nokta itibarıyla tekrar etmeye başlamış olmasıdır. Geri bildirimler sırasıyla K1, K2, K3,K4,...,K31, K32 şeklinde numaralandırılmıştır.

Çalışma kapsamında toplanan verilere içerik analizi uygulanmıştır. İçerik analizi günümüzde birçok araştırma disiplinde kullanılan bir yöntemdir. Son yıllarda nitel araştırmalara olan ilginin artmasıyla birlikte nitel verilerden çeşitli çıkarımlara ulaşabilmek adına uygulanan içerik analizi tekniği önem kazanmıştır (Tavşancıl-Aslan, 2001: 30).

İçerik analizi, “metinlerdeki öğelerin önceden saptanmış bulunan kategorilere göre sınıflandırılması” esasına dayanır (Duvarger, 1989: 144). Balcı (2001: 209), içerik analizini “yazılı ve sözlü materyallerin sistemli bir analizi” şeklinde tanımlamaktadır. Aziz (1990: 119) ise içerik analizini, “yazılan ve söylenenin hazırlanan açıklayıcı yönergeye göre ne kadar sıklıkla bulunduğu saptanması süreci” şeklinde ifade etmektedir. İçerik analizinde, insanların söyledikleri ve yazdıkları kodlanarak nicel hale getirilmektedir.

Nitel araştırmalarda güvenilirliğin artırılması için kodlama işleminde hassas davranılmaya özen gösterilmesi gerekmektedir. Öncelikle kategorilerin uygun bir şekilde belirlenmesi ve açık bir şekilde tanımlanması önem taşımaktadır. Bu noktada, çalışmada

kategorilerin belirlenmesi aşamasında alanında uzman üç akademisyenin görüş ve bilgisine başvurulmuştur. Diğer taraftan nitel araştırmalarda öne çıkan inandırıcılık bağlamında toplanan verilerin doğruluğu ve inandırıcılığı önem taşımaktadır (Güler, vd., 2013: 336). Araştırmada inandırıcılık için toplanan verilerin zengin ve ayrıntılı bir şekilde sunulması sağlanmış ve özgün ve kaliteli kategorilerin oluşturulabilmesi konusunda hassas davranılmıştır.

4. Bulgular

Startupların ürün ve hizmetlerine yönelik dijital tüketici geri bildirimlerinin incelendiği çalışmada, olumsuz geri bildirimler konusunda Getir ürün ve hizmetlerine ilişkin elde edilen verilere göre üç ana tema belirlenmiştir. Temalar, çalışmanın amacına uygun olarak, verilerden elde edilen kelime öbekleri ve anahtar kelimeler aracılığıyla ve literatürde yer alan kavramlardan (Tax, Brown ve Chandrashekar, 1998; Tosun ve Söyük, 2019; Yılmaz, 2014) yola çıkılarak “dağıtım, prosedür ve etkileşim” şeklinde adlandırılmıştır. Bu üç ana tema daha sonra kategorilere ayrılmış ve her bir kategori ile ilgili görüşlere yer verilmiştir. Kategorilerin belirlenmesinde de çalışma kapsamında geri bildirimlerde yer alan kelime öbekleri ve anahtar kelimeler ile ilgili literatürdeki kavramlardan (Tax, Brown ve Chandrashekar, 1998; Tosun ve Söyük, 2019; Yılmaz, 2014) faydalanılmıştır.

Araştırma kapsamında ele alınan 32 olumsuz geri bildirim arasında 1 geri bildirim için “çözümü ulaştırıldığı” ve söz konusu geri bildirim “yayından kaldırıldığı” bilgisi bulunmaktadır. Ayrıca, 1 geri bildirim konusunda da herhangi bir “çözümü ulaştırıldı” bilgisi verilmeden “yayından kaldırıldı” bilgisi bulunmaktadır. Buna göre, toplamda 30 olumsuz geri bildirim içerik analizine dâhil edilmiştir. Bu bağlamda, temalar, kodlar, kodlara ilişkin görüş sayıları ve örnek görüşler Tablo 1, Tablo 2 ve Tablo 3’te detaylı bir şekilde sunulmuştur.

Tablo 1. Dağıtım Teması

Temalar	Kodlar	Görüş Sayısı(N)	Örnek Görüşler
Dağıtım Teması	Eksik Sipariş	8	Siparişimin içinde 2 adet dondurmam vardı poşetin içinden çıkmadı (K1)
	Bozuk ürün	2	... son kullanım tarihine henüz 4 gün olmasına rağmen (26 Mayıs-22 Mayıs) ürün veya saklama koşullarından dolayı bozuk şekilde geldi (K3)
	Gecikme	9	... şubesinin getir yemekten sipariş verdik tam 3 saat bekledik. Fakat siparişimiz gelmedi (K9)
	Teslimat Yeri	2	Getir verilen adrese teslim edilmedi (K14)
	Fazla Ödeme	2	Hesabımdan 2 kez ödeme alındı (K22)
Toplam		23	

Dağıtım teması, satın alma kararı sonrasında yaşanan dağıtıma yönelik sonuçlarla ilgilidir (Tosun ve Söyük, 2019: 1876). Dağıtım teması içerisinde olumsuz geri bildirimlerde yer alan ifadeler ve literatürde yer alan kavramlar doğrultusunda; eksik sipariş (n=8), bozuk ürün (n=2), gecikme (n=9), teslimat yeri (n=2) ve fazla ödeme (n=2) alt temalar olarak isimlendirilmiştir. Dağıtım temasına yönelik toplam 23 görüş tespit edilmiş ve bu görüşler içerisinde %34 oranıyla eksik sipariş ve %39 oranıyla gecikme en fazla ifade edilen görüşler olmuştur.

Tablo 2. Prosedür Teması

Temalar	Kodlar	Görüş Sayısı(N)	Örnek Görüşler
Prosedür Teması	İndirim	4	Müşteri temsilcisini aradım 20 TL lik indirim verdi şimdi de bunu kullanmak istediğimde sadece 2 TL indirim düşüyor (K1)
	Üyelik	1	Getir uygulamasından üye olmuştum. Ne olduysa hesabın kapatılmış uyarısı alıyorum. Tekrar üye olmaya çalışıyorum. Ama hesabın kapatılmış uyarısı veriyor. Neden açılmıyor kapatıldıysa (K7)
	İade Talebi	6	Getirden iptal edilen siparişlerimin iadesini istiyorum. Fakat üzerinden ay geçti iade falan olmadı ücreti. Tam 3 adet iade olmadı gereken tutar var (K10)
	Sipariş İptali	4	...bana siparişimin 0850**32 50 50 numaradan iptal olduğunu söylediler. Yeni bir sipariş vermek istemediğimde ise kampanyayı artık kullanamayacağımı gördüm (K20)
	E Fatura	1	Yaklaşık 300 TL'ye yakın alışveriş yaptığım getir den faturayı şirket asına kesmelerini istemem 1 haftayı geçti her seferinde aranacağım söylendi tüm kayıtlar ve bilgiler mevcut (K12)
Toplam		16	

Prosedür teması, karar verme prosedürlerine ilişkin sonuçları kapsamaktadır (Tosun ve Söyük, 2019: 1876). Bu bağlamda, ifadelere yönelik kelime öbekleri ve literatürde yer alan kavramlardan yola çıkılarak; indirim (n=4), üyelik (n=1), iade talebi (n=6), sipariş iptali (n=4) ve e-fatura (n=1) uygulamalarına ilişkin alt temalar olarak adlandırılmıştır. İçerik analizi sonucunda elde edilen veriler incelendiğinde toplam 16 görüş içerisinde indirim (%25), iade talebi (%37,5) ve sipariş iptalinin (%25) öne çıkan prosedüre ilişkin olumsuz geri bildirimler olarak ifade edildiği görülmektedir.

Tablo 3. Etkileşim Teması

Temalar	Kodlar	Görüş Sayısı(N)	Örnek Görüşler
Etkileşim Teması	Ulaşamama /Bağlantı	6	Dün gecedən beri müşteri temsilcisine ulaşmaya çalışıyorum bir türlü ilgilenemediler (!) güya diğer müşterilerle görüşüyorlar. Twitter'dan yazdım cevap verilmiyor nasıl iş yapıyorsunuz anlamıyorum (K2)

Startup Ürün ve Hizmetlerine Yönelik Dijital Tüketici Geri Bildirimleri: “Getir” Örneği

Geri Dönüş	8	1 dakika sonra canlı destekle görüştüm ilgili birimden aranacağımı söylediler ancak geri dönüş yapılmadı, yaklaşık 20 dakika sonra yeniden canlı destekle görüştüm müşteri hizmetlerine aktarıyorum diyerek görüşmeden ayrıldı 1 saat geçmesine rağmen halen dönüş yapılmıyor (K3)
Beklenti	3	Konuşmada yaşanan mağduriyetten dolayı ne özür dilendi...(K5)
Kurye	1	Gelen siparişte listede yer alan ürünlerden bazıları eksikti, getiren kurye bu konuda beni bilgilendirmedi (K15)
Hatalı Bilgilendirme	4	Bu arada e-posta atıp 30 TL indirim tanımladık diye milleti yanıltıp bir gün sonra pardon demekte yeni Moda sanırım (K26)
Toplam	22	

Etkileşim teması, kişiler arası davranışlara yönelik sonuçları içermektedir (Tosun ve Söyük, 2019: 1876). Etkileşim teması içerisinde ifadelerle ilişkin kelime öbekleri ve literatürde yer alan kavramlar göz önünde tutularak, işletme ve tüketici arasında ulaşamama/bağlantı (n=6), geri dönüş (n=8), beklenti (n=3), kurye (n=1), hatalı bilgilendirme (n=4) alt temalar olarak adlandırılmıştır. Buna göre, etkileşim temasında %36 oranı ile en fazla “geri dönüş” konusunda yaşanan mağduriyetlere vurgu yapılmıştır. Bunun yanında ulaşamama/bağlantı konusundaki olumsuz geri bildirim ifadeleri de dikkat çekmektedir.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Son yıllarda yaşanan teknolojik gelişmelerin de etkisiyle işletmelerin müşterilerle ilişkisinin her geçen gün daha fazla dijital ortamlara taşındığı görülmektedir. Gerek çevrimiçi gerek mobil mecralarda işletmeler ürün ve hizmetleriyle hedef kitlesine ulaşmaya ve pazar ortamında büyümeye çalışmaktadır. Bilgi endüstrisinin beraberinde getirdiği giderek çeşitlenen ve genişleyen yeni iş modelleri de işletme ve tüketici ilişkisinde işletme yönünde farklı bakış açılarını gerekli kılmaktadır.

Günümüz pazarlarında işletmelerin yeni bir şeyler üretmeye, yeni yöntemler denemeye, kaygan zeminde hareket eden tüketicinin satın alma tercihlerine yön veren zihin ve kalbine ulaşabilmek adına yeni yollar araştırmaya, bulmaya ve ivedilikle uygulamaya ihtiyacı vardır. Bu amaç doğrultusunda bir yandan teknolojik ilerlemeler, bir yandan sosyal medya ve internetin yaşam tarzları üzerinde belirleyici denebilecek etkileri gerek işletmeleri, gerek bireyleri yeni girişimler kurmaya yöneltmektedir. Bu bağlamda daha az sermayeyle hızlı büyüme potansiyeline sahip start-uplar konusunda yaratıcı fikirlerin ortaya çıktığı ve kısa zamanda hayata geçirilen ve pazarda kabul gören fikirlerin gelişmekte olan ülkeler için bir “unicorn” olarak değerinin milyar dolarlara ulaştığı görülmektedir.

Startupların fikir, kurulum ve büyüme aşaması sürecinde karşılaştığı ekonomik riskler bulunmasına rağmen, pazarı iyi tahlil etme, pazarın ihtiyacını fark etme, başarısını etkileyen birçok unsur bulunmaktadır. Dijitalleşen dünyada startup girişimlerinin başarısını etkileyen temel unsurlar arasında bugünün dijital tüketicisinin istek ve ihtiyaçlarına kulak verme, bu istek ve ihtiyaçları doğru anlama ve tüketiciye uygun çözümleri uygun yöntemler kullanarak sunma önemli bir yer tutmaktadır. Tüketici ekseninde hareket eden, tüketici ilişkilerini sıkı tutan işletmelerin olumlu duyguları harekete geçirme yoluyla tüketicide bir memnuniyet ve sadakat yarattığını ifade etmek mümkündür. Bu noktada, ürün ve hizmetlere yönelik tüketici geri bildirimlerinin değerlendirilmesi oldukça önem taşımaktadır. Negatif düşüncelerin daha hızlı ve daha etkili yayıldığı düşünüldüğünde bu düşüncelerin dile getirildiği mecraların dikkatlice takip edilmesi ve sorunlara müdahale edilmesi yerinde olacaktır.

Tüketici olumsuz geri bildirimlerine neden olabilecek çeşitli faktörler bulunmaktadır. Çalışmada dijital tüketicinin gerek eksik sipariş, bozuk ürün, gecikme, teslimat yerinde yapılan hatalar, fazla ödeme alınması gerekse indirim uygulamaları, üyelik, iade talepleri sipariş iptalleri ve e-fatura işlemleriyle ilgili problemler nedeniyle olumsuz geri bildirimlerde bulunabildiği gözlenmiştir. Bunun yanında müşteri hizmetlerinin arandığında bağlantı sorunuyla karşılaşılması, geri dönüşlerde yaşanan gecikmeler, beklentilerin yerine gelmemesi, kuryeden kaynaklanan problemler ve hatalı bilgilendirmenin de yine olumsuz geri bildirimlere neden olabildiği görülmektedir. Bu araştırmayla nitel yöntem kullanılması açısından benzerlik gösteren bir çalışmada tüketicilerin “fiyat, ücretlendirme, bilgilendirme, personel davranışı ve çağrı merkezi sorun çözme” gibi konularda çalışma bulgularıyla benzer bir şekilde olumsuz geri bildirimlere ilişkin ifadelerin bulunduğu görülmektedir (Yılmaz, 2014: 137-140). Nitel yöntem kullanılan ve çevrimiçi tüketici şikâyet web siteleri aracılığıyla tüketici olumsuz geri bildirimlerinin değerlendirildiği bir başka çalışma olan keşifsel araştırmalarında Kim ve Lehto (2012: 451) çalışma bulgularına benzer şekilde hizmet sunumundaki başarısızlık, yerine getirilmeyen özel talepler ve istenmeyen çalışan davranışları ile ilgili boyutlara ulaşmıştır.

Bu araştırma, startup ürün ve hizmetlerine yönelik dijital tüketicilerin ne tür olumsuz geri bildirimlerinin olabildiğinin ve bu olumsuz geri bildirimlerin neden kaynaklanabildiğinin daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunmakta olup, çalışmada, nitel bir yöntemle, belli bir zaman diliminde, belli bir şirket için sınırlı sayıda tüketici yorumu veri olarak değerlendirilmiştir. Dolayısıyla bu çalışma çeşitli sınırlamalar içermektedir. Akademik anlamda bakıldığında, gelecek çalışmalarda nicel bir araştırma yöntemi kullanılarak, olumlu geri bildirimlerin de birlikte ele alındığı daha geniş katılımlı örneklem gruplarıyla genelleştirilebilir sonuçlar elde

edilebilir. Sonuç olarak çalışmanın, gerek alan yazında araştırmacılara gerek uygulayıcılara olumsuz müşteri geri bildirimlerinin niteliğinin anlaşılması, hangi noktalarda eksikliklerin yaşanabileceğinin farkına varılması ve konunun öneminin vurgulanması bağlamında bir bakış açısı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- ALTUNIŞIK, R., COŞKUN, R., BAYRAKTAROĞLU, S. ve YILDIRIM, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık
- AKÇAKANAT, T., KILIKLI, M. ve ÇARIKÇI, İ. H. (2015). Yönetim Geliştirme Aracı Olarak Müşteri Geri Bildirimlerinin Önemi: Turizm İşletme Belgeli 4 ve 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 6(13), s.72-88.
- AZİZ, A. (1990). *Araştırma Yöntemleri, Teknikleri ve İletişim*. Ankara: İlad İletişim Yayınları.
- BALCI, A. (2001). *Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler*. Ankara: Pegem Yayınevi.
- BLANK, S. (2013). *The Four Steps to the Epiphany* (2nd edition). K&S Ranch.
- CHO, Y., HILTZ, R. VE FJERMESTAD, J. (2002). The Effects of Post-Purchase Evaluation Factors on Online vs. Offline Customer Complaining Behaviour: Implications for Customer Loyalty. *Advances in Consumer Research*, (29), s. 318-325.
- DHOLAKIA, U. ve BAGOZZI, R. P. (2001). Consumer behavior in digital environments. *Digital Marketing*, s. 163-200.
- DICTIONARY (2021). <https://www.dictionary.com/browse/startup> (Erişim Tarihi: 21.05.2021).
- DUVERGER, M. (1980). *Metodoloji Açısından Sosyal Bilimlere Giriş*. (Çev: Ünsal Oskay), İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- FELD, B. (2020). *Startup Communities: Building an Entrepreneurial Ecosystem in Your City*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken,
- FREEMAN, J. ve ENGEL, J. S. (2007). Models of Innovation: Startups and Mature Corporations. *California Management Review*, 50 (1), s. 94-119.

- FRIELE, R. D., KRUIKEMEIER, S., RADEMAKERS, J. J. ve COPPEN, R. (2013). Comparing the Outcome of Two Different Procedures to Handle Complaints From a Patient's Perspective. *Journal of forensic and legal medicine*, 20(4), s. 290-295.
- GELDEREN, M., THURIK, R. ve BOSMA, N. (2006). Success and Risk Factors in the Pre-Startup Phase. *Small Business Economics*, 26(4), s. 319-335.
- GÜLER, A., HALICIOĞLU, M. B. ve TAŞGIN, S. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma: Teorik Çerçeve, Pratik Öneriler, 6 Farklı Nitel Araştırma Yaklaşımı, Kalite ve Etik Hususlar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık
- HATIPLER, M. (2017). Postmodernizm, Tüketim, Popüler Kültür ve Medya. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), s. 32-50.
- JHONSTON, R. VE MEHRA, S. (2002). Best Practice Complaint Management. *Academy of Management Perspectives*, 16(4), s. 145-153.
- KALFAOĞLU, S. ve BEDÜK, A. (2018). Türkiye'nin Start-Up Ekosisteminin İncelenmesi "Osr Robotics" Firması Örnek Olay. *Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(9), s. 25-40.
- KIM, B., KIM, H. ve JEON, Y. (2012). Critical Success Factors of a Design Startup Business. *Sustainability*, 10(9), s. 2981.
- KIM, S. E. VE LEHTO, X. Y. (2012). The voice of tourists with mobility disabilities: insights from online customer complaint websites. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(3), s. 451-476.
- KOÇAK ALAN, A., TÜMER KABADAYI, E. ve ERİŞKE, T. (2018). İletişimin Yeni Yüzü: Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya Pazarlaması, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(66), s. 123-134.
- KOZAK, M. (2007). Turizm Sektöründe Tüketicilerin Şikâyetlerini Bildirme Eğilimleri. *Yönetim ve Ekonomi*, 14(1), s. 137-151.
- LAM, T. VE TANG, V. (2003). Recognizing customer complaint behavior: The case of Hong Kong hotel restaurants. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(1), s. 69-86.
- LOVELOCK, C. H. (2001). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. Prentice Hall.
- NICHOLAS, D. ve ROWLANDS, I. (2008). *Digital Consumers: Reshaping the Information Professions*. London: Facet Publishing.

- ÖRNEK, A. S. ve DANYAL, Y. (2015). Increased Importance of Entrepreneurship from Entrepreneurship to TechnoEntrepreneurship (Startup): Provided Supports and Conveniences to Techno-Entrepreneurs in Turkey. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, s. 1146-1155.
- SALAMZADEH, A. ve KAWAMORITA KESİM, H. (2015). “Startup Companies: Life Cycle and Challenges”, The 4th International Conference on Employment, Education and Entrepreneurship (EEE), Belgrade, Serbia.
- SELVİ, M., SAÇILIK, M., ÇEVİK, S. ve CAVLAK, N. (2012). Devre Mülk ve Devre Tatil Sistemlerinde Tüketici Şikâyetlerine İlişkin Bir İçerik Analizi, *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 1(2) , s. 15-35.
- TAX, S. S., BROWN, S. W. VE CHANDRASHEKARAN, M. (1998). Customer Evaluations of Service Complaint Experiences: Implications for Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 62(2), s. 60-76.
- TAVŞANCIL, E. VE ASLAN, E. (2001). *Sözel, Yazılı ve Diğer Materyaller için İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri*, İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- TOSUN, N. ve SÖYÜK, S. (2019). Şikâyet Yönetimi Perspektifinden Müşteri Memnuniyeti ve Davranışsal Niyet Üzerine Kavramsal Bir Model Önerisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23 (Özel Sayı) , s. 1873-1887.
- TRAPPEY, A. J. C., LEE, C. H., CHEN, W. P. VE TRAPPEY, C. V. (2010) A Framework Of Customer Complaint Handling System. 7th International Conference on Service Systems and Service Management (ICSSSM), https://www.researchgate.net/publication/224161738_A_framework_of_customer_complaint_handling_system (Erişim Tarihi: 09.06.2021).
- YILMAZ, Ö. D. (2014). Tüketici Şikâyetlerinin Örgütsel Öğrenme Aracı Olarak Değerlendirilmesi: Konaklama İşletmeleri Ve Tur Operatörlerine Yönelik Şikâyetler Üzerine Bir Araştırma, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(4), s. 131-147.
- WYMBS, C. (2011). Digital marketing: The time for a new “academic major” has arrived. *Journal of Marketing Education*, 33(1), s. 93-106.

THE EXISTENCE OF FOREIGN TRADE BALANCE CONVERGENCE IN EU MEMBER AND CANDIDATE COUNTRIES: AN EMPIRICAL ANALYSIS

Oğuzhan ÖZÇELİK¹

Hasan BARDAKÇI²

ABSTRACT

In this study, the presence of convergence among the EU member and candidate countries in terms of the foreign trade balance was analyzed with second-generation panel data analysis methods, operating under cross-sectional dependence, by using data from the 2000-2019 period. In the research, firstly the existence of cross-sectional dependence among the countries was analyzed and it was found that there was cross-sectional dependence among the countries included in the panel. Finally, the convergence of EU candidate countries to the EU13's foreign trade balance average was tested by CADF and HK methods, and according to the CADF tests, the EU candidate countries that were unable to converge to the EU15 countries were also not able to converge to the EU13 countries.

Keywords: Convergence, Foreign Trade Balance, Cross-Sectional Dependence, Panel Unit Root Tests.

AB ÜYESİ VE ADAYI ÜLKELERDE DIŞ TİCARET DENGESİ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ VE YAKINSAMASININ VARLIĞI: AMPİRİK BİR ANALİZ

ÖZ

Bu çalışmada AB üyesi ve AB'ye aday ülkeler arasında dış ticaret dengesi yönünden bir yakınsamanın varlığı, 2000-2019 dönemi verileri kullanılarak, yatay kesit bağımlılığı altında çalışan ikinci nesil panel veri analizi yöntemleriyle incelenmiştir. Çalışmada öncelikle analize dahil edilen ülkeler arasında yatay kesit bağımlılığının varlığı testleri yapılmış ve panele dahil edilen ülkeler arasında yatay kesit bağımlılığının var olduğu tespit edilmiştir. Son olarak; AB aday ülkelerin AB13'ün dış ticaret dengesi ortalamasına yakınsamasının varlığı CADF ve HK yöntemleriyle test edilmiş ve CADF'e göre AB15 ülkelerine yakınsayamadıkları görülen AB aday ülkelerin, AB13 ülkelerine de yakınsayamadıkları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Yakınsama, Dış Ticaret Dengesi, Yatay Kesit Bağımlılığı, Panel Birim Kök Testi

¹ Öğr. Gör. Dr., Kırklareli Üniversitesi, oguzhanozcelik@klu.edu.tr, ORCID:0000-0001-6666-8976

² Dr. Öğretim Üyesi, Harran Üniversitesi, hasanbardakci@harran.edu.tr, ORCID:0000-0002-6181-3115

Atıf/Citation: Özçelik, O. & Bardakçı, H. (2021). The Existence of Foreign Trade Balance Convergence In Eu Member and Candidate Countries: An Empirical Analysis, *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 2(1), 57-80.

INTRODUCTION

The viewpoint that suggests free foreign trade will increase the total amount of production and the welfare of all participating countries by increasing the division of labor and specialization among countries has been widely accepted since Smith (1776). Through foreign trade, the production scale of firms will grow, and they will be able to reduce their costs by taking advantage of scale economies and increase their competitiveness and profits for foreign trade. Through foreign trade, which would enable efficient use of scarce resources in the economy and increase in productivity, countries would get the opportunity to both reduce production costs and use new production technologies by purchasing intermediate and capital goods from other countries. The competitive pressure that foreign trade would create on domestic companies will force them to allocate more resources for Research and Development (R&D) and innovation; and thus, it would increase their productivity and have a positive effect on their production quality.

In addition to these beneficial effects, free foreign trade may cause domestic companies that cannot compete with international companies in domestic and foreign markets to be crowding-out from the sector and may cause a decrease in domestic production (Samue, 2019). For example, China's inclusion into the World Trade Organization in December 2001 enabled it to enter the world markets rapidly and to gain a good position in these markets with the cheap goods it produces with its cheap labor. In this process, 95% of the Turkish toy companies, which could not manage to compete with the Chinese toy industry, stopped their production and started selling the toys imported from China in the domestic market (ATO, 2003). Although such a situation seems to be in favor of companies in the short term, it may cause the weakening of the country's production capability in the long term and deindustrialization in related markets (Rowthorn and Ramaswamy, 1997).

The reflection of this process on the country's economy revealed itself as an increase in the foreign trade deficit and current account deficit. The excessive increases in current account deficit brings the risk for countries to fall into an economic crisis (Dornbusch and Fischer, 1990; Freund, 2000; Labonte, 2010). One of the important reasons for the 1994 and 2001 economic crises experienced by Turkey was the high current account deficits experienced at that time. The European Union directs and supports both its Member States and candidate countries in order to reduce their current account deficits and trade balance deficits. There are EU funds

allocated for a solution, and grants are provided to countries through these funds, provided that they implement the proposed programs (European Commission, 2015).

Particularly underdeveloped and developing countries may suffer from the negative effects of the international free foreign trade. Because these countries cannot produce and export high-tech and capital-intensive products like the developed countries, and thus cannot receive a high amount of foreign exchange income. The underdeveloped/developing countries that generally produce and export low-tech or labor-intensive products may face to the foreign trade deficit problem by obtained less foreign exchange income. This trade deficit increases countries' need for foreign funding and causes an increase in their fragility to external economic shocks (Hawkins and Turner, 2008).

Within this context, the existence of a convergence for foreign trade balances among the European Union (EU) Member Countries and EU candidate countries was analyzed by using new generation panel data analysis methods with annual data for the 2000-2019 period. In addition to the 36-country panel in general, the analyzes were repeated for the EU28³ countries, EU15 countries, 13 countries that joined the EU later, and 8 EU candidate countries. It was also tested whether the foreign trade balances of these countries converge to the group averages of the EU15 and EU13. In the second part of the study, the theoretical framework of convergence was discussed; in the third part, the foreign trade balances of the countries included in the analysis were evaluated with graphics and tables; in the fourth part, the results of the literature review on the subject were shared; and in the fifth part, empirical analyses were performed. The study was completed with evaluation and policy recommendations. It is believed that this study will contribute to the literature and policy makers as well as Turkish economy in which the current account deficit began to rise again.

1. Theoretical Framework of Convergence

Convergence, in its general meaning, refers to the tendency to approach a single point, to become increasingly closer/similar, or to become identical in the process. As an economic term, it refers to the poor countries growing faster and catching up with or getting closer to the rich countries. This concept, which is also referred to as Catch-Up Theory in the literature, is mostly used to express those countries will be more alike in terms of per capita income (Burkett and Hart-Landsberg, 2003).

³ In the data period of the study, for the UK was an EU member, the UK also took part in the analyzes as an EU Member country in this study.

In the Neoclassical Economic Growth Model developed by the Solow (1956) and Swan (1956); in accordance with the principle of diminishing marginal productivity of capital, it was stated that the growth rate of developed countries will decrease over time, contrarily underdeveloped and developing countries will grow faster and converge to developed countries over time (Varblane and Vahter, 2005). In short converge the concept of can be defined as economies becoming similar to each other in terms of the growth rate, the level of per capita income, or on another scale (Atalay, 2007). The best examples of economic convergence are countries such as Japan, Germany, South Korea, and China. Japan and Germany, which suffered from great losses due to the Second World War, grew faster than other countries and took their place in the category of developed countries; South Korea and China are also on their way to reach the level of developed countries.

Lucas (2000) stated that the most important incident of the 21st century would be convergence, and the underdeveloped regions will eventually catch up with Western countries. The author suggested the following as reasons for this thought: (i) The factors that restrain economic growth in underdeveloped countries will be overcome with the correct policies and institutions, (ii) Capital flows from developed countries to developing countries will be accelerated as a result of the globalization; thus, domestic saving gap in less developed countries can be prevented from restricting the growth and (iii) Total factor productivity will increase as a result of the developments in education and health in developing countries.

Scientists have used different methods to test the existence of convergence among countries, regions and even cities. Among these, the absolute and conditional Beta Convergence Approach developed by Barro and Sala-i-Martin (1990) and the Sigma Convergence Approach developed by Sala-i-Martin (1996) are highly important. These approaches test the convergence of all countries to the most developed country in the group. The Club Convergence Approach developed by Baumol (1986), Durlauf and Johnson (1995) and Galor (1996) suggest that countries can converge to a special equilibrium. With this idea, economists have developed testing methods to test whether countries converge to a leading country (Saracoglu and Dogan, 2005; Gogul and Korap, 2014), the average of a developed country group, or the group's own average (Saracoglu and Dogan, 2005; 2013; Gogul and Korap, 2014). Moreover, this issue is not only valid for income convergence anymore, but it is rather being adapted to many areas today (Webwer and Beck, 2005; Lopez and Papell, 2012; Arestis et al., 2014; Karanasos, et al., 2016).

In order to test the existence of convergence to the leading country for a X variable; data of the leader country⁴ (X_t^l) is subtracted from the data of each country (X_{it}). Equation 1 is used in this process:

$$X_{it}^* = X_{it} - X_t^l \quad (1)$$

Then, the stationarity of the new series (X_{it}^*) is tested, and if the series is stationary, it is considered that the countries converge to the leading country (Gogul and Korap, 2014). Similarly, in order to test the existence of convergence to the average of the country group (\bar{X}_t) for a variable X , the average of the group (\bar{X}_t) is subtracted from the data of each country (X_{it}). Equation 2 is used in this process:

$$\bar{X}_{it} = X_{it} - \bar{X}_t \quad (2)$$

Again, the stationarity of the new series (\bar{X}_{it}) is tested, and if the series is stationary, it is considered that the countries converge to the leading country (Saracoglu and Dogan, 2005).

2. Foreign Trade Balance of Countries

The balance of trade (BT) is the difference between exports (X) and imports (M), which is also called net exports (NX) in the literature. Foreign trade balance in a period (t) can be calculated with the help of Equation (3).

$$BT_t = X_t - M_t \quad (3)$$

A country experiences a foreign trade deficit when the BT has negative values, and a foreign trade surplus when it has positive values. Evaluating countries based solely on BT values may be misleading in some cases. Because, in negative BT situations, the refinancing options for debt and the sustainability of this deficit are also of great importance as much as the amount of deficit. For example, Turkey's BT in 2019 was -29.5 Billion Dollars (World Bank, 2021a, 2021b). This value was high for Turkey; thus, it was a too-high value in terms of sustainability of this deficit, and may be considered as a problem source. In the same period, the USA's BT was -924 Billion Dollars in 2019 (World Bank, 2021a, 2021b), yet it was insignificant since the USA did not have any problems in sustainability of this deficit. At this point, the factor that facilitates making a decision is the share of foreign trade deficit in national income (Ozdamar, 2015, pp. 634). This value can be referred to as $BTGDP$ based on the

⁴ l ; represents the leader country

definition of Balance of Trade in Gross Domestic Product and can be calculated with the Equation 4.

$$BTGDP_t = \frac{(X_t - M_t)}{GDP_t} * 100 \quad (4)$$

According to the pioneering Maastricht Criteria adopted by the European Union in 1991, the following conditions have been accepted as a prerequisite for a member country to also can be member of monetary and economic union:

- i. Price stability,
- ii. Sound public finances, to ensure they are sustainable,
- iii. Exchange-rate stability, to demonstrate that a Member State can manage its economy without recourse to excessive currency fluctuations
- iv. Long-term interest rates, to assess the durability of the convergence (European Commission, 2021).

This reveals the need for convergence between the Member States and candidate countries on the basis of basic macroeconomic variables. Foreign trade data of the EU Member States and candidate countries evaluated in this study are included in Table 1.

Table 1: Foreign Trade Data of the EU Member States and Candidate Countries

Country	Export (Billion Dollars)			Import (Billion Dollars)			Trade Balance (Billion Dollars)			Trade Balance (% of GDP)		
	2000	2010	2019	2000	2010	2019	2000	2010	2019	2000	2010	2019
Greece	11.8	28.0	37.9	33.5	65.9	62.3	-21.7	-37.9	-24.4	-16.7	-12.7	-11.6
Luxembourg	8.4	19.7	16.5	11.3	25.1	24.0	-2.9	-5.3	-7.5	-13.6	-10.0	-10.5
Portugal	24.4	49.4	67.1	40.0	77.7	89.9	-15.6	-28.3	-22.8	-13.2	-11.9	-9.6
UK	283.2	420.2	469.7	339.6	592.3	695.8	-56.5	-172.1	-226.1	-3.4	-7.0	-8.0
France	327.6	523.8	571.5	338.9	611.1	653.8	-11.3	-87.3	-82.3	-0.8	-3.3	-3.0
Spain	115.3	254.4	333.6	156.1	327.0	371.9	-40.9	-72.6	-38.3	-6.9	-5.1	-2.7
EU15 Austria	67.7	152.6	178.7	72.4	159.0	184.8	-4.7	-6.4	-6.1	-2.4	-1.6	-1.4
Finland	46.1	69.5	73.5	34.4	68.8	73.7	11.7	0.7	-0.2	9.3	0.3	-0.1
Sweden	87.1	158.5	160.6	72.9	148.9	158.8	14.3	9.6	1.8	5.4	1.9	0.3
Italy	240.5	447.3	532.7	238.8	487.0	473.5	1.8	-39.7	59.2	0.2	-1.9	3.0
Belgium	188.4	407.7	444.7	177.5	391.2	426.2	10.9	16.5	18.5	4.6	3.4	3.5
Denmark	51.3	96.4	110.8	45.6	83.1	97.8	5.7	13.4	13.0	3.5	4.2	3.7
Germany	551.8	1258.9	1489.2	497.2	1054.8	1234.5	54.6	204.1	254.7	2.8	6.0	6.6
Netherlands	233.1	574.3	709.4	218.3	516.4	635.5	14.9	57.8	73.9	3.6	6.8	8.2
Ireland	77.4	116.5	169.6	51.0	60.3	99.8	26.4	56.2	69.8	26.4	25.3	18.0
Malta	2.5	3.6	3.0	3.4	5.1	7.1	-1.0	-1.5	-4.1	-23.6	-16.3	-27.1
Cyprus	1.0	1.4	3.5	3.8	8.6	9.2	-2.9	-7.2	-5.7	-29.0	-27.9	-22.9
Croatia	4.4	11.8	17.2	7.9	20.1	28.2	-3.5	-8.3	-11.0	-16.0	-13.8	-18.1
Latvia	1.9	9.5	15.7	3.2	11.7	18.9	-1.3	-2.2	-3.3	-16.8	-9.0	-9.6
Romania	10.4	49.6	76.9	13.1	62.1	96.5	-2.7	-12.5	-19.7	-7.3	-7.5	-7.9
EU13 Estonia	3.8	11.6	16.1	5.1	12.3	18.0	-1.2	-0.7	-1.9	-21.5	-3.5	-6.1
Bulgaria	4.9	20.6	33.3	6.5	25.5	37.2	-1.7	-4.9	-3.9	-12.8	-9.7	-5.6
Lithuania	3.8	20.7	33.2	5.5	23.4	35.8	-1.6	-2.7	-2.6	-14.3	-7.1	-4.8
Slovak Rep.	11.8	66.0	89.6	12.8	66.6	90.1	-0.9	-0.7	-0.5	-3.2	-0.7	-0.4
Poland	31.7	159.7	264.0	49.0	178.0	262.0	-17.3	-18.3	2.0	-10.0	-3.8	0.3
Slovenia	8.8	29.2	44.9	10.1	30.1	44.0	-1.4	-0.9	0.9	-6.8	-1.9	1.7
Hungary	28.2	95.5	123.6	32.2	88.2	119.8	-4.0	7.3	3.8	-8.4	5.5	2.3
Czech Rep.	29.1	133.0	198.9	32.0	126.7	178.9	-2.9	6.3	20.0	-4.7	3.0	8.0
EU Average	2173.1	4769.3	5815.4	2172.5	4734.7	5532.1	0.6	34.7	283.3	0.0	0.2	1.8
Montenegro	0.3	0.4	0.5	0.6	2.2	2.9	-0.4	-1.7	-2.4	-39.2	-42.1	-44.1

The Existence of Foreign Trade Balance Convergence In Eu Member and Candidate Countries: An Empirical Analysis

Bosnia&Herz.	1.1	4.8	6.6	3.1	9.2	11.2	-2.0	-4.4	-4.6	-37.0	-25.7	-22.7
Kosovo	0.8	2.0	2.0	5.6	12.3	19.7	-0.3	-0.2	-0.2	-26.2	-17.7	-22.2
Albania	0.3	1.5	2.7	1.1	4.4	5.9	-0.8	-2.9	-3.2	-23.8	-24.0	-20.8
N. Macedonia	1.3	3.4	7.2	2.1	5.5	9.5	-0.8	-2.1	-2.3	-20.4	-22.6	-18.2
Serbia	0.4	9.8	19.6	1.2	16.7	26.7	-0.7	-6.9	-7.1	-10.8	-16.6	-13.8
Iceland	1.9	4.6	5.2	2.6	3.9	6.6	-0.7	0.7	-1.3	-7.6	5.0	-5.6
Turkey	27.8	113.9	180.8	54.5	185.5	210.3	-26.7	-71.7	-29.5	-9.7	-9.2	-3.9

Source: World Bank (2021a, 2021b, 2021c). **Note:** The ranking for each country group is organized according to the Foreign Trade Balance (% of GDP) data of 2019.

According to the data in Table 1, as of 2019, the EU15 country with the highest ratio of foreign trade deficit to national income was Greece with 11.6%, followed by Luxembourg with 10.5% and Portugal with 9.6%. Among the EU15 countries, 7 of them had foreign trade surplus in 2019, and Ireland ranks first with 18%.

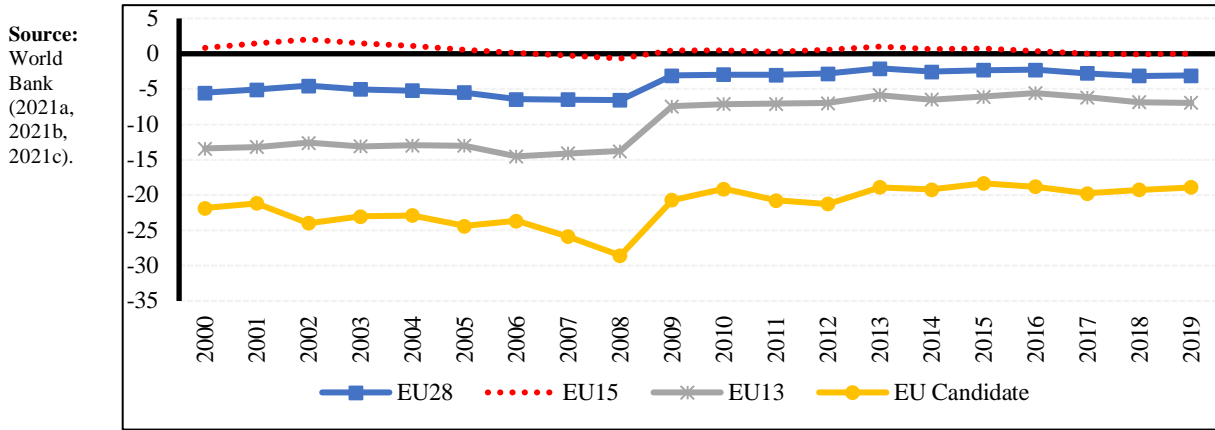
It can be seen that the 13 countries that joined the EU later are generally the countries with foreign trade deficit, and Malta ranks first among them with 27.1%. It was followed by Cyprus with 22.9% and Croatia, the last member, with 18.1%. It can also be seen that only 4 of the EU13 countries had foreign trade surplus, and the Czech Republic ranks first with 8%.

According to the general average of 28 EU countries, as of 2019, it can be seen that there was a 1.8% foreign trade surplus, and this surplus was realized with countries such as Germany, the Netherlands and Ireland, which are in the EU15 group. It can be seen that 9 of the 13 countries that joined the EU later had foreign trade deficit in 2019, and the other 4 countries had foreign trade deficits in the years before. Two interpretations may be inferred based on these data: (i) The countries that joined the EU later became a market for the EU15 countries; and (ii) EU13 countries are a burden on EU15 countries.

According to the data of 8 EU candidate countries, it can be seen that all of these countries have foreign trade deficit. It can be seen that Montenegro ranks first with 44.1%, followed by Bosnia and Herzegovina with 22.7%, and Kosovo with 20.8%. Turkey ranks first in this group of countries with a nominal foreign trade deficit of \$29.5 billion. However, considering the share of this deficit in GDP, it can be seen that Turkey had the best position with 3.9%. Considering these data of EU candidate countries; it can be stated that the participation of these countries to the EU will bring extra burdens on the EU. One important conclusion here are that there are important differences between ranking countries according to their nominal foreign trade deficit and ranking them according to the share of this deficit in GDP, and that nominal values can be misleading.

Figure 1 is prepared to analyze by visual the existence of convergence among the averages by examining the average of the shares of the foreign trade deficits of the country groups in the GDP.

Figure 1: Average of Country Group Shares of Foreign Trade Deficits in GDP



According to Figure 1, the countries that have the best position in terms of foreign trade balance are the EU15 countries. The EU28 average tends to converge to the EU15 average. On the other hand, the EU13 countries tend to converge to the EU28 countries. The countries with the worst performance in this figure are EU candidate countries. It is noteworthy that this group of countries also the states that are most affected by the 2008 global economic crisis. Therefore, according to this figure, it seems unlikely that the EU candidate countries will converge to the EU15 or EU28 in the near future.

3. Literature Review

According to our literature review; national income convergence has been a subject to many studies; the convergence of inflation and carbon dioxide (CO_2) emissions has been a subject to studies, albeit a little; but it has been observed that the existence of convergence among countries in terms of foreign trade balance has not been a subject to any study at all. Therefore, in this part of the study, a summary of the studies testing the existence of convergence in different subjects with unit root tests, which is the research method of this study as well, is presented in chronological order.

Strazicich, Lee and Day (2004) tested the existence of national income convergence among OECD countries with structural break unit root tests they applied to the per capita income data of these countries for the period of 1870-1994, and they found that there was an income convergence among 15 countries. Saracoglu and Dogan (2005) used quarterly data of 29 countries for the period of 1985-2004 to analyze whether the European Union (EU) member countries and candidate countries converged to France in terms of per capita income. The authors created a new panel data set by subtracting the GDPPCs of 28 countries from France's GDPPC, as they consider France as the leading country. They applied Fisher ADF, Fisher PP and IPS panel unit root tests. As the new series resulted as stationary in the analysis, 28 EU

member countries and EU candidate countries were determined to be converged to France in terms of GDPPC. The authors repeated the analyzes for the EU candidate countries and found that the convergence was not valid for the candidate countries. Pesaran (2007) examined the existence of convergence for real per capita income corrected for purchasing power parity of 101 countries for the period of 1950-2000 in terms of the stationarity of the series with the horizontal cross-sections pairwise and found that there was no income convergence among these countries.

Lopez and Papell (2012) tested the existence of inflation convergence within the Euro Zone, by using data from 12 countries for the period of 1979:M01-2010:M04 and by using SURADF method; it was found that there was a robust and continuous convergence on inflation among these countries. The researchers, who stated that this effect continued after 2008, also stated that the most important cause of the increased inflation in Euro Zone was Greece. Yilanci and Eris (2013) examined the validity of the Purchasing Power Parity Hypothesis for African countries by using multiple soft transition Fourier unit root test for data of 33 African countries for different periods and found that the real exchange rate series was stationary in 20 countries, and decided that the Purchasing Power Parity Hypothesis was valid among these countries. Arestis et al. (2014) analyzed the existence of inflation convergence among OECD countries with the CADF unit root test by using data for the period of 1990:Q1-2011:Q4 for countries with and without inflation targeting regime, and found that there was inflation convergence among all OECD countries, as the inflation series for country groups were found to be stationary (according to CIPS statistics), and found that this situation was independent from the implementation of inflation targeting. Gogul and Korap (2014) examined the existence of convergence in terms of GDPPC for 26 OECD countries with the Panel ADF, Panel PP, LLC and IPS panel unit root tests, by using data from the period of 1970-2012. The authors who had a new panel dataset by subtracting the GDPPC value of each country from GDPPC value of the USA, and as a result of analysis this series found to be stationary, they determined that OECD countries in convergence to the GDPPC of the USA, the leading country. Gencoglu, Kuskaya and Buyuknalbant (2020) analyzed the sustainability of health expenditures for 21 selected OECD countries by using CADF, Hadri and Kurozumi and SURADF tests using 1975-2017 data, and concluded that health spending in these countries was sustainable because the series found to be stationary

4. Empirical Analysis

4.1. Data Set

In this study, in order to test the existence of convergence in terms of foreign trade balance among EU member and candidate countries; by using the foreign trade (merchandise export (World Bank, 2021a), merchandise import (World Bank, 2021b)) and GDP (World Bank, 2021e) data of the countries in Table 1 for the period of 2000-2019, the share of foreign trade balance within GDP calculated by us with Equation (4) was used. 15 countries among those countries listed in Table 1 are the main EU Member States, which are also referred as developed countries. The EU13 countries are the countries that joined the EU in 2004 (Hungary, Poland, Czech Republic, Slovakia, Slovenia, Latvia, Lithuania, Estonia, Malta, Cyprus), in 2007 (Romania, Bulgaria), and in 2013 (Croatia). The 6 of 8 countries that are candidate for participating (Turkey, Iceland, Northern Macedonia, Montenegro, Serbia and Albania) are official candidate while the other 2 (Bosnia and Herzegovina and Kosovo) are considered unofficially candidate of EU membership. The selection of the data period is based on the Agenda 2000 summit, which was accepted during the EU's enlargement. Because, at this summit, the basic practices that EU candidate countries must do were decided. The end point of the data period was determined as the last period of which data can be accessed.

4.2. Methodology

In this study, the average \overline{BTGDP} of the BTGDP data of the countries for each group was obtained with Equation 4; as a result of this operation, their series were obtained; and then this value was subtracted from the BTGDP values of the countries, and thus BTGDP* series were obtained. The equation for this operation:

$$BTGDP_{it}^* = BTGDP_{it} - \overline{BTGDP}_t \quad (5)$$

Then, the stationarity of the $BTGDP_{it}^*$ series was tested, and so on the existence of convergence among countries in terms of foreign trade deficit was analyzed econometrically. These analyzes were performed for the 36-country panel as well as for the EU28, EU15, EU13, and the 8 EU candidate countries.

Before testing the stationarity of the series, LM , LM_S , CD and LM_{BC} tests were conducted to test the existence of cross-sectional dependence among these countries. Then, CADF and CIPS tests developed by Pesaran (2007) and the panel unit root tests of Hadri and Kurozumi (2012) were used in order to test the stationarity of the series. Among these tests, CADF can both provide individual unit root test results and produce the general results of the panel with the CIPS statistic developed by Pesaran (2007). Hadri and Kurozumi's (2012) panel

unit root test hypothesis is the opposite of the CADF (and CIPS) test; in a sense, these two tests crosscheck each other. In addition, Fisher ADF and Fisher PP tests developed by Maddala and Wu (1999), LLC test developed by Levin, Lin and Chu (2002) and IPS panel unit root tests developed by Im, Pesaran and Shin (2003) were performed for robustness check.

4.2.1. Cross Sectional Dependence Test

Cross sectional dependence refers to the effect of an economic or political shock on a country affecting other members of the group (Baltagi and Pesaran, 2007). It is of great importance to test the existence of cross-sectional dependence among the countries of the panel. If there is such a dependency, the second-generation panel data analysis methods that take this situation into account should be used. The first study to test cross sectional dependence was carried out by Breusch and Pagan (1980), and followed by Pesaran (2004) and Baltagi, Feng and Kao (2012).

Breusch and Pagan's (1980) study based on a panel data analysis model as in Equation (6) to develop the LM test:

$$y_{it} = \alpha_i + \beta_i x'_{it} + u_{it} \quad (6)$$

Here y_{it} ; represents the dependent variable, α_i ; represents the constant term, x'_{it} ; represents the independent variables vector, β_i ; represents the slope coefficient, and u_{it} ; represents the series of error terms with the white noise process. Equation (7) will be obtained if the error terms series is rewrite according to the $AR(m)$ process:

$$u_{it} = \rho_1 u_{it-1} + \rho_2 u_{it-2} + \dots + \rho_m u_{it-m} \quad (7)$$

Here, the correlation coefficient is calculated with Equation (8):

$$\hat{\rho}_{ij} = \frac{\sum_{t \in (i,j)}^{T_{kj}} \hat{u}_{it} \hat{u}_{jt}}{\left(\sum_{t \in (i,j)}^{T_{kj}} \hat{u}_{it}^2 \right)^{1/2} \left(\sum_{t \in (i,j)}^{T_{kj}} \hat{u}_{jt}^2 \right)^{1/2}} \quad (8)$$

Then, Lagrange Multiplier (LM) test statistic is obtained with Equation (9):

$$LM = \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N T_i \hat{\rho}_{ij}^2 \quad (9)$$

Here T ; refers to time dimension of the panel, and N ; refers to the cross-section dimension. The null hypothesis of this test is " $Corr(u_{it}, u_{jt}) = 0, i \neq j$, that is, there is no cross-sectional dependence among the countries of the panel".

Pesaran (2004) developed the scaled LM (LM_S) test, which provides more effective results than the LM test in cases where the number of cross sections (N) is very large. For this test, the LM test statistic is obtained with Equation (10):

$$LM_S = \sqrt{\frac{1}{N(N-1)}} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N (T_i \hat{\rho}_{ij}^2 - 1) \quad (10)$$

Pesaran (2004) also solved the size distortion problem of the LM test, and developed the CD test statistic to use when the time size is bigger than or equal to the cross-section size ($T \geq N$). This operation can be done with Equation (11):

$$CD = \sqrt{\frac{2}{N(N-1)}} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N T_i \hat{\rho}_{ij}^2 \quad (11)$$

Baltagi, Feng and Kao (2012) obtained the LM_{BC} (Bias Corrected LM) test statistic by adjusting the asymptotic deviations in the LM test. This operation can be done with Equation (12):

$$LM_{BC} = \sqrt{\frac{1}{N(N-1)}} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \left[(T_i \hat{\rho}_{ij}^2 - 1) - \frac{1}{2(T-1)} \right] \quad (12)$$

the null hypotheses of the LM_S , CD and LM_{BC} tests are also the same as the null hypothesis of the LM test.

4.2.2. Panel Unit Root Tests

In this study, the stationarities of the series; and therefore, the existence of convergence among the countries were analyzed with Pesaran (2007) CADF panel unit root test and Hadri and Kurozumi (2012) panel unit root test. Additionally, first generation panel unit root tests like Maddala and Wu (1999) Fisher ADF and Fisher PP, Levin, Lin and Chu (2002) LLC and Im, Pesaran and Shin (2003) IPS were used to robustness check of the analyzes made with the second-generation panel unit root tests. The methods used for this purpose are explained below.

4.2.2.1. CADF Unit Root Test

Cross-Sectional Augmented Dickey Fuller (CADF) panel unit root test developed by Pesaran (2007) is the panel data analysis version of the ADF test for time series analysis that operates under cross sectional dependence. CADF test uses Equation (13) to examine the stationarity of a Y_{it} series:

$$\Delta Y_{it} = \rho_i Y_{it-1} + u_{it} \quad (13)$$

The CADF test also allows the unit root parameter (here as ρ_i) to heterogenous among the cross sections that constitute the panel. In this method, it is assumed that the error term (u_{it}) in Equation (13) consists of two parts, namely the common factor for all series (f_t) and the residuals specific to each series (ε_{it}).

$$u_{it} = \lambda_i f_t + \varepsilon_{it} \quad (14)$$

If the expression in Equation 14 is written on its place in Equation 13 and the necessary arrangements are made, it will be equal to:

$$\Delta Y_{it} = \alpha_i + \rho_i Y_{it-1} + \lambda_i f_t + \varepsilon_{it} \quad (15)$$

as seen. Here, f_t ; refers to non-observable common factors, and the dependence between cross-sections is included in the analysis over this variable. CADF test can calculate individual unit root parameters for each cross section after calculating (τ_i), and the unit root test statistics (CIPS) valid for the panel can be calculated with Equation (16):

$$CIPS(N, T) = \bar{\tau} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \tau_i(N, T) \quad (16)$$

Here, N ; is the cross-sectional dimension of the study (number of countries), and T ; is the time dimension. The null hypothesis of CADF and CIPS tests is; “*Serie has a unit root*”. The critical values required to test these hypotheses were provided by Pesaran (2007, pp. 279-281).

4.2.2.2. HK Unit Root Test

The CADF and CIPS tests were also supported by the HK panel unit root test developed by Hadri and Kurozumi (2012), which considers autocorrelation and cross-sectional dependence for the series. The panel unit root test developed by Hadri and Kurozumi (2012) also allows the existence of common factors in the series. It can also report stationarity for some of the cross- sections. In this test, two different test statistics are produced:

$$Z_A^{SPC} = \frac{1}{\hat{\sigma}_{iSPC}^2 T^2} \sum_{t=1}^T (S_{it}^w)^2 \quad (17)$$

$$Z_A^{LA} = \frac{1}{\hat{\sigma}_{iLA}^2 T^2} \sum_{t=1}^T (S_{it}^w)^2 \quad (18)$$

Here SPC shows the statistic produced by Sul, Phillips, and Choi (2005), and LA shows the Lag-Augmented model. The hypotheses of this test are the opposite of the CADF test, and in this respect, CADF and HK are checking each other. The null hypothesis of HK panel unit root

test is; “*Serie is stationary*”. The critical values required to test these hypotheses are provided by Hadri and Kurozumi (2012, pp. 33).

4.2.2.3. Fisher ADF Unit Root Test

In this method, which was developed by the efforts of Maddala and Wu (1999), probability values of individual unit root tests that are obtained from ADF unit root test in time series that are applied to each cross section, are aggregated with the Fisher (1932) approach. This aggregation is done as follows, where P_i is the probability values of the individual unit root tests of the cross sections:

$$Prob_{panel} = -2 \sum_{i=1}^N \text{Log}(P_i) \quad (19)$$

The obtained probability value is suitable for the chi-square distribution. The null hypothesis of this test is; “*Serie has a unit root*”.

4.2.2.4. Fisher PP Unit Root Test

In this method, which was also developed by the efforts of Maddala and Wu (1999), probability values of individual unit root tests that are obtained from PP (Phillips - Perron) unit root test in time series that are applied to each cross section, are aggregated with the Fisher (1932) approach. This aggregation is done as follows, where P_i is the probability values of the individual unit root tests of the cross sections:

$$Prob_{panel} = -2 \sum_{i=1}^N \text{Log}(P_i) \quad (20)$$

The obtained probability value is suitable for the chi-square distribution. The null hypothesis of this test is; “*Serie has a unit root*”.

4.2.2.5. LLC Unit Root Test

Developed by Levin, Lin, and Chu (2002), this panel unit root test is based on the assumption that the unit root parameter (ρ) is homogeneous among the cross sections forming the panel. In the LLC test, which is based on the systematics of the ADF unit root test in the time series analysis, it is assumed that the cross-section number (N) and the time dimension (T) go to infinity, but T increases faster, i.e. it is $N/T \rightarrow 0$ (Baltagi, 2005). The null hypothesis of this test is; “*Serie has a unit root*”. The τ (t) test statistic that is required to test these hypotheses in the LLC test:

$$\Delta X_{it} = \rho X_{it-1} + \sum_{j=1}^m \Delta X_{it-j} + \gamma Z_{it} + e_{it} \quad (21)$$

can be calculated by using the following equation:

$$t_{\alpha}^* = \frac{t_{\alpha} - (NT)S_N \hat{\sigma}^2 se(\hat{\alpha}) \mu_{mT}^*}{\sigma_{mT}^*} \quad (22)$$

Where; $\Delta \tilde{x}_{it} = \alpha \tilde{x}_{it-1} + \eta_{it}$, and t_{α} ; refers to the standard t statistic, $\hat{\alpha} = 0$, $\hat{\sigma}^2$; refers to the estimated variance for error term η_{it} , and $se(\hat{\alpha})$; refers to the standard error of $\hat{\alpha}$.

4.2.2.6. IPS Unit Root Test

In the IPS panel unit root test developed by Im, Pesaran and Shin (2003), the unit root parameter (ρ_i) is allowed to be heterogeneous among the cross sections that make up the panel. The null hypothesis of this test is; “*Serie has a unit root*”. In the IPS test, the ADF unit root test is applied for each cross section, and the test statistics of the panel is obtained by taking the arithmetic mean of the obtained results.

$$\bar{t}_{NT} = \frac{1}{N} \left(\sum_{i=1}^N t_{iT_i}(p_i) \right) \quad (23)$$

Where, the standardized IPS statistic is obtained as follows:

$$W_{\bar{t}_{NT}} = \frac{\sqrt{N} \left(\bar{t}_{NT} - \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N E(\bar{t}_{NT}(p_i)) \right)}{\sqrt{\frac{1}{N} \sum_{i=1}^N Var(\bar{t}_{NT}(p_i))}} \quad (24)$$

Where $E(\bar{t}_{NT}(p_i))$ and $Var(\bar{t}_{NT}(p_i))$ show the expected value and variance of the t statistics obtained from the ADF regressions, respectively.

4.3. Results

In this study, the existence of cross-sectional dependence among the countries included in the analysis is tested and the results are presented in Table 2.

Table 2: Results of Cross-Sectional Dependence Tests

Test Method	Statistic	Prob.
Breusch-Pagan LM	3353.26 ^a	0.00
Pesaran scaled LM	75.70 ^a	0.00
Bias-corrected scaled LM	74.75 ^a	0.00
Pesaran CD	-1.75 ^c	0.07

Note: a and c show that there is a cross-sectional dependence at the level of 1% and 10%.

According to the results in Table 2, there is a cross-sectional dependence among the countries included in the panel. For this reason, it was considered a necessity to use the second-

generation panel data analysis methods that take this situation into consideration for the next stages of the study.

The results of the CIPS statistics were obtained through separate CADF tests respectively for all countries, EU28, EU15, EU13 countries, and EU candidate countries. In addition, HK panel unit root test was also performed, and the results were presented in Table 3.

Table 3: The Convergence Test Results of Each Country Group to Its Group Average

		All Countries		EU28		EU15		EU13		EU Candidate	
CIPS	Intercept	-2.14 ^c		-1.23		-1.58		-2.10 ^c		-1.80	
	Intercept and Trend	-2.40		-1.53		-1.89		-2.37		-1.92	
		Z_A^{SPC}	Z_A^{LA}	Z_A^{SPC}	Z_A^{LA}	Z_A^{SPC}	Z_A^{LA}	Z_A^{SPC}	Z_A^{LA}	Z_A^{SPC}	Z_A^{LA}
HK	Intercept	-1.00 ^a (0.84)	-1.0 ^a (0.84)	2.32 (0.00)	-1.28 ^a (0.90)	9.57 (0.00)	1.42 ^c (0.07)	-1.3 ^a (0.90)	-0.9 ^a (0.84)	3.29 (0.00)	7.45 (0.00)
	Intercept and Trend	3.16 (0.00)	3.06 (0.00)	-3.7 ^a (0.99)	-6.3 ^a (1.00)	28.64 (0.00)	8.55 (0.00)	1.30 (0.09)	2.42 (0.00)	14.02 (0.00)	28.03 (0.00)

Note: While the critical values for 1%, 5% and 10% significance level in Pesaran (2007: 280) (intercept only) are -2.32, -2.15 and -2.07, respectively; critical values for 1%, 5% and 10% significance level in Pesaran (2007: 281) (intercept and trend) are -2.88, -2.67 and -2.58, respectively. a and c show that the series are stationary at 1% and 10% significance level.

According to the CIPS test (CIPS statistics) results in Table 3; it can be stated that all countries group and the EU13 countries have a tendency for convergence, but this is a low-level convergence tendency. Because the related series are stationary only for the 10% significance level. According to HK test results, it can be stated that there is a convergence towards their group averages among the EU28 countries, among the EU15 countries and among the EU13 countries, and in the group of all countries consisting of EU member and candidate countries, and it can be stated that the weakest form of this convergence is valid for EU15 countries (as it is stationary at 10% significance level). However, according to the HK test, there is no foreign trade convergence among EU candidate countries. If the findings of the CADF and HK tests are assessed together, more convergence was determined as a result of the HK test. In both test methods, less convergence was detected in the intercept and trend models; it is considered that the reason for this situation is that the series are obtained by subtracting the average and they thus become trendless series. In short, according to the results in Table 3, there is foreign trade convergence in country groups other than EU candidate countries. The convergence of country groups to the average of the EU15's foreign trade balance was tested. Table 4 shows the test results.

Table 4: The Test Results of Convergence of Countries to EU15 Average

		All Countries		EU28		EU13		EU Candidate	
CIPS	Intercept	-2.08		-2.40 ^a		-2.20 ^b		-1.57	
	Intercept and Trend	-2.01		-2.27		-1.93		-1.43	
		Z_A^{SPC}	Z_A^{LA}	Z_A^{SPC}	Z_A^{LA}	Z_A^{SPC}	Z_A^{LA}	Z_A^{SPC}	Z_A^{LA}
HK	Intercept	-3.93 ^a (1.00)	-3.97 ^a (1.00)	-3.72 ^a (0.99)	-4.13 ^a (1.00)	-2.67 ^a (0.99)	-3.11 ^a (0.99)	-1.56 ^a (0.94)	-0.76 ^a (0.77)
	Intercept and Trend	-1.84 ^a (0.96)	0.29 ^a (0.38)	-2.34 ^a (0.99)	-0.89 ^a (0.81)	-1.81 ^a (0.96)	-2.56 ^a (0.99)	-0.14 ^a (0.55)	3.60 (0.00)

According to the results of the CADF test (CIPS statistics) in Table 4, it was determined that the EU28 and EU13 countries converge towards the EU15 countries in terms of foreign trade balance. In this case, it can be stated that the harmonization program implemented by the EU has produced successful results. For the EU candidate countries, there is no convergence towards the EU15.

According to HK test results, all country groups converge to the average of EU15 in terms of foreign trade balance. This relationship was detected more robustly with the HK test. The convergence of EU candidate countries to the EU13's foreign trade balance average was also tested. Table 5 shows the test results.

Table 5: Existence Test of Convergence of EU Candidate Countries to EU13 Average

		AB Candidate	
CIPS	Intercept	-1.72	
	Intercept and Trend	-1.48	
		Z_A^{SPC}	Z_A^{LA}
HK	Intercept	-1.23 ^a (0.89)	0.12 ^a (0.45)
	Intercept and Trend	-0.38 ^a (0.64)	0.20 ^a (0.42)

According to the results of the CADF test (CIPS statistics) in Table 5; in terms of foreign trade balance, it can be stated that the EU candidate countries, which were not able to converge to the EU15 countries according to the results of the CADF test in Table 4, was not able to converge to the EU13 countries as well.

According to the HK test results, it was determined that the foreign trade balance of the 8 EU candidate countries converged to the foreign trade balance of the 13 countries that became members of the EU later.

4.4. Robustness Check

In order to check the reliability of the results of CADF and HK tests of this study, first generation panel unit root tests were used. For this purpose, Fisher ADF, Fisher PP, LLC and IPS unit root tests were used. Table 6 shows the test results.

Table 6: The Convergence Test Results of Each Country Group to Its Group Average

		All Countries	AB28	AB15	AB13	AB Candidate
Fisher	Intercept	93.26 ^b (0.04)	67.98 (0.13)	36.93 (0.17)	42.95 ^b (0.01)	21.73 (0.15)
ADF	Intercept and Trend	78.68 (0.27)	61.07 (0.29)	-0.20 (0.42)	40.79 ^b (0.03)	12.69 (0.69)
Fisher	Intercept	81.41 (20)	58.64 (0.37)	39.52 (0.00)	46.13 ^a (0.00)	24.00 ^c (0.08)
PP	Intercept and Trend	73.22 (0.43)	49.27 (0.72)	-0.03 (0.48)	38.45 ^c (0.05)	22.60 (0.12)
LLC	Intercept	-3.60 ^a (0.00)	-3.29 ^a (0.00)	-2.48 ^a (0.00)	-1.84 ^b (0.03)	-0.82 (0.20)
	Intercept and Trend	-1.73 ^b (0.04)	-1.18 (0.11)	29.01 (0.51)	-1.43 ^c (0.07)	0.13 (0.55)
IPS	Intercept	-2.22 ^b (0.01)	-1.66 ^b (0.04)	-1.22 (0.11)	-2.49 ^b (0.00)	-1.34 ^c (0.08)
	Intercept and Trend	-1.10 (0.13)	-1.06 (0.14)	33.16 (0.31)	-1.95 ^b (0.02)	0.25 (0.60)

Note: Prob values in parentheses. ^a; p<0.01, ^c; p<0.10

The results in Table 6 are in more conformity with the HK test rather than the CADF test, and show that all country groups converge to their group average at the point of foreign trade balance. The convergence of the country groups to the average of the EU15's foreign trade balance was tested and the obtained results were presented in Table 7.

Table 7: The Convergence Test Results of the Country Groups to the Average of the EU15's Foreign Trade Balance

		All Countries	AB28	AB13	AB Candidate
Fisher	Intercept	75.16 (0.37)	55.44 (0.49)	18.50 (0.85)	19.72 (0.23)
ADF	Intercept and Trend	69.15 (0.57)	48.80 (0.74)	19.79 (0.80)	20.34 (0.20)
Fisher	Intercept	83.84 (0.16)	59.47 (0.35)	19.94 (0.79)	24.36 ^c (0.08)
PP	Intercept and Trend	78.44 (0.28)	54.75 (0.52)	21.59 (0.71)	23.68 ^c (0.09)
LLC	Intercept	-3.66 ^a (0.00)	-3.42 ^a (0.00)	-2.37 ^a (0.00)	-1.37 ^c (0.08)
	Intercept and Trend	-0.58 (0.27)	0.56 (0.71)	1.06 (0.85)	-2.29 ^b (0.01)
IPS	Intercept	-1.26 (0.10)	-0.87 (0.19)	0.03 (0.51)	-1.04 (0.14)
	Intercept and Trend	-0.03 (0.48)	0.44 (0.67)	0.67 (0.75)	-0.89 (0.18)

Not: Prob values in parentheses. ^a; p<0.01, ^c; p<0.10

The results of the Fisher ADF and Fisher PP tests in Table 7 are compatible with the findings of the CADF test, and the results of the LLC and IPS tests are compatible with the findings of the HK test, and according to the LLC and IPS tests, it can be stated that all country groups converge to the average of the EU15 in terms of the foreign trade balance. The convergence of the EU candidate countries to the average of the EU13's foreign trade balance was tested and the achieved results were presented in Table 8.

Table 8: The Convergence Test Results of the EU Candidate Countries to the Average of the EU13's Foreign Trade Balance

	AB Candidate
--	--------------

The Existence of Foreign Trade Balance Convergence In Eu Member and Candidate Countries: An Empirical Analysis

Fisher ADF	Intercept	23.65 ^c (0.09)
	Intercept and Trend	17.55 (0.35)
Fisher PP	Intercept	22.67 (0.12)
	Intercept and Trend	26.29 ^c (0.05)
LLC	Intercept	-1.49 ^c (0.06)
	Intercept and Trend	-1.49 ^c (0.06)
IPS	Intercept	-1.44 ^c (0.07)
	Intercept and Trend	-0.35 (0.36)

Not: Prob values in parentheses. ^c; p<0.10

According to the results in Table 8, it can be said that the EU candidate countries converge weakly (at the level of 10%) to EU13 countries in terms of the foreign trade balance. These results are more in conformity with the findings of the HK test rather than the CADF test. Therefore, the determinations made in this study are robust (consistent, resilient).

CONCLUSIONS AND POLICY IMPLICATIONS

Trade balance deficit is an important problematic area for all countries, and it is the main cause of the current account deficit and the economic crises as a result of it, too. It is useful to frequently analyze the level of these deficits. The European Union directs and supports both its Member States and candidate countries in order to reduce their current account deficits and trade balance deficits. There are EU funds allocated for a solution, and grants are provided to countries through these funds, provided that they implement the proposed programs.

In this study, the existence of convergence between the EU member and EU candidate countries in terms of the foreign trade balance was analyzed with second-generation panel data analysis methods operating under cross-sectional dependence, by using data from the 2000-2019 period. In the study, tests on the existence of cross-sectional dependence among the countries included in the analysis and it was detected that there was cross-sectional dependence among the countries included in the panel. For this reason, it was considered a necessity to use the second-generation panel data analysis methods that take this situation into consideration for the next stages of the study.

Therefore, CADF and HK panel unit root tests were carried out in order to test the existence of each country group's convergence to their group average. Except for EU candidate countries, i.e., in the 36-country panel, in the EU28, EU15, and EU13 countries, it was determined that there was a convergence towards their own group averages in terms of the foreign trade balance.

Then, the convergence of the countries to the group average of the EU15 was tested by CADF and HK methods; and it was determined that the 36-country panel, the EU28, EU13

countries and the EU candidate countries tend to converge towards the foreign trade balance of the EU15.

Finally, the convergence of EU candidate countries to the EU13's foreign trade balance average was tested by CADF and HK methods, and according to the CADF tests, the EU candidate countries that were unable to converge to the EU15 countries were also not able to converge to the EU13 countries. However, according to the HK test results, it was determined that the foreign trade balance of the 8 EU candidate countries converged to the foreign trade balance of the 13 countries that became members of the EU later.

In order to test the consistency of the results that were obtained with the second-generation panel unit root tests, the first-generation panel unit root tests of Fisher ADF, Fisher PP, LLC and the IPS panel unit root tests were used. These tests revealed that the results obtained with the second-generation panel unit root tests were robust.

Based on the findings of this study; it can be stated that the EU harmonization programs were able to be implemented effectively, and that 13 countries that joined the EU later and 8 countries that are negotiating to join the EU tend to converge to the EU15 in terms of foreign trade balance, and that this is an achievement for the EU. It shouldn't forget that countries such as Greece, Luxembourg, and Portugal, which are among the EU15 members, have a significant foreign trade deficit, and the debt crises that these countries are bringing some burdens to the EU. At such a point, both EU13 countries and EU candidate countries should try not to create new burdens on EU. At this point, if necessary, it may be beneficial to set certain threshold values for the states, as in the 1993 Maastricht Criteria, to deprive countries that do not meet these criteria from EU funds, to suspend their EU membership, and to declare that new countries will not be participated to the EU membership without meeting these criteria.

REFERENCES

- ARESTIS, P., CHORTAREAS, G., MAGKONIS, G. and MOSCHOS, D. (2014). Inflation Convergence and Inflation Targeting: International Evidence, *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, Vol: 31, s. 285-295.
- ATALAY, S.S. (2007). *Real Convergence in the New EU Countries and Turkey*. Central Bank of Turkey Republic, Specialization Qualification Thesis, Ankara.
- ATO (2003). 30 Industries have a Chinese Invasion, <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/30-sektorde-cin-istilasi-var-191036>, Access Date: 01.04.2021.

- BALTAGI, B.H. (2005). *Econometric Analysis of Panel Data*, (Third Edition), John Wiley & Sons Gmbh, West Sussex, England.
- BALTAGI, B.H. and PESARAN, M.H. (2007). Heterogeneity and Cross Section Dependence in Panel Data Models: Theory and Applications, *Journal of Applied Econometrics*, Vol: 22, s.229–232.
- BALTAGI, B. H, FENG, Q. and KAO C. (2012). A Lagrange Multiplier test for Cross-sectional Dependence in a Fixed Effects Panel Data Model, *Journal of the Econometrics*, Vol: 170, s.164–177.
- BARRO, R.J. and SALA-I-MARTIN, X. (1990). Economic Growth and Convergence Across the United States, *NBER Working Papers*, No. 3419.
- BAUMOL, W.J. (1986). Productivity Growth, Convergence and Welfare: What the Long-Run Data Show? *The American Economic Review*, Vo: 76(5), s.1072 – 1085.
- BREUSCH, T. S. and PAGAN, A.R. (1980). The Lagrange Multiplier Test and Its Applications to Model Specification Tests in Econometrics, *Review of Economic Studies*, Vol: 47, s.239-53.
- BURKETT, P. and HART-LANDSBERG, M. (2003). A Critique of “Catch-Up” Theories of Development, *Journal of Contemporary Asia*, Vol: 33(2), s.147-171.
- DORNBUSCH, R. and FISCHER, F. (1990). *Macroeconomics*, McGraw-Hill, International Editions.
- DURLAUF, S.N. and JOHNSON, P.A. (1995). Multiple Regimes and Cross-Country Growth Behavior, *Journal of Applied Econometrics*, Vol: 10(4), s.365-384.
- EUROPEAN COMMISSION (2015). European Structural and Investment Funds 2014-2020: Official Texts and Commentaries, https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/guides/blue_book/blueguide_en.pdf, Access Date: 19.03.2021.
- EUROPEAN COMMISSION (2021). Convergence Criteria for Joining, https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/euro-area/enlargement-euro-area/convergence-criteria-joining_en, Access Date: 19.03.2021.
- FREUND, C. L. (2000). Current Account Adjustment in Industrialized Countries, *Board of Governors of the FED International Finance, Discussion Papers*, No. 692.

- GALOR, O. (1996). Convergence? Inference from Theoretical Models, *Economic Journal*, Vol: 206, s. 1056 – 1069.
- GENCOGLU, P., KUSKAYA, S. and BUYUKNALBANT, T. (2020). Evaluation of Sustainability of Health Expenditures in The Selected OECD Countries with Panel Unit Root Tests, *Ankara University SBF Journal*, Vol: 75(4), s.1283-1297.
- GOGUL, P.K. and KORAP, L. (2014). New Evidence Upon Testing the Issue of Economic Convergence: OECD Evidence, *Kastamonu University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences*, Vol: 4, s.60-73.
- HADRI, K., and KUROZUMI, E. (2012). A Simple Panel Stationarity Test in The Presence of Serial Correlation and A Common Factor, *Economics Letters*, Vol: 115(1), s. 31-34.
- HAWKINS, J. and TURNER, P. (2008). Managing Foreign Debt and Liquidity Risks in Emerging Economies: An Overview, <https://www.bis.org/publ/plcy08a.pdf>, Access Date: 19.03.2021.
- IMF (2020). Direction of Trade Statistics (DOTS), <https://data.imf.org/?sk=9D6028D4-F14A-464C-A2F2-59B2CD424B85>, Access Date: 16.03.2021.
- IM, K. S., PESARAN, M. H. and SHIN, Y. (2003). Testing for Unit Roots in Heterogeneous Panels, *Journal of Econometrics*, Vol: 115, s.53–74.
- LABONTE, M. (2010). Is the U.S. Current Account Deficit Sustainable? *Congressional Research Service*, No. 7-5700.
- LEVIN, A., LIN, C. F. and CHU, C. (2002). Unit Root Tests in Panel Data: Asymptotic and Finite-Sample Properties, *Journal of Econometrics*, Vol. 108, s.1–24.
- LOPEZ, C. and PAPELL, D. H. (2012). Convergence of Euro Area Inflation Rates, *Journal of International Money and Finance*, Vol: 31(6), s.1440-1458.
- LUCAS, R.E. (2000). Some Macroeconomics for the 21st Century, *Journal of Economic Perspectives*, Vol: 14(1), s.159–168.
- MADDALA, G. S. and WU, S. (1999). A Comparative Study of Unit Root Tests with Panel Data and a New Simple Test, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, Vol: 61, s.631-652.

- OZDAMAR, G. (2015). Factors Affecting Current Account Balance of Turkey: A Survey with The Cointegrating Regression Analysis, *Journal of Business, Economics & Finance*, Vol: 4(4), s.633-658.
- PESARAN, M. H. (2004). General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels, *Cambridge Working Papers in Economics*, No. 435.
- PESARAN, M.H. (2007). A Simple Panel Unit Root Test in The Presence of Cross-Section Dependence, *Journal of Applied Econometrics*, Vol: 22, s.265–312.
- ROWTHORN, R. and RAMASWAMY, R. (1997). Deindustrialization: Causes and Impacts, *IMF Working Paper*, No. WP/97/42.
- SAMUE, A. (2019). International Trade and Its Impact on the Global Economy, Kenyatta University.
- SARACOGLU, B. and DOGAN, N. (2005). “Convergence Analysis of European Union Countries and European Union Candidate Countries”, 7th National Econometrics and Statistics Symposium, 26-27 May, Istanbul.
- SOLOW, R.M. (1956). A Contribution to the Theory of Economic Growth, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol: 70(1), s.65–94.
- STRAZICICH, M. C., LEE, J. and DAY, E. (2004). Are Incomes Converging Among OECD Countries? Time Series Evidence with Two Structural Breaks, *Journal of Macroeconomics*, Vol: 26(1), s.131-145.
- SUL, D., PHILLIPS, P.C.B. and CHOI, C.Y. (2005). Prewhitening Bias in HAC Estimation, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, Vol: 67, s.517–546.
- SWAN, T.W. (1956). Economic Growth and Capital Accumulation, *Economic Record*, Vol: 32, s.334-361.
- VARBLANE, U. and VAHTER, P. (2005). *An Analysis of The Economic Convergence Process in The Transition Countries*, Tartu University Press, No. 241.
- WORLD BANK (2020a). Merchandise Exports (Current US\$), <https://data.worldbank.org/indicator/TX.VAL.MRCH.CD.WT?view=chart>, Access Date: 16.03.2021.

WORLD BANK (2020b). Merchandise Imports (Current US\$), <https://data.worldbank.org/indicator/TM.VAL.MRCH.CD.WT?view=chart>, Access Date: 16.03.2021.

WORLD BANK (2021c). New World Bank Country Classifications by Income Level: 2020-2021. <https://blogs.worldbank.org/opendata/new-world-bank-country-classifications-income-level-2020-2021>, Access Date: 16.03.2021.

WORLD BANK (2021d). GDP per capita (current US\$). <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?view=chart>, Access Date: 16.03.2021.

WORLD BANK (2021e). GDP (current US\$). <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?view=chart>, Access Date: 16.03.2021.

YILANCI, V. and ERIS, Z.A. (2013). Purchasing Power Parity in African Countries: Further Evidence from Fourier Unit Root Tests Based on Linear and Nonlinear Models, *South African Journal of Economics*, Vol: 81(1), s.20-34.

COVID-19 SÜRECİNDE TAM KAPANMA KARARININ TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINA ETKİSİ: E- TİCARET ÖZELİNDE İNCELENMESİ

Yavuz TORAMAN¹

ÖZ

Çalışmanın temel problemi COVID-19 pandemisi ile birlikte insanlığın karşılaştığı ‘TAM KAPANMA’ sürecinin tüketicilerin davranışlarına olası etkilerinin incelenmesidir. Tüketicilerin tam kapanma sürecindeki tutum ve davranışları COVID-19 pandemisinin başlangıcından bugüne gelene kadar elde edilen resmi veriler ile birlikte analiz edilmiştir. Google Docs aracılığıyla hazırlanan ankete 275 kişi katılım göstermiştir. Araştırmada nitel veri analiz yöntemlerinden birisi olan yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniğiyle analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada tüketicilerin sorulara vermiş oldukları yanıtlar ile birlikte ikincil kaynaklardan elde edilen resmi veriler birlikte analiz edilmiştir. Bu bağlamda COVID-19 pandemisi sürecinde uygulanan ‘‘TAM KAPANMA’nın’’ tüketicilerin alışveriş davranışlarına etki ettiği görülmüştür. Tüketicilerin %60’ı ihtiyaç duydukları ürünleri tam kapanmadan önce satın almayı tercih etmiştir. Diğer taraftan ihtiyaçlarının teminini öteleyen tüketiciler dahil olmak üzere %80’lik bir kesim tam kapanmada yasaklara dahil olmayan e-ticaret uygulamalarından satın alma faaliyetlerine devam edeceklerini belirtmiştir. Tüketici davranışları tam kapanma uygulamasından etkilenmiştir. COVID-19 sürecinde uygulanan tam ve kısmi kapanma uygulamalarının devam etmesi durumunda ilerleyen süreçte e-ticaretin hacminin ve kullanıcı sayısının artacağı varsayılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: COVID-19, Tam Kapanma, Elektronik Ticaret, Tüketici Davranışları, Mobil Ticaret

THE EFFECT OF THE DECISION OF TOTAL LOCKDOWN ON CONSUMER BEHAVIORS IN THE COVID-19 PROCESS: AN INVESTIGATION IN E-COMMERCE

ABSTRACT

The main problem of the study is to examine the effects of ‘‘Total Lockdown’’ period on the consumer behaviour. The behaviours and the attitudes of consumers are examined during the lockdown period due to the Covid-19 pandemic. 275 people had participated in the survey prepared on Google Docs. The semi-constructed in-depth qualitative interview technique was used for analysis of data. Along with the responses gathered from the survey, data from secondary resources were used. In this context it was seen that the ‘‘Total Lockdown’’ had an impact on the consumer behaviour. 60% of all consumers purchased goods they would need before the lockdown. On the other hand, 80% of all consumers expressed that they would purchase their needs from the e-trade applications as they are exempt from the lockdown bans. Consumer behaviour was impacted by the total lockdown. It can be assumed that if the Covid-19 period and partial lockdowns continue e-trade volume and consumers will increase.

Keywords: Covid-19, Lockdown, Electronic Commerce, Consumer Behavior, Mobile Commerce

¹ Arş. Gör., Nişantaşı Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Yönetimi Bölümü, yavuz.toraman@nisantasi.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5196-1499

Atf/Citation: Toraman, Y. (2021). COVID-19 Sürecinde Tam Kapanma Kararının Tüketici Davranışlarına Etkisi: E- Ticaret Özelinde İncelenmesi, *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 2(1), 81-95.

GİRİŞ

Teknolojinin gelişimi ile birlikte çok fazla teknolojik cihaz insan hayatına girmiştir. Söz konusu teknolojik gelişmelerin hızı oldukça yüksektir. İnsanlar birçok yeniliğe uyum sağlayamadan yeni ve daha gelişmiş teknolojiler ortaya çıkmaktadır. Pazarlama literatüründe de teknolojik yeniliklere karşı tutum, niyet ve kullanım detaylı olarak ele alınmaktadır.

E- ticaret işlemlerin üretici ve tüketicinin birbirlerini tanımalarına gerek duymadan çevrim içi değişim biçimidir (Ba ve Pavlou, 2002: s.244). Elektronik ticaret çıktığı yıllar itibariyle geniş bir kitle tarafından kullanıma sahip olmamakla birlikte teknolojik cihazların ve internet teknolojisinin gelişimiyle birlikte daha geniş kitleler tarafından kullanılmıştır.

Modern kablosuz internet teknolojisinin hızlı bir şekilde gelişmesiyle beraber internetin giderek artan kullanımı e-ticareti tüketici, üretici ve perakendeciler için önemli bir alan haline getirmiştir (Wu ve Wang 2004: s.719). 2000’li yıllar ile beraber insanların hayatına giren internet ve akıllı cihazlar tüketicilerin davranışlarında değişikliklere neden olmuştur. Kısa sürede yeni teknolojilere alışan tüketiciler çevrim içi ortamlarda alışverişi deneyimlemiştir.

2020 yılında konaklama ve seyahat sektörü dışındaki kategorize edilmiş sektörlerde elektronik ticaret ortalama %20’nin üzerinde artmıştır (Statista, 2021). Dünya genelinde gelişmiş ülkeler teknolojiye erişimini daha erken bir süreçte sağlandığından dolayı diğer ülkelere göre elektronik ticaret alt yapısı daha güçlü ve elektronik ticaret potansiyeli daha yüksektir. Bu bağlamda elektronik ticaret faaliyetleri de gelişmiş ülkelere göre daha yüksek orandadır.

Dünyadaki diğer ülkelere benzer bir şekilde Türkiye’de internet teknolojisinin gelişmesiyle birlikte e- ticaret yerleşik üretici ve perakendecilerin faaliyetlerini yoğunlaştırdığı bir çevrim içi ortam olmuştur. Özellikle perakendecilerin e- ticaret faaliyetleri, ortaya çıkışı sonrasında gerekli ilgi ve alakayı ilerleyen süreçte görmüştür (Uraltas ve Koroglu, 2012: s.54). TÜİK verileri incelendiğinde, Türkiye’de 2000 yılı itibariyle hanelerin internet erişiminin artmasıyla birlikte elektronik ortamda ürün siparişi ve satın alma faaliyetlerinde artış gözlemlenmiştir (TÜİK, 2021).

Teknolojinin gelişmesi, insanlar tarafından ulaşılabilirliğinin artması ve kullanımının yaygınlaşması ile birlikte tüketicilerin satın alma davranışları değişime uğramış ve e- ticaret faaliyetleri insan hayatına girmiştir. Tüketicilerin süreç içerisinde tüketim davranışları çeşitli içsel ve dışsal faktörlerden etkilenmiştir. Bu çalışmada 2020 yılı ile birlikte insanların karşılaştığı COVID-19 pandemisinin etkileri tam kapanma özelinde incelenecektir.

Tam kapanma kararına paralel bir şekilde İçişleri Bakanlığı'nın 04.05.2021 tarihinde, temel ve zorunlu ihtiyaçlar dışındaki ürünlerin satışını zincir ve süper marketler dahil yasaklama kararı almıştır (icisleri.gov.tr). COVID-19 pandemisinin etkisinin azaltılması adına alınmış olan bu kararın sonrasında tüketicilerin satın alma tutum ve davranışları analiz edilerek e- ticarete olası etkileri derinlemesine incelenecek ve ilerleyen süreçte olası durumlar değerlendirilecektir.

1. TEORİK ARKA PLAN

1.1. Elektronik Ticaret

E- ticaret üretici ve tüketicilerin hayatına 1990'ların sonlarına doğru girmiştir. Başlangıçta her yenilik gibi elektronik ticaret faaliyetleri de insan hayatına kısıtlı olarak temas etmiştir (Dawson, 2001: s.288). Perakendeciler ve üreticiler yeni sistem ile birlikte ürünlerini ve hizmetlerini çevrim içi kanallar üzerinden sunma imkanına sahip olmuştur. Tüketiciler ise fiziksel olarak mağazalara gitmeden ürün ve hizmet satın alabilme imkanı elde etmiştir (Zentes, vd., 2017: s.71).

E-ticaret, tüketicilerin internet aracılığıyla ürün ve hizmetlerin alışverişinin gerçekleştirilmesini ima eder (Nisar ve Prabhakar, 2017:137). E-ticaret, internet üzerinden alınan interaktif yazılım tabanlı bilgi sistemleridir (Featherman ve Pavlou, 2003: s.452).

Ticarette internet teknolojisinin gelişmesiyle birlikte yenilikçiliğin bir sonucu olarak e-ticaretin üretkenliği arttırdığı gözlemlenmiştir (Dawson, 2001: s.288).

E-ticaret birçok firma için önemli bir kanal ve iş modeli olmuştur. E-ticaret pazarı giderek daha rekabetçi hale gelmektedir. Perakendeciler tüketicilere ulaşmak için çevrim içi kanalları kullanmaya yoğunlaşmaktadır (Chiu vd., 2014: s.86).

E-ticaret, tüketicilere daha geniş ve çeşitli bir ürün yelpazesi sunarken, daha az bekleme süresi, fiziksel yakınlık, vb. gibi durumlarda sağladığı faydalar ile daha iyi hizmet çıktısı sunmaktadır (Mols, 2001: s.662).

İnternet teknolojisinin, verimlilik, rahatlık, geniş yelpaze seçimleri, rekabetçi fiyatlandırma, zengin bilgi içeriği ve çeşitlilik gibi avantajları sağlamasıyla insanlar alışveriş, bankacılık hizmetleri, eğlence, bilgi edinme vb. diğer çevrim içi hizmetleri günlük yaşamlarında kullanarak internet ile etkileşime girmektedir (Wu ve Wang 2004: s.720). Bu bağlamda insanların uzun süre vakit geçirdikleri mecralar üretici ve perakendecilerin ilgisini

çekmektedir. Perakendeciler ve üreticiler 2000’li yıllardan sonra e-ticaret faaliyetlerini yoğunlaştırmıştır.

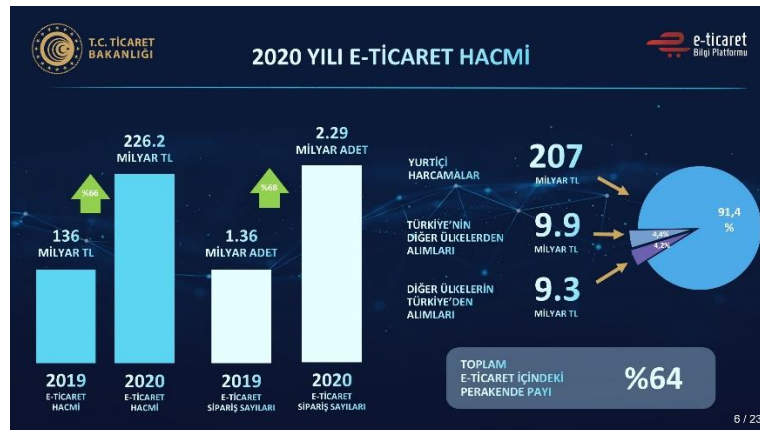
E-ticaret faaliyetleri yaklaşık 20 yıldır sürmekteyken, geleneksel mağaza perakendeciliği eski çağlardan beri etkinliğini sürdürmektedir. Çevrimiçi alışveriş, yeni bir model veya alışveriş deneyimidir. Fakat internet kullanımını yıllar içine sürekli artış gösterdiği için e-ticaret gelecekteki önemini korumaktadır (Nisar ve Prabhakar, 2017: s.137).

İnternet teknolojisinin hızlı bir şekilde gelişmesi ve geniş kitleler tarafından kullanılması perakende sektörünü önemli bir ölçüde etkilemiştir. Sektörde rekabet avantajı elde etmek ve sürdürülebilirliği sağlamak adına çevrim içi varlığın en önemli unsur olması sağlanmıştır (Nisar ve Prabhakar, 2017: s.138).

E-ticaretin artışı etkileyen diğer önemli bir etken ise PayPal gibi gibi şirketlerin güvenli bir ödeme yöntemi sunmasıdır (Nisar ve Prabhakar, 2017: s.137). Tüketicilerin, çevrim içi ortamda ürün ve hizmet satın alırken riskleri ortadan kaldırdığı için sistemin daha güvenli olarak algılanmasını sağlamıştır.

Dünyadaki toplam nüfusun yaklaşık %50’si internet erişimine sahiptir. Dünya’nın farklı bölgelerinde ülkelerin gelişmişlik seviyelerine paralel olarak internet erişiminin yaygınlığından söz edilebilir. Gelişmişlik seviyesi yüksek olan ülkelerde teknoloji kullanımı ve internet erişimi oranı yüksek iken diğer bölgelerde tam tersi durum yaşanmaktadır. Bu rakamlar ışında e-ticaretin gelişim potansiyelinin, internet bağlantı sorunlarının aşılmasıyla artacağını göstermektedir (Zentes, vd., 2017: s.72).

Grafik 1: 2020 Yılı E-ticaret Hacmi



Kaynak:(eticaret.gov.tr).

E- ticaret satışları istikrarlı bir şekilde artış göstermektedir (Van Dolen, vd., 2007: s.340). TÜİK ve Ticaret Bakanlığı’nın verilerine göre Türkiye’de bireysel internet kullanımını ve

e-ticaret faaliyetleri 2009-2020 yılları arasında artış göstermiştir (TÜİK, 2021). Ticaret Bakanlığı'nın 2020 yılı verilerine göre e-ticaret hacmi bir önceki yıla göre %66 oranında artmıştır (eticaret.gov.tr).

E-ticaret, teknolojinin gelişmesiyle birlikte üretici ve perakendecilerin ilgisini Türkiye'de de çekmiştir. Özellikle perakendeciler yatırımlarını bu alanlarda artırmıştır. Fakat Türkiye'de tüketici tarafında e-ticaret faaliyetlerine katılan kullanıcı sayısı fiziksel mağazadan alışveriş yapanlara göre daha düşük bir seviyededir (Uraltas ve Koroglu, 2012: s.54).

E-ticaret, geleneksel perakendeciliğe göre tarafların kimliği ve ürün kalitesi hakkındaki belirsizlikten kaynaklanan işlem risklerine yol açabilmektedir (Ba ve Pavlou, 2002: s.244).

İnternet üzerinden sağlanan e-hizmetler tüketicilere giderek daha fazla sunulmaktadır. Ancak, tüketicilerin bu durumu kabulü, benimsemesi ve nasıl değerlendirdiği hakkında az şey biliniyor (Featherman ve Pavlou, 2003: s.452).

COVID-19 etkisiyle birlikte 2020 yılında e-ticaret hacminin arttığı Ticaret Bakanlığı'nın verilerine bakılarak anlaşılmaktadır. Araştırmada COVID-19 süreci ile birlikte tüketicilerin hayatlarına giren 'TAM KAPANMA' olgusunun, araştırmaya dahil olan tüketicilerin davranışlarına nasıl etki ettiği incelenecektir.

1.1.1. Mobil Ticaret

Mobil ticaret, elektronik ticaretin bir uzantısı olarak görülmüştür (Lu, 2014: s.135). Mobil ticaret, akıllı cihaz teknolojisinin gelişmesiyle birlikte insanların hayatına hızla girmiştir.

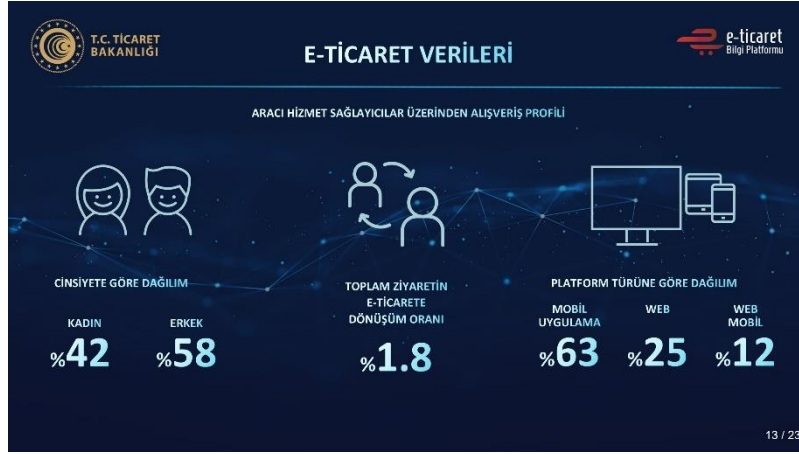
Mobil alışveriş akıllı telefon kullanımının artmasıyla birlikte etkinliğini artırmıştır. Mobil ticaret alanında çeşitli çalışmalar yapılmıştır (Groß, 2014: s.1).

Mobil ticaret, çevrim içi alışverişin alternatif bir biçimi olarak ortaya çıkmıştır. Mobil ticaret, ilk olarak sadece akıllı telefon ile ilişkilendirilirken, günümüzde tablet, taşınabilir çift taraflı dijital cihazlar, vb. gibi cihazlar ile ilişkilendirilmektedir (Zentes, vd., 2017: s.80)

Akıllı cihazlar insanlara birçok alanda fayda sağladığı için günlük hayatta sıkça kullanılmaktadır. Özellikle alışveriş özelinde ürün ve hizmet satın almak için birden fazla perakendeciden çevrim içi ürün ve hizmet aramak sıkça başvurulan bir yol haline geldi (Groß, 2014: s.2).

Son yıllarda mobil ticaret alanında gelişmeler etkileyici bir şekilde ilerlemiştir. Bu bağlamda ilerleyen süreçte mobil ticaret, potansiyelini artıracaktır (Groß, 2015: s.221).

Grafik 2: 2020 Yılı E-Ticaret Verileri



Kaynak:(eticaret.gov.tr).

Türkiye’de mobil ticaret, akıllı telefonların yaygınlaşması, taşınabilirliği ve kullanım kolaylığı gibi etkenlerden dolayı tercih edilmektedir.

Grafik 2’de görüldüğü üzere mobil uygulamalar üzerinden yapılan alışveriş %63 oranındadır. WEB üzerinden yapılan alışveriş %25’tir. Son olarak Mobil WEB siteleri üzerinden ise %12’dir. Bu bağlamda Türkiye’de Mobil ticaretin %75 olarak gerçekleştiği görülmektedir.

1.2. COVID-19 Pandemisi

COVID-19 pandemisi 2020 yılı başında Çin’in Wuhan kentinde görülmüştür. Bu durum ilerleyen süreçte tüm dünyayı etkisi altına almıştır (TÜBA, 2020). COVID-19 insanların hayatında önemli bir dönüm noktası olmuştur.

Hükümetler pandeminin yayılmasını engellemek adına seyahat kısıtları, sokağa çıkma yasakları ve kısmi tedbirler almıştır. Örneğin, Türkiye’de maske, mesafe ve hijyen olmak üzere üç önemli kural yaygın bir şekilde uygulanmaya çalışılmıştır (saglik.gov.tr).

Sürecin ilerleyen safhalarında artan vaka sayıları nedeniyle Türkiye’de kısmi hafta sonu sokağa çıkma yasakları yürürlüğe girmiştir (icisleri.gov.tr). Son olarak ise, İçişleri Bakanlığı tarafından 81 İl Valiliğine 04.05.2021 tarihli Market Tedbirleri Genelgesi gönderildi. Tam Kapanma Kısıtları ile daha önce getirilen alkollü ürün satışı kısıtlamasının yanı sıra marketlerde (zincir ve süper marketler dahil) elektronik eşya, oyuncak, kırtasiye, giyim ve aksesuar, ev tekstili, oto aksesuar, bahçe malzemeleri, hırdavat, zücaciye vb. ürünlerin satışına izin verilmeyecektir. Hükümetin almış olduğu tam kapanma kararıyla 07.05.2021 tarihi itibarıyla

10 gün süresince tam kapanma kısıtları içerisindeki ürünlerin satışı yasaklanacaktır (icisleri.gov.tr).

Bu bağlamda kısmi kapanmalarda tüketicilerin e-ticaret uygulamaları vasıtasıyla alışveriş süreçlerine devam ettiği görülmüştür. Ticaret Bakanlığı'nın verilerine göre 2020 yılında bir önceki yıla göre %275 oranında perakendeciler e-ticaret platformlarında faaliyet göstermeye başlamıştır. E-ticaret hacmi ise 2020 yılında bir önceki yıla göre %66 oranında artış göstermiştir (eticaret.gov.tr).

Kısmi kapanmada artış gösteren elektronik ticaret faaliyetlerinin tam kapanma sürecinde tüketicilerin davranışlarında nasıl değişikliklerin olacağını incelemek araştırmanın çıkış noktasıdır.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Örneklemi ve Kısıtları

Pazarlama literatüründe tüketicilerin satın alma davranışlarına etki eden faktörler sıkça işlenmiştir. Son süreçte COVID-19 sürecinin tüketici davranışlarına etkisi literatürde çalışılmaya başlanmıştır. COVID-19 pandemisi ortaya çıktığı ilk günlerde çok önemli bir durum olarak görünmese de süreç ilerledikçe etkileri daha net bir şekilde hissedilmiştir. COVID-19 süreci içerisinde pandeminin etkisinden korunmak için tüketiciler farklı alışveriş davranışlarında bulunmuştur. COVID-19 sürecinin insan hayatına kattığı bir diğer uygulama ise tam kapanmadır. Tam kapanma sürecinde tüketicilerin ihtiyaç duydukları ürünleri geleneksel mağazalardan karşılayamadıklarından dolayı alternatif alışveriş kanallarını tercih etmesi muhtemeldir. Araştırmanın temel problemi COVID-19 pandemisinin tüketici davranışlarına etkisidir. Bu bağlamda araştırmada tüketicilerin satın alma davranışlarının salgın hastalıklar döneminde hükümetlerin aldığı tam kapanma kararlarından nasıl etkilendiği araştırılacaktır. Kullanıcıların ürün satış yasağı nedeniyle tüketim davranışlarını zamansal olarak öne çekmesi, erteleme veya alternatif kanalların kullanılması gibi durumlar araştırmanın ana çalışma alanıdır. Devamında ise etkileri incelenerek çözüm önerileri sunulacaktır.

2.2. Araştırma Yöntemi

Araştırmada nitel veri analizi yöntemi uygulanmıştır. Nitel veri analiz yöntemlerinden yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniğinden faydalanılmıştır (Baş ve Akturan, 2017: s.150). Bu bağlamda COVID-19 pandemisi bu süreçte sokağa çıkma yasaklarını beraberinde

getirmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme uygulaması, araştırmada ihtiyaç duyulan verilere ulaşırken sınırlı kaynakların etkin kullanılmasına imkan sağlamıştır (Kümbetoğlu, 2015: s.88).

Araştırmada anket formu Google Docs aracılığıyla oluşturulmuştur. İlk bölümde araştırmanın amaçlarına paralel olarak COVID-19 sürecinde alınmış tam kapanma kararının tüketicilerin tutum ve davranışlarına etkisini anlamak adına 6 adet soru sorulmuştur. Anket formunun ikinci bölümünde ise katılımcıların demografik bilgileri yer almaktadır. Anket formu 04.05.2021-07.05.2021 tarihleri arasında tüketicilere çevrim içi olarak sunulmuş ve sonuçları elde edilmiştir.

Araştırmada COVID-19 sürecinde alınmış tam kapanma kararının tüketici davranışlarına etkilerinin anlaşılması adına kullanıcılara sorular yöneltilmiştir.

2.3. Araştırmanın Problemi ve Soruları

COVID-19 pandemisi ortaya çıktığı ilk günlerde çok önemli bir durum olarak görünmese de süreç ilerledikçe etkileri daha net bir şekilde hissedilmiştir. Söz konusu süreç içerisinde pandeminin etkisinden korunmak için tüketiciler farklı alışveriş davranışlarında bulunmuştur. Pazarlama literatüründe tüketicilerin satın alma davranışlarına etki eden faktörler sıkça işlenmiştir. Araştırmanın temel problemi COVID-19 pandemisinin tüketici davranışlarına etkisidir. Bu bağlamda araştırmada tüketicilerin satın alma davranışlarının salgın hastalıklar döneminde hükümetlerin aldığı tam kapanma kararlarından nasıl etkilendiği araştırılacaktır. Kullanıcıların ürün satış yasağı nedeniyle tüketim davranışlarını zamansal olarak öne çekmesi, erteleme veya alternatif kanalların kullanılması gibi durumlar araştırmanın ana çalışma alanıdır. Devamında ise etkileri incelenerek çözüm önerileri sunulacaktır.

3. BULGULAR

3.1. Araştırmanın Açıklayıcı İstatistikleri

Tablo 1: Araştırmaya Dahil Olan Katılımcıların Cinsiyet Durumları

Kategori		Frekans	Yüzde %
Cinsiyet	Kadın	136	49,5
	Erkek	139	50,5

Araştırmaya dahil olan katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımları Tablo 1’de yer almaktadır. Araştırmaya katılan 275 katılımcının %49,5’i erkek, %50,5’i kadındır.

Tablo 2: Araştırmaya Dahil Olan Katılımcıların Eğitim Durumları

Kategori		Frekans	Yüzde %
Yaş	İlkokul	1	0,4
	Ortaokul	2	0,7
	Lise	39	14,2
	Önlisans	37	13,5
	Lisans	138	50,2
	Yüksek Lisans	41	14,9
	Doktora	17	6,2

Araştırma kapsamındaki katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımları Tablo 2’de yer almaktadır. Araştırmaya katılan 275 katılımcının %0,4’ü ilkokul, %0,7’si ortaokul, %14,2’si lise, %13,5’i önlisans, %50,2’si lisans, %14,9’u yüksek lisans ve %6,2’si de doktora programından mezundur.

Tablo 3: Araştırmaya Dahil Olan Katılımcıların Yaş Durumları

Kategori		Frekans	Yüzde %
Eğitim	20 ve altı	22	8
	21-29	141	51,3
	30-39	74	26,9
	40-49	24	8,7
	50-59	12	4,4
	60 ve üstü	2	0,7

Çalışma kapsamındaki katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımları Tablo 3’te yer almaktadır. Araştırmaya katılan 275 katılımcının, %18’inin yaşı 20 ve altında, %51,3’ünün yaşı 21-29 arasında, %26,9’unun yaşı 30-39 arasında, %8,7’sinin yaşı 40-49 arasında, %4,4’ünün yaşı 50-59 arasında ve %0,7’sinin de yaşı 60 ve üstündedir.

3.2. Araştırma Sorularının İstatistikleri

Tablo 4: Kullanıcıların 1. Soru İstatistikleri

Kategori	Frekans	Yüzde %
Evet	265	96,4
Hayır	10	3,6

Araştırmada 1. Soru olan ‘Daha önce e-ticaret uygulamalarından alışveriş yaptınız mı? (Trendyol, Hepsiburada, n11, vb.)’ kullanıcıların verdikleri cevapların oranı Tablo 4’te yer almaktadır. Araştırmaya dahil olan 275 katılımcının %96,4’ü evet %3,6’sı hayır cevabını vermiştir.

Tablo 5: Kullanıcıların 2. Soru İstatistikleri

Kategori	Frekans	Yüzde %
Evet	193	70,2
Hayır	82	29,8

Araştırmada 2. Soru olan ‘COVID-19 pandemisi yayılmaya başladıktan sonra bulaş nedeniyle yapacağım alışverişleri e-ticaret uygulamaları vasıtasıyla yapmaya çalıştım. (Trendyol, Hepsiburada, n11, Migros Hemen, Getir, İstegelsin, vb.)’ kullanıcıların verdikleri cevapların oranı Tablo 5’te yer almaktadır. Araştırmaya dahil olan 275 katılımcının %70,2’si evet %29,8’i hayır cevabını vermiştir.

Tablo 6: Kullanıcıların 3. Soru İstatistikleri

Kategori	Frekans	Yüzde %
Evet	164	59,6
Hayır	111	40,4

Araştırmada 3. Soru olan ‘Kapanma sırasında kısıtlama dahilindeki ürünlerden ihtiyacım olanları 07.05.2021 tarihi öncesinde alırım.’ kullanıcıların verdikleri cevapların oranı Tablo 6’da yer almaktadır. Araştırmaya dahil olan 275 katılımcının %59,6’sı evet %40,4’ü hayır cevabını vermiştir.

Tablo 7: Kullanıcıların 4. Soru İstatistikleri

Kategori	Frekans	Yüzde %
Evet	148	46,2
Hayır	127	53,8

Araştırmada 4. Soru olan ‘Kapanma sırasında kısıtlama dahilindeki ürünlerden ihtiyacım olanları yasakların kalkmasıyla birlikte alırım.’ kullanıcıların verdikleri cevapların oranı Tablo 7’de yer almaktadır. Araştırmaya dahil olan 275 katılımcının %46,2’si evet %53,8’i hayır cevabını vermiştir.

Tablo 8: Kullanıcıların 5. Soru İstatistikleri

Kategori	Frekans	Yüzde %
Evet	220	80
Hayır	55	20

Araştırmada 5. Soru olan ‘Kapanma sırasında kısıtlama dahilindeki ürünlerden ihtiyacım olanları e-ticaret uygulamaları vasıtasıyla alırım. (Trendyol, Hepsiburada, n11, vb.)’ kullanıcıların verdikleri cevapların oranı Tablo 8’de yer almaktadır. Araştırmaya dahil olan 275 katılımcının %80’i evet %20’si hayır cevabını vermiştir.

Tablo 9: Kullanıcıların 6. Soru İstatistikleri

Kategori	Frekans	Yüzde %
Evet	235	85,5
Hayır	40	14,5

Araştırmada 6. Soru olan ‘Kapanma sırasında kısıtlama dahilindeki ürünlerden e-ticaret uygulamaları vasıtasıyla aldıklarımdan memnun kalırsam ilerleyen süreçte de söz konusu uygulamaları kullanabilirim.’ kullanıcıların verdikleri cevapların oranı Tablo 9’da yer almaktadır. Araştırmaya dahil olan 275 katılımcının %85,5’i evet %14,5’i hayır cevabını vermiştir.

4. SONUÇ ve TARTIŞMA

2020 yılında COVID-19 pandemisinin hızlı yayılmasını önlemek adına alınan kısmi kapanma kararları Ticaret Bakanlığı’nın verileri ışığında incelendiğinde elektronik ticaret hacminde %66’lık bir artış yaşanmıştır. Hızlı tüketim malları özelinde ise %400’ün üzerinde bir artış gerçekleşmiştir. Bu bağlamda tüketiciler temel ihtiyaçları başta olmak üzere ihtiyaç duydukları ürünleri çevrim içi kanallar vasıtasıyla satın almıştır (eticaret.gov.tr).

Elektronik ticaretin olağan şartlar içinde yıllar itibariyle artışı göstermektedir. 2020 yılı içerisinde e-ticaret faaliyetlerinde olağan bir artış göstermesi beklenirken tahminlerin üzerinde bir artış gerçekleşmiştir. Elektronik ticaretin yıllık bazda dünya ortalaması %18 artış gösterirken bu oran Türkiye’de daha yüksek oranda gerçekleşmiştir (eticaret.gov.tr).

Araştırmada COVID-19 tedbirleri kapsamında alınmış olan tam kapanma kararının ardından 04.05.2021 tarihinde İçişleri Bakanlığı’nın almış olduğu temel ihtiyaçların dışındaki ürünlerin satışının bir süreliğine yasaklanması kararının tüketici davranışlarını nasıl etkilediği incelenmiştir. İnceleme sonucunda kısmi kapanma sürecinde e-ticaret uygulamalarını kullanan tüketiciler tam kapanma durumunda da kolay alışveriş imkanı tanıyan e-ticaret

uygulamalarından alışverişlerini sürdürecekleri, anket sorularına verilen yanıtlarından anlaşılmaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre daha önce çevrim içi kanallar vasıtasıyla alışveriş yapan tüketicilerin %70'lik bir kısmı 2020 yılı itibariyle insan hayatına giren COVID-19 sürecinde de ürün ve hizmet alımlarını elektronik ticaret faaliyetleri ile gerçekleştirmiştir.

Tam kapanma sürecinde İçişleri Bakanlığı'nın almış olduğu karar nedeniyle bazı bazı ürünlerin satışının yapılmayacağı belirtilmiştir. Satışı yapılamayacak ürünlerin alışverişini 07.05.2021 tarihinden önce yapmak isteyenlerin oranı %60'tır. Bu bağlamda ürün satışının yasaklanması tüketicilerin ihtiyaç duyduğu ürünlerin talebini öne çektiği söylenebilir.

Devamında ise satışı yapılamayacak ürünlerin alışverişinin çevrim içi kanallar vasıtasıyla yapılabileceği belirtilmiştir. Bu duruma katılan tüketicilerin oranı ise %80'dir. Diğer istatistikler ile birlikte konu ele alınacak olursa tüketicilerin önemli bir kısmı ihtiyaç duyduğu ürünleri almak için yasak tarihinden önce harekete geçerken, diğer bir yandan elektronik ticaret faaliyetlerinde herhangi bir kısıtlama olmadığından bazı tüketiciler de süreç içerisinde ihtiyaç duyduğu veya duyacağı ürünü çevrim içi kanallardan temin edecektir. Bu durum e-ticaret faaliyetlerine pozitif etki etmesi beklenmektedir.

Alınan kısmi veya tam kapanma kararları tüketicilerin 2020 yılında zorunlu bir şekilde olsa da alışmış olduğu e-ticaret faaliyetlerini sürdürecekleri, eldeki veriler ışığında söylenilebilir. Tüketicilerin %85'i ise memnun kaldıkları satın alma deneyimlerinin sonucunda alışverişlerini tekrarlayacaklarını belirtmiştir. Müşteri memnuniyetinin tekrarlanan alışverişteki önemi, literatüre uygun olarak araştırmada ortaya konulmuştur.

Ulaşılan kişi sayısı, araştırmanın kısıtları göz önünde bulundurulduğunda, araştırma tüm tüketiciler adına genellenemeyecektir. Fakat TÜİK, Ticaret Bakanlığı'nın yurt içi araştırmaları başta olmak üzere yurt dışı elektronik ticaret verileri de göz önünde bulundurulduğunda COVID-19 ile birlikte tüketici hayatında daha fazla temas eden elektronik ticaret önemini ve hacmini gelecekte gittikçe artıracığı varsayılmaktadır.

KAYNAKÇA

- BA, S., ve PAVLOU, P. A. (2002). Evidence of the effect of trust building technology in electronic markets: price premiums and buyer behavior Source: MIS Quarterly, Vol. 26, No. 3 (Sep., 2002), pp. 243-268.
- BAŞ, T., ve AKTURAN, U., (2017). Sosyal bilimlerde bilgisayar destekli nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin yayınları.
- CHIU, C. H., WANG, E. T. G., FANG, Y. H., ve HUANG, H. Y. (2014). Understanding customers' repeat purchase intentions in B2C e-commerce: the roles of utilitarian value, hedonic value and perceived risk Info Systems J (2014). 24, 85–114 doi:10.1111/j.1365-2575.2012.00407.x
- DAWSON, J. (2001). Is there a new commerce in Europe The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 11(3), 287–299. doi10.1080/13770598 (2001).
- FEATHERMAN, M.S., ve PAVLOU, P.A. (2003). Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective Int. J. Human-Computer Studies 59 (2003). 451–474.
- GROß, M. (2014). Exploring the acceptance of technology for mobile shopping: an empirical investigation among Smartphone users Michael Groß* Department of Planning and Innovation Management, Brandenburg University of Technology Cottbus-Senftenberg, Cottbus, Germany (Received 7 May 2014; accepted 10 October 2014).
- GROß, M. (2015). Mobile shopping: a classification framework and literature review. International Journal of Retail & Distribution Management, 43(3), 221–241. doi:10.1108/ijrdm-06-2013-0119.
- İÇİŞLERİ BAKANLIĞI, (2021). <https://www.icisleri.gov.tr/81-il-valiligine-market-tedbirleri-genelgesi-gonderildi>.
- KURTULUŞ, K. (2010). Araştırma Yöntemleri, Türkmen Kitabevi, 2010.
- KÜMBETOĞLU, B. (2015). Sosyolojide ve antropolojide niteliksel yöntem ve araştırma. İstanbul: Bağlam Yayınevi.
- LU, J. (2014). Are personal innovativeness and social influence critical to continue with mobile commerce? Internet Research, 24(2), 134–159. doi:10.1108/intr-05-2012-0100.

- MOLS, N. P. (2001). Organizing for the effective introduction of new distribution channels in retail banking. *European Journal of Marketing*, Vol. 35 No. 5/6, 2001, pp. 661-686. MCB University Press, 0309-0566.
- NİSAR, T. M., ve PRABHAKAR G. (2017). What factors determine e-satisfaction and consumer spending in e-commerce retailing? *Journal of Retailing and Consumer Services* 39 (2017). 135–144.
- ÖZDAMAR, K. (2004). Paket programlar ile istatistiksel veri analizi. Eskişehir: Kaan Kitabevi. (2004).
- SAĞLIK BAKANLIĞI, (2021). <https://www.saglik.gov.tr>
- STATİSTA, (2021). Statista market outlooks for e-commerce, travel, mobility, and digital media accessed Jan 2021.
- TİCARET BAKANLIĞI, (2020). <https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler>
- TÜBA, (2020). Küresel salgın değerlendirme raporu türkiye bilimler akademisi (TÜBA) 2020
- TÜİK, (2020). [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2020-33679](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2020-33679) Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2020
- URALTAS, N. T., ve KORUGLU, D. (2012). "Exploring a new electronic retailing trend in turkey and the world: private shopping." *International Journal of E-Business and E-Government Studies*, 4/2, 47–56. (2012).
- VAN DOLEN, W. M., DABHOLKAR, P. A., ve DE RUYTER, K. (2007). Satisfaction with online commercial group chat: the influence of perceived technology attributes, chat group characteristics, and advisor communication style. *Journal of Retailing*, 83(3), 339–358. doi:10.1016/j.jretai.2007.03.004
- WU, J.H. ve WANG S. C. (2004). "What drives mobile commerce?: An empirical evaluation of the revised technology acceptance model", *Information & management*, 42(5), 2004, s.719-729.
- ZENTES, J., MORSCHEIT, D., ve SCHRAMM-KLEİN, H. (2017). Strategic Retail Management. doi:10.1007/978-3-658-10183-1(2017).

EK-1

Araştırma Sorusu 1: Daha önce e-ticaret uygulamalarından alışveriş yaptınız mı?
(Trendyol, Hepsiburada, n11, vb.)

Cevap: Evet () Hayır ()

Araştırma Sorusu 2: COVID-19 pandemisi yayılmaya başladıktan sonra bulaş nedeniyle yapacağım alışverişleri e-ticaret uygulamaları vasıtasıyla yapmaya çalıştım.
(Trendyol, Hepsiburada, n11, Migros Hemen, Getir, İstegelsin, vb.)

Cevap: Evet () Hayır ()

Araştırma Sorusu 3: Kapanma sırasında kısıtlama dahilindeki ürünlerden ihtiyacım olanları 07.05.2021 tarihi öncesinde alırım.

Cevap: Evet () Hayır ()

Araştırma Sorusu 4: Kapanma sırasında kısıtlama dahilindeki ürünlerden ihtiyacım olanları yasakların kalkmasıyla birlikte alırım.

Cevap: Evet () Hayır ()

Araştırma Sorusu 5: Kapanma sırasında kısıtlama dahilindeki ürünlerden ihtiyacım olanları e-ticaret uygulamaları vasıtasıyla alırım. (Trendyol, Hepsiburada, n11, vb.)

Cevap: Evet () Hayır ()

Araştırma Sorusu 6: Kapanma sırasında kısıtlama dahilindeki ürünlerden e-ticaret uygulamaları vasıtasıyla aldığım ürünlerden memnun kalırsam ilerleyen süreçte de söz konusu uygulamaları kullanabilirim.

Cevap: Evet () Hayır ()