

ISSN 1302-6739
e-ISSN 1308-6979

DOĞUŞ
D O Ğ U Ş
ÜNİVERSİTESİ
U N İ V E R S İ T Y
DERGİSİ
J O U R N A L

Cilt / Volume: 23

2022

COVID-19 ÖZEL SAYISI

DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ DERGİSİ

DOĞUŞ UNIVERSITY JOURNAL

|Altı ayda bir yayımlanır | Published bi-annually | ISSN 1302-6739; e-ISSN 1308-6979 |

Sahibi / Owner Doğuş Üniversitesi Adına Rektör Turgut ÖZKAN	
Yayın Kurulu Başkanı / Editor in Chief Prof. Dr. Bahaddin SİNSOYSAL, Doğuş Üniversitesi	
Editör / Editor Prof. Dr. Bahaddin SİNSOYSAL, bsinsoyal@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi	Editör Yardımcıları / Editorial Assistants Ar. Gör. Azade Safiye ERYİĞİT, aeryigit@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Ar. Gör. Ezgi DEMİRAL, edemiral@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Ar. Gör. Gökhan DÜZÜ, gduzu@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Ar. Gör. Yağmur RENÇBER, yrencber@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi
Sekreter / Secretary Dr. Öğr. Üyesi Anıl Zekiye GÖKER, agoker@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi	İstatistik Editörü / Statistics Editor Prof. Dr. Bahaddin SİNSOYSAL, bsinsoyal@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi
Alan Editörleri / Field Editors Dr. Öğr. Üyesi Ayşe İLGÜN KAMANLI, ailgun@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Dr. Öğr. Üyesi Eray ÖZTÜRK, erayozturk@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Dr. Öğr. Üyesi Hülya YILMAZ, hulyayilmaz@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Dr. Öğr. Üyesi Nurcan GÜCÜYENEN KAYMAK, nkaymak@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi	Teknik Editörler / Technical Editor Prof. Dr. Bahaddin SİNSOYSAL, bsinsoyal@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Ar. Gör. Mehmet Şuayb YILDIRIM, myildirim@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Ar. Gör. Semih EVCİMAN, sevciman@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi
	Yazım ve Dil Editörü / Spelling and Language Editor Ar. Gör. Mahsum ÖKMEN, mokmen@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi
	Mizanpaj Editörü / Layout Editor Ar. Gör. Mehmet Şuayb YILDIRIM, myildirim@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Ar. Gör. Semih EVCİMAN, sevciman@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi
	Son Okuyucular / Proofreaders Ar. Gör. Mehmet Şuayb YILDIRIM, myildirim@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Ar. Gör. Semih EVCİMAN, sevciman@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi
Danışma Kurulu / Advisory Board Prof. Dr. Turgut ÖZKAN, tozkan@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Cevat GERNİ, cevategerni@beykent.edu.tr, Beykent Üniversitesi Prof. Dr. Cemal ZEHİR, czehir@yildiz.edu.tr, Yıldız Teknik Üniversitesi Prof. Dr. Muhittin KAPLAN, muhittin.kaplan@istanbul.edu.tr, İstanbul Üniversitesi Prof. Dr. Salih Zeki İMAMOĞLU, imamoglu@gtu.edu.tr, Gebze Teknik Üniversitesi Prof. Dr. Sahure Gonca TELLİ, gtelli@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Emine Serra YURTKORU, syurtkoru@marmara.edu.tr, Marmara Üniversitesi Prof. Dr. Taner BERKSOY, tberksy@pirires.edu.tr, Piri Reis Üniversitesi Prof. Dr. Nüket SARACEL, nsaracel@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Cemal YÜKSELEN, cemalyukselen@beykent.edu.tr, Beykent Üniversitesi Prof. Dr. Mehmet Erdal BALABAN, mebalaban@gelisim.edu.tr, İstanbul Gelişim Üniversitesi Prof. Dr. Halit Targan ÜNAL, tunal@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Hüseyin İNCE, h.ince@gtu.edu.tr, Gebze Teknik Üniversitesi Prof. Dr. Seyfettin ERDOĞAN, seyfettin.erdogan@medeniyet.edu.tr, Medeniyet Üniversitesi Prof. Dr. Türkan Benan ORBAY, benan.orbay@bilgi.edu.tr, İstanbul Bilgi Üniversitesi Prof. Dr. Özgür Ömer ERSİN, ozgurersin@beykent.edu.tr, Beykent Üniversitesi Prof. Dr. Perran AKAN, pakan@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Emine Ayşen GENCER, aysengencer@beykent.edu.tr, Beykent Üniversitesi Prof. Dr. Kamil USLU, kuslu@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Nuri Gökhan TORLAK, ntorlak@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi Doç. Dr. Mine AFACAN FINDIKLI, minefindikli@beykent.edu.tr, Beykent Üniversitesi Doç. Dr. Melisa ERDİLEK KARABAY, merdilek@marmara.edu.tr, Marmara Üniversitesi	

Doç. Dr. Erkut ALTINDAĞ, erkutaltindag@beykent.edu.tr, Beykent Üniversitesi
Doç. Dr. Erkan TAŞKIRAN, erkantaskiran@duzce.edu.tr, Düzce Üniversitesi
Doç. Dr. Ayşe GÜNSEL, ayse.gunsel@kocaeli.edu.tr, Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Elif YOLBULAN OKAN, elif.okan@eas.bau.edu.tr, Bahçeşehir Üniversitesi

Sayı Hakem Listesi/Issue Referee List

Prof. Dr. Elif YOLBULAN OKAN, elif.okan@eas.bau.edu.tr, Bahçeşehir Üniversitesi
Prof. Dr. Zeynep İrem ERDOĞMUŞ, ireme@marmara.edu.tr, Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Sahure Gonca TELLİ , gtelli@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi
Prof. Dr. Haluk TANRIVERDİ, haluk.tanriverdi@istanbul.edu.tr, İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Sabrı Burak ARZOVA, burakarzova@marmara.edu.tr, Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Erdal NEBOL, enebol@yeditepe.edu.tr, Yeditepe Üniversitesi
Prof. Dr. İlyas SÖZEN ilyas.sozen@deu.edu.tr, Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Volkan ÖNGEL, volkanongel@beykent.edu.tr, Beykent Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa Kemal DEĞER, mkdeger72@hotmail.com, Karadeniz Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. E. Ayşen HİÇ GENCER, aysenhicgencer@gmail.com, Beykent Üniversitesi
Doç. Dr. Naci YILMAZ, nyilmaz@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi
Doç. Dr. Şeyma ÇALIŞKAN ÇAVDAR, scaliskan@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi
Doç. Dr. Semra BOĞA, semraboga@hotmail.com, Beykent Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa KIRCA, mustafakirca52@gmail.com, Ordu Üniversitesi
Doç. Dr. Deniz ŞİŞMAN, dsisman@gelisim.edu.tr, Gelişim Üniversitesi
Doç. Dr. Pınar BAL, pinarbal@beykent.edu.tr, Beykent Üniversitesi
Doç. Dr. Suna MUĞAN ERTUĞRAL, sertugral@yahoo.com, İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Gül YILMAZ, gulyilmaz@ayvansaray.edu.tr, İstanbul Topkapı Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nihal MENZİ ÇETİN, nctin@atu.edu.tr, Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hakan ÖZCAN, hakan.ozcan@okan.edu.tr, Okan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet BAŞCI, ahmetbasci@marmara.edu.tr, Marmara Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fatma Özge BARUÖNÜ, obaruonu@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Umur Erksan ŞENALP, uerksansenalp@trakya.edu.tr, Trakya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Senem ALTAN, saltan@dogus.edu.tr, Doğuş Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Didar SARI ÇALLI, didarsari@subu.edu.tr, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Emin BAYNAZOĞLU, meminbaynazoglu@trakya.edu.tr, Trakya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Esra TAHMAZ, esra.tahmaz@okan.edu.tr, Okan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ezgi MERDİN UYGUR, ezgi.uygur@khas.edu.tr, Kadir Has Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Deniz ÖZER, deniz.ozet@omu.edu.tr, Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nil ÇOKLUK, nilcokluk@gmail.com, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Orkun İÇTEN, orkunicten@arel.edu.tr, İstanbul Arel Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Onur DİKMENLİ, onur@istanbul.edu.tr, İstanbul Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali PİŞKİN, mrpiskin@hotmail.com, Yalova Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ebru Özlem GÜVEN, ebruozlemguven@gmail.com, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Tuğba NUR, nurtugba.91@gmail.com, Şırnak Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Güneş TOPÇU, gunestopcu@comu.edu.tr, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Ass. Prof. Sait Revda Dinibutun, rdinibutun@gmail.com, The American University of the Middle East
Öğr. Gör. Bilge ŞENEL, bilgessenel@gmail.com, Ufuk Üniversitesi
Öğr. Gör. Ahmet Baran YILMAZ, abyilmaz@yyu.edu.tr, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Öğr. Gör. Çiğdem MUTLU, cigdem.mutlu@deu.edu.tr, Dokuz Eylül Üniversitesi
Arş. Gör. Sibel ÖRK ÖZEL, sork@cu.edu.tr, Çukurova Üniversitesi
Arş. Gör. Başak SEZGİN KIROĞLU, basaksezin@anadolu.edu.tr, Anadolu Üniversitesi
Arş. Gör. Emrah Eray AKÇA, balharun@gmail.com

İndeks ve Abstrakt Bilgisi

EconLit (Journal of Economic Literature), 2007-
Türkiye Makaleler Bibliyografyası, 2000-2013)
DOAJ (Directory of Open Access Journals), 2000-
ULAKBİM Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı, 2002-
ASOS (Sosyal Bilimler İndeksi), 2006-
Open Academic Journals Index (OAJI) 2015-

Listeleyeni Diğer Kaynaklar ve Servisler

EBSCOhost Academic Search Complete, 2010-
OpenAIRE, 2000-
BASE, 2000-
Global eJournal Library (J-Gate), 2000-
Doğuş Üniversitesi Makale Veri Tabanı, 2000-
Doğuş Üniversitesi Akademik Arşiv Sistemi, 2000-

Indexing and Abstracting

EconLit (Journal of Economic Literature) 2007-
Bibliography of Articles in Turkish Periodicals, 2000-2013.
DOAJ (Directory of Open Access Journals), 2000-
ULAKBİM Social Sciences and Humanities Database, 2002-
Akademia Social Sciences Index (ASOS Index), 2006-
Open Academic Journals Index (OAJI)

Other Sources and Services

EBSCOhost Academic Search Complete, 2010-
OpenAIRE, 2000-
BASE, 2000-
Global eJournal Library (J-Gate), 2000-
Doğuş University Article Database, 2000-
Doğuş University Academic Archive System, 2000-

Doğuş Üniversitesi Dergisi (ISSN 1302-6739; e-ISSN 1308-6979), Doğuş Üniversitesi'nin yayın organıdır. Dergi; iktisat, işletme ve finans konularında özgün Türkçe ve İngilizce bilimsel makaleler yayımlar. Diğer disiplinlerden bu alanlarla ilgili çalışmalar da değerlendirmeye alınır. *Doğuş Üniversitesi Dergisi* hakemli bir dergidir ve 2000 yılından itibaren yılda iki kez, Ocak ve Temmuz aylarında yayımlanır. Derginin Ocak 2013 (cilt 14, sayı 1) sayısından itibaren basılı (ISSN 1302-6739) sürümü durdurulmuştur. Yayımlanan yazılarda belirtilen düşünce ve görüşlerden yazar(lar)ı sorumludur.

Dogus University Journal (ISSN 1302-6739; e-ISSN 1308-6979) is published by Doğuş University, which is a referred bi-annual and blind peer-review. It has been published since the year of 2000 (only e-journal as of January 2013). The journal publishes original Turkish or English articles on the subjects of economics, business and finance. The submissions, which are in other disciplines but related to these fields, are also accepted for review. The author(s) is (are) the sole responsible for the opinions and views stated in the articles.

Yönetim Yeri / Head Office: Bahçelievler, Bosna Blv No: 140, 34680 Üsküdar/İstanbul
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/doujournal>
Telefon / Telephone: +90 216 444 79 97
E-Posta / E-mail: journal@dogus.edu.tr

ISSN 1302-6739
e-ISSN 1308-6979

DOĞUŞ
ÜNİVERSİTESİ
DERGİSİ
JOURNAL

Cilt / Volume: 23

2022

COVID-19 ÖZEL SAYISI

DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ DERGİSİ

DOĞUŞ UNIVERSITY JOURNAL

Yayımlayan / Publisher: Doğuş Üniversitesi

Cilt / Volume: 23 COVID-19 ÖZEL SAYISI Mart / March 2022

İçindekiler / Contents

- The Usage of Smart Technologies during Customer Interaction in Retail Banking After Covid-19/**
Covid-19 Sonrası Bireysel Bankacılıkta Akıllı Teknolojilerin Müşteri Etkileşiminde Kullanımı
- Sahure Gonca TELLİ, Samet AYDIN, Ahmet Selim KARAKÖSE 1-16
- Covid-19 Salgını Sürecinde Tüketicilerin Yeni Teknolojileri Benimsemelerinin Teknoloji Kabul Modeli (TKM) Çerçevesinde Temassız Teslimat Özelinde İncelenmesi: Mobil Uygulamalar Üzerine Bir Araştırma/**
Investigation of Consumers' Approach of New Technologies in The Event of the Covid-19 Epidemic within the Framework of the Technology Acceptance Model (TAM) Specific to Contactless Delivery
- Yavuz TORAMAN, Cenk Arsun YÜKSEL 17-34
- Covid-19 Pandemisi Sırasında BIST 100, FTSE 100, NIKKEI 225 ve S&P 500 Endeksleri Üzerine Bir Uygulama/**
An Application on BIST 100, FTSE 100, NIKKEI 225 and S&P 500 Indices During the Covid-19 Pandemic
- Keziban YILMAZ, Ayça Hatice ATLI..... 35-53
- Covid-19 Kriz İletişiminde Sosyal Medya Kullanımı: Bir Kamu ve Özel Sağlık Kurumunun Instagram Paylaşım Analizi/**
Use of Social Media in Covid-19 Crisis Communication: Instagram Sharing Analysis of a Public and a Private Health Institution
- Buse METE, İsmail ŞİMŞİR 55-75
- Karantinadaki İşletmeler: Covid-19 Küresel Salgınında Türkiye Örneği/**
Enterprises in Quarantine: The Effects of Covid-19 In Turkey
- Özge KOCAKULA..... 77-97
- Covid-19 Pandemisi İle Mücadelede Aşıların Küresel Kamusal Mal Çözümü Olarak Değerlendirilmesi/**
Evaluation of Vaccines as a Global Public Goods Solution in Combating the Covid-19 Pandemic
- Halil KETE 99-120
- Salgın Hastalık Kaynaklı Krizlerin Turizm Endüstrisine Etkileri; Covid-19 Özelinde Bir Araştırma/**
The Effects of Epidemic Diseases Originated Crises on the Tourism Industry; A Research Specific to Covid-19
- Süleyman AKKAŞOğLU, Ceyhun AKYOL 121-134

- Covid-19 Sürecinde Hız Kazanan İş Modeli İnovasyonu Olarak Bulut Mutfak Girişimciliği: Dünyadan ve Türkiye'den Örnekler/**
Cloud Kitchen Entrepreneurship as a Business Model Innovation Gaining Speed in Covid-19 Process: Examples from the World and Turkey
- Hale ALAN, Ali Rıza KÖKER..... 135-152
- Covid-19 Pandemi Döneminde Öğretmenlerin Örgütsel Yabancılaşma Eğilimleri ile Tükenmişlik Seviyeleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi/**
Examining the Relationship between Teachers' Organizational Alienation Tendencies and Burnout Levels During the Covid-19 Pandemic Period
- Edip ÖRÜCÜ, İttr HASIRCI, Erhan ERGENLER 153-175
- Bireylerin Sosyal Reklamlara Yönelik Tutumları: Covid-19 Spotlarının Sinir Ağı Analizi/**
Individuals' Attitudes towards Social Advertising: Neural Network Analysis of Covid-19 Spots
- Alper YILMAZ, Mehmet ULAŞ, Abuzer YEŞİL 177-196
- Covid-19 Krizi ve Demokrasi: Uluslararası Politik-Ekonomi Bağlamında Bir İnceleme /**
The Covid-19 Crisis and Democracy: An Investigation in the Context of International Political-Economy
- Orhan CENGİZ..... 197-220
- Covid-19 Pandemi Döneminde Vaka Sayıları, Döviz Kuru ve VIX Endeksinin Gelişmekte Olan Piyasalar Üzerindeki Etkisi: BİST 100 Endeksi Üzerine Bir Analiz/**
The Number of Cases, Exchange Rate and the Effect of VIX Index on Emerging Markets during the Covid-19 Pandemic Period: An Analysis on BIST 100 Index
- Özgür Ömer ERSİN, Tuğçe ACAR, Özgür KIYAK 221-242
- Pandemi ve Dünya Ekonomisinde Yeni Arayışlar Çerçevesinde Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması ve Avrupa Birliği-Çin Kapsamlı Yatırım Anlaşması: Bir Ekonomi-Politik Tahlil/**
Regional Comprehensive Economic Partnership Agreement and The European Union-China Comprehensive Agreement on Investment within the Framework of New Searches in Pandemic and the World Economy: An Economy-Political Analysis
- İsmail Hakkı İŞCAN, Fatma UZUNSES 243-264
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın Covid-19 Pandemisine Karşı Para Politikasının Bir Değerlendirmesi/**
An Assessment of the Monetary Policy Response of the Central Bank of Turkey to the Covid-19 Pandemic
- Serpil KUZUCU 265-279
- Covid -19'un Yiyecek İçecek İşletmelerine Olan Etkisi/**
The Effect of Covid-19 on Food and Beverage Businesses
- Yasemin KOÇAK BİLGİN, Hacer Neyir TEKELİ 281-301

**An Examination of Covid-19's Impact on Borsa Istanbul Sector
Returns with a Case Study/**

*Covid-19'un Borsa İstanbul Sektör Getirileri Üzerine Etkisinin Olay Çalışması ile
İncelenmesi*

Hatice DÜZAKIN, Süreyya YILMAZ ÖZEKENCİ, Tuba KONAK303-319

ÖZLEMLE ANDIKLARIMIZ



COVID-19 nedeniyle yaşamını yitiren çok değerli çalışma arkadaşlarımıza Allah'tan rahmet, yakınlarına ve camiamıza baş sağlığı diliyor, özlemle anıyoruz.

THE USAGE OF SMART TECHNOLOGIES DURING CUSTOMER INTERACTION IN RETAIL BANKING AFTER COVID-19

COVID-19 SONRASI BİREYSEL BANKACILIKTA AKILLI TEKNOLOJİLERİN MÜŞTERİ ETKİLEŞİMİNDE KULLANIMI

Sahure Gonca TELLİ⁽¹⁾, Samet AYDIN⁽²⁾, Ahmet Selim KARAKÖSE⁽³⁾

Abstract: COVID-19 has been affecting all aspects of life as well as retail banking services. Retail banking has faced several transformations since the last 20 years and especially digital transformation influenced the way banks interact with their customers. After COVID-19 most applications should be changed for less contact and more level of sanitation. In this descriptive study, we would like to introduce and explain Smart Technologies which can take a leading role in customer interaction in terms of securing minimum contact, social distance, and hygiene while holding a competitive advantage after COVID-19.

Keywords: Customer Interaction, Service Marketing, COVID-19, Smart Technologies, Retail Banking.

JEL: M31, G21, L81

Öz: COVID-19, hayatın tüm yönlerini olduğu gibi bireysel bankacılık hizmetlerini de etkilemektedir. Son 20 yıldan bu yana çeşitli dönüşümlerle karşı karşıya kalmış bireysel bankacılık alanında özellikle dijital dönüşüm bankaların müşterileriyle etkileşim şeklini tamamen değiştirmiştir. COVID-19'dan sonraki süreçte bireysel bankacılıkta yer alan çoğu uygulama, daha az temas ve daha fazla temizlik düzeyi için değiştirilmelidir. Bu betimsel çalışmada, COVID-19 sonrasında minimum temas, sosyal mesafe ve hijyen sağlama açısından müşteri etkileşiminde öncü rol üstlenebilecek ve böylece rekabet avantajı sağlayabilecek Akıllı Teknolojiler ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Müşteri Etkileşimi, Hizmet Pazarlaması, COVID-19, Akıllı Teknolojiler, Bireysel Bankacılık.

1. Introduction

There have been many changes in the retail banking sector over the last 20 years. The banking sector faces deep digital transformation, and retail banking, in particular, invests heavily in digitalization and plays a leading role in this trend (Pousttchi & Dehnert, 2018: 265). Due to the similarity of the products and services in retail banking, customer interactions at every contact and connection point are important than ever in terms of customer retention and acquisition.

Retail banking is also highly dependent on the high context of business culture, which requires contact. Shortly the retail banking is a service sector that touches and intensely interacts with people (Nagar & Rajan, 2005: 905). Prior to COVID 19, contact with customers had been important because close intervals with the customer allowed cross-selling. However, this was increasing the waiting time for the other

⁽¹⁾ Doğuş Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme (İngilizce) Bölümü; gtelli@dogus.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8238-3185

⁽²⁾ Maltepe Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik (İngilizce) Bölümü; sametaydin@maltepe.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2275-4682

⁽³⁾ Maltepe Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Doktora Programı; aselimkarakose@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2214-6639

customers. In terms of marketing, it can be clearly observed that information technologies create great changes in marketing tools in the banking sector (Hossain, Dwivedi, & Naseem, 2014: 538). Although the Internet-based new products and/or new channels were initially programmed and introduced to appeal to certain market segments such as higher education and/or Generation Z, banks have intensely turned to service through digital channels due to the rapid adoption of smart devices and broadband/mobile internet access by all customer groups (Herington & Weaven, 2009: 1222). Thus, each computer and smartphone started to become a bank branch for customers (Filotto, Caratelli, & Fornezza, 2021: 368). In retail banking, long waiting periods, formalities, and dealing with more than one unit are some dissatisfaction causes (Roy, Shekhar, Lassar, & Chen, 2018: 295). To minimize this, improvements have been made on the digital banking side. Although digital applications bring fast and easy processes, they also reduce the one-to-one human relationship between the customer and the bank employee.

During the COVID-19 pandemic, there were major changes in retail banking like the other service businesses (Baicu, Gârdan, Gârdan, & Epuran, 2020: 535). Concerns regarding hygiene (level of sanitation) and social distance are the reasons for being most affected. Therefore, in the first stage, retail banking was directed to physical contactless channels such as online, mobile, call centers. However, these channels have not solved the needs for the operations which require physical contact most of the time, such as depositing or withdrawing cash and proceeding cheques. On the other hand, Smart technologies are becoming able to offer many different services that the customer can perform many transactions without contact. The term “Smart Technology”, also referred to as technology-based self-service, defines the technological interfaces that enable customers to produce services without the direct participation of the business employee. (Meuter, Ostrom, Roundtree, & Bitner, 2000: 51).

Smart technologies have been developed to resolve individual banking transactions quickly, easily, and on 7/24 (Omarini, 2015: 6). With the digitalization led by banks, the process of replacing traditional service delivery tools with smart technologies has gained importance with COVID-19. Even if customers physically go to retail banks, they want to minimize contact with branch employees, and minimizing contact is also important in terms of occupational health and safety practices in branches, thus contactless solutions are required (Haapio, Mero, Karjaluo, & Shaikh, 2021: 4). Smart technologies have become prominent for the development of the automation of services. Considering the dynamics created by these changes, in this descriptive paper we are trying to explain why and how customer interaction and smart technologies in retail banking change after COVID-19.

2. Customer Interaction at Retail Banking

Customer interaction can be defined as the progress and changes occurring between a company and its customers, as well as any communication that enables businesses to connect with potential and existing customers regarding their products, services and applications, and operations (Vandermerwe, 2000: 27-37). Whether customer interactions originate from social media, mass media, or individual relationships, the main point of these interactions is the expectation of contacting customers and solutions provided by businesses. These interactions should be rational and utilitarian, meaning that they need to be beneficial for both parties. The success of the interaction

depends on the behavior change that the business wants to create in the customer. If the customer changes his/her behavior after the interaction and reveals a positive attitude towards the business, it can be thought that these efforts are developing or effective.

In a service setting, the interaction occurs mainly during the service is being produced and consumed, called the service encounter. Customers both join the production of the service in terms of customized offerings (Solomon, Surprenant, Czepiel, & Gutman, 1985: 103), pay for the service, and consume. Kelley (1992: 28) stated that interaction is a key to success in the retail environment. Bitner, Booms, and Mohr (1994: 103) revealed that the interaction between the customer and the service personnel influences customer satisfaction. According to Beatty, Mayer, Coleman, Reynolds, & Lee (1996: 237), the loyalty of customers mainly relies on the service employees because of their role in reflecting the companies' values and approach to the customers.

Interactions mainly occur among the customer, service contact personnel, the service environment, and other customers. Many researchers also focused on the customization of these interactions in the service business (Mittal & Lassar, 1996: 96; Surprenant & Solomon, 1987: 89), the interaction between salespersons and customers (Beatty et al, 1996: 240; Reynolds & Beatty, 1999: 12) which is critical for creating one-to-one relation, the employees and the physical surroundings (Bitner, 1990: 70), retail atmosphere (Donovan & Rossiter, 1982: 34-57; Yoo, Park, & MacInnis, 1998: 257), and the service quality (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985: 47).

Customer interaction is mainly controlled by the company (Moore, Moore, & Capela 2005: 486), but for sure the customer reactions and perceptions cannot be controlled (Martin & Pranter, 1989: 5-15). From this point of view, customer-to-customer interaction is also an important factor to be considered. According to Hollebeek (2011: 795), customer interaction relies on a certain level of cognitive, affective, and behavioral activities. Lusch and Vargo (2006: 284) also defined customer interaction as the shared and interactive production between the customer and other company elements, where customer involvement is the key for this mutual production. According to Van Doorn et al. (2010: 253), an interaction that is reflected through customer behavior towards an organization or brand is influenced by stimulation motivation. These interactions may lead to a relationship that is based on both logical and emotional factors. Bowden (2009: 66) stated that customer interaction leads to customer satisfaction, and therefore, customer loyalty through a mental process. Vivek, Beatty, and Morgan (2012: 133) also emphasize the customer involvement in the communications between the employees, and customers and these interactions will grow cognitively, emotionally, behaviorally, or socially.

Sashi (2012: 266) linked the customer interaction with customer engagement and suggested that it starts with any online or offline connection and if the interaction yields satisfaction for the customer then emotional bonds might be created with the help of positive experience from a product, brand, or organization. Other scholars also revealed that customer interaction results in loyalty, satisfaction, trust, and commitment (Brodie, Hollebeek, Juric, & Ilic, 2011: 262; Sprott, Czellar, & Spangenberg, 2009: 92). The customers' willingness to interact may vary in terms of the benefit they expect from the company when considered from the perspective of the theory of consumption values (Sheth, Newman, & Gross, 1991: 160) and the

consumer value (Holbrooke, 2006: 715). Evaluation of customers like trust, and perceived performance influence customer interaction (Harris & Goode, 2004: 148; Verhoef, Reinartz, & Krafft, 2010: 247).

Customer interaction is also changed to a hybrid interaction, with the rapid adoption of smartphones, social media, and the web by the customers (Nüesch, Alt, & Puschmann, 2015: 73). Customers can easily move between one channel to the other in seconds and thus letting channel convergence and releasing the barriers between the electronic channels, physical channels, and mobile channels (Neslin & Shankar, 2009: 77). Nüesch et al. (2015: 73) highlighted three dimensions of the hybrid customer interaction: strategy, process, and technology. The changing customer behavior caused by digital technologies also emerges the need for redesigning the banking industry and the customer interaction at banks. The decline in the ratio of customers who prefers getting service from the branches pushes banks to create models which generate hybrid customer interaction.

In service industries, the service encounter looms large in both service delivery and customer satisfaction (Wu, 2008: 1503). Many researchers investigated customer-to-customer interaction in the service encounter context. Unlike products, the interaction between the provider and customer is more important in the service industry. Customer interaction comprises all the information exchange, collaboration, and cooperation process generated between the company and its customers which creates value for the two sides (Gruner & Homburg, 2000: 12). Service encounter is also the place where these interactions happen (Bitner, Booms, & Tetreault, 1990: 72). The service encounter can be regarded as a branch encounter in retail banking. At the branch, it is enriched with the services offered to the people who provide them.

The determinants of excellence in service encounters were investigated by researchers in the past (Baker, Grewal, & Parasuraman, 1994: 328-339). Fisk, Brown, and Bitner (1993: 13-60) suggested that the interaction at service encounter might be in three different dimensions; customer and employee interactions, customer and physical environment interactions, and customer-to-customer interactions. Baker, Levy, and Grewal (1992: 446) and Turley and Chebat (2012: 131) stated that the service atmosphere has a direct and positive influence over customer satisfaction. Customer-to-customer interaction were also studied in hospitality (Nicholls, 2011: 209-221), retail (Tomazelli, Broilo, Espartel, & Basso, 2017: 339-349), and B2B (Bruhn, Schnebelen, & Schäfer, 2014: 164-176) settings. Besides, Schaarschmidt, Walsh, and Evanschitzky (2017: 119-130) covered the topic in terms of creating hybrid offerings to find the most proper goods and services mix.

The interaction with the customer in banks is through various channels such as face to face, by phone, or digital. Branches are presented to the customers with similar designs to reflect the bank's character as much as possible. Customer representatives have an important role in delivering service with the presence of the customer or proceeding with their operations. Also, the counters where money is exchanged are the places where daily practical transactions can be made. The staff serving at the bank is authorized to carry out numerous transactions such as opening and closing accounts, money transaction orders, EFT, withdrawal, deposit, cheque, and loans. These offered services are mostly related to issues involving direct money exchange.

According to Liao and Wong (2008: 1206) ease of use, security, responsiveness, convenience, and usefulness influence customer interaction in digital banking solutions. Good interaction with customers is provided through the conscious and informed evaluation of human relations, the company's processes, and its products/services. Due to the relationship between customer interaction and customers' perceptions toward the companies, banks need to develop solid strategies to support these interactions (Machado Nardi, Jardim, Ladeira, & Santini, 2019: 248). This will help to gain an advantage over the competition in the banking industry.

Effective tools should be used to build and manage customer relationships, such as improving human relationships, empathy (emotionality), effective listening, social media analysis, measuring satisfaction, and knowledge of people who interact with business issues. Here, solutions related to products and/or services should be offered and with the help of new digital tools, this becomes easier than ever (Elliot, Meng, & Hall, 2012: 324). Also, trust is very important for the quality and continuity of the interaction, otherwise, relationships may suffer.

Interactions can also be considered as a method of learning and awareness for institutions and individuals. This method provides information about why customers choose the institution, which products/services they choose, and for what purpose. It addresses behavior development according to real-life problems by collecting information in providing products/services to customers and creating corporate memory and learning.

3. Changes in Retail Banking Services with Smart Technologies

Meuter et al. (2000: 52) highlighted the widespread adoption of technology in service encounters and stated the role of smart technologies in service outcomes. Smart technologies may reduce or eliminate interpersonal contact between the customer and the service employee but they also increase another interaction, customer-to-customer interaction by asking, sharing, communicating (Nicholls, 2010: 93). Alam (2011: 2742) also stated that the finance industry is an important field to explore the change in interaction by smart technologies because of the widespread use and acceptance of digital technologies widely.

COVID-19 pandemic triggered important changes and transformations in terms of customer expectations (Baicu et al., 2020: 535). Especially for the service sector, expectations have occurred on factors such as minimum contact, social distance protection, and hygiene, and as a result of this shift, product development and differentiation processes started to focus on these needs.

Having a high technological maturity level compared to the other sectors, the banking industry provided reliable and consistent service during the COVID-19 pandemic (Haapio et al., 2021:4). The branch banking will continue to exist with major changes and adapting the requirements of "the new normal". In this study, we discuss the current and possible changes including technological solutions about branch banking to minimize human interaction and technological expectations at the point of social distance and hygiene process in four steps: before service, customer greeting/lobby management, during service, and after service.

3.1. Before Service

This step starts with the need for banking service. Before visiting the branches, customers want to be sure about the size of the crowds and waiting time in branches (Tadic, Aleksic, Mimovic, Puskaric, & Misita, 2016: 1344), and this requirement effects two technologies on the bank side:

- **Branch Heat Maps:** Branch heat maps are being used to show how many customers are waiting in a branch, how many bankers/tellers are giving service, and how much crowded the branch is. Monitoring the instantaneous densities of the branches -especially the branches close to the customers' current locations- through the mobile banking applications is very important about customers' decisions on branch visit and determining the branch to be visited according to the density and distance of branches. For this reason, branch heat maps will be a necessity for banking mobile applications.
- **Appointment Management:** There are new regulations about the number of customers/staff per square meter of bank branches (Kuveyt Türk. (2020). Besides appointment management, another issue is integrating the appointment system with existing queue management systems in branches and prioritize customers with appointments by calling these customers from the queue system. In this process, the use of QR codes is generally preferred as a basic element in the integration structure, which will be produced at the end of the appointment registration (Scanova, 2021). And when the customer arrives at the branch at the appointment time, he/she shows the produced QR code to the reader on the customer greeting/queue management kiosks. Afterward, the queueing system sends a query to the management system to confirm the appointment details, and if the appointment is confirmed, then the customer will be called by the related staff preferentially.

3.2. Customer Greeting & Lobby Management

The queuing systems are the first and foremost touch point for many customers before they arrive at the bank branches (Varkevisser, 2020). Nowadays queueing systems enable customers to be recognized, prioritized according to banks' segmentation, and directed for transaction flows. Customers are also informed about the services provided by the organization with touch screens or printed tickets and helping the performance management of employees (Q-net, 2021). In the simplest sense, these systems enable customers to be guided by the optimum waiting times after introducing themselves and identifying the transaction types.

The effects of COVID-19 on lobby management are seen in 4 important steps: heat map control, temperature screening, customer identification, transaction type selection & guiding.

3.2.1. Heat Map Control

Due to the regulations and expectations, crowded waiting lounges within the branches are no longer preferred. For this reason, it is tried to control the arrivals of the customers to the branches with the appointment limits as stated above (Akbank, 2020). As a result, persons per square meter are defined with the size of the location. Here, there is a need for technological limitation and it is possible in two ways.

- (1) The number of customers entering and leaving the branch can be counted with the sensors to be placed at the door entrance. These smart doorkeepers can allow the entrance of customers within the limits, warning the customers with LED or audible warning mechanisms.
- (2) The queueing systems can generate queue numbers for the customers within the limits of the branches, and calling the customers within the defined limits (Qmatic, 2020). The served customer limitation can be controlled by providing only a limited amount of tickets.

3.2.2. Temperature Screening

Measuring the temperature of people when entering public spaces becomes standard practice. This practice is essentially designed to create a perception of trust and safe, that people having SARS-Cov-2 virus will not enter this location. These expectations which were occurred after COVID-19 are realized through the queue management kiosks that meet customers at bank branches. An OEM thermometer integration needs to be installed on existing kiosks, showing the measurement results and even mentioning the results with visual elements such as color and emoji.

3.2.3. Customer Identification

Double or multi-factor authentication methods have been important at every point requiring security. This step is a customer recognition step because it has no security dimension. This process is most commonly carried out in two ways.

- (1) Data input via touchscreens (ID, taxpayer identification number, mobile number, account number, customer number, etc.)
- (2) Specialized card readers (ID, debit, or credit card)

With COVID-19, alternative customer recognition methods, which do not require contact, and more hygiene, have begun to appear on the agenda, especially since data entry on the touch screen is not preferred. Among these, the most preferred method is QR code applications where mobile phones are easy to access (Scanova, 2021). A QR code embedded in the Mobile Banking application having identity info (ID, taxpayer identification number, mobile number, account number, customer number, etc.) will be enough to identify the customer. When a customer arriving at a branch shows this code then the related operations can be handled without entering any data or inserting any cards, pointing out a contactless solution. This can be also supported with NFC readers for mobile phones.

The recognition of the customer with biometric elements is used to verify the customer rather than know the customer due to the nature of biometric technologies. In other words, fingerprint, vein, face, iris, or voice recognitions are mostly used for verification such as passwords.

3.2.4. Transaction Type Selection & Guiding

The step following customer recognition is to determine the service category that the customer wants to have. This choice is important in terms of guiding the customer to which authorized person or service channels in the next steps. Firstly, there is an increase in data input for transaction/service details to reduce contact with the

teller/representative and direct them to the right channel. After COVID-19, to minimize the contact with bankers, the banking services need to be redesigned by changing the share of banker and customer about service creation especially with the help of self-service technologies developed for both common use and individual use.

Secondly, hygienic alternative technologies for data entry are needed. Mainly two methods are preferred for entering data over kiosks, alphanumeric/numerical physical keyboards plus function buttons and touchscreens. For both options, after COVID-19 because people don't want to touch the screen or keys that others do. Another fact is that some touch sensor technologies do not detect gloves. Although the self-service technology provider companies inform and warn the banks about the cleaning of the products (with the use of disinfectants containing min 70% alcohol), the perception of hygiene is always a problem for the customers.

Apart from the use of alcohol-based disinfectant, antimicrobial/antibacterial film or touch technologies or special long-term affected solutions that support this feature have also been started. These solutions, developed on silver ions instead of alcohol, using the antimicrobial/antibacterial effect of silver. Although not specific for the machines, the use of UV-C rays for direct disinfection of the environment and possible risks are discussed about these technologies.

Besides, alternative methods for data entry to machines such as kiosks are needed. The simplest way can be motion detectors which provide a contactless solution, instead of the physical buttons. Premise solutions about queue management ticket machines are now in use, basing on motion detectors like photocell sensor technologies (Qmatic, 2021). When a customer waves his/her hand over the ticket machine, queue tickets can immediately be printed without touching anywhere on the machine.

It is anticipated that audio technologies will have an important place in the point of contactless comprehensive data entry. Smart assistants such as Alexa, Siri, and Google Assistant have somehow become a part of people's lives with voice and speech recognition technologies. IVR systems that are welcomed in bank call centers based on similar technologies have achieved significant gains in this regard.

The other contactless communication alternative is using QR codes (Scanova, 2021). Most simply, customers withdraw or deposit their cash without touching the ATM, when they determine their transaction details on the bank mobile application and display the generated code to the ATM. In this scenario, the QR-code reader is located on the ATM and the user creates a QR code related to the transaction and shows it to the ATM.

3.3. Service Offer

While the banking sector focused on technological investments to differentiate banking services and to achieve cost advantages, the sector also sees that they have to increase customer loyalty and their cross-sales by focusing on one-to-one relationships (Tadic et al., 2016: 1344). A few years ago, banks were trying to keep the customers out of the branches and push them to use ATMs or call centers. But now, the banking sector is looking for a balance of this change. For this purpose, new

branch concepts were started to be tried to provide customers with different branch experiences.

Customers make one-to-one meetings with their representatives and tell what they need and finish their transactions with ATM, kiosk, and VTM-style machines within the branch with a transaction code. Not only cash deposit, withdrawal, transfer, and payment with different montages and different currencies, but all other banking transactions and applications, as well as cheque transactions, are made through these self-service technologies. This structuring emerges as a pre-transition phase to the “Banking 4.0” point, which conceptualizes a technology platform that offers trust and utility where products or channels are not important (Groenfeldt, 2019). With COVID-19, small arrangements are needed in the new branch concept where people and technology come together.

3.3.1. One-to-One & Face-to-Face Service

During COVID-10 face-to-face communications have started to make both sides (bank employees & customers) uneasy. In addition to the risk of virus transmission, relationship management, with the parties’ having different awareness and sensitivity levels about COVID-19 is becoming a problem. The fact that one of the customers or bankers does not have an equal sensitivity about social distance may cause problems in the customer relationship with the staff and then the bank.

In order to avoid such problems and to manage the variability in the possible awareness level of the parties, social distance awareness devices have been put into use. These are LED and audible warning devices placed on the desk of bankers. If the customer is so near to the banker at a level that ignores the social distance, the sensors work and the LEDs are lit in different colors and the customer is warned with an audible warning.

3.3.2. Smart Technologies

Smart technologies used in banking are categorized by Interactive/Non-interactive and Personal/Common Usage dimensions as depicted in Figure 1. These technologies, which are called Alternative Distribution Channels (ADC) in banking, have become the main distribution channels after COVID-19.

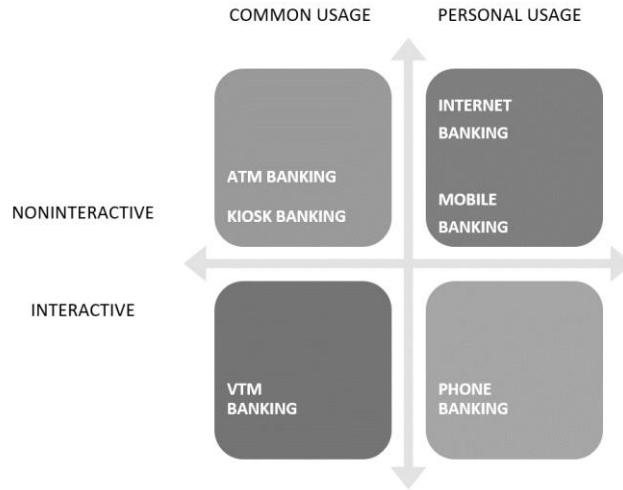


Figure 1. Categorization of Alternative Distribution Channels

The common use smart technologies that are developed and diversified to support many different functions are increasing in importance with COVID-19 (Haapio et al., 2021:4). While these technologies offer significant gains in reducing contact with the bank staff, the most important problem of these channels is the need for more hygienic data entry methods and tools, as discussed above.

The second important effect of COVID-19, seen on smart technologies is developing new tools especially self-service kiosks with new functions. In this regard, the most important behavioral changes were related to the use of cash. Promoting contactless cards and changing daily transaction limits of contactless payment were the most important implications. Meanwhile, a different kiosk solution has been brought up. Pre-paid card sales kiosks, called Reverse ATM, accepting the cash in the hands of the people and dispensing the bank cards to the customer (Muhammad, 2021). This kiosk business model, which was developed before COVID-19, targeted tourists at airports to convert their cash into cards without seeking any foreign currency when they travel to another country, but now this model is a good solution for people who don't want to use cash. Self-service hygienic payment modules which are targeting the same type of customers began to be used for payment and/or change transactions.

3.4. After Service

Surveys should be created not only to measure customer satisfaction, but also to raise awareness of the measures taken by the bank after COVID 19. Instead of long customer satisfaction surveys, visual happiness surveys, which are mainly supported by emoji and visual elements, and visual elements in predominantly digital elements, stand out by evaluating the hedonic dimension.

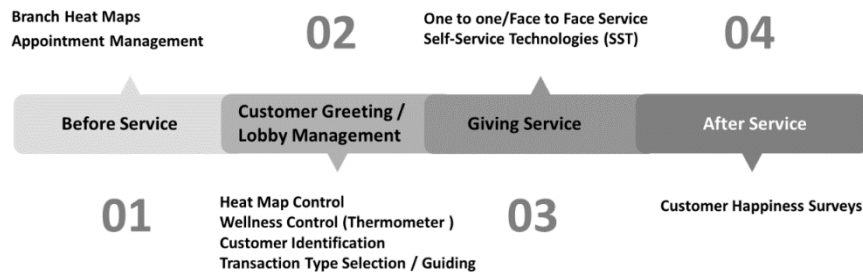


Figure 2. Effects on Banking Service Processes

4. Conclusion

In the last period of the industrial revolution and the transition to the information age, people remained in the “Sales and Promotion” dimension when viewed by sales and customer service. After stepping into the information age, the connections increased environments have changed. In the past, the interaction was physical human-based, and subjective. The relationship with the result was often not clear. The communication, reporting, and intelligence aspects were heavy. After the transition to the understanding of marketing and CRM notion, the interaction moved to the next level to transform into human, digital, and digitally analysed interactions. Then, with the customer being taken to the centre, the instant interaction level has activated. Online, social media, mobile banking, etc. became available before COVID-19 in banking sector. Although there were some improvements for smart technologies, there was a slow progress. ATMs were put in place to provide convenience to the customer and to work 24/7 which means shrink the branch, increase productivity, decrease personnel costs.

The COVID-19 outbreak in 2020 also affected these dynamics, especially in the banking sector (Wójcik & Ioannou, 2020: 394). To adapt to these rapidly changing environments, to show successful performance, it is necessary to turn to the human element, especially customers, to differentiate or differentiate in a competitive environment. Therefore, customer interaction is a factor that increases the competitiveness.

Smart technologies are at automation level at the moment, thus there is no direction to act like a human yet. However, this has become a strength in the current situation. After COVID-19, human beings escaped from human beings due to social distance. Therefore, while the banking sector is struggling to increase human interaction as in other sectors, it is now struggling to reduce contact and interaction time.

Customer interaction is the creation of the right human relations and the conscious evaluation of company processes and products/services, and the integration of information technologies with information processing capacity, as well as customer synergy. First, we tried to explain a customer interaction model to understand why a retail bank customer interact. We tried to explain the interaction process to be revealed with the customer. Then we checked the new smart technologies after COVID-19. In this way, it has been mentioned that it is important to differentiate the business by offering digital and non-digital solutions for the needs and wants of the customers. In

our study, the changes in banking processes, technology and products -which emerged as the reaction after the first shock of COVID-19 and with the transition to normalization have been discussed. In case of pandemic prolongation, these changes will likely be increased and diversified basing on the same factors such as minimum contact, social distance protection and hygiene principles. Rationality and the utility here are to be hygienic and contactless environments for the customers or the less contact operations for the pandemic conditions.

From now on, revealing the innovative and creativity capacities in the triangle of managers, employees and customers will be the effective use of the resources owned by companies and acting in 360 degrees by considering the subject of customer interactions in successful information management practices.

After COVID-19, to supply minimum contact, social distance protection, and hygiene, we need to redesign the banking services by changing the share of bankers and customers about service creation especially with the help of self-service technologies developed for both common use and individual use. This study defines important improvements in terms of operational excellence, safety, and hygiene in a service setting and it needs further empirical analysis. Thus we suggest studies in this context by measuring how smart technologies help retail banks increase their customers' satisfaction and loyalty. Besides studies measuring the improvement in processes like customer greeting and handling, customer requests can be proposed. Another topic for studying might be the increase in the diversity of customer transactions and cross-selling opportunities.

References

- Akbank. (2020). Covid-19 precautions. Retrieved from <https://www.akbank.com/en-us/Content/Pages/Covid-19-Precautions.aspx>
- Alam, I. (2011). Process of customer interaction during new service development in an emerging country. *The Service Industries Journal*, 31(16), 2741–2756.
- Baicu, C. G., Gârdan, I. P., Gârdan, D. A., & Epuran, G. (2020). The impact of COVID-19 on consumer behavior in retail banking. Evidence from Romania. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 15(s1), 534–556. doi:10.2478/mmcks-2020-0031
- Baker, J., Grewal, D., & Parasuraman, A. (1994). The influence of store environment on quality inferences and store image. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(4), 328–339.
- Baker, J., Levy, M., & Grewal, D. (1992). An experimental approach to making retail store environmental decisions. *Journal of Retailing*, 68(4), 445–460.
- Beatty, S. E., Mayer, M., Coleman, J. E., Reynolds, K. E., & Lee, J. (1996). Customer–sales associate retail relationship. *Journal of Retailing*, 72(3), 223–247.
- Bitner, M. J. (1990). Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses. *Journal of Marketing*, 54(2), 69–82.
- Bitner, M. J., Booms, B. M., & Mohr, L. A. (1994). Critical service encounters: The employee's viewpoint. *Journal of Marketing*, 58(4), 95–106.
- Bitner, M. J., Booms, B. H., & Tetreault, M. S. (1990). The service encounter diagnosing favorable and unfavorable incidents. *Journal of Marketing*, 54(1), 71–84.

- Bowden, J. L-H. (2009). The process of customer engagement: A conceptual framework. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 17(1), 63–74.
- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Juric, B., & Ilic, A. (2011). Customer engagement: Conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research. *Journal of Service Research*, 14(3), 252–271.
- Bruhn, M., Schnebelen, S., & Schäfer, D. (2014). Antecedents and consequences of the quality of e-customer-to-customer interactions in B2B brand communities. *Industrial Marketing Management*, 43(1), 164–176. doi:10.1016/j.indmarman.2013.08.008
- Donovan, R. J., & Rossiter, J. R. (1982). Store atmosphere: An environmental psychology approach. *Journal of Retailing*, 58(1), 34–57.
- Elliott, K., Meng, G., & Hall, M. (2012). The Influence of Technology Readiness on the Evaluation of Self-Service Technology attributes and resulting attitude toward technology usage. *Services Marketing Quarterly*, 33(4), 311-329.
- Filotto, U., Caratelli, M., & Fornezza, F. (2021). Shaping the digital transformation of the retail banking industry. Empirical evidence from Italy. *European Management Journal*, 39(3), 366–375. doi:10.1016/j.emj.2020.08.004
- Fisk, B., Brown, S. W., & Bitner, M. J. (1993). Tracking the evolution of the service marketing literature. *Journal of Retailing*, 69(1), 13–60.
- Groenfeldt, T. (2019, April 19). Bank 4.0 will be all-digital, low-overhead, mobile-first [Blog]. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/tomgroenfeldt/2019/04/19/bank-4-0-will-be-all-digital-low-overhead-mobile-first/?sh=574cbfd122ac>
- Gruner, K. E., & Homburg, C. (2000). Does customer interaction enhance new product success? *Journal of Business Research*, 49(1), 1–14.
- Haapio, H., Mero, J., Karjaluoto, H., & Shaikh, A. A. (2021). Implications of the COVID-19 pandemic on market orientation in retail banking. *Journal of Financial Services Marketing*. doi:10.1057/s41264-021-00099-9
- Harris, L. C., & Goode, M. M. H. (2004). The four levels of loyalty and the pivotal role of trust: A study of online service dynamics. *Journal of Retail*. 80(2), 139–158.
- Herington, C., & Weaven, S. (2009). E-retailing by banks: e-service quality and its importance to customer satisfaction. *European Journal of Marketing*, 43(9/10), 1220–1231. doi:10.1108/03090560910976456
- Holbrook, M. B. (2006). Consumption experience, customer value, and subjective personal introspection: an illustrative photographic essay. *Journal of Business Research*, 59(6), 714–725.
- Hollebeek, L. D. (2011). Demystifying customer brand engagement: exploring the loyalty nexus. *Journal of Marketing Management*, 27(7–8), 785–807.
- Hossain, M. A., Dwivedi, Y. K., & Naseem, S. B. (2014). Developing and validating a hierarchical model of service quality of retail banks. *Total Quality Management & Business Excellence*, 26(5-6), 534–549. doi:10.1080/14783363.2013.856545
- Kelley, S. W. (1992). Developing customer orientation among service employees. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 20(1), 27–36.
- Kuveyt Türk. (2020). Coronavirus precautions. Retrieved from <https://www.kuveytturk.com.tr/en/coronavirus-precautions>
- Liao, Z., & Wong, W. K. (2008). The determinants of customer interactions with internet-enabled e-banking services, *Journal of the Operational Research Society*, 59(9), 1201–1210.

- Lusch, R. F., & Vargo, S. L. (2006). Service-dominant logic: Reactions, reflections and refinements. *Marketing Theory*, 6(3), 281–288.
- Machado Nardi, V. A., Jardim, W. C., Ladeira, W., & Santini, F. D. O. (2019). Customer interaction in business relations: A meta-analysis approach. *Marketing Intelligence & Planning*, 38(2), 239–253.
- Martin, C. L., & Pranter, C. A. (1989). Compatibility management: Customer-to-customer relationships in service environments. *Journal of Services Marketing*, 3(3), 5–15.
- Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., & Bitner, M. J. (2000). Self-service technologies: Understanding customer satisfaction with technology-based service encounters. *Journal of Marketing*, 64(3), 50–64.
- Mittal, B., & Lassar, W. M. (1996). The role of personalization in service encounters. *Journal of Retailing*, 72(1), 95–109.
- Moore, R., Moore, M. L., & Capella, M. (2005). The impact of customer-to-customer interactions in a high personal contact service setting. *Journal of Services Marketing*, 19(7), 482–491.
- Muhammad, M. (2021, June 29). What's a reverse ATM? [Blog]. Retrieved from <https://blog.wavetec.com/en/whats-a-reverse-atm>
- Nagar, V., & Rajan, M. V. (2005). Measuring customer relationships: The case of the retail banking industry. *Management Science*, 51(6), 904–919. doi:10.1287/mnsc.1050.0376
- Neslin, S., Shankar, V. (2009). Key issues in multichannel customer management: current knowledge and future directions. *Journal of Interactive Marketing*, 23(1), 70–81.
- Nicholls, R. (2010). New directions for customer-to-customer interaction research. *Journal of Services Marketing*, 24(1), 87–97.
- Nicholls, R. (2011). Customer-to-customer interaction (CCI): A cross-cultural perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(2), 209–223.
- Nüesch, R., Alt, R., & Puschmann, T. (2015). Hybrid customer interaction. *Business & Information Systems Engineering*, 57(1), 73–78. doi:10.1007/s12599-014-0366-9
- Omarini, A. (2015). Introduction: From banking to retail banking. *Retail Banking*, 3–24. doi:10.1057/9781137392558_1
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Pousttchi, K., & Dehnert, M. (2018). Exploring the digitalization impact on consumer decision-making in retail banking. *Electronic Markets*, 28(3), 265–286. doi:10.1007/s12525-017-0283-0
- Q-net. (2021). Queue management system. Retrieved from https://q-net.pro/?gclid=EAIaIQobChMImojt38Tn8gIVxpTVCh1hJw3uEAAYASA_AEgIut_D_BwE
- Qmatic. (2020). Qmatic's response to COVID-19. Retrieved from <https://lp.qmatic.com/covid-19>
- Qmatic. (2021). A complete solution for virtual queuing. Retrieved from <https://lp.qmatic.com/instant-mobile-queue-management-package>
- Reynolds, K. E., & Beatty, S. E. (1999). Customer benefits and company consequences of customer-salesperson relationships in retailing. *Journal of Retailing*, 75(1), 11–32.

- Roy, S. K., Shekhar, V., Lassar, W. M., & Chen, T. (2018). Customer engagement behaviors: The role of service convenience, fairness and quality. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44, 293–304. doi:10.1016/j.jretconser.2018.07.018
- Sashi, C. M. (2012). Customer engagement, buyer-seller relationships, and social media. *Management Decision*, 50(2), 253–272.
- Scanova. (2021). How financial institutions are using QR codes: some diverse use cases. Retrieved from <https://scanova.io/blog/qr-codes-in-financial-institutions/>
- Schaarschmidt, M., Walsh, G., & Evanschitzky, H. (2017). Customer interaction and innovation in hybrid offerings. *Journal of Service Research*, 21(1), 119–134. doi:10.1177/1094670517711586
- Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159–170.
- Solomon, M. R., Surprenant, C. F., Czepiel, J. A., & Gutman, E. G. (1985). A role theory perspective on dyadic interactions: the service encounter. *Journal of Marketing*, 49(1), 99–111.
- Sprott, D., Czellar, S., & Spangenberg, E. (2009). The importance of a general measure of brand engagement on market behavior: development and validation of a scale. *Journal of Marketing Research*, 46(1), 92–104.
- Surprenant, C. F., & Solomon, M. R. (1987). Predictability and personalization in the service encounter. *Journal of Marketing*, 51(2), 86–96.
- Tadic, D., Aleksic, A., Mimovic, P., Puskaric, H., & Misita, M. (2016). A model for evaluation of customer satisfaction with banking service quality in an uncertain environment. *Total Quality Management & Business Excellence*, 29(11-12), 1342–1361. doi:10.1080/14783363.2016.1257905
- Tomazelli, J., Broilo, P. L., Espartel, L. B., & Basso, K. (2017). The effects of store environment elements on customer-to-customer interactions involving older shoppers. *Journal of Services Marketing*, 31(4/5), 339–350.
- Turley, L. W., & Chebat, J.-C. (2002). Linking retail strategy, atmospheric design and shopping behaviour. *Journal of Marketing Management*, 18, 125–144.
- Van Doorn, J., Lemon, K. N., Mittal, V., Nass, S., Pick, D., Pimer, P., & Verhoef, P. C. (2010). Customer engagement behavior: Theoretical foundations and research directions. *Journal of Service Research*, 13(3), 253–266.
- Vandermerwe, S. (2000). How increasing value to customers improves business results. *Sloan Management Review*, 42(1), 27–37.
- Varkevisser, H. (2020, January 22). Queue management systems in banks [Blog]. Retrieved from <https://www.qmatic.com/blog/queue-management-systems-in-banks>
- Verhoef, P. C., Reinartz, W., & Krafft, M. (2010). Customer engagement as a new perspective in customer management. *Journal of Service Research*, 13(3), 247–252.
- Vivek, S. D., Beatty, S. E., & Morgan, R. M. (2012). Customer engagement: exploring customer relationships beyond purchase. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(2), 127–145.
- Wójcik, D., & Ioannou, S. (2020). COVID-19 and finance: Market developments so far and potential impacts on the financial sector and centres. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, 111(3), 387–400. doi:10.1111/tesg.12434

- Wu, C. H.-J. (2008). The influence of customer-to-customer interactions and role typology on customer reaction. *The Service Industries Journal*, 28(10), 1501–1513.
- Yoo, C., Park, J., & MacInnis, D. J. (1998). Effects of store characteristics and in-store emotional experiences on store attitude. *Journal of Business Research*, 42(3), 253–263.

COVID-19 SALGINI SÜRECİNDE TÜKETİCİLERİN YENİ TEKNOLOJİLERİ BENİMSEMELERİNİN TEKNOLOJİ KABUL MODELİ (TKM) ÇERÇEVESİNDE TEMASSIZ TESLİMAT ÖZELİNDE İNCELENMESİ: MOBİL UYGULAMALAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA^(*)

INVESTIGATION OF CONSUMERS' APPROACH OF NEW TECHNOLOGIES IN THE EVENT OF THE COVID-19 EPIDEMIC WITHIN THE FRAMEWORK OF THE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) SPECIFIC TO CONTACTLESS DELIVERY

Yavuz TORAMAN⁽¹⁾, Cenk Arsun YÜKSEL⁽²⁾

Öz: Araştırmanın temel problemi COVID-19 sürecinde yeni teknolojilerin tüketiciler tarafından kullanımının kabulünü veya reddini etkileyen faktörlerin incelenmesidir. Tüketicilerin yeni teknolojileri kabul ve benimseme süreçleri, Teknoloji Kabul Modeli (TKM) literatüründen yararlanılarak incelenmiştir. Tüketicilerin aktif kullanımı ve kullanma niyetleri araştırma modeline dahil edilen değişkenler aracılığıyla açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırma verileri çevrimiçi anket metoduyla toplanmış ve 506 kişilik kullanılabilir örneklem elde edilmiştir. Araştırmada yapısal eşitlik modellemesi kullanılmış olup, öncelikle verilerin geçerlilik güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Değişkenlere ait güvenilirlik ve geçerlilik analizlerinin ardından, araştırma modeline uygun bir şekilde Smart PLS ile yol analizleri yapılmıştır. Araştırma modelinde; aktif kullanım, kullanma niyeti, algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, algılanan uyumluluk ve algılanan güvenlik (teslimat) değişkenleri yer almaktadır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre, aktif kullanımı etkileyen en önemli faktör kullanma niyetidir. Kullanma niyetini etkileyen en önemli etken algılanan faydadır. Araştırmadaki bağımsız değişkenler algılanan kullanım kolaylığı ile birlikte algılanan faydayı pozitif yönde ve anlamlı derecede etkilemiştir. Araştırma modelindeki hipotezlerin çoğunluğu kabul edilmiştir. Araştırmada COVID-19'un da etkisini görmek açısından algılanan güvenlik (teslimat) değişkeni, ilişkide olduğu başta mobil uygulamaları kullanma niyeti olmak üzere tüm değişkenleri pozitif ve anlamlı ölçüde etkilemiştir. Ek olarak, kullanıcıların ürünlerin temassız teslimatı hakkındaki algıları, mobil uygulamaların aktif kullanımı üzerinde dolaylı olarak pozitif yönde bir etki sağlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji Kabul Modeli (TKM), Elektronik Ticaret, Mobil Ticaret, COVID-19, Son Adım Teslimat Lojistiği

Abstract: The main problem of the research is to examine the factors that affect the acceptance or rejection of the use of new technologies by consumers in the COVID-19 process. Consumers' acceptance and adoption processes of new technologies

(*) Bu çalışma, Yavuz Toraman tarafından 2021 yılında Doç. Dr. Cenk Arsun YÜKSEL danışmanlığında İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde hazırlanmış olan “Tüketicilerin Salgın Hastalık (Covid-19) Dönemlerinde Yeni Teknolojileri Benimsemelerinin Teknoloji Kabul Modeli Çerçevesinde İncelenmesi: Hızlı Tüketim Malları Özelinde, Mobil Uygulamalar Üzerine Bir Araştırma” isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

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

⁽¹⁾ Akdeniz Üniversitesi, Uygulamalı Sosyal Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü; yavuztrmn@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5196-1499

⁽²⁾ İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bilim Dalı, Pazarlama Ana Bilim Dalı; cenka@istanbul.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2249-2806

Geliş/Received: 26-04-2021; Kabul/Accepted: 21-12-2021

were examined using the Technology Acceptance Model (TAM) literature. It is aimed to understand the active use and usage intentions of consumers through the variables included in the research model. The research data was obtained from a usable sample of 506 people using the online survey method. Structural equation modeling was used in the research, and firstly, the validity and reliability analyzes of the data were made. After the reliability and validity analyzes of the variables, path analyzes were made with the model Smart PLS. In the research model; active use, intention to use, perceived usefulness, perceived ease of use, perceived compatibility and perceived security (delivery) variables. According to the results obtained from the research, the most important factor affecting active use is the intention to use. The most important factor affecting the intention to use is perceived usefulness. The independent variables in the study significantly and positively affected the perceived usefulness along with the perceived ease of use. In the study, to see the effect of COVID-19, the perceived (delivery) security variable positively and significantly affected all variables, especially the intention to use mobile applications. In addition, users' perceptions of contactless delivery of products indirectly positively affected the active use of mobile applications.

Keywords: Technology Acceptance Model (TAM), Electronic Commerce, Mobile Commerce, Covid-19, Last Mile Delivery Logistics

JEL: M5, M21

1. Giriş

İlkel zamanlardan bu yana insanlar hayatlarını kolaylaştıracak birçok yenilik keşfetmiştir. Söz konusu yeniliklerin faydaları görüldükçe süreç içinde yenilikler ve yeni gelişmeler artış göstermiştir. Dahası teknolojik gelişim süreci insanların davranışlarında değişimlere neden olmuştur. Teknolojik aletlerin yaygınlaşması, internet ağ bağlantılarının gelişmesi aynı zamanda insanların teknolojiye ulaşımının kolaylaşmasıyla birlikte, insanlar fiziksel ortamlardan bağımsız olarak birbirleriyle iletişim kurabilme yetkinliğine teknoloji vasıtasıyla sahip olmuştur.

Teknolojinin gelişmesiyle ticarete üreticiler, toptancılar ve perakendeciler ürün ve hizmetlerini alıcılara ulaştırırken teknolojik alt yapıyı kullanmışlardır. Başlangıçta üretici ve perakendeciler arasında gelişmeye başlayan çevrimiçi (online) ticaret ilerleyen süreçte nihai tüketicilerin de katılımıyla gelişimini sürdürmüştür. Teknolojik gelişmeler hızlı bir şekilde ilerleyişini sürdürürken, tüketicilere ürün ve hizmetlere daha kolay bir şekilde ulaşma imkânı sunulmuştur. Bunlardan bir tanesi de tüketicilerin ürün ve hizmet satın almasına olanak sağlayan mobil elektronik ticaret için oluşturulan mobil uygulamalardır.

Teknoloji gelişim sürecinde perakendecilere nihai tüketiciye mobil uygulamalar vasıtasıyla alışveriş yapabileme imkânı sunmuştur (Toraman, 2021: 83-85). Normal şartlar altında perakendeciler bu hizmeti 2000'li yılların başında sunmalarına rağmen potansiyel tüketiciler kısıtlı bir ilgi göstermiştir. Nedeni insanların teknoloji ile yeni tanışması ve tüketim alışkanlıklarının hızlı bir şekilde değişmemesi olarak açıklanabilir. İnsanların teknolojiye alışması ile birlikte önceleri dayanıklı tüketim malzeme ihtiyaçlarını çevrimiçi kanallar vasıtasıyla temin ederken, COVID-19 salgını süreci ile birlikte insan hayatında karşılaşılan kısıtlamalar sonucunda günlük ihtiyaç malzemeleri de yoğun olarak elektronik ve mobil ticarete konu olmuştur (TÜBA, 2020).

Ticaret Bakanlığı'nın araştırmasına göre salgın sürecinde elektronik ticaret, market alışverişlerinde %423 oranında artış göstermiştir (eticaret.gov.tr). Bu durum tüketicinin salgın hastalık nedeniyle zorunlu olarak görülse de mobil uygulamalar vasıtasıyla alışverişi tercih ettiğini göstermektedir. Bu bağlamda tüketicilerin tercihlerindeki değişiklikler COVID-19 salgınının etkisinin yoğun bir şekilde hissedildiğini göstermektedir. Bu bağlamda tüketicilerin teknoloji kullanımlarındaki motivasyonlarının COVID-19 sürecinden etkilendiği kaçınılmaz bir gerçek olup incelenmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Araştırma TKM çerçevesinde yeni teknolojilerin kabulünde etkili faktörleri incelerken söz konusu teknolojinin COVID-19 salgını sürecindeki kullanımına odaklanması araştırmayı literatürdeki TKM çalışmalarından farklılaştırmaktadır.

Araştırmada elektronik ticareti kullanım bakımından en yoğun ilin İstanbul olması aynı zamanda hızlı tüketim mallarının alışverişine olanak veren mobil uygulamaların da hizmetlerini İstanbul'da yoğunlaştırmaları nedeniyle, COVID-19 sürecinde İstanbul'da yaşayan kişilerin ilgili uygulamaların aktif kullanımı ve kullanım niyetini etkileyen faktörleri açıklamayı amaçlamıştır.

Araştırmanın çıkış noktası artan teknolojik gelişmişlik ve salgın hastalıkların tüketicilerin satın alma davranış biçimlerine etkisini incelemektir. Dahası ilerleyen süreçte kullanımı daha fazla yaygınlaşacağı düşünülen mobil uygulamalar vasıtasıyla alışverişe yönelik nihai tüketicinin algılarını ve kullanma niyetini olumlu veya olumsuz olarak etkileyen etkenleri, değişkenleri ve faktörleri tespit etmektir.

2. Kavramsal Çevre

2.1. Bilgi Teknolojilerinin Kabulüyle İlgili Teorik Modeller

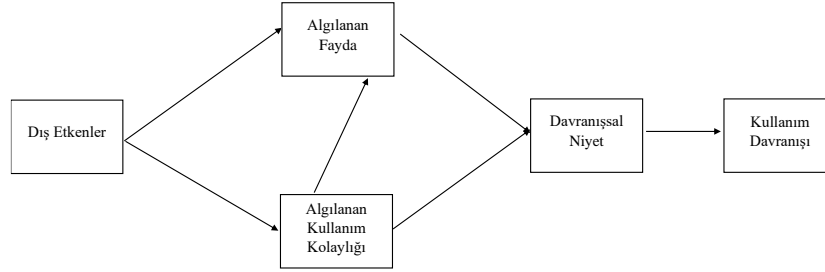
Geçmişten günümüze değin yeni teknolojilerin ortaya çıkışıyla beraber insanların yeni teknolojilere vereceği tepkiler merak ve araştırma konusu olmuştur (Yorulmaz ve Alnıpak, 2020). Yeni teknolojilerin benimsenmesi ile ilgili araştırmaların temelini sosyal psikolojik teoriler oluşturmaktadır. Bu çalışmaların temelini Fishbein ve Ajzen 1975'teki Gerekçeli Eylem Teorisi (GET), oluşturmaktadır. Planlı Davranış Teorisinde (PDT) Gerekçeli Eylem Teorisine ek olarak kişilerin gerçekleştirecekleri eylemlerin, niyet ve davranışını etkilediği varsayılan Algılanan Davranışsal Kontrol değişkeni eklenmiştir. Ajzen'e göre Algılanan Davranışsal Kontrol değişkeni hem davranışsal niyete hem de söz konusu davranışa etki etmektedir (Ajzen, 1991: 7-9).

Teknoloji Kabul Modeli (TKM), (Technology Acceptance Model) Davis'in kurguladığı modelin 4 önemli değişkeninin olduğunu vurgulamaktadır (Davis, 1986: 49-52). Davis, çalışmasının teorik zeminini Gerekçeli Eylem Teorisine dayandırmaktadır. Modelin değişkenleri, aktif kullanımı etkileyen kullanıma yönelik tutum bunun yanı sıra tutum değişkenini etkileyen algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığı değişkenleridir. TKM zaman içerisinde insanların davranışını etkileyen diğer faktörlerin varlığı sebebiyle ve bu konudaki araştırmaların da artmasıyla model genişleyerek günümüze kadar yeni teknolojilerin kabulü konusunda başvurulan önemli yöntemlerden birisi olmuştur.

2.1.1. Teknoloji Kabul Modeli (TKM)

Teknoloji Kabul Modelinin (TKM) teorik temelini çoğunu sağlayan, Fishbein ve Ajzen'in 1975'te yayınlamış olduğu Gerekçeli Eylem Teorisidir (Davis, 1986: 49-52). Teknoloji kullanımı 2000'li yılların öncesinde genellikle çalışma hayatında yoğun olarak kullanıldığı için, Teknoloji Kabul Modeli (TKM) dönemin şartları gereği iş hayatında aktif teknoloji kullanan kişilerin teknoloji kullanım davranışlarını anlamaya yöneliktir.

Fishbein modelinden yola çıkarak Davis kurguladığı modelini şu şekilde ifade etmektedir. Aktif Kullanım, bir kişinin işi gereğince kendisine sunulmuş sistemi veya teknolojiyi doğrudan kullanmasını ifade eder (Davis, 1986: 59-60).



Kaynak: (Vankatesh ve Davis, 1996: 451-481).

Şekil:1 Teknoloji Kabul Modeli (TKM)

Davis'in Teknoloji Kabul Modelinin (TKM), değişkenleri, Algılanan Fayda, Algılanan Kullanım Kolaylığı, Kullanıma Yönelik Tutum ve Aktif Kullanım olmak üzere sıralanabilir. Modelin içindeki değişkenlerin tanımları ve Davis'in çalışması sonucu ulaştığı bulgulara aşağıda yer verilmiştir.

Aktif Kullanım, hedefe, eyleme ve içeriğe göre özel olup tekrarlanan davranış olarak tanımlanmaktadır (Davis, Bagozzi ve Warshaw 1989: 988). Aktif kullanım zamana göre değişiklik göstermektedir (Davis, 1986: 58-59). Davis'in çalışması sonucunda aktif kullanımın, algılanan fayda değişkeninden hem dolaylı hem de doğrudan etkilendiği tespit edilmiştir. TKM'ye göre algılanan kullanım kolaylığı ve faydaya dayalı olarak aktif kullanımı tahmin etmek için yaygın olarak kullanılmaktadır (Vankatesh ve Davis, 1996: 474-476).

Algılanan Fayda, kullanıcının belirli bir sistemi kullanmasının iş performansını artıracağına inanma derecesidir (Davis, 1986: 64-72). Davis'in çalışması sonucunda algılanan faydanın, aktif kullanımı etkilemesini kullanıma yönelik tutum aracılığı ile gerçekleştirmesi beklenmesine rağmen, bunun yerine algılanan fayda, tutum yoluyla dolaylı etkisine ek olarak aktif kullanım üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olduğu da gözlemlenmiştir. Algılanan fayda, belirli bir teknolojik sistemin kişilerin iş performansının artacağına inancını ifade etmektedir (Chen ve Barnes, 2007: 28-39).

Algılanan Kullanım Kolaylığı, kişinin belirli bir sistemi kullanmanın fiziksel ve zihinsel olarak iş yükünün hafifleyeceğine inanma derecesidir (Davis, 1986: 64-67).

Algılanan kullanım kolaylığının, algılanan fayda üzerinde doğrudan etkiye sahip olduğu varsayılmaktadır. Çünkü diğer tüm şartlar eşit olduğunda iş performansının artmasına neden olarak fayda sağlayacaktır. Sistem kullanacak kişi, işini sistemi kullanarak kolaylık elde ederse daha verimli hale gelecektir (Davis, 1986: 88-91). Örneğin, kişinin muhasebe işlemlerinde kullanacağı bilgisayar programının kendisine sağlayacağı olumlu veya olumsuz iş yüküne inanma derecesidir.

Davis'in çalışmaları sonucunda Teknoloji Kabul Modeli ortaya çıktıktan sonra model farklı değişkenler eklenerek genişletilmiştir. Genişletilen modelde Kullanma Niyeti değişkeni aktif kullanımın en iyi açıklayıcısı olmuştur (Davis, 1989: 335-336). Teknoloji Kabul Modelinin (TKM) Aktif Kullanım değişkeninin ana belirleyicisi olarak Niyet değişkeni varsayılmıştır. Niyet, etkilendiği diğer değişkenler vasıtasıyla aktif kullanımın ana belirleyicisi olduğu hipotezi desteklenmiştir (Davis vd., 1989: 990). Araştırmada bu nedenle Tutum değişkeni yerine Kullanma Niyeti değişkeni modele dahil edilmiştir.

Araştırmadaki bağımsız değişkenler ise literatürde TKM'nin gelişmiş versiyonlarında kullanılmış olan Algılanan Uyumluluk ve COVID-19 salgını sürecine uyarlanan Algılanan (Teslimat) Güvenlik değişkenleridir.

Algılanan uyumluluk bir yeniliğin mevcut değerler, davranış kalıpları ve deneyimlerle uzlaştırabilirliğini kapsamaktadır. Algılanan Uyumluluk, yeniliklerin benimsenmesinin insanların yaptıklarıyla uyumlu olduğuna inanma derecesidir (Karahanna, Straub ve Chervany 1999). Uyumluluk Rogers'a göre, bir yeniliği kullanmanın mevcut sosyokültürel değerler, inançlar, geçmiş ile birlikte şimdiki deneyimler ve ihtiyaçlar ile tutarlı olduğu derece olarak tanımlanan çok boyutlu bir yapıdır. Uyumluluk bir yeniliği benimseyen kişinin mevcut alışkanlıkları ile ne ölçüde örtüştüğüdür (Plouffe, Hullah, ve Vandenbosch 2001: 216-219). Uyumluluk, algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığının kişilerin kullanım davranışlarında etkili olduğu çalışmalar sonucu ortaya çıkmıştır (Karahanna vd., 1999: 208-211). Araştırmalar, algılanan uyumluluğun hem teknolojiyi kullanmaya yönelik tutuma hem de algılanan faydaya olumlu etkilerinin olduğunu göstermektedir. Yüksek uyumluluğa sahip bir sistemin kullanıcılarının işlem süreçlerini etkili bir şekilde kolaylaştıracağı ve performansını iyileştireceğine inanılmaktadır (Schierz, Schilke ve Wirtz 2010: 213-216).

Algılanan güvenlik, kişinin yeni teknolojileri kullanımının hiçbir güvenlik veya tüketicilerin kişisel bilgilerinin gizliliğine tehdit olmayacağına inanma derecesidir (Wu ve Wang, 2004: 727-729). Güvenlik konusu genelde banka veya ödeme işlemleri ile ilgili çalışmalarda kullanılmaktadır. Fakat araştırma salgın hastalık döneminde tüketicilerin davranışlarını anlamaya çalıştığı için, pandemi dönemindeki güvenlik algılarının teslimat güvenliği çerçevesinde tüketici davranışlarına etkisini inceleyecektir. Araştırmada algılanan güvenlik, perakendecilerin mobil uygulamalar vasıtasıyla yaptığı satışlarda temassız ödeme ve temassız teslimat gibi uygulamalarının tüketicinin salgın hastalıklar sürecinde önem vereceği konular arasında görülerek araştırmaya dahil edilmiştir.

2.2. Perakendecilik ve Elektronik Ticaret

Perakendeciler nihai tüketicinin ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetlerin ulaştırılması için dağıtım kanallarında yer almıştır (Rosenbloom, 2007: 338-339). Geleneksel perakendecilik normal şartlar altında fiziksel alanlarda mağaza ve dükkanlarda yapılmaktadır. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte nihai tüketiciye ulaşmak şirketler için daha kolay bir hal almış olup, geleneksel olarak tüketiciye ulaştırılan ürünlerin yanı sıra çevrimiçi kanallar perakende sektörünü değişikliğe uğramasına neden olmuştur (Kotler, 2011: 132-135). Perakendeciler çevrimiçi kanallar ile fiziksel ortamlara bağlı kalmadan çok uzak noktalara ürün ve hizmet götürebilmektedir. Bunun yanında çevrimiçi kanallar fırsatlar sunarken beraberinde bazı yeni karmaşıklıkları da getirmiştir (Agatz, Fleischmann ve Van Nunen 2008: 339-343). Perakendeciler hem teknoloji sayesinde elde ettikleri avantajları kullanmış hem de karşılaştığı yeni süreçleri yürütmüştür.

2.2.1. Perakendecilik

Perakendecilik, tüketicilerin bireysel olarak mal ve hizmet alış faaliyetlerini kapsamaktadır. Üreticilerin ürettiği mal ve hizmetlerin nihai tüketici ile buluşmasındaki son aşama perakendeciliktir (Vaja, 2015: 62-63). Perakendecilik, nihai tüketici pazarlarında bulunarak satış işlemini gerçekleştirmek olarak tanımlanabilir (Ecer ve Canitez, 2004: 77-78). Perakendecilik, esas olarak diğer şirketlerden ürün satın aldıktan sonra söz konusu ürünleri herhangi bir işleme tabi tutmadan nihai tüketiciye satışı gerçekleştirmektir. Ayrıca ürün satışına bağlı hizmetleri sunarak müşteri memnuniyetini sağlamaya çalışmaktadır (Zentes, Morschett ve Schramm-Klein 2017: 228-230). Perakendeciler, nihai tüketicilerin satın alma sonrası memnuniyetine, karar verme ve satın alma süreçlerinin tamamında etkin rol oynamaktadır (Grewal ve Levy, 2007: 459).

Perakendecilik, geçmişten günümüze geldiğimiz süreçte üreticilerin ürünlerini nihai tüketici ile buluşturmasında önemli rol oynamıştır. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte, perakendeciler satışlarını çevrimiçi ortamlardan yapma fırsatı bulmuştur. Teknoloji ile birlikte perakendecilik değişime uğrayarak gelişmeye devam etmiştir. Son dönemde COVID-19 ile birlikte perakendecilik sektörünün hızlı tüketim mallarının alışverişi alanında, mobil perakendecilik önceki dönemlere göre daha fazla yer edinmiştir. Pandemi süreci devam ettikçe hızlı tüketim mallarının mobil ve elektronik ticaretinin artarak devam edeceği, tüketicilerin eskisi kadar alışveriş yapma sürelerinin olmadığı (alışveriş alanlarının açılış kapanış sürelerinde kısıtlama) ve bazı sağlık nedenlerinden dolayı insanların mağazalardan alışveriş yapmaktan kaçınmaları düşünülmektedir.

2.2.2. Elektronik Ticaret (Perakendecilik)

Teknolojinin gelişmesiyle ve dot.com çılgınlığı sonrasında perakendecilerin çevrimiçi kanallar vasıtasıyla tüketiciye ulaşabilme kolaylığı ortaya çıkmıştır. Perakendeciler söz konusu çevrimiçi kanalları 2000'li yılların başından itibaren aktif bir şekilde kullanmaya devam etmektedirler (Rosenbloom, 2007: 327-328). Teknolojinin gelişmesiyle perakendeciler elektronik ortamlarda tüketiciler ile buluşma fırsatı bulmuştur. Teknolojik gelişmelerin çok dinamik bir sürece sahip olmaları, elektronik perakendecilik ortamında perakendecileri teknolojiyi yakından takip etmek zorunda bırakmıştır (Chen ve Barnes, 2007: 21-36). İnternet teknolojisi her geçen gün daha hızlı bir şekilde gelişmektedir. İnternetin gelişmesiyle en çok

etkilenen sektörlerin başında perakendecilik gelmektedir (Mols, 2000: 7-18). İnternet teknolojisi çoğu endüstriyi etkileyen devrim niteliğinde bir teknolojik gelişmedir. Elektronik ticaret, internet aracılığıyla ürün ve hizmetlerin satın alınması, ödemesinin yapılması, geri iade edilme işlemleri gibi birden çok işlemi ifade etmektedir (Nisara ve Prabhakar, 2017: 134-144). Tüketicilerin internete karşı tutumları çevrimiçi kanallar vasıtasıyla alışverişlerine etki etmektedir (Şekerkaya ve Yüksel, 2002: 7-19).

Araştırmanın bu kısmında teknolojik gelişmelerin elektronik perakendeciliğe etkisi incelenecektir. Devamında ise araştırmanın alanlarından olan COVID-19 sürecinin etkileri de mobil ve elektronik ticaret ile ilişkisi açısından ele alınacaktır.

2.2.2.1 Mobil Ticaret (Perakendecilik)

Teknolojinin gelişmesiyle teknolojik aletler boyutsal olarak küçülmüştür. İnsanların yanlarında taşıyabilecekleri boyutlara geldiği süreçte ve sonrasında mobil teknolojinin kullanımı yaygınlaşmıştır.

Kablosuz internet teknolojisinin gelişmesiyle birlikte cep telefonlarından internete erişim kolaylaşmıştır. Bu kolaylık, ticarete telefonların da yer almasına neden olmuştur. Mobil telefon ve internet teknolojisinin gelişmesi mobil ticaret platformlarını oluşturulmuştur (Barnes, 2002: 91-108). Mobil perakendecilik, elektronik perakendeciliğin bir alt kümesi olarak görülebilir. Mobil perakendecilik, mobil bir uygulama üzerinden gerçekleştirilen parasal değeri olan işlemi ifade eder (Ngai ve Gunasekaran, 2007: 3-15). Mobil ticaret alternatif bir çevrimiçi alışveriş biçimi olarak hızla gelişimini sürdürmektedir (Zentes vd., 2017: 228-229). Birçok yeni mobil uygulama ve mevcut elektronik ticaret uygulamaları mobil perakendecilik için değiştirilebilir (Varshney ve vd., 2000: 32-38). Uzun süredir mobil ticaret esas olarak cep telefonlarıyla ilişkilendirilirken, günümüzde akıllı telefonlar veya tabletler gibi taşınabilir dijital cihazlar mobil alışverişte önemli hale gelmiştir (Zentes vd., 2017:130-132).

Perakendeciler, mobil ticaret sektöründe hızlı tüketim mallarının nihai tüketicilere sunulmasında ve ulaştırılmasında birden fazla kanal kullanmaktadır. Bunlardan birincisi, tüketicilerin mobil alışveriş yapmasına imkân sağlayacak, bağımsız şirketler ile anlaşma yaparak perakendecilerin mobil alışveriş hizmeti sunmasıdır. İlki Mobil alışverişe imkân sağlayan mobil uygulama ve dağıtım alt yapısı anlaşma yapılan bağımsız şirketlerce yürütülmektedir. Örnek olarak, Trendyol ve Hepsiburada mobil ticaret uygulamaları gösterilebilir.

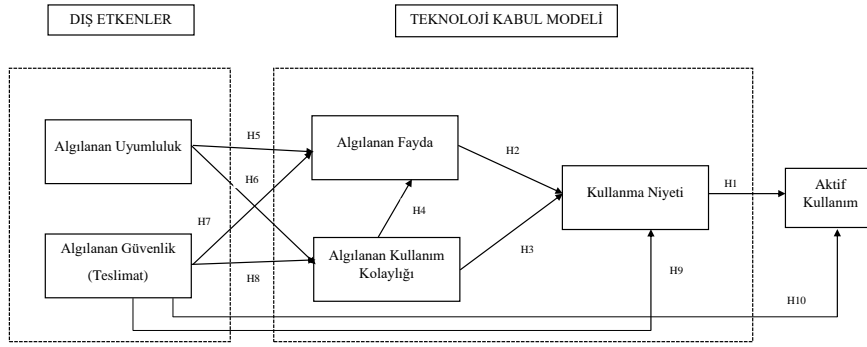
İkincisi, geleneksel perakendecilerin yani hali hazırda fiziksel ortamlarda perakendecilik yapan şirketlerin kendi mobil ticaret alt yapılarını oluşturarak aynı zamanda dağıtımını sağlamak suretiyle mobil alışveriş olanağı sunmasıdır. Örnek olarak, A-101 Kapıda, Cepte ŞOK, Migros Hemen, Migros Sanal Market, Onur Market, Macro Online, Özdilek Sanal Market ve CarrefourSA olarak sıralanabilir.

Üçüncüsü ise fiziksel bir mağazası olmadan tüketicilere sadece çevrimiçi kanallar vasıtasıyla ve kendi dağıtım elemanları ile mobil alışveriş imkânı sunulmasıdır. Örnek olarak, İstegelsin, Getir, Yemek Sepeti Banabi ve Glovo, vb. olarak sıralanabilir.

Araştırmada, hızlı tüketim mallarının alışverişine olanak tanıyan mobil uygulamaların kullanımı pandemi döneminin de etkisiyle Teknoloji Kabul Modeli çerçevesinde incelenecektir.

3. Model ve Hipotezler

Sekil 2’de araştırma modeli gösterilmiştir. Model orijinal TKM’ye ek olarak araştırmanın amaç ve hedeflerine uygun olarak bağımsız değişkenler eklenerek oluşturulmuştur. Modele eklenen değişkenler için literatürden faydalanılmıştır.



Şekil 2: Araştırma Modeli

Araştırma Hipotezleri

H1: Mobil Uygulama Kullanma Niyetinin Aktif kullanım üzerinde etkisi vardır.

Kullanım niyeti araştırmada dört değişken ile ölçülmektedir. Ölçek ifadeleri Wu ve Wang (2004), Davis (1989), Venkatesh ve Davis (2000)'in çalışmalarında kullandıkları ölçeklerden uyarlanmıştır. Kullanım Niyeti (KN) değişkeninin alt boyutları aşağıdaki gibidir.

- Hızlı tüketim mallarının satın alınmasında Mobil Uygulamaları kullanmayı düşünürüm.
- Muhtemelen yakın zamanda Hızlı tüketim mallarının satın alınmasında Mobil Uygulamaları kullanırım.
- Hızlı tüketim mallarının satın alınmasında Mobil Uygulamaları kullanmak isterim.
- Hızlı tüketim mallarının satın alınmasında Mobil Uygulamaları kullanmayı planlıyorum.

H2: Algılanan Faydanın Hızlı Tüketim Mallarının alışverişinde Mobil Uygulama Kullanma Niyetine etkisi vardır.

Algılanan fayda araştırmada dört değişken ile ölçülmektedir. Ölçek ifadeleri Wu ve Wang (2004), Schierz vd. (2010), Davis (1989) ve Davis (1986)'in çalışmalarında kullandıkları ölçeklerden uyarlanmıştır. Algılanan Fayda (AF) değişkeninin alt boyutları aşağıdaki gibidir.

- Hızlı tüketim mallarının satın alınmasında Mobil Uygulamalar, alışveriş yapmak için kullanışlı bir yoldur.
- Hızlı tüketim mallarının satın alınmasında Mobil Uygulamaları kullanmak alışverişi kolaylaştırır.
- Hızlı tüketim mallarının satın alınmasında Mobil Uygulamaları kullanmak, alışverişin daha hızlı bitmesini sağlar. (örneğin, alışveriş için markete gitmeden ürün satın almak).
- Hızlı tüketim mallarının satın alınmasında Mobil Uygulamaları kullanmak, tüketici olarak seçeneklerimi artırır (örneğin, aynı anda birden farklı mağazada alışveriş yapmamı sağlar).

H3: Algılanan Kullanım Kolaylığının Hızlı Tüketim Mallarının alışverişinde Mobil Uygulama Kullanma Niyetine etkisi vardır.

H4: Algılanan Kullanım Kolaylığının, Algılanan Fayda üzerinde etkisi vardır.

Algılanan kullanım kolaylığı araştırmada dört değişken ile ölçülmektedir. Ölçek ifadeleri Wu ve Wang (2004), Schierz vd. (2010), Davis (1989), Venkatesh ve Davis (2000) ve Taylor ve Todd (1995)'in çalışmalarında kullandıkları ölçeklerden uyarlanmıştır. Algılanan Kullanım Kolaylığı (AKK) değişkenin alt boyutları aşağıdaki gibidir.

- Hızlı tüketim mallarının satın alınmasında Mobil Uygulamaları kullanma konusunda beceri kazanmak kolaydır.
- Hızlı tüketim mallarının satın alınmasında Mobil Uygulama yöntemini kullanmak açık ve anlaşılardır.
- Hızlı tüketim mallarının satın alınmasında Mobil Uygulamaları kullanmak için gerekli adımları takip etmek kolaydır.
- Hızlı tüketim mallarının satın alınmasında Mobil Uygulamaları kullanmak kolaydır.

H5: Algılanan Uyumluluğun, Algılanan Fayda üzerinde etkisi vardır.

H6: Algılanan Uyumluluğun, Algılanan Kullanım Kolaylığı üzerinde etkisi vardır.

Algılanan uyumluluk, araştırmada üç değişken ile ölçülmektedir. Ölçek ifadeleri Wu ve Wang (2004), Schierz vd. (2010), Plouffe vd. (2001) ve Moore ve Benbasat (1991)'in çalışmalarında kullandıkları ölçeklerden uyarlanmıştır. Algılanan Uyumluluk (AU) değişkenin alt boyutları aşağıdaki gibidir.

- Hızlı tüketim mallarının satın alınmasında Mobil Uygulamaları kullanmak, yaşam tarzıma uygundur.
- Hızlı tüketim mallarının satın alınmasında Mobil Uygulamaları kullanmak, benim ürün ve hizmet satın alma tarzıma uygundur.
- Alternatif alışveriş şekilleri (örneğin, Pazar veya market alışverişinin fiziksel olarak yapılması) yerine hızlı tüketim mallarının satın alınmasında Mobil Uygulamaları kullanmaktan memnun olurum.

H7: Algılanan Teslimat Güvenliğinin, Algılanan Fayda üzerinde etkisi vardır.

H8: Algılanan Teslimat Güvenliğinin, Algılanan Kullanım Kolaylığı üzerinde etkisi vardır.

H9: Algılanan Teslimat Güvenliğinin, Hızlı Tüketim Mallarının alışverişinde Mobil Uygulama Kullanma Niyeti etkisi vardır.

H10: Algılanan Teslimat Güvenliğinin, Hızlı Tüketim Mallarının alışverişinde Mobil Uygulama Aktif Kullanımına etkisi vardır.

Ölçek ifadeleri Wu ve Wang, (2004), Pavlou (2001) ve Pavlou (2003)'in çalışmalarında kullandıkları ölçeklerden uyarlanmıştır. Algılanan (Güvenlik) Teslimatının (AGT) değişkenin alt boyutları aşağıdaki gibidir.

- Mobil Uygulamalar aracılığı ile hızlı tüketim mallarının alışverişi sonrasında ürünlerin temassız teslimatını güvenli bulurum.
- Mobil Uygulamaları aracılığı ile hızlı tüketim mallarının alışverişi sonrasında ürünlerini temassız ödemeyi teslimatta güvenli bulurum.
- Mobil Uygulamaları aracılığı ile hızlı tüketim mallarının alışverişi sırasında üçüncü kişilerin ürünlere teması olmadığı için teslimatı güvenli bulurum.

4. Örneklem Yöntem ve Analiz Sonuçları

4.1. Örneklem Seçimi

Araştırmanın içeriği itibariyle ana kütle mobil (akıllı) cihaz kullanıcıları, 18 yaş ve üzeri bireylerden oluşmaktadır.

Kolayda örnekleme, araştırma örneğine seçilecek olan kullanıcılarından sadece ulaşılabilir olanların araştırma örneği kapsamına dâhil edilmesini içerir (Kurtuluş, 2010: 112). Araştırmada ana kütlelerin yapısı, veri toplamanın zorluğu, yüksek maliyetler, COVID-19 sürecinden kaynaklanan kısıtlamalar ve yeterli zaman olamaması nedeniyle araştırmanın kapsamı olan İstanbul'da yaşayan tüm kişilere ulaşmak mümkün olmamıştır. Söz konusu nedenlerden dolayı, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden birisi olan kolayda örnekleme kullanılmıştır. Çalışmanın örnekleme yöntemi; tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örneklemedir (Özdamar, 2004: 84).

Araştırmanın hazırlanış kısmı bittikten sonra anket uygulamaları Google Formlar aracılığıyla 10.02.2021 – 30.02.2021 tarihleri arasında toplanmıştır.

Anket formu toplamda 5 bölümden ve 30 ölçek maddesinden oluşmaktadır. Giriş kısmında ise 2 soru sorulmuş olup mobil cihaz kullanmayan kişiler anketi, sorularını cevaplamadan sonlandıracaktır. İkinci bölümde ise hızlı tüketim mallarının satın alınmasında kullanılan mobil uygulamalar özelinde sorular sorulmuştur. Üçüncü bölümde 5'li Likert tipi oluşturulan 30 soru sorulmuştur.

4.2. Analiz Yöntemi

Literatürdeki diğer teknoloji kabul model çalışmaları incelenmiş olup, birden fazla değişkenin birden fazla olan ilişkisi anlaşılmasına çalıştığı modellerde yapısal eşitlik modellemesi (YEM) kullanılmıştır. Araştırma modelinde de bağımlı bağımsız ve

aracı değişkenlerin varlığı göz önünde bulundurulduğunda, tüketicilerin yeni teknolojilere karşı algılarını anlayabilmek adına modeldeki bağımlı, aracı ve bağımsız değişkenlerden elde edilen verilerin analizi için yapısal eşitlik modellemesinden (YEM) faydalanılmıştır (Hair vd., 2017: 208-210). Literatürden faydalanarak oluşturulan model, İstanbul'da yaşayan 506 kişiden alınan yanıtlardan elde edilen sonuçlar SmartPLS yazılımı kullanarak En Küçük Kareler Yöntemi-Yapısal Eşitlik Modellemesi (EKK-YEM) metodu ile analizler yapılmıştır.

Araştırmada ilk olarak modeldeki değişkenleri ifade eden alt boyutları yani ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri Smart PLS programından faydalanılarak ortaya konmuştur. Faktör analizi sonucunda algılanan risk değişkeninin faktör yükleri, kompozit güvenilirliği ve ortalama varyans değeri (AVE) değerleri istenen seviyelerden düşük çıktığı için modelden çıkarılmıştır. Smart PLS programının son sürümü olan Smart PLS 3 uygulaması araştırmanın analizinde kullanılmıştır. Sırasıyla araştırmaya katılan kişilerin demografik özellikleri ile ilgili bilgiler verilmiştir (Hair vd., 2017: 210). Araştırmanın içeriğine uygun mobil uygulamalar ile ilgili sorulara verilen yanıtlar grafikler aracılığıyla gösterilmiştir. Araştırma modelinin güvenilirlik ve geçerliliğinden emin olunduktan sonra yol analizi yapılarak hipotezler test edilmiştir. Son olarak tüketicilerin hızlı tüketim mallarının alışverişinde kullandıkları mobil uygulamalara yönelik aktif kullanım, kullanma niyeti, tutum ve algılanan fayda değişkenlerinin doğrudan ve dolaylı olarak etkilendikleri diğer değişkenler analiz sonuçlarına göre belirtilmiştir.

4.3. Analiz Sonuçları

Araştırmaya konu olan hızlı tüketim mallarının alışverişinin imkanını sağlayan mobil uygulamalar, akıllı telefon ve tabletler aracılığı ile kullanılacağından ve bu duruma ek olarak COVID-19 sürecinin devam ediyor olması anketin çevrim içi ortamda dağıtılmasını gerektirmiştir. Araştırmaya dahil olan 506 katılımcının Demografik Bilgileri Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1: Araştırmaya Dahil Olan Katılımcıların Demografik Bilgileri

Kategori		Frekans	Yüzde %
Cinsiyet	Kadın	283	56,3
	Erkek	223	43,7
Yaş	20 ve altı	55	10,9
	21-29	313	61,6
	30-39	89	17,9
	40-49	34	6,8
	50-59	13	2,4
	60 ve üstü	2	0,4
Medeni Durum	Evli	93	18,3
	Bekar	413	81,7
Gelir Durumu	2000 ₺'den az	158	31,2
	2000₺-4000₺	126	24,9
	4001₺-6000₺	97	19,3
	6001₺-8000₺	59	11,5
	8001₺ ve üstü	66	13,1
Eğitim Durumu	İlkokul	1	0,1
	Ortaokul	5	1
	Lise	108	21,5
	Önlisans	43	8,5
	Lisans	223	43,8
	Yüksek Lisans	99	19,7
	Doktora	27	5,4

Araştırmaya katılan kullanıcıların, demografik bilgileri Tablo 1'de gösterilmektedir. Araştırmaya katılanların Kadın-Erkek oranı birbirine yakın olarak sayılabilecekken, yaş, medeni, gelir ve eğitim durumlarında farklılıklar olduğu gözle görülmektedir.

4.3.1. Model Değişkenlerinin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Tablo 2: Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri Sonuçları

Değişken	Göstergeler	Faktör Yükleri	Ortalama	Standart Sapma	Cronbach's Alpha	Kompozit Güvenilirliği	Ortalama Varyans Değeri (AVE)
Algılanan Fayda	AF1	0.915	3.982	0.929	0.907	0.935	0.783
	AF2	0.929	3.974	0.942			
	AF3	0.871	3.960	1.019			
	AF4	0.820	3.945	0.998			
Algılanan Güvenlik	AGT1	0.889	3.842	0.957	0.884	0.928	0.812
	AGT2	0.959	3.911	0.936			
	AGT3	0.937	3.708	0.985			
Algılanan Kullanım Kolaylığı	AKK1	0.927	4.063	0.920	0.946	0.962	0.862
	AKK2	0.936	4.028	0.871			
	AKK3	0.943	4.055	0.883			
	AKK4	0.887	4.073	0.874			
Algılanan Uyumluluk	AU1	0.930	3.725	1.064	0.912	0.945	0.851
	AU2	0.875	3.698	1.077			
	AU3	0.897	3.553	1.124			
Kullanım Niyeti	KN1	0.918	3.957	0.999	0.949	0.963	0.868
	KN2	0.935	3.836	1.051			
	KN3	0.938	3.881	0.999			
	KN4	0.935	3.808	1.051			
AktifKullanım	AK	1.000	4.028	1.716	1.000	1.000	1.000

İstanbul'da yaşayan tüketicilerden, araştırma kapsamında toplanan veriler incelenmiştir. Smart PLS çıktıları Tablo 2'de araştırma Faktör Analizi, Cronbach's Alpha, Kompozit Güvenilirlik ve Ortalama Varyans Değeri (AVE) sonuçları ile birlikte değişkenlerin ortalamaları ve standart sapmaları ile ilgili değerler verilmiştir. Araştırmanın AVE değeri 0,50'nin Kompozit Güvenilirlikleri 0,70'in ve Cronbach's Alpha değerlerinin 0,70'in üzerinde olduğundan güvenilirlik ve geçerlilik istenilen düzeydedir. (Hair vd., 2017: 315-318).

Tablo 3'te Fornell-Lacker Kriteri Tablosu AVE değerlerinin karekökü olup, değişkenler arası korelasyonu ifade etmektedir. Modelde bulunan değişkenler bulunduğu sütunda en yüksek değeri, AGT'nin 0.901, AF'nin 0,885 AKK'nın 0,928 AU'nun 0,922 ve KN'nin ise 0,932'dir. Bu değerler ışığında ayrıştırıcı geçerliliğin de sağlandığı görülmektedir (Hair vd., 2017: 320-321).

Tablo 3: Fornell-Lacker Kriteri Tablosu, Değişkenler Arası Korelasyon Analizi Sonuçları

	Aktif Kullanım	Algılanan (Teslimat) Güvenlik	Algılanan Fayda	Algılanan Kullanım Kolaylığı	Algılanan Uyumluluk	Kullanma Niyeti
Aktif Kullanım	1.000					
Algılanan (Teslimat) Güvenlik	0.263	0.901				
Algılanan Fayda	0.193	0.713	0.885			
Algılanan Kullanım Kolaylığı	0.186	0.648	0.791	0.928		
Algılanan Uyumluluk	0.315	0.697	0.725	0.612	0.922	
Kullanma Niyeti	0.355	0.688	0.751	0.652	0.762	0.932

4.3.2.Yapısal Model

Araştırma modelinin güvenilirlik ve geçerlilik analizlerinden tatmin edici sonuçlar elde edilmiştir. Sonraki adımda araştırmanın yapısal model değerlendirilmesine geçilmiş olup, araştırmanın yapısal model çıktıları tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4: Yapısal Modele Ait Çıktılar

Hipotez	İlişki	Yol Katsayısı	t değeri	p değeri	p<0,05 Hipotez Desteklendi mi?
H1	KN->AK	0.332	5.349	0.000	Evet
H2	AF->KN	0.470	6.712	0.000	Evet
H3	AKK->KN	0.089	1.584	0.113	Hayır
H4	AKK->AF	0.486	9.630	0.000	Evet
H5	AU->AF	0.294	5.768	0.000	Evet
H6	AU->AKK	0.311	5.489	0.000	Evet
H7	AGT->AF	0.193	3.846	0.000	Evet
H8	AGT->AKK	0.431	7.103	0.000	Evet
H9	AGT->KN	0.296	4.620	0.000	Evet
H10	AGT->AK	0.034	0.565	0.572	Hayır

p<0,05 değer aralığında anlamlıdır.

Araştırma modelinde 10 adet hipotez bulunmaktadır. İlgili Hipotezlerden H3'ün (p=0.113) ve H10'un 0.572 p değerleri incelendiğinde anlamlı bir sonuç elde

edilememiştir. Tablo 4'te görüleceği üzere p değerleri incelendiğinde araştırma hipotezlerinin büyük çoğunluğu kabul edilmiştir.

Tablo 5: Değişkenlere Ait R² Değerleri

	R ²	Radj ²
Aktif Kullanım	0.127	0.124
Algılanan Fayda	0.735	0.734
Algılanan Kullanım Kolaylığı	0.470	0.468
Kullanım Niyeti	0.614	0.612

Araştırma modelinin AK'nın R² değeri 0.127'dir. KN'nin ise R² değeri 0.614'tür. Kullanım niyeti değişkeninin R² değeri aktif kullanımdan daha yüksek çıktığı görülmektedir. İlgili değişkenin R² değeri bağımsız değişkenler tarafından açıklanma yüzdesini ifade etmektedir. AK'nın R² değerinin düşük olması nedeniyle araştırmada Kullanma niyeti özelinde bir değerlendirme gerçekleştirilmesi daha sağlıklı sonuçlar alınmasını sağlayacaktır. Ajzen'e göre kişinin davranışının en büyük öncülü söz konusu davranışa yönelik niyettir. Bu nedenle kullanıcıların niyetinin ölçümü ve analizi de araştırmanın amaçlarına uygundur.

5. Sonuç ve Değerlendirme

Günümüzde teknolojinin hızlı gelişim gösterdiği bir süreçten geçilmektedir. Her gün yeni teknolojik ürün veya hizmet tüketicilerin kullanımına sunulmaktadır. Teknolojinin bu denli hızlı gelişim göstermesi tüketicilerin yeniliklere ve yeni teknolojilere karşı olan algılarında önemli bir yer tutmaktadır.

Teknolojinin gelişiminin yanı sıra 2020'nin başlarında ortaya çıkan COVID-19 salgını ile birlikte tüketicilerin hayatına giren kısıtlamalar teknolojinin daha sık kullanılmasına neden olmuştur. Araştırmaya konu olan mobil uygulamalar COVID-19 sürecinde tüketicilerin hayatına daha hızlı bir şekilde nüfuz etmiştir. Araştırma, salgın hastalıklar döneminin etkisiyle birlikte tüketicilerin yeni teknolojilerin kullanımına yönelik algılarını anlamak, aktif kullanımlarını ve kullanma niyetlerini anlamlandırıp açıklamaktadır.

Literatürden faydalanarak oluşturulan model, İstanbul'da yaşayan 506 kişiden alınan yanıtlardan elde edilen sonuçlar SmartPLS yazılımı kullanarak EKK-YEM metodu ile analizler yapılmıştır. Araştırma analizleri sonucunda 10 hipotezden, H3 ve H10 hipotezleri dışındaki tüm hipotezler desteklenmiştir.

Aktif kullanıma etki eden en önemli değişken kullanma niyeti olarak görülse de modeldeki diğer değişkenler dolaylı olarak etkilemiştir. Araştırma sonuçlarına göre aktif kullanımı açıklayan en önemli değişken kullanma niyettir. (Davis, vd., 1989: 324-325).

Tüketicilerin bir ürünü veya hizmeti kullanma niyetlerinin literatürdeki diğer çalışmalara da bakılarak, algılanan faydadan etkilendiği söylenebilir (Vankatesh ve Davis, 1996: 470-472). Önceki çalışmalarında olduğu gibi araştırma sonuçlarına göre, tüketicilerin mobil uygulamaları kullanma niyetlerini etkileyen en önemli etken söz konusu uygulamalara karşı algıladıkları faydadır. Tüketiciler kendilerine

pozitif anlamda değer katmayacak bir ürün veya hizmeti denemek için bile olsa aksiyonda bulunmayacakları düşünüldüğünde söz konusu mobil uygulamaların tüketicilerin hayatını alışveriş anlamında kolaylaştıracak içerikleri barındırmasını sağlamak literatürdeki diğer çalışmalar ve analiz sonuçlarına göre gereklidir denilebilir (Vankatesh ve Davis, 1996, Wu ve Wang, 2004, Schierz vd., 2010).

Tüketicilerin günlük alışverişlerini yaptıkları uygulamalardan algılandıkları fayda oldukça önemlidir. İçinde bulunulan son süreçte pandemi etkisi göz önünde bulundurulduğunda algılanan teslimattaki güvenlik ve algılanan uyumluluk ve algılanan mobil uygulamalardan algılandıkları faydayı etkilemektedir.

TKM modelinin içinde bulunan algılanan kullanım kolaylığı, direkt ve dolaylı olarak algılanan faydayı etkileyen en önemli etkidir. Buradan tüketicinin günlük alışverişinde kullanacağı mobil uygulamaları kolay ve rahat kullanabilmesi söz konusu uygulamadaki etkinliğini artıracığı devamında ise algılayacağı faydayı önemli ölçüde etkilediği söylenebilir. Mobil uygulamaların algılanan kullanım kolaylığı, kullanma niyetini ve aktif kullanımı dolaylı olarak etkileyen en önemli ikinci faktördür. (Vankatesh ve Davis, 2000: 199-201).

Algılanan uyumluluk değişkeni Schierz ve arkadaşlarının çalışmasından farklı bir noktada kullanılmıştır. Fakat ilgili değişken uyumlu olarak algılanan faydayı ve algılanan kullanım kolaylığı değişkenini pozitif etkilemiştir. Ayrıca algılanan fayda üzerinden de dolaylı olarak kullanma niyeti ve aktif kullanımı etkilemiştir (Schierz vd., 2010: 209-212).

Araştırmanın literatürde diğer çalışmalardan farklılaşmasını sağlayan bağımsız değişken algılanan teslimat güvenliğidir. Bu bağlamda araştırma algılanan güvenlik (teslimat) değişkeni modelde ilişkili olduğu diğer tüm değişkenleri pozitif yönde etkilemiştir. Aktif kullanıma ise dolaylı olarak da pozitif etki göstermiştir. COVID-19 etkisini sürdürürken tüketicilerin bireysel olarak aldıkları önemlerle birlikte hükümetler de ülkelerinde salgının yayılmasını durdurmak adına çeşitli önlemler almakta ve kısıtlamalar getirmektedir. Bu gibi durumlar göz önünde bulundurulduğunda tüketicilerin günlük alışverişlerini fiziksel mağaza veya marketlere gitmeden yapabilme fırsatı sunan mobil uygulamalar önem kazanmıştır. Mobil uygulamalardan alışverişin, ödeme yapıp tamamlanması sonrasında ise tüketicilerin evlerine gelen ürünlerin temassız bir şekilde teslimatının yapılmasının COVID-19 kuralları gereği temastan kaçınıldığından dolayı ayrıca tüketicilerin ilgisini çekmiş olarak görülmektedir.

Teknoloji gelişimini hızla sürdürürken “Metaverse ve blokzincir teknolojisi” gibi sistemlerin insan hayatına girmesiyle tüketiciler alışveriş süreçlerini çevrim içi ortamlarda farklı bir deneyim ile gerçekleştirebilecektir (Toraman, 2021: 128). Gelecekte temassız teslimat ve ödeme sistemleri gelişimini sürdürürken aynı zamanda temassız çevrim içi alışveriş ile tüketicilerin buluşması çok uzak olmayan bir zamanda gerçekleşeceği düşünülmektedir.

Referanslar

- Agatz, N. A., Fleischmann, M. & Van Nunen, J. A. (2008). E-fulfillment and multi-channel distribution—a review. *European Journal of Operational Research*, 187(2), 339-356.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50(2), 179–211.
- Barnes, S. J. (2002). The mobile commerce value chain: Analysis and future developments. *International Journal of Information Management*, 22(2), 91-108.
- Chen, Y. H. & Barnes, S. (2007). Initial trust and online buyer behaviour. *Industrial Management & Data Systems*. 107(1), 21–36.
- Davis, F. D. (1986). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results* (Doctoral dissertation). Massachusetts Institute of Technology, Massachusetts.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P. & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Ecer, H. F. ve Canitez, M. (2004). *Pazarlama ilkeleri*. Ankara: Gazi kitabevi.
- Grewal, D. ve Levy, M. (2007). Retailing research: past, present, and future. *Journal of Retailing*, 83(4), 447-464
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M. and Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modelling (Pls-Sem) (2.nd Ed.)* Los Angeles: Sage publication.
- Karahanna, E., Straub, D. W. & Chervany, N. L. (1999). Information technology adoption across time: A cross-sectional comparison of pre-adoption and post-adoption beliefs. *MIS Quarterly*, 183-213.
- Kotler, P. (2011). Reinventing marketing to manage the environmental imperative. *Journal of Marketing*, 75(4), 132–135.
- Kurtuluş, K. (2010). *Araştırma yöntemleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Mols, N. P. (2000). The internet and services marketing – The case of danish retail banking, *Internet Research*, 10(1), 7-18.
- Moore, G. C. & Benbasat, I. (1991). Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation. *Information Systems Research*, 2(3), 192-222.
- Ngai, E. W. & Gunasekaran, A. (2007). A review for mobile commerce research and applications. *Decision Support Systems*, 43(1), 3-15.
- Nisar, 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(5), 135–144.
- Özdamar, K. (2004). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi*. Ankara: Kaan Kitabevi.
- Schierz, P. G., Schilke, O. & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), 209-216.
- Pavlou, P. (2001). Integrating trust in electronic commerce with the technology acceptance model: model development and validation. *Amcis 2001 Proceedings*, 159.

- Pavlou, P. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model, *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134.
- Plouffe, C. R., Hulland, J. S. ve Vandenbosch, M. (2001). Research report richness versus parsimony in modeling technology adoption decisions— Understanding merchant adoption of A Sma. *Systems Research* 12(2), 208-222.
- Rosenbloom, B. (2007). The Wholesaler's role in the marketing channel: Disintermediation vs. reintermediation. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 17(4), 327–339.
- Siau, K., Lim, E.-P. & Shen, Z. (2001). Mobile commerce. *Journal of Database Management*, 12(3), 4–13.
- Şeker kaya A. K. ve Yüksel C. A. (2002). Tüketicilerin internete karşı tutumlarına göre kümeler halinde incelenmesi. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 31(2), 7-29.
- Taylor, S. ve Todd, P. (1995a). Assessing it usage the role of prior Experience, *Mis Quarterly*, 19(4), 561-570.
- Toraman, Y. (2021). COVID-19 sürecinde tam kapanma kararının tüketici davranışlarına etkisi: E-ticaret özelinde incelenmesi. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 2(1), 81-95.
- Toraman, Y. (2021). E-para ve tokenler (dijital Türk akçesi) ile borçlanma: dijital Türk lirası (dtl) üzerine bir çalışma. *Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 124-134. DOI: 10.47257/busad.1020347
- TÜBA (2020). *Küresel salgın değerlendirme raporu Türkiye Bilimler Akademisi TÜBA*.
- Vaja, M. B. R. (2015). Retail management. *International Journal of Research and Analytics Reviews*, 2(1), 22-28.
- Varshney, U., Vetter, R. J. & Kalakota, R. (2000). Mobile commerce: A new frontier. *Computer*, 33(10), 32–38.
- Venkatesh, V. ve Davis, F. D. (1996). A model of the antecedents of perceived ease of use: Development and test. *Decision Sciences*, 27(3), 451-481.
- Venkatesh, V. ve Davis, F. D. (2000). A Theoretical extension of the technology Acceptance model: Four longitudinal field studies, *Management Science*, 46(2), 186-204.
- Wu, J. ve Wang, S. (2004). What drives mobile commerce?: An empirical evaluation of the revised technology acceptance model. *Information & Management*, 42(5), 719-729.
- Yorulmaz, M. ve Alnıpak, S. (2020). Yönetici düzeyindeki gemi adamlarının elektronik seyir teknolojileri kullanımının teknoloji kabul modeli ile incelenmesi. *Opus Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(29), 1928–1954.
- Zentes, J., Morschett, D. & Schramm-Klein, H. (2017). Cross-channel retailing. in *Strategic Retail Management* içinde (95-114 ss.). Springer Gabler, Wiesbaden.

COVID-19 PANDEMİSİ SIRASINDA BIST 100, FTSE 100, NIKKEI 225 VE S&P 500 ENDEKSLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

AN APPLICATION ON BIST 100, FTSE 100, NIKKEI 225 AND S&P 500 INDICES DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Keziban YILMAZ⁽¹⁾, Ayça Hatice ATLI⁽²⁾

Öz: COVID-19 salgını, 21. yüzyılın en önemli krizlerinden biridir. Bu çalışma, 11 Mart 2020 ile 31 Aralık 2020 arasındaki salgın döneminde BIST 100, FTSE 100, NIKKEI 225 ve S&P 500 borsa endekslerinin davranışlarını incelemeyi, endekslerin salgına nasıl tepki verdiğini araştırmayı amaçlamıştır. Bu bağlamda, borsa endeksleri getirileri için Box-Jenkins modelleri ile ARCH/GARCH ailesinden beş model kullanılmıştır. Performans değerlendirmelerine göre, BIST 100 ve NIKKEI 225 endeksleri için ARCH; FTSE 100 ve S&P 500 endeksleri için EGARCH modeli en uygun model olarak belirlenmiştir. Ayrıca, her endekse ilişkin optimum model parametreleri kullanılarak örneklem dışı performans değerlendirmesi de sağlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Değişen Varyans, Getiri Serisi, Zaman Serileri Analizi

Abstract: The COVID-19 pandemic is one of the most significant crises of the 21st century. This study aimed to examine the behavior of the BIST 100, FTSE 100, NIKKEI 225 and S&P 500 stock indices during the pandemic period between March 11, 2020, and December 31, 2020 and investigate the reaction of indices to the pandemic. In this context, Box-Jenkins models and five models from the ARCH/GARCH family were utilized for the stock indices return. According to performance evaluations, the most appropriate model for BIST 100 and NIKKEI 225 indices was ARCH and the one for FTSE 100 and S&P 500 indices was EGARCH. In addition, optimum model parameters for each index were used to enable out-of-sample performance evaluation.

Keywords: Heteroscedasticity, Return Series, Time Series Analysis

JEL: C13, C22, C51, C52, G17

⁽¹⁾ Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstatistik Anabilim Dalı; kezibanyilmaz@usr.aku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2548-9231

⁽²⁾ Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İstatistik Bölümü; aturkan@aku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4375-9733

1. Giriş

COVID-19 salgını, 2021 yılının ilk ayı itibariyle dünya çapında 86 milyondan fazla vaka sayısına ulaşmış; 1,5 milyondan fazla can kaybına neden olmuştur. Salgın, yalnızca milyonlarca enfeksiyona ve ölüme neden olmakla kalmayıp, aynı zamanda küresel ekonomide, nihai etkileri henüz netlik kazanmasa da benzeri görülmemiş bir ölçekte yıkıcı ekonomik etkiler yaratabileceğini göstermiştir. Borsa endeksleri, içerdikleri bileşenlere yani ilgili borsada işlem gören belirli şirketlere bağlı olarak hesaplanan, ülke ekonomisi ile ilgili, hisse senedi piyasasının genel durumu ve hareketi ile ilgili önemli göstergelerdir. Doğal afetler, savaş, siyasi karışıklıklar, iktisadi gelişmeler, Covid-19 pandemi süreci gibi istikrarsızlık dönemleri, borsa endekslerinde önceden tahmin edilmesi mümkün olmayan değişimlere neden olurlar. Gerek yatırımcılar gerek araştırmacılar yaşanan bu değişen davranışı bilmek, kontrol etmek ve modellemek isterler.

Alanyazında, finansal zaman serisi tahmin yöntemleri teknik analiz, zaman serisi analizi ve makine öğrenimi şeklinde üç kategoride (Hellström ve Holmström, 1998) ya da tek değişkenli veya çok değişkenli analiz olarak iki kategoride değerlendirilmiştir (Zhong ve Enke, 2017). Tek değişkenli analizde, yalnızca finansal zaman serisinin kendisi girdi olarak kabul edilirken, çok değişkenli analizde teknik göstergeler veya ekonomik değişkenler gibi geniş bir yelpazedeki girdi değişkenleri söz konusudur. Hisse senedi piyasalarını analiz etmek amacıyla başvuru bir takım tek değişkenli istatistiksel yaklaşım, otoregresif hareketli ortalama (ARMA), otoregresif entegre hareketli ortalama (ARIMA) gibi Box-Jenkins modellerine; genelleştirilmiş otoregresif koşullu değişen varyans (GARCH) gibi otoregresif koşullu değişen varyans modellerine dayanmaktadır. Ayrıca, finansal araçlardan borsa endeksleri çok sayıda bireysel hisse senedi içermeleri yüzünden ve herhangi bir hisse senedi hareketi yerine daha geniş piyasa hareketlerini ortaya koyduklarından, modellenmeleri alanyazında geniş yer bulmaktadır.

Wang, Guo, Niu ve Cao (2009), yirmi yıllık S&P 500 ve Dow Jones Sanayi endeksi verilerini modellemek için ARMA-GARCH modeli oluşturmuşlardır. GARCH geleneksel modeli ile karşılaştırmasını da sundukları çalışmalarının deneysel sonuçları, ARMA-GARCH modelinin veriler için daha uygun olduğunu ortaya koymuştur. Jiang (2012) HANG SENG, NIKKEI, FTSE100, S&P 500 ve NASDAQ endekslerine ait günlük verileri kullanarak, normal ve t dağılımı altında üstel GARCH (EGARCH), GARCH ve GJR-GARCH (Glosten, Jagannathan ve Runkle GARCH) oynaklık modellerinin performanslarını incelemiştir. Beş küresel borsa endeksi arasından NIKKEI, FTSE 100, S&P 500 ve NASDAQ endeksleri için belirlediği normal dağılım altında GJR-GARCH modellerinin tahmin performanslarının daha iyi olduğunu göstermiştir. Eryılmaz (2015) BİST-100 endeksine ait getiri oynaklığını modellemek amacıyla ARCH, EGARCH, GARCH ve eşik değerli ARCH (TARCH) modellerini kullanmıştır. BIST-100 getiri serisi için en uygun modelin EGARCH olduğu sonucuna varmıştır. Ayrıca, BİST-100 için kaldıraç etkisinin önemli olduğunu, piyasaları etkileyen olumsuz haberlerin de oynaklığı artırdığını, endeks oynaklığının süreklilik gösterdiğini tespit etmiştir. Değirmenci ve Akay (2017) döviz kuru, BIST 100 endeksi, haftalık petrol ve altın fiyatları öngörüsünde Box-Jenkins modelleri ve EGARCH, ARCH, GARCH modellerini uygulamışlardır. BIST 100 endeksi için t dağılımlı AR-EGARCH modelini en iyi performans gösteren model olarak belirlemişlerdir. Rostan, Rostan ve Nurunnabi (2020) ARIMA modeline dayalı başarılı ve orijinal bir endeks ticaret

stratejisi göstermişlerdir. Çalışmanın bulguları, ARIMA'nın S&P 500 endeksini tahmin etmek için geçerli bir yöntem olduğunu ve endeks ticaretine uygulama bağlamında GARCH modelinden üstün olduğunu ortaya koymuştur.

Peters (2001) DAX 30 ve FTSE 100 endekslerine ait on beş yıllık günlük verileri kullanarak üç dağılımla (t dağılımı, çarpık t dağılımı, normal dağılım) asimetrik üssel ARCH (APARCH), EGARCH, GARCH ve GJR modellerine ilişkin tahmin performansını incelemiştir. APARCH ve GJR modellerinin simetrik GARCH'a göre daha iyi tahminler sağladığını belirlemiştir. Ayrıca çalışmada, örneklem dışı sonuçlar, üstün tahmin kabiliyetine dair daha az kanıt gösterse de, örnek içi sonuçlar normal olmayan dağılımların, normal dağılımdan daha iyi olduğunu ortaya koymuştur. Yılmaz (2006) Hizmet endeksi, Mali endeks ve İMKB 100 endeksini Box-Jenkins ve koşullu değişen varyans modelleriyle incelemiştir. Srinivasan (2011), S&P 500 endeksine ilişkin günlük verileri kullanarak getirilerinin oynaklığını modellemeye ve tahmin etmeye çalışmıştır. Bu amaçla, EGARCH, GARCH ve eşik değerli GARCH (TGARCH) tahmin modellerini ele almıştır. Değerlendirme ölçütlerinin büyük bir bölümüne dayanarak, kaldıraç etkisinin varlığına rağmen simetrik GARCH modelinin S&P 500 endeks getirisinin koşullu varyansını tahmin etmede asimetrik GARCH modellerinden daha iyi performans gösterdiğini belirtmiştir. Kutlar ve Torun (2013) getiri ve risk arasındaki ilişkiyi günlük İMKB 100 endeksi verileri üzerinden araştırmışlardır. Çalışmanın ilk aşamasında, günlük getiri serileri için ortalama ARCH (ARCH-M), EGARCH, GARCH, GJR ve TGARCH modellerini ele almış, endeks için en uygun modeli TGARCH olarak tespit etmişlerdir. Ayrıca kaldıraç etkisinin görüldüğünü ve kötü haberlerin volatilitiyi artırdığını belirtmişlerdir. Małecka (2014) oldukça değişken dönemlerde ve istikrar dönemlerinde piyasa oynaklığını tanımlamak ve tahmin etmek için GARCH modellerinin performansının karşılaştırmalı bir analizini sunmayı amaçlamıştır. Ekonomik kriz bağlamında model özelliklerini ele alırken zaman serilerini üç alt döneme ayırmıştır. Ayrıca, modellerin performansları, aralarında FTSE 100 ve NIKKEI 225 endeksinin de olduğu, her biri altı endeks içeren iki pazar grubundaki endeksler üzerinde değerlendirilmiştir. Mutunga, Islam ve Orawo (2015) finansal getiri oynaklığının modellenmesinde ve tahmininde, tahmin fonksiyonları yöntemini uygulamışlardır. Bu kapsamda yaklaşımda, NIKKEI 225 ve S&P 500 endeksi veri setleri için GJR-GARCH ve EGARCH modelleri kullanılmıştır. Dikkate alınan tahmin dönemi boyunca, çeşitli ölçütler göz önüne alındığında, oynaklığı tahmin etmede genel olarak EGARCH modelinin nispeten daha iyi performans gösterdiği söylenmiştir. Gulay ve Emec (2018) logaritmik ve aritmetik BIST 100 getiri serisi ile S&P 500 getiri serisi üzerinde oynaklık tahmini için, EGARCH, GARCH ve GJR-GARCH modellerini de içeren model performans karşılaştırmaları sunmuşlardır.

Bu çalışma kapsamında, Covid-19 süresince S&P 500, NIKKEI 225, FTSE 100 ve BIST 100 endekslerinin hareketlerini araştırmak için Box-Jenkins ve ARCH/GARCH ailesi modellerine odaklanılmıştır. Endeksleri modelleyerek, oluşturulan modellerin karşılaştırmalı performanslarını incelemek, ayrıca bu istikrarsızlık döneminde şokların endeksler üzerindeki etkisini araştırmak amaçlanmıştır. Bu amaçlarla sonraki bölümde, veri toplama yöntemine, veri ön işleme sürecine, modellere ilişkin bilgilere ve değerlendirmeler için yararlanılan istatistiksel ölçülere yer verilmektedir. Üçüncü bölümde ise çalışmanın bulgularına yer verilmiş, dördüncü bölümle çalışma sonuçlandırılmıştır.

2. Materyal ve Metot

2.1. Araştırma Verisi

Çalışma kapsamında, Dünya Sağlık Örgütünün koronavirüs salgını küresel bir pandemi olarak ilan ettiği 11 Mart 2020'den 31 Aralık 2020 tarihine kadar S&P 500, NIKKEI 225, FTSE 100 ve BIST 100 endeksleri günlük serileri, logaritmik fark alınarak getiri serilerine dönüştürülmüştür. BIST 100 endeksi verileri Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası; S&P 500, NIKKEI 225 ve FTSE 100 endeksleri verileri Yahoo Finance web sitesinden sağlanmıştır. Her bir endekse ait veri setinin %20'si test ve %80'i eğitim için ayrılmıştır. BIST 100 endeksi Borsa İstanbul'da, FTSE 100 endeksi Londra, NIKKEI 225 endeksi Tokyo ve S&P 500 endeksi New York borsasında işlem gören hisse senetlerinden oluşmaktadır. Londra borsası Avrupa'nın, Tokyo borsası Asya'nın, New York borsası dünyanın en büyük borsasıdır.

2.2. Box-Jenkins Modelleri ve Modellerin İnşası

Doğrusal ve tek değişkenli Box-Jenkins modellerinden durağan otoregresif (AR), hareketli ortalama (MA) ile ARMA, trendi olan ve fark alma işlemiyle durağan hale dönüştürülebilir ARIMA ile mevsimsellik unsuru içerip mevsimsel fark alma işlemi ile durağan hale dönüştürülebilir SARIMA modelleriyle, zaman serileri modellenilebilir. Doğrusal ve durağan bir süreç olan, kendi gecikmeleriyle ve tüm gecikmelerindeki sabit ve sonlu ölçülebilir μ ortalaması ile yazılabilen AR(p) süreci aşağıdaki gibi ifade edilir:

$$y_t = \mu + \phi_1(y_{t-1} - \mu) + \phi_2(y_{t-2} - \mu) + \dots + \phi_p(y_{t-p} - \mu) + \varepsilon_t. \quad (1)$$

Burada ε_t ; 0 ortalamalı ve σ^2 sabit varyanslı korelasyonsuz rasgele değişkenleri göstermektedir. Model, B gecikme operatörü yardımıyla aşağıdaki gibi gösterilir:

$$\phi(B)(y_t - \mu) = \varepsilon_t. \quad (2)$$

Burada $By_t = y_{t-1}$ ve $\phi(B) = 1 - \phi_1B - \phi_2B^2 - \dots - \phi_pB^p$ dir. AR(p) karakteristik denklemi:

$$\phi(z) = 1 - \phi_1z - \phi_2z^2 - \dots - \phi_pz^p = 0 \quad (3)$$

şeklindedir. Denklemin köklerinin birim çember dışında yer alması durumunda AR(p) sürecinin durağan olduğu söylenir (Zivot ve Wang, 2006: 69; Sevüktekin ve Nargeleşkenler, 2010: 150). AR(p) sürecinin durağan olması için $\phi_1 + \phi_2 + \dots + \phi_p < 1$ ve $|\phi_p| < 1$ eşitsizliklerinin sağlanması gerekmektedir (Cryer ve Chan, 2008: 76).

Zaman serileri bazı durumlarda ε_t cari ve $\varepsilon_{t-1}, \varepsilon_{t-2}$ gibi geçmiş artıklarıyla açıklanabilir. ε_t artıkları; 0 ortalamalı ve σ^2 sabit varyanslı korelasyonsuz rasgele değişkenler olmak üzere, artıklar ve artıkların gecikmeleriyle açıklanabilen MA(q) süreci,

$$y_t = \mu + \varepsilon_t + \theta_1\varepsilon_{t-1} + \theta_2\varepsilon_{t-2} + \dots + \theta_q\varepsilon_{t-q} \quad (4)$$

şeklindedir. MA(q) süreci durağandır ve eşitlikte yer alan $\theta_1, \theta_2, \dots, \theta_q$ katsayıları sonludur. MA(q) sürecinin tersine çevrilebilir olması için,

$$\theta(z) = 1 + \theta_1z + \theta_2z^2 + \dots + \theta_qz^q = 0 \quad (5)$$

karakteristik polinomunun kökleri birim çemberin dışında yer almalıdır (Zivot ve Wang, 2006: 73; Sevüktekin ve Nargeleçekenler, 2010: 161).

Doğrusal ve durağan zaman serileri hem kendi gecikme değerleri hem de artık ve artık gecikmeleriyle ifade edilebilir. Seri, AR ve MA süreci özelliklerini birlikte barındırdığında, ARMA(p, q) sürecinin

$$y_t = \mu + \phi_1(y_{t-1} - \mu) + \dots + \phi_p(y_{t-p} - \mu) + \varepsilon_t + \theta_1\varepsilon_{t-1} + \dots + \theta_q\varepsilon_{t-q} \quad (6)$$

ile ifade edilmesi mümkün olur. ARMA süreci, bünyesinde barındırdığı AR sürecinin durağan ve MA sürecinin tersine çevrilebilir olmasını ister. AR sürecinin durağan olması için $\phi(z) = 0$, MA sürecinin de tersine çevrilebilir olması için $\theta(z) = 0$ karakteristik denklemlerinin köklerinin birim çemberin dışında yer alması gerekmektedir (Zivot ve Wang, 2006: 74-75).

Box-Jenkins modelleri yardımıyla modellemeden önce birinci aşamada, seri için bir takım tanımlayıcı istatistikler belirlenir ve serinin normallik sınaması yapılır. Normallik sınaması amacıyla Jarque-Bera testine yaygın olarak başvurulmaktadır. Jarque-Bera testi serinin normal dağılıma uyan çarpıklık ve basıklığa sahip olup olmadığına dair bir uyum iyiliği testidir. Daha sonra seri durağanlığı araştırılır ve bunun için zaman serisinin kendi gecikmeleri ile olan ilişkisini ölçen otokorelasyon fonksiyonu (ACF) kullanılır. Gecikmelerde sıfır otokorelasyondan sapmaları tespit etmek için Ljung-Box Q istatistiğine başvurulmaktadır. Ljung-Box testi, k gecikmesine kadar olan otokorelasyonların sıfıra eşit olduğu, diğer bir ifadeyle, veri değerlerinin rasgele ve belirli bir gecikme sayısına kadar bağımsız olduğu hipotezini test eder. Dolayısıyla, Ljung-Box Q istatistiği belirtilen kritik değerden daha büyük olduğunda, bir veya daha fazla gecikme için otokorelasyonlar, değerlerin rasgele olmadığını ve zaman içinde bağımsız olmadığını gösterecek şekilde sıfırdan önemli ölçüde farklıdır. Otokorelasyon deseni, önemli bir Ljung-Box Q istatistiği ile belirgin olur. Ayrıca, karesel getiriler için Ljung-Box Q istatistiğinin ham getirilerden daha büyük olması, değişen varyansı işaret etmektedir (Jasic ve Wood, 2004: 287).

Zaman serilerinin analizinde Box-Jenkins modellerinin kullanılabilmesi için serilerin durağan olması, mevsimsellik ve trend unsurlarını barındırmamaları gerekmektedir. Trend, bir serinin ortalama değerinde ve/veya varyans değerinde bir değişiklik şeklinde görünür. Trende sahip bir seri, değişen bir ortalamaya sahip olduğundan durağan değildir (Sevüktekin ve Nargeleçekenler, 2010: 12, 234). Seri dönemsel davranışlar ya da belirli bir döngüsellik gösteriyorsa mevsimsellik içerir ve durağan olmaz (Özmen, 1986: 6; Tsay, 2010: 81; Montgomery, Jennings ve Kulahci, 2015: 48). Eğer serilerde mevsimsellik ve trend varsa serilerin mevsimsellikten ve trendden arınması sağlanmalıdır. Bunun için fark alma işlemine başvurulur. Mevsimsellik ve trend içeren serinin bu bileşenlerini ele almanın yolu, önce mevsimsellik sonra trend unsuru için fark almaktır. (Sevüktekin ve Nargeleçekenler, 2010: 243; Montgomery vd., 2015: 52). Bu unsurların varlığını araştırmak amacıyla seriye ait grafikten, ACF ve PACF grafiklerinden ve birtakım testlerden faydalanılır. Mann-Kendall (MK) ile Cox-Stuart (CS) testleri (Cox ve Stuart, 1955; Hipel ve McLeod, 1994: 864-865) serilerde trendin varlığını araştırmak amacıyla, Kruskal Wallis (KW) testi ile Friedman Rank (FR) testi (Friedman, 1937; Kruskal ve Wallis, 1952) ise serilerde mevsimselliği araştırmak amacıyla yaygın olarak kullanılmaktadır. Zaman içinde sabit ortalama ve/veya sabit varyansa sahip olmayan zaman serisinin durağan olmadığı, bir birim köke sahip olduğu söylenir.

Durağanlık; Augmented Dickey Fuller (ADF), Philips Perron (PP) ve Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin (KPSS) testleri kullanılarak test edilir. Augmented Dickey Fuller ve Philips Perron testlerinde, test edilecek sıfır hipotezi, dizide bir birim kök olduğu (yani dizinin durağan olmadığı), alternatif hipotez ise birim kök olmadığı yönündedir. Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin testinde ise Augmented Dickey Fuller ve Philips Perron birim kök testlerinden farklı olarak serinin birim kök içermediği hipotezi test edilir.

ARMA(p, q) modeli için uygun p, q gecikmelerini tespit etmek amacıyla otokorelasyon fonksiyonu ve kısmi otokorelasyon fonksiyonu (PACF) hesaplanmakta, grafiklere başvurulmaktadır. Bu yaklaşım yaygın olsa da, bu işlemler özel bir AR veya MA bileşeninin önemini azaltabilir veya artırabilir. Bu yüzden değişen AR ve MA derecelerinde ARMA modelleri incelenmektedir. ARMA modeline ilişkin en iyi modelin seçimi ise, Bayes bilgi kriteri (BIC) ile Akaike bilgi kriteri (AIC) kullanılarak yapılmaktadır.

Parametreleri tahmin edilen ARMA modelinin yeterliliğini araştırmak amacıyla artıkların analizine başvurulmakta, gereklilik durumunda potansiyel iyileştirmeler önerilmektedir. Artıklar incelenirken, modellerin değişen varyans probleminden, bir otokorelasyon probleminden veya her iki problemde de muzdarip olup olmadığına bakılır. Bir otokorelasyon problemi varsa hata terimlerinin zamanla ilişkilendirildiği anlamına gelir, değişen varyans problemi varsa hata terimlerinin sabit olmayan varyansa sahip olduğu anlamına gelir. Bu çalışmada, modeldeki artık terimlerinin arasında otokorelasyon yapısı olup olmadığını belirlemek amacıyla Ljung-Box Q istatistiğinden, değişen varyans problemi olup olmadığını araştırmak için ise Breusch-Pagan değişkenlik testinden faydalanılmıştır. Breusch-Pagan (BP) testinin sıfır hipotezi; hata terimlerinin sabit varyanslı olduğu, alternatif hipotezi ise hata terimlerinin sabit varyanslı olmadığı şeklindedir (Song, 2012). Ayrıca, model artıklarının ACF ve PACF grafikleri, histogramı, normal QQ grafiği, gözlem değerlerine karşı artık değerlerini ve tahmin değerlerine karşı artık değerlerini gösteren grafikler yardımıyla, oluşturulan ARMA(p, q) modellerinin veriyi temsil edip etmediği değerlendirilir (Montgomery vd., 2015: 371-372).

2.3. Koşullu Değişen Varyans Modelleri ve Modellerin İnşası

Box-Jenkins modelleri, zaman içinde varyanstaki değişikliği modellemez. Ancak azalan bir trendde, sistematik bir şekilde varyansın azaldığı serilerdeki gibi, varyanstaki değişiklik zamanla ilişkilendirilebilirse, koşullu değişen varyans modelleri ya da başka bir deyişle otoregresif koşullu değişen varyans (autoregressive conditional heteroskedasticity/ARCH) modelleri yardımıyla modelleme yapılabilir. Modelleme aşamasından önce, zaman serilerinde doğrusallık ve ARCH etkisinin varlığına ilişkin testler gerçekleştirilir. Üzerinde çalışılan veriyi temsil eden en iyi ARMA modelinin artığı ε_t olmak üzere, bu hata terimlerinin karelerinin otokorelasyonuna dayanan ve sıfır hipotezi ε_t^2 'lerin sonlu gecikmeli ACF değerlerinin sıfır olduğunu söyleyen McLeod-Li (ML) testi zaman serilerinin doğrusallığını test etmek için kullanılmaktadır (McLeod ve Li, 1983; Brooks, 1996: 310; Tsay, 2010: 114). ARCH etkisi, zamanla değişen oynaklığın göstergesidir. ARCH etkilerinin önemini değerlendirmek için ise Lagrange çarpanı (Lagrange Multiplier/LM) testi kullanılmaktadır. Bir zaman serisinin değişen varyansını modellemek ve tahmin etmek için ilk olarak, otoregresif koşullu değişen varyans, ARCH modeli tasarlanmıştır. Zaman serisi için oluşturulan doğrusal durağan

ARMA(p, q) modelinin artığı ε_t olmak üzere Engle (1982) tarafından geliştirilen ARCH(q) modeli aşağıdaki gibi tanımlanır:

$$\sigma_t^2 = \alpha_0 + \sum_{i=1}^q \alpha_i \varepsilon_{t-i}^2 + e_t. \quad (7)$$

Burada e_t ; sıfır ortalama ve sabit varyansa sahip bir beyaz gürültü sürecidir ve $\varepsilon_t = e_t \sqrt{\sigma_t^2}$ dir. q ; sonlu bir değer, $\alpha_0 > 0$ ve $\alpha_i \geq 0$ 'dır (Enders, 1995: 141-142; Tsay, 2010: 116-117). $\sum \alpha_i$ kümülatif geçmiş şok etkisini göstermektedir (Hammoudeh ve Yuan, 2008: 616). Oynaklık şoklarının kalıcılığı (sürekliliği) $\hat{P} = \sum_{i=1}^q \alpha_i$ ile belirlenir. Kalıcılık parametresi 1'e yakın ise mevcut oynaklık üzerindeki şoklar uzun süre gelecekte devam eder ve oldukça yavaş bir şekilde yok olur. Ayrıca oynaklığın yeniden eski seviyesine gelmesi için gereken periyot diğer bir ifadeyle oynaklık yarılanma süresi $h2l, \frac{-\log_e 2}{\log_e \hat{P}}$ olarak hesaplanır (Gil-Alana ve Tripathy, 2014: 32; Sekmen ve Hatipoğlu, 2015: 25; Ghalanos, 2020; Güçlü, 2020: 1076).

Uygulamada, ancak ARCH modele daha fazla gecikme dahil edilerek modelin tahmin doğruluğunun artması beklenebilir. İlk aşamada oynaklığı açıklamak için Engle (1982) tarafından tanımlanan ARCH modeli, Bollerslev (1986) tarafından geliştirilmiş koşullu değişen varyans modeline genişletilmiştir. GARCH modeli, volatilitiyi açıklamak için önceki artıkların kareleri ile önceki koşullu varyans değerlerini birlikte kullanır. $\sigma_t^2 = 1$ olmak üzere, $\varepsilon_t = e_t \sqrt{\sigma_t^2}$ bir hata sürecini gösterir. GARCH(q, p) modeli

$$\sigma_t^2 = \alpha_0 + \sum_{i=1}^q \alpha_i \varepsilon_{t-i}^2 + \sum_{i=1}^p \beta_i \sigma_{t-i}^2 \quad (8)$$

olarak gösterilir. Burada $\{e_t\}$; ε_{t-i} geçmiş değerlerinden bağımsız bir beyaz gürültü sürecidir, ε_t hata terimlerinin hem koşullu hem de koşulsuz ortalaması 0'dır (Enders, 1995: 146). GARCH sürecinde $p \geq 0$, $q > 0$, $\alpha_0 > 0$, $\alpha_i \geq 0$ ($i = 1, 2, \dots, q$), $\beta_i \geq 0$ ($i = 1, 2, \dots, p$) koşullarının sağlanması gerekmektedir. GARCH sürecinde $p = 0$ ise model ARCH(q); $p = q = 0$ ise model ε_t beyaz gürültü sürecine dönüşür. GARCH(q, p) için $\sum_{i=1}^q \alpha_i + \sum_{i=1}^p \beta_i < 1$ ve ε_t 'nin koşulsuz varyansı $\text{Var}(\varepsilon_t) = \frac{\alpha_0}{1 - (\sum_{i=1}^q \alpha_i + \sum_{i=1}^p \beta_i)}$ şeklindedir (Zivot ve Wang, 2006: 230). GARCH süreci için kalıcılık parametresi $\hat{P} = \sum_{i=1}^q \alpha_i + \sum_{i=1}^p \beta_i$ şeklinde hesaplanmaktadır ve değerinin 1'e yakınlığı şokların mevcut oynaklık üzerindeki etkisinin gelecekte uzun bir süre devam edeceğini belirtmektedir. Ayrıca oynaklık yarılanma süresi daha önce tanımlanan $h2l$ formülü ile hesaplanmaktadır (Sekmen ve Hatipoğlu, 2015: 25; Ghalanos, 2020).

Simetrik koşullu değişen varyans modelleri olan ARCH ve GARCH modellerinin pozitif ve negatif şoklara/haberlere simetrik tepki verdikleri varsayılmaktadır. ARCH ve GARCH modellerinin asimetric tepkileri açıklamada yetersiz kalması sebebiyle Nelson (1991) tarafından EGARCH modeli geliştirilmiştir. $e_t = \varepsilon_t \sigma_t^{-1}$ olmak üzere, EGARCH (q, p) modeli

$$\ln \sigma_t^2 = \alpha_0 + \sum_{j=1}^q (\alpha_j \varepsilon_{t-j} + \gamma_j (|\varepsilon_{t-j}| - E|\varepsilon_{t-j}|)) + \sum_{j=1}^p \beta_j \ln \sigma_{t-j}^2 \quad (9)$$

şeklinde gösterilir. Burada γ_j boyut etkisini, α_j işaret etkisini göstermektedir (Bollerslev, 2008; Tsay, 2010: 144; Ghalanos, 2020). EGARCH modelinde parametre kısıtlaması bulunmamaktadır (Mills ve Markellos, 2008: 180). Bu modelle asimetric etki incelenir. $\alpha_j = 0$ olduğunda model simetrik olur, dolayısıyla

pozitif ve negatif şoklar/haberler oynaklık üzerinde aynı etkiye sahip olurlar. Oynaklık üzerinde, $\alpha_j > 0$ olduğunda pozitif şoklar negatif şoklardan daha fazla etkiye sahipken $\alpha_j < 0$ olduğunda negatif şoklar pozitif şoklardan daha fazla etkiye sahiptir (Aliyu, 2011: 11; Chen, Zhang, Tao ve Tan, 2019: 3). $\alpha_j \neq 0$ ve anlamlı olması oynaklık üzerindeki asimetrik etkinin varlığını gösterirken $\sum \alpha_j < 0$ olması da kaldıraç etkisinin varlığını belirtmektedir (Hammoudeh ve Yuan, 2008: 616). EGARCH modeline ait kalıcılık parametresi $\hat{P} = \sum_{j=1}^p \beta_j$ formülü yardımıyla, oynaklık yarılanma süresi ise ARCH modeline ilişkin $h2l$ formülü kullanılarak hesaplanır (Ghalanos, 2020). Kalıcılık parametresi değerinin 1'den büyük olması oynaklık kalıcılığının belirsiz süre devam edeceğini belirtir (Akhtar ve Khan, 2016: 270).

ARCH/GARCH ailesi modellerinden uygun olanların belirlenmesi BIC, AIC değerlerine, modellerin parametrelerinin önemine ve artıklarda seri korelasyonun test edilmesi, ARCH etkilerinin varlığı ile yine artıkların normalliğinin kontrollerine dayanmaktadır. Model kontrolleri artıklar üzerinde ve daha özel olarak standartlaştırılmış artıklar üzerinde gerçekleştirilmektedir. Bu bağlamda, artıklara ilişkin histogram, normal olasılık grafiği ve zamana bağlı grafik kullanılmaktadır. Model verilere iyi uyuyorsa, artıkların histogramı yaklaşık olarak simetrik olmalıdır. Normal olasılık grafiği düz bir çizgi olmalı iken, zamana bağlı grafik rasgele değişim göstermelidir. Ağırlıklandırılmış Lagrange çarpanı; ARCH etkilerinin geçerliliğini kontrol etmek için, ağırlıklandırılmış Ljung-Box Q testi; artıklardaki otokorelasyonu araştırmak için kullanılır. ARCH etkilerinin varlığını test ederken, p değeri belirtilen önem düzeyinden düşükse ARCH etkisinin olmadığı sıfır hipotezi reddedilir. Otokorelasyon varlığının test edilmesi durumunda, bazı gecikmelerin Ljung-Box Q istatistiklerinin p değeri, belirtilen önem düzeyinden düşükse otokorelasyonun olmadığı sıfır hipotezi reddedilir. Tahmin edilen model, söz konusu volatilité (oynaklık) modeli için tüm varsayımları veya özellikleri karşıladığında, verilerin uygun bir temsili olarak görülebilir ve tahmin amacıyla kullanılabilir. ARCH/GARCH modellerinin test kümeleri üzerinde performanslarının değerlendirilmesi için hata kareler ortalaması (HKO), hata kareler ortalamasının karekökü (HKOK) ve mutlak hata ortalaması (MHO) kullanılmaktadır:

$$HKO = \frac{1}{n} \sum_{t=1}^n (A_t - F_t)^2 \quad (10)$$

$$HKOK = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{t=1}^n (A_t - F_t)^2} \quad (11)$$

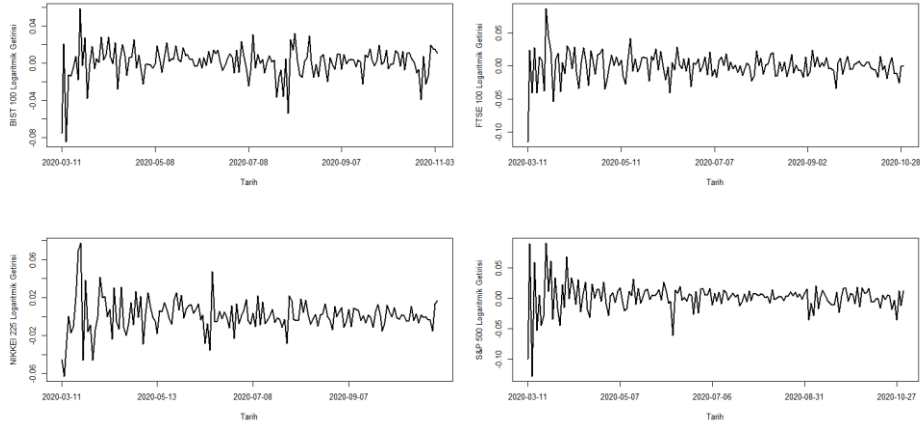
$$MHO = \frac{1}{n} \sum_{t=1}^n \frac{|A_t - F_t|}{|A_t|}. \quad (12)$$

Burada F_t ile modelden elde edilen öngörü değerleri, A_t ile test kümesinin elemanları sunulmaktadır.

3. Bulgular

Çalışma kapsamında ele alınan günlük getirilere ait betimsel istatistikler Tablo 1'de, grafikler ise Şekil 1'de sunulmaktadır. Tüm seriler için 0,05 önem düzeyinde anlamlı olan Jarque-Bera istatistikleri, getirilerin normal dağılımdan ziyade çarpık olduğunu göstermektedir. Ayrıca, tüm borsa endekslerinde basıklık istatistiksel olarak anlamlıdır ve 3'ten büyüktür. Bu da tüm borsa endekslerinin getirilerine ilişkin serilerin leptokurtik dağıldığını gösterir.

Hangi gecikmelerde otokorelasyonun önemli olduğunu belirlemek amacıyla, N gözlem sayısı olmak üzere $\pm \frac{1,96}{\sqrt{N}}$ değeri 162 gözlemlili BIST 100 endeksi için $\pm 0,154$; 162 gözlemlili FTSE 100 endeksi için $\pm 0,154$; 158 gözlemlili NIKKEI 225 endeksi için $\pm 0,156$ ve 164 gözlemlili S&P 500 endeksi için $\pm 0,153$ olarak bulunmuştur. BIST 100 serisinin üç önemli otokorelasyonu; 2., 6. ve 8. gecikmelerde, FTSE 100 serisinin 4 önemli otokorelasyonu; 1., 6., 7. ve 8. gecikmelerde, NIKKEI 225 serisinin 3 önemli otokorelasyonu; 5., 6. ve 7. gecikmelerde ve S&P 500 serisinin 9 önemli otokorelasyonu; 1., 2., 3., 6., 7., 8., 9., 10. ve 15. gecikmelerde vardır. Ayrıca, karesel getirilerin önemli bir otokorelasyon sergilemesi, koşullu bir varyansın olabileceğini düşündürür (McKenzie, 1997: 157). Değerlendirmeler, serilerin tamamının normal olmama, seri bağımlılık ile değişen varyans bulgularını ortaya koymaktadır.



Şekil 1. Borsa Endekslerine ait Getiri Serilerinin Grafikleri

Tablo 1. Borsa Endekslerine ait Getiri Serileri için Betimsel İstatistikler

Endeks	BIST 100	FTSE 100	NIKKEI 225	S&P 500
Ortalama	0,0010	-0,0003	0,0013	0,0012
Standart Sapma	0,0170	0,0203	0,0176	0,0240
Çarpıklık	-1,4270	-0,8395	0,3989	-0,8087
Başıklık	6,1863	7,0135	3,9706	7,8768
Minimum	-0,0842	-0,1151	-0,0627	-0,1277
Maksimum	0,0581	0,0867	0,0773	0,0897
Jarque-Bera İstatistiği p değeri	< 2,2e-16	< 2,2e-16	< 2,2e-16	< 2,2e-16
Gözlem Sayısı	162	162	158	164
Otokorelasyon				
1. Gecikme	-0,0830	-0,1640*	0,0590	-0,4390*
2. Gecikme	0,2470*	0,0140	0,0810	0,3740*
3. Gecikme	-0,0480	-0,1320	-0,1320	-0,2090*
4. Gecikme	-0,0070	0,0540	-0,0180	-0,0300
5. Gecikme	0,0720	0,0330	-0,1680*	0,0770
6. Gecikme	-0,1650*	-0,2500*	-0,1640*	-0,2510*
7. Gecikme	0,1040	0,2360*	-0,1820*	0,2600*
8. Gecikme	-0,2010*	-0,2160*	0,0310	-0,1960*
9. Gecikme	0,0580	0,0310	0,0390	0,2360*
10. Gecikme	-0,0590	-0,0870	0,0410	-0,1690*
15. Gecikme	-0,0910	0,0390	0,0130	-0,1860*
20. Gecikme	-0,1500	0,0000	-0,0610	0,0010
25. Gecikme	0,0200	-0,0910	0,0910	0,0090
Ham Getiriler				
Q(10)	27,2280*	37,7990*	19,8610*	108,4000*
Q(15)	31,0910*	49,9080*	22,2930	121,7400*
Q(20)	35,9300*	57,0290*	28,6050	128,9200*
Q(25)	37,0720	62,1520*	33,2440	131,7700*
Getirilerin Karesi				
Q(10)	41,2580*	40,8370*	114,3500*	126,7800*
Q(15)	43,1430*	46,7470*	120,6300*	133,8400*
Q(20)	43,9580*	47,9060*	122,3300*	137,2900*
Q(25)	44,3540*	49,5430*	123,6900*	137,7300*

Q(k): k'inci gecikmedeki Ljung-Box Q istatistiğidir. *: 0,05 düzeyinde istatistiksel anlamlılığı ifade eder.

Mann-Kendall ve Cox-Stuart testleri, endeks getiri serilerinin trend unsuruna sahip olup olmadığını belirlemek amacıyla, Kruskal-Wallis ve Friedman testleri ise serilerin mevsimsellik unsuru içerip içermediğini araştırmak için kullanılmış ve sonuçları Tablo'2 de özetlenmiştir. Tablo 2'de sunulan sonuçlara göre tüm serilerin 0,05 anlam düzeyinde her iki trend testine göre de trend içermedikleri görülmektedir. S&P 500 endeksi hariç diğer tüm endeks getiri serilerinin her iki mevsimsellik testine göre 0,05 önem düzeyinde mevsimsellik içermediği, S&P 500 getiri serisinin ise Kruskal-Wallis testi için 0,01 önem düzeyinde, Friedman testi için de 0,05 önem düzeyinde mevsimsellik içermediği söylenir.

Tablo 2. Borsa Endekslerine ait Getiri Serileri için Trend ve Mevsimsellik Testleri Sonuçları

	Trend Testleri		Mevsimsellik Testleri	
	Mann-Kendall Test İstatistiği (p değeri)	Cox-Stuart Test İstatistiği (p değeri)	Kruskall-Wallis Test İstatistiği (p değeri)	Friedman Test İstatistiği (p değeri)
BIST 100	-0,1448 (0,8848)	1,3608 (0,1736)	5,9200 (0,4318)	3,6100 (0,7286)
FTSE 100	-1,7843 (0,0744)	0,8165 (0,4142)	8,7500 (0,1878)	7,2900 (0,2952)
NIKKEI 225	-0,0150 (0,9880)	0,7349 (0,4624)	6,8000 (0,3394)	5,5700 (0,4729)
S&P 500	-1,1191 (0,2631)	0,7213 (0,4707)	16,4200 (0,0117)	9,3500 (0,1546)

Zaman serilerinin durağanlığının sınanması amacıyla bir birim kökün varlığının araştırılmasında aTSA R paketi (Qiu, 2015) kullanılarak elde edilen KPSS, PP ve ADF testlerinin sonuçları Tablo 3'te yer almaktadır. Elde edilen sonuçlar, serilerde bir birim kökün olmadığını ve serilerin durağan olduğunu göstermektedir.

Serilerde durağanlığın incelenmesinin ardından, ARMA(0,1)'den ARMA(5,5)'e kadar farklı derecelerde ARMA modelleri ele alınmıştır. Pandeminin ilk dokuz aylık dönemi için durağanlık ve tersine çevrilebilirlik koşullarının sağlandığı en küçük AIC ve BIC değerli ARMA modelleri Tablo 4'te sunulmaktadır. BIST 100 için seçilen ARMA(4,2), FTSE 100 için seçilen ARMA(3,4), NIKKEI 225 için seçilen ARMA(2,2) ve S&P 500 için seçilen ARMA(4,4) modellerinin artıkları da sınanmış olup serilerin modeller tarafından temsil edilebildiği söylenir.

Tablo 3. Borsa Endekslerine ait Getiri Serilerine ilişkin Birim Kök Testi Sonuçları

		Endeks			
		BIST 100	FTSE 100	NIKKEI 225	S&P 500
ADF Test İstatistiği (p değeri) [gecikme]	Sabitsiz	-5,6600	-6,8900	-7,3100	-6,1900
	Trendsiz	(≤0,01) [4]	(≤0,01) [4]	(≤0,01) [4]	(≤0,01) [4]
	Sabitli	-5,9300	-6,9000	-7,7000	-6,4300
	Trendsiz	(≤0,01) [4]	(≤0,01) [4]	(≤0,01) [4]	(≤0,01) [4]
	Sabitli	-6,0700	-7,4800	-8,0000	-6,7000
Phillips-Perron Test İstatistiği (p değeri) [gecikme]	Trendli	(≤0,01) [4]	(≤0,01) [4]	(≤0,01) [4]	(≤0,01) [4]
	Sabitsiz	-185,0000	-172,0000	-138,0000	-249,0000
	Trendsiz	(≤0,01) [4]	(≤0,01) [4]	(≤0,01) [4]	(≤0,01) [4]
	Sabitli	-184,0000	-172,0000	-137,0000	-247,0000
	Trendsiz	(≤0,01) [4]	(≤0,01) [4]	(≤0,01) [4]	(≤0,01) [4]
KPSS Test İstatistiği (p değeri) [gecikme]	Sabitli	-183,0000	-169,0000	-135,0000	-245,0000
	Trendli	(≤0,01) [4]	(≤0,01) [4]	(≤0,01) [4]	(≤0,01) [4]
	Sabitsiz	0,6250	0,4040	0,6500	1,1100
	Trendsiz	(≥0,10) [2]	(≥0,10) [2]	(≥0,10) [2]	(≥0,10) [2]
	Sabitli	0,0842	0,2670	0,0629	0,1530
	Trendsiz	(≥0,10) [2]	(≥0,10) [2]	(≥0,10) [2]	(≥0,10) [2]
	Sabitli	0,0640	0,0150	0,0226	0,0264
	Trendli	(≥0,10) [2]	(≥0,10) [2]	(≥0,10) [2]	(≥0,10) [2]

Tablo 4. Borsa Endeks Getirilerinin Serileri için Belirlenen En İyi Box-Jenkins Modellerinin AIC, BIC Değerleri ve Artıklara ait BP ile Ljung-Box Testleri Sonuçları

Endeks	BIST 100	FTSE 100	NIKKEI 225	S&P 500
Model	ARMA(4,2)	ARMA(3,4)	ARMA(2,2)	ARMA(4,4)
AIC	-870,4908	-833,3091	-821,4319	-825,9412
BIC	-845,7900	-805,5207	-803,0564	-794,9425
Model Artıkları				
Q(10)	3,4091	10,9760	11,7290	11,3320
Q(15)	8,2516	14,9670	13,8920	14,8360
Q(20)	13,7180	20,2670	18,7210	21,0460
Q(25)	18,0450	24,8000	22,8970	28,5940
BP Test İstatistiği	0,2368	1,4580	4,1906	0,1736

Q(k): k'inci gecikmedeki Ljung-Box Q istatistiğidir.

Zaman serilerinin Box-Jenkins modelleriyle incelenmesinin ve uygun modellerin belirlenmesinin ardından, modele ilişkin artık karelerin doğrusallığının sınanması aşamasında, McLeod-Li testinden faydalanılmış olup, sonuçlar Tablo 5'te verilmiştir. Tüm endeksler için ilgili p değerleri incelendiğinde doğrusallığı reddedildiği görülmektedir. Tablo 5'te doğrusallık testine ek olarak ARCH-LM testi sonuçlarına yer verilmektedir. Buna göre tüm endekslerin getiri serilerinin ARCH etkisi altında olduğu söylenir. McLeod-Li testi ve ARCH-LM testine ilişkin sonuçlar, ARCH/GARCH metodolojisini kullanarak endekslerin getiri oynaklığını modellemeye devam edebileceğimizi göstermektedir. Bu amaçla, borsa endeksleri için belirlenen en iyi ARMA modellerinden üretilmiş $q=1, 2, 3$ için t dağılımlı ARCH; $q=1, 2$ ve $p=1, 2$ için t dağılımlı GARCH, EGARCH, GJR-GARCH (Glosten, Jagannathan ve Runkle, 1993) ve APARCH (Ding, Granger ve Engle, 1993) modelleri kullanılarak getiri serilerine ait oynaklıkların yapısı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda değerlendirmeler için Rugarch R paketi (Ghalanos, 2020) kullanılmıştır. İncelenen ARCH/GARCH modellerinin bir bölümü sağlaması gereken koşullara sahip olmadığından, bir bölümü değişen varyans problemini gideremediğinden, bir bölümü de model karşılaştırması sürecinde parametre anlamlılığını sağlamadığından çalışmanın kapsamı dışına çıkartılmıştır. Endeksler için belirlenen ARCH/GARCH modelleri Tablo 6'da sunulmaktadır. Belirlenen koşullu değişen varyans modellerinin ARCH etkisi taşımadığı görülmüştür. Standartlaştırılmış hata terimleri için yapılan analizlerin sonucunda da getiri serilerinin oynaklığının bu modellerle modellenebileceği tespit edilmiştir. BIST 100 ve NIKKEI 225 için oynaklık modellemesi simetrik olan ARCH(2) modeli ile açıklanmıştır. BIST 100 ve NIKKEI 225 endeksleri için sırasıyla geçmiş şok etkisi miktarı $\alpha_1 + \alpha_2 = 0,9990$ ve $\alpha_1 + \alpha_2 = 0,7452$ 'dir. Bu sonuçlara göre geçmiş şoklar BIST 100 endeksi üzerinde daha etkilidir. FTSE 100 endeksi asimetrik EGARCH(1,1) modeli ile açıklanmıştır. Asimetri parametresi $\alpha_1 = 0,1749 > 0$ olup modelin asimetrik etkiye sahip olduğu ve endeks üzerinde iyi haberlerin kötü haberlere göre daha etkili olduğu söylenebilir. S&P 500 endeksi asimetrik EGARCH(2,2) modeli ile modellenmiş olup asimetri etkisini gösteren $\alpha_1 + \alpha_2$ değeri için $\alpha_1 + \alpha_2 = 0,0503 > 0$ olduğundan endeks üzerinde FTSE 100 endeksinde olduğu gibi pozitif şoklar negatif şoklara göre daha etkilidir. FTSE 100 endeksinde asimetrik etki değeri S&P 500 endeksine göre daha yüksek olduğundan FTSE 100 endeksinin iyi haberlerden daha fazla etkilendiği söylenebilir. Ayrıca endeksler için volatilité kalıcılığı ve oynaklığın kendi seviyesine gelme süresi incelenmiştir. Kalıcılık parametresi sırasıyla BIST 100 endeksi için $\hat{P} = 0,9990 <$

1, FTSE 100 endeksi için $\hat{P} = 0,9750 < 1$, NIKKEI 225 endeksi için $\hat{P} = 0,7452 < 1$ ve S&P 500 endeksi için $\hat{P} = 0,9274 < 1$ olarak bulunmuştur. Endekslerin kalıcılık parametreleri 1'e çok yakın olduğundan şokların volatilité üzerinde uzun süre etkili olduğu söylenebilir. Kalıcılık parametresine göre BIST 100 endeksinde şoklar, volatilité üzerinde daha kalıcı etkilere sahiptir. Şokların volatilité üzerindeki kalıcılığından sonra, volatilitenin yeniden eski seviyesine gelme sürecini değerlendirecek olursak, yaklaşık olarak bu süreler BIST 100 için 693 gün ($h2l = 692,8005$), FTSE 100 için 27 gün ($h2l = 27,3779$), NIKKEI 225 için 2 gün ($h2l = 2,3568$) ve S&P 500 için 9 gün ($h2l = 9,1966$) olarak bulunur. Oynaklığın yeniden eski seviyesine gelmesi diğer endekslere göre BIST 100 endeksinde daha uzun sürmektedir.

Tablo 5. ARCH-LM Testi ile McLeod-Li Doğrusallık Testi Sonuçları

McLeod-Li Testi p değerleri	BIST 100	FTSE 100	NIKKEI 225	S&P 500
4. Gecikme	0,0000	0,0691	0,0000	0,0000
8. Gecikme	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
12. Gecikme	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
16. Gecikme	0,0003	0,0001	0,0000	0,0000
20. Gecikme	0,0015	0,0004	0,0000	0,0000
24. Gecikme	0,0072	0,0017	0,0000	0,0000
ARCH-LM İstatistiği				
4. Gecikme	40,3400*	166,9000*	25,6900*	115,0200*
8. Gecikme	15,6100*	68,1900*	9,2800	19,0000*
12. Gecikme	7,9700	14,0400	7,5600	16,4400
16. Gecikme	5,6300	2,8100	5,0900	10,4900
20. Gecikme	3,7000	2,0400	4,5400	4,6000
24. Gecikme	2,0500	2,5400	3,8100	2,8800
ARCH Etkisi Red/Kabul	Kabul	Kabul	Kabul	Kabul

*: 0,05 düzeyinde istatistiksel önemi gösterir.

Tablo 6. Borsa Endeksleri Getiri Serileri için Belirlenen ARCH/GARCH Modelleri Parametreleri ile AIC, BIC, Loglikelihood Değerleri

Endeks	BIST 100	FTSE 100	NIKKEI 225	S&P 500
Model	ARCH(2)	EGARCH(1,1)	ARCH(2)	EGARCH(2,2)
AIC	-845,0406	-881,6364	-874,6248	-894,5380
BIC	-811,0854	-841,4928	-847,0538	-841,8448
Loglikelihood	433,5226	453,8184	446,3118	464,2686
Katsayılar				
ω	0,00001*	-0,2197*	0,0001*	-0,6458*
α_1	0,2568*	0,1749*	0,3235*	-1,0421*
α_2	0,7422*	-	0,4217*	1,0924*
β_1	-	0,9750*	-	0,8748*
β_2	-	-	-	0,0526*
γ_1	-	-0,2037*	-	-1,6736*
γ_2	-	-	-	1,6512*

*: 0,05 düzeyinde istatistiksel önemi gösterir.

Tablo 7'de test kümesine ait ilk 20 gözlem için, getirilerin kareleri hesaplanarak belirlenen gerçekleşen varyans (Andersen ve Bollerslev, 1998) değerleri ve ilgili öngörü değerleri sunulmaktadır. Tablo 8'de ise endeksler için oluşturulan ARCH/GARCH modellerinin örneklem dışı performans değerlendirmesi için Metrics R paketi (Hamner, Frasco ve LeDell, 2018) kullanılarak elde edilen MHO, HKO ve HKOK hata ölçüt değerleri yer almaktadır. Sonuçlara göre, simetrik ARCH

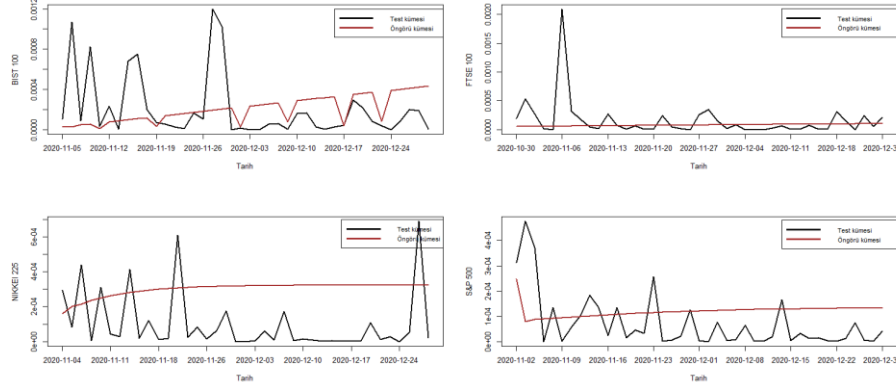
modeli NIKKEI 225 endeksinde BIST 100 endeksine göre daha iyi performans gösterirken, asimetrik EGARCH modeli ile temsil edilen diğer endeksler için EGARCH modelinin S&P 500 endeksinde daha iyi performans gösterdiği söylenebilir. Rugarch R paketindeki bootstrap tekniği kullanılarak elde edilen test kümesine ilişkin volatilité öngörü değerleri ile getiri serilerinin karelerinden elde edilen gerçekleşen varyansa ait grafikler Şekil 2’de sunulmaktadır.

Tablo 7. Test Kümesi ve Öngörü Değerleri

Gözlem No	BIST 100		FTSE 100		NIKKEI 225		S&P 500	
	Gerçek Değer	Öngörü Değeri	Gerçek Değer	Öngörü Değeri	Gerçek Değer	Öngörü Değeri	Gerçek Değer	Öngörü Değeri
1	0,0001	0,0000	0,0002	0,0001	0,0003	0,0002	0,0003	0,0002
2	0,0011	0,0000	0,0005	0,0001	0,0001	0,0002	0,0005	0,0001
3	0,0001	0,0000	0,0003	0,0001	0,0004	0,0002	0,0004	0,0001
4	0,0008	0,0001	0,0000	0,0001	0,0000	0,0002	0,0000	0,0001
5	0,0000	0,0001	0,0000	0,0001	0,0003	0,0003	0,0001	0,0001
6	0,0002	0,0001	0,0021	0,0001	0,0000	0,0003	0,0000	0,0001
7	0,0000	0,0001	0,0003	0,0001	0,0000	0,0003	0,0001	0,0001
8	0,0007	0,0001	0,0002	0,0001	0,0004	0,0003	0,0001	0,0001
9	0,0008	0,0001	0,0000	0,0001	0,0000	0,0003	0,0002	0,0001
10	0,0002	0,0001	0,0000	0,0001	0,0001	0,0003	0,0001	0,0001
11	0,0001	0,0001	0,0003	0,0001	0,0000	0,0003	0,0000	0,0001
12	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0000	0,0003	0,0001	0,0001
13	0,0000	0,0002	0,0000	0,0001	0,0006	0,0003	0,0000	0,0001
14	0,0000	0,0002	0,0001	0,0001	0,0000	0,0003	0,0000	0,0001
15	0,0002	0,0002	0,0000	0,0001	0,0001	0,0003	0,0000	0,0001
16	0,0001	0,0002	0,0000	0,0001	0,0000	0,0003	0,0003	0,0001
17	0,0012	0,0002	0,0002	0,0001	0,0001	0,0003	0,0000	0,0001
18	0,0010	0,0002	0,0000	0,0001	0,0002	0,0003	0,0000	0,0001
19	0,0000	0,0002	0,0000	0,0001	0,0000	0,0003	0,0000	0,0001
20	0,0000	0,0002	0,0000	0,0001	0,0000	0,0003	0,0001	0,0001

Tablo 8. ARCH/GARCH Modelleri için Performans Ölçütleri

Endeks	Model	MHO	HKO	HKOK
BIST 100	ARCH(2)	0,0003	0,0000	0,0004
FTSE 100	EGARCH(1,1)	0,0001	0,0000	0,0003
NIKKEI 225	ARCH(2)	0,0003	0,0000	0,0003
S&P 500	EGARCH(2,2)	0,0001	0,0000	0,0001



Şekil 2. Test ve Öngörü Değerleri Grafikleri

4. Sonuç

Bu çalışmanın temel odak noktası pandemi sırasında, S&P 500, NIKKEI 225, FTSE 100 ve BIST 100 endekslerini ARMA ve ARCH/GARCH ailesi modellerini kullanarak incelemektir. Bu amaçla, 11.03.2020-31.12.2020 tarihleri arasında yaklaşık dokuz aylık Covid-19 pandemi sürecinde S&P 500, NIKKEI 225, FTSE 100 ve BIST 100 endekslerine ait günlük getiri serileri kullanılmıştır. İlk aşamada en iyi olduğu belirlenen ARMA modellerinin artıklarında ARCH etkisi olduğu belirlenmiş ve dolayısıyla daha sonra ARCH/GARCH ailesi modellerine odaklanılmıştır. Ayrıca, endeksler üzerinde şokların/haberlerin etkisi ARCH/GARCH ailesi modellerinin simetrik ve asimetric özelliklerinden yararlanılarak incelenmiştir. Bulgular pandemi sırasında endeksler için farklılıkları ortaya koymaktadır.

S&P 500, NIKKEI 225, FTSE 100 ve BIST 100 endeksleri için elde edilen en iyi ARMA modelleri sırasıyla ARMA(4,4), ARMA(2,2), ARMA(3,4) ve ARMA(4,2) olarak belirlenmiştir. ARCH etkisi görülen bu endekslerde, çeşitli derecelerde asimetric EGARCH, GJR-GARCH ve APARCH modelleri ile simetrik ARCH ve GARCH modellerine yönelik değerlendirmeler yapılmıştır. Endeksler için en uygun ARCH/GARCH modelleri BIST 100 ve NIKKEI 225 endeksleri için ARCH(2), FTSE 100 endeksi için EGARCH(1,1) ve S&P 500 endeksi için EGARCH(2,2) olarak bulunmuştur. En uygun olduğu belirlenen ARCH/GARCH modellerine göre, BIST 100 ve NIKKEI 225 endekslerinin asimetric etkiye sahip olmadığı, diğer bir deyişle olumsuz şoklar/haberler ile olumlu şokların/haberlerin oynaklığı aynı oranda etkilendiği, FTSE 100 ve S&P 500 endekslerinin ise asimetric etkiye sahip olduğu ve asimetric parametrelerine göre serilerdeki oynaklığın olumlu haberlerden olumsuz haberlere göre daha fazla etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca volatilité kalıcılığı ve volatilitenin yeniden eski seviyesine gelme süreci incelendiğinde diğer endekslere göre BIST 100 endeksinde şokların etkisi daha uzun sürmüş ve volatilité eski seviyesine daha uzun sürede gelmiştir.

Farklı zaman dilimleri için S&P 500 endeksi üzerine yapılan çalışmalarda, endeks için en uygun model Janský ve Rippel (2011) tarafından t dağılımlı ARMA-GARCH, Mustapa ve Ismail (2019) tarafından ARIMA-GARCH ve Muthukumar ve Subramaniam (2020) tarafından ise ARIMA olarak belirlenmiştir. Mevcut çalışma, S&P 500 endeksi için Neokosmidis (2009) ve Değirmenci ve Abdioglu (2017) ile

benzer sonuçlar sağlamıştır. NIKKEI 225 endeksi için en iyi model Xu ve Hamori (2010) tarafından AR-EGARCH, Jánský ve Rippel (2011) tarafından t dağılımlı ARMA-GARCH, Değirmenci ve Abdioğlu (2017) tarafından ARMA-EGARCH ve Inglada-Perez (2020) tarafından EGARCH olarak tespit edilmiştir. FTSE 100 endeksi için Xu ve Hamori (2010) AR-EGARCH, Jánský ve Rippel (2011) t-dağılımlı ARMA-GARCH modelini en uygun model olarak tespit etmişlerdir. BIST 100 endeksi için Karabacak, Meçik ve Genç (2014) ile Özden (2008) TGARCH, Değirmenci ve Abdioğlu (2017) ARMA-EGARCH, Stoitsova-Stoykova (2017) TARCH ve Gümüş ve Can Öziç (2020) ise EGARCH modelini en iyi performans gösteren model olarak belirlemişlerdir.

Bu çalışma, üç önemli borsadan üç endeks ile BIST 100 endeksine ilişkin gerek betimsel istatistiklerle gerekse endekslere çeşitli modellerin uygulanması yoluyla, hem kapsamlı hem de karşılaştırmalı bir değerlendirme sunması nedeniyle önemlidir. Pandemi sırasında, çeşitli modellerin performans değerlendirmelerini sunmasının yanında, birçok araştırmacının ve yatırımcının ilgi alanındaki borsaların davranışlarının anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Gelecek çalışmalarda, pandemi sırası zaman dilimi genişletilip pandemi öncesi ve (veya) pandemi sonrası zaman dilimleri de dahil edilerek, farklı modellerin de sınanmasıyla pandeminin farklı borsalara yansımaları daha kapsamlı karşılaştırılabilir.

Referanslar

- Akhtar, S. ve Khan, N. U. (2016). Modeling volatility on the Karachi Stock Exchange, Pakistan. *Journal of Asia Business Studies*, 10(3), 253-275.
- Aliyu, S. U. (2011). Reactions of stock market to monetary policy shocks during the global financial crisis: The Nigerian case. *CBN Journal of Applied Statistics*, 3(1), 17-41.
- Andersen, T. G. ve Bollerslev, T. (1998). Answering the skeptics: Yes, standard volatility models do provide accurate forecasts. *International Economic Review*, 39(4), 885-905.
- Bollerslev, T. (1986). Generalized autoregressive conditional heteroskedasticity. *Journal of Econometrics*, 31(3), 307-327.
- Bollerslev, T. (2008). Glossary to ARCH (GARCH). *CREATES Research Paper*, 49, 1-46.
- Brooks, C. (1996). Testing for non-linearity in daily sterling exchange rates. *Applied Financial Economics*, 6(4), 307-317.
- Chen, H., Zhang, J., Tao, Y. ve Tan, F. (2019). Asymmetric GARCH type models for asymmetric volatility characteristics analysis and wind power forecasting. *Protection and Control of Modern Power Systems*, 4(1), 1-11.
- Cox, D. R. ve Stuart, A. (1955). Some quick sign tests for trend in location and dispersion. *Biometrika*, 42(1/2), 80-95.
- Cryer, J. D. ve Chan, K. (2008). *Time series analysis with applications in R*. USA: Springer Science & Business Media.
- Değirmenci, N. ve Abdioğlu, Z. (2017). Finansal piyasalar arasındaki oynaklık yayılımı. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 54, 104-125.
- Değirmenci, N. ve Akay, A. (2017). Finansal verilerin ARIMA ve ARCH modelleriyle öngörüsü: Türkiye örneği. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(3), 15-36.
- Ding, Z., Granger, C. W. ve Engle, R. F. (1993). A long memory property of stock market returns and a new model. *Journal of Empirical Finance*, 1(1), 83-106.

- Enders, W. (1995). *Applied econometric time series*. John Wiley & Sons.
- Engle, R. F. (1982). Autoregressive conditional heteroscedasticity with estimates of the variance of United Kingdom inflation. *Econometrica*, 50(4), 987-1007.
- Eryılmaz, F. (2015). Modelling stock market volatility: The case of BIST-100. *Annals of The Constantin Brancusi University of Targu Jiu, Economy Series*, 5, 37-47.
- Friedman, M. (1937). The use of ranks to avoid the assumption of normality implicit in the analysis of variance. *Journal of the American Statistical Association*, 32(200), 675-701.
- Ghalanos, A. (2020). Introduction to the Rugarch package. (Version 1.4-3). Erişim adresi https://cran.r-project.org/web/packages/rugarch/vignettes/Introduction_to_the_rugarch_package.pdf
- Gil-Alana, L. A. ve Tripathy, T. (2014). Modelling volatility persistence and asymmetry: A study on selected Indian non-ferrous metals markets. *Resources Policy*, 41, 31-39.
- Glosten, L. R., Jagannathan, R. ve Runkle, D. E. (1993). On the relation between the expected value and the volatility of the nominal excess return on stocks. *The Journal of Finance*, 48(5), 1779-1801.
- Gulay, E. ve Emec, H. (2018). Comparison of forecasting performances: Does normalization and variance stabilization method beat GARCH(1,1)-type models? Empirical Evidence from the Stock Markets. *Journal of Forecasting*, 37(2), 133-150.
- Güçlü, F. (2020). İslami ve konvansiyonel hisse senedi endekslerinin oynaklıkları üzerine bir inceleme. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 1070-1088.
- Gümüş, U. T. ve Can Öziç, H. (2020). Investigation of the volatility structure of the BIST100 index before Covid 19 and the struggle process of Covid 19. *Journal of Current Researches on Business and Economics*, 10(1), 43-58.
- Hammoudeh, S. ve Yuan, Y. (2008). Metal volatility in presence of oil and interest rate shocks. *Energy Economics*, 30(2), 606-620.
- Hamner, B., Frasco, M. ve LeDell, E. (2018). Package 'Metrics'. Erişim adresi <https://cran.r-project.org/web/packages/Metrics/Metrics.pdf>
- Hellström, T. ve Holmström, K. (1998). *Predicting the stock market*. Technical Report Series IMA-TOM-1997-07. Malardalen University. Erişim adresi <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.57.4327&rep=rep1&type=pdf>
- Hipel, K. W. ve McLeod, A. I. (1994). *Time series modelling of water resources and environmental systems*. Amsterdam, London, New York, Tokyo: Elsevier.
- Inglada-Perez, L. (2020). A Comprehensive framework for uncovering non-linearity and chaos in financial markets: Empirical evidence for four major stock market indices. *Entropy*, 22(12), 1435.
- Jánský, I. ve Rippel, M. (2011). Value at risk forecasting with the ARMA-GARCH family of models in times of increased volatility. IES Working Paper: 27/2011.
- Jasic, T. ve Wood, D. (2004). The profitability of daily stock market indices trades based on neural network predictions: Case study for the S&P 500, the DAX, the TOPIX and the FTSE in the period 1965–1999. *Applied Financial Economics*, 14(4), 285-297.

- Jiang, W. (2012). *Using the GARCH model to analyse and predict the different stock markets*. Master Thesis, Uppsala University, Department of Statistics, Sweden.
- Karabacak, M., Meçik, O. ve Genç, E. (2014). Koşullu değişen varyans modelleri ile BİST 100 endeks getirisi ve altın getiri serisi volatilitésinin tahmini. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi/International Journal of Alanya Faculty of Business*, 6(1), 79-90.
- Kruskal, W. H. ve Wallis, W. A. (1952). Use of ranks in one-criterion variance analysis. *Journal of the American Statistical Association*, 47(260), 583-621.
- Kutlar, A. ve Torun, P. (2013). İMKB 100 endeksi günlük getirileri için uygun genelleştirilmiş farklı varyans modelinin seçimi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 42, 1-24.
- Małecka, M. (2014). GARCH class models performance in context of high market volatility. *Acta Universitatis Lodzianis Folia Oeconomica*, 3(302), 253-266.
- McKenzie, M. D. (1997). ARCH modelling of Australian bilateral exchange rate data. *Applied Financial Economics*, 7(2), 147-164.
- McLeod, A. I. ve Li, W. K. (1983). Diagnostic checking ARMA time series models using squared-residual autocorrelations. *Journal of Time Series Analysis*, 4(4), 269-273.
- Mills, T. C. ve Markellos, R. N. (2008). *The econometric modelling of financial time series*. Cambridge University Press.
- Montgomery, D. C., Jennings, C. L. ve Kulahci, M. (2015). *Introduction to time series analysis and forecasting*. USA: John Wiley & Sons.
- Mustapa, F. H. ve Ismail, M. T. (2019). Modelling and forecasting S&P 500 stock prices using hybrid Arima-Garch model. *Journal of Physics: Conference Series*, 1366, 012130.
- Muthukumar, I. ve Subramaniam, G. (2020). Efficacy of time series forecasting (ARIMA) in post-COVID econometric analysis. *International Journal of Statistics and Applied Mathematics*, 5(6), 20-27.
- Mutunga, T. N., Islam, A. S. ve Orawo, L. A. O. (2015). Implementation of the estimating functions approach in asset returns volatility forecasting using first order asymmetric GARCH models. *Open Journal of Statistics*, 5(05), 455-463.
- Nelson, D. B. (1991). Conditional heteroskedasticity in asset returns: A new approach. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 59(2), 347-370.
- Neokosmidis, I. (2009). Econometric analysis of realized volatility: Evidence of financial crisis. Erişim adresi <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.336.5228&rep=rep1&type=pdf>
- Özden, Ü. H. (2008). İMKB bileşik 100 endeksi getiri volatilitésinin analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 339-350.
- Özmen, A. (1986). *Zaman serisi analizinde Box-Jenkins yöntemi ve banka mevduat tahmininde uygulama denemesi*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Peters, J. P. (2001). Estimating and forecasting volatility of stock indices using asymmetric GARCH models and (skewed) student-t densities. Erişim adresi <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?jsessionid=AEE3119AF4DCDA0F66DFED86D9AA6874?doi=10.1.1.465.87&rep=rep1&type=pdf>

- Qiu, D. (2015). Package 'aTSA'. Erişim adresi <https://cran.r-project.org/web/packages/aTSA/aTSA.pdf>
- Rostan, P., Rostan, A. ve Nurunnabi, M. (2020). Options trading strategy based on ARIMA forecasting. *PSU Research Review*, 4(2), 111-127.
- Sekmen, T. ve Hatipoğlu, M. (2015). Effect of the subprime crisis on return and volatility of the Turkish stock market. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 7(3), 23-29.
- Sevüktekin, M. ve Nargeleçekenler, M. (2010). *Ekonometrik zaman serileri analizi EViews uygulamalı*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Song, W. (2012). *The financial returns to US public agricultural research: A time series analysis*. University of Wyoming.
- Srinivasan, P. (2011). Modeling and forecasting the stock market volatility of S&P 500 index using GARCH models. *IUP Journal of Behavioral Finance*, 8(1), 51-69.
- Stoitsova-Stoykova, A. (2017). Relationship between public expectations and financial market dynamics in South-East Europe capital markets. *Economic Alternatives*, 2, 237-250.
- Tsay, R.S. (2010). *Analysis of financial time series*. John Wiley & Sons.
- Wang, W., Guo, Y., Niu, Z. ve Cao, Y. (2009). Stock indices analysis based on ARMA-GARCH model. IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (s. 2143-2147). Hong Kong, China.
- Xu, H. ve Hamori, S. (2010). Dynamic linkages of stock prices among G7 countries: Effects of the American financial crisis. *Economics Bulletin*, 30(4), 2656-2667.
- Yılmaz, Ö. (2006). *Finansal zaman serilerinde varyans modellenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Zhong, X. ve Enke, D. (2017). A comprehensive cluster and classification mining procedure for daily stock market return forecasting. *Neurocomputing*, 267, 152-168.
- Zivot, E ve Wang, J. (2006). *Modelling financial time series with S-PLUS*. New York, NY: Springer.

COVID-19 KRİZ İLETİŞİMİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI: BİR KAMU VE ÖZEL SAĞLIK KURUMUNUN INSTAGRAM PAYLAŞIM ANALİZİ(*)

USE OF SOCIAL MEDIA IN COVID-19 CRISIS COMMUNICATION: INSTAGRAM SHARING ANALYSIS OF A PUBLIC AND A PRIVATE HEALTH INSTITUTION

Buse METE⁽¹⁾, İsmail ŞİMŞİR⁽²⁾

Öz: Covid-19 salgını sırasında sağlık kurumlarının kriz iletişimi için sosyal medya hesaplarını nasıl kullandığının incelenmesi önemlidir. Bu çalışmanın temel amacı, Covid-19 salgını sırasında kriz döneminde kamu ve özel sağlık kurumlarının sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanıp kullanmadıklarını incelemek ve kriz iletişimi bağlamında ne tür içerikler paylaştıklarını ortaya çıkarmaktır. Araştırma sorularını değerlendirmek için Medicalpark Sağlık Grubu ve Ankara Şehir Hastanesi'nin resmi Instagram hesaplarından 11.03.2020-15.06.2020 tarihlerini kapsayan salgına ait toplam 216 adet paylaşım incelenmiştir. Gönderiler, ilgili literatür incelenerek araştırmacılar tarafından oluşturulan kodlama kılavuzuna göre içerik analizi yöntemine uygun olarak kodlanmıştır. İlgili veriler Excel ofis programından SPSS 22'ye aktarılarak yüzde ve frekans analizleri yapılmıştır. İncelenen gönderilerin %52,7'si Medicalpark Sağlık Grubu'na, %47,3'ü Ankara Şehir Hastanesi'ne aittir. Toplam 216 gönderinin %60,2'si görsel, %31,9'u video, %7,9'u canlı yayın olarak paylaşılmıştır. Paylaşımların %51,4'ü Covid-19 ile ilgili içeriklerden oluşmaktadır. Covid-19 ile ilgili paylaşımların %65,8'i kısıtlamaları / önlemleri, %82'si halkın güvenini sağlamak ve kurumsal itibarını korumak ve %27'si çalışanları desteklemek için yapılan paylaşımlardır. Yapılan 216 paylaşımın %48,6'sı Covid-19 haricindeki içeriklerden oluşmaktadır. Bu gönderiler de %53,3 oranında kurumların sunduğu diğer sağlık hizmetleri, %40 oranında önemli gün ve haftalar, %9,5 oranında sosyal sorumluluk projeleri ile ilgili konuları içermektedir.

Anahtar kelimeler: Covid-19 Salgını, Sağlık Kurumları, Kriz, İletişim, Sosyal Medya

Abstract: It is important to examine how health institutions use social media accounts for crisis communication during Covid-19 outbreak. The main purpose of this study is to reveal whether the public and private health institutions used social media effectively during crisis period during the Covid-19 epidemic and what kind of content they shared in context of crisis communication. Total of 216 shares of epidemic covering dates 11.03.2020-15.06.2020 of official Instagram accounts of Medicalpark Health Group and Ankara City Hospital were examined. Percentage and frequency analyzes were made by transferring relevant data from the excel office program to SPSS 22. 52,7% of analyzed posts belong to Medicalpark Health Group and 47,3% to Ankara City Hospital. Total 216 posts, 60,2% were shared as visual, 31,9% as video and 7,9% as live broadcast. 51,4% of shares consist of content related to Covid-19. 65,8% of posts about Covid-19 are restrictions / precautions, 82% are posts to ensure public trust and protect corporate reputation, and 27% to support employees. 48,6% of 216 posts consisted of content not related to Covid-19. These posts include 53,3% of other health services offered by institutions, 40% of important days and weeks, and 9,5% of social responsibility

(*) Bu çalışma 20-22 Mayıs 6. *International Health Sciences and Management Conference*'nda (Isparta) sunulan özet bildirinin genişletilmiş makalesidir.

(1) Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Bölümü, Doktora Öğrencisi; busemete@subu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5440-9723

(2) Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü; ismailsimsir@subu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7460-9634

Geliş/Received: 21-05-2021; Kabul/Accepted: 26-11-2021

projects.

Keywords: Covid-19, Health Institutions, Crisis, Communication, Social Media

JEL: D83, I19, L82, M31

1. Giriş

Çin'in Wuhan kentinde başlayıp çok kısa sürede dünyaya yayılan coronavirüsü, ülkelerin sağlık, ekonomi, sosyal ve siyasal sistemlerini zorlamıştır. WHO tarafından salgının küresel pandemi olarak ilan edilmesi büyük bir kriz ortamı yaratmıştır. Bu kriz sürecinde kurumlar ciddi anlamda kaygı ve karamsarlık duyguları yaşamaktadır. Belirsizliğin yarattığı bu olumsuzluklar haricinde salgın krizi kurumlara ciddi sorumluluklar da yüklemiştir. Öyle ki krizin etkilerine kısa sürede acil müdahale etmeleri, topluma bilgi vermeleri ve onları yatıştırıcı açıklamalar yapmaları gerekmiştir. Kriz yönetiminde iletişim olarak adlandırılan bu süreç, riskten kaçınmak ve beklenmedik olaylar karşısında planlar yapmayı içerir. Kriz yönetiminde iletişimin temel hedefleri, krizin etkilerini öngörmek, bu etkiler hakkında ön bilgi sağlamak, ortadan kaldırmak, olumsuz etkilere yönelik stratejik uygulamalar geliştirmek, hedef kitle ve aracı medya ile bağlantı kurmaktır (Özkoyuncu, 2019: 156).

Covid-19 salgınının yarattığı krizin yönetimi de birçok kurumun itibarını ve geleceğini sürdürmesi açısından önemlidir. Özellikle yüz yüze iletişimin engellendiği bu dönemde dijital ortamlarda sosyal medya aracılığıyla kriz iletişimin nasıl sağlandığının ve sağlanması gerektiğinin araştırılması gerekmektedir. Bu kapsamda literatür incelendiğinde salgın sürecinde Türkiye'nin en değerli markalarının, hava yolu şirketlerinin ve üniversitelerin öğrencileri ile iletişimini nasıl sürdürdüğü ve sosyal medyanın etkin kullanımının araştırıldığı çalışmalarda (Dondurucu ve Çetinkaya, 2020; Özoran, 2020; Samur, 2020) çeşitli stratejik iletişim stratejilerinin sunulduğu görülmektedir. Ayrıca Covid-19 krizinde hedef kitlenin davranış biçimini etkileme, itibar yönetimi ve etkileşim sağlama amacıyla Sağlık Bakanlığı'nın ve Sağlık Bakanı Fahrettin Koca'nın resmi sosyal medya hesaplarındaki gönderilerinin incelendiği çalışmalar (Bilgiç ve Akyüz, 2020; Ateş ve Baran, 2020) mevcuttur.

Kapsamlı literatür taramasında, Covid-19 krizi sürecinde önemli bir role sahip olduğu düşünülen kamu ve özel sağlık kurumlarının sosyal medya paylaşımları ile kriz yönetiminde nasıl bir iletişim sağladığı ile ilgili herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu kapsamda pandemi hastanesi olan bir kamu ve özel hastanenin kriz sürecindeki Instagram paylaşımlarının analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Yapılacak olan içerik analizi ile sağlık yöneticilerine ve akademisyenlere sağlık kurumlarının sosyal medya üzerinden kriz yönetimini ve iletişimi nasıl sağlamaları gerektiği konusunda bilgiler sunulacaktır.

2. Literatür

2.1. Kriz Dönemlerinde İletişim ve Sosyal Medya Kullanımı

Krizler, toplumların, kurumların ve bireylerin olumlu ve güçlü yönlerinin riske girmesine, zarar görmesine hatta kaybedilmesine neden olan ve doğru kararlarla hızlıca önlem alınması gereken beklenmedik olaylar olarak açıklanmaktadır (Coombs, 2010: 18). Krizler her ne kadar beklenmedik olaylar olsa da; her şeyin esnekleştiği, hızla değiştiği, durağanlığın mümkün olmadığı 21. yüzyılda, "çağın ve insanlığın normal bir hali" olarak düşünülmektedir (Bauman, 2000: 99). Bu nedenle,

kurumların yaşanacak krizleri, çağın ve toplumun gereklerine uygun, açık ve yenilikçi stratejilerle yönetmeleri gerekmektedir. Bu noktada krizlerin, fırsata çevirecek biçimde yönetilmesi için gerekli olan stratejilerden biri de kriz iletişimidir. Kriz iletişimi, krizin özelliklerine uyacak stratejik planların oluşturulmasına, krizden etkilenecek paydaşların belirlenmesine; kriz anında kurumsal imaj, itibar ve tavrın nasıl olması gerektiğine ve kurumsal sorumlulukların ilgililere nereden, nasıl, ne zaman, kim tarafından iletileceğine yönelik yapılan tespitlerdir (Çakır, 2014: 39). Kriz iletişimi sürecinin risk altında olan paydaşları belirsizlikler hakkında bilgilendirme, krizin çözümü için ortaklıklar kurma, birlikte hareket etme, etkileşimin devamlılığını sağlama, sorumluluk alma, iletişim araçlarını etkin kullanma ilkelerine uygun olarak yürütülmesi gerekmektedir (Lukaszewski, 1997: 11).

Kriz dönemlerinde dikkat edilmesi gereken en önemli husus bilgi ihtiyacının karşılanabilmesidir. Bireyler, güvenilir bilgiye kolayca erişebilirse, pandemi gibi küresel ve toplumsal krizlerin yönetimi daha etkin olacaktır. Güvenilir bilgilere erişme konusunda sıkıntı yaşamaması bireylerin kriz yönetimine uyumunu ve harekete geçmesini kolaylaştıracaktır (Longstaff & Yang, 2008: 12). Küreselleşmenin temelini dayalı geliştirilen ve kullanıcılarına içerik üretme ve değiştirme olanağı sunan web tabanlı uygulamaları içeren sosyal medya, kriz dönemlerinde toplumla eş zamanlı iletişim kurma, güven sağlama ve davranışlarını motive etme imkanı sunacaktır (Tirkkonen & Luoma-aho, 2011: 172).

Sağlık hizmetleri alanında, hizmetlerin kendine has özellikleri, hizmet sunulan çevre koşulları ve küreselleşmenin de etkisiyle iç ve dış faktörlerden kaynaklı krizler yaşanabilmektedir. Sağlık kurumlarında yaşanan krizlerin yönetimi diğer sektörlere göre daha fazla duyarlılık gerektirmektedir. Çünkü kriz dönemlerinde krizden etkilenen toplumun, kriz hakkındaki bilgi düzeyi daha düşük, kaygı ve beklentileri daha yüksektir. Bu nedenle, sağlık kurumlarında kriz yönetimi sürecinde iletişimin temel niteliklerinin göz önünde bulundurulması ve doğru iletişim stratejilerinin seçilmesi önem arz etmektedir. Doğru iletişim stratejileriyle sağlık kurumları krizin olumsuz etkilerini hafifletebilmekte, toplumun kuruma karşı olan güvenini güçlendirebilmektedirler. Ayrıca sağlık kurumları, doğru iletişim stratejileri ile krizi yönetirken; şeffaf olmaya, güvenilir bilgiyi aktarmaya, sorumluluk aldığını göstermeye, fedakârlık gösteren çalışanlarına değer vermeye de özen göstermelidir (Öztürk ve Öymen, 2013: 128).

Kurumların kriz sürecini hangi stratejik iletişim kanallarını kullanarak yöneteceği de büyük önem arz etmektedir. Bu hususta kurumların medya araçlarını kullanarak sorumluluklarını paydaşlara hızlı ve etkili bir biçimde aktardığı görülmektedir. Geleneksel medyada, paydaşlar ile kurumlar arasında koordineli ve işbirlikçi bir yapıyla kriz iletişiminin yürütülmesi esastır. Son dönemde yaşamın her alanında önemli işlevleri yerine getirmeye başlayan yeni medya, kriz durumlarındaki geleneksel medya iletişim stratejilerine farklı bir boyut getirmiştir. Ağ temelli teknolojileri ifade etmek için kullanılan yeni medya kavramı, sosyal mecralar, bloglar, internet sayfaları, mobil uygulamalar gibi çok sayıda ortamı nitelemek için kullanılmaktadır. Özellikle, kullanıcılar ve hedef kitleler arasında anlık ve etkileşimsel olarak içeriklerin üretilip paylaşıldığı, yeni medyanın alt kolu, sosyal medya araçları, bir taraftan krizlerin oluştuğu diğer taraftan yaşanan krizlerin yönetildiği alanlara dönüşmüştür. Bu sebeple Covid-19 salgını gibi tüm dünyayı etkisi altına alan küresel krizlerde sosyal medya araçları üzerinden toplum bilincini harekete geçirme ve etkin iletişim sağlama açısından üretilen içeriklerin niteliği

büyük önem arz etmektedir (Bulduklu ve Karaçor, 2017: 280).

Sosyal medya içeriği, ilgili medyanın teknik ve içerik kriterlerine uygun verilerdir. Bu içeriklerin amacı proaktif iletişimi sağlamaktadır (Yamamoto & Şekeroğlu, 2014: 19) Sosyal medya içerikleri, hem yazılı hem de görsel olarak çok geniş bir yelpazede sunulmaktadır. Hedef kitlenin yapısına, ihtiyaçlarına ve paylaşım amacına uygun olarak yazılı, görsel ve video biçiminde içerik paylaşımları yapılmaktadır. Hatta bu içerik biçimlerinin bütünleşik bir halde kullanılması, hedef kitle üzerindeki farkındalığın daha yüksek olmasına katkı sağlamaktadır (Tekbıyık, 2017: 97). Sosyal medyanın sistematik kullanımı; acil durumu yönetmek için gerekli iletişimi yürütmek ve uyarıları yaymak, hedef kitlenin taleplerini almak, acil durum hakkında farkındalık yaratmak, kullanıcı hareketlerini izleyebilmek ve hasar tahminleri yapabilmek için paylaşımlar yapmayı içermektedir (Lindsay, 2011: 8).

Tüm dünyayı etkisi altına alan ve yüz yüze iletişim olanaklarını kısıtlayan Covid-19 salgını her kurumu sosyal medyada içerik paylaşımıyla hedef kitleleri ile etkileşim kurmak zorunda bırakmıştır. Özellikle bu salgın krizi döneminde sağlık kurumlarının sosyal medyadaki itibarı, bilgilendirme düzeyi, güvenilirliği ve toplumsal sorumluluğu daha ön plana çıkmıştır. Sağlık kurumları, toplum sağlığını riske eden salgın konusunda nitelikli içeriklerle hedef kitleyle etkileşime geçerek toplumdaki itibarını ve güveni korumayı, topluma karşı sosyal sorumluluk bilincini oluşturmayı hedeflemektedirler. Ayrıca sağlık kurumları paydaşlarının salgın gibi acil kriz dönemleri hakkındaki ilgilenme düzeyini belirlemek ve öneriler doğrultusunda davranış değişikliğine yönlendirmek için de sosyal medya içerikleri oluşturmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya aracılığıyla, acil durum ve krizlerle ilgili değerli bilgileri yaymak, hedef kitleleri arttırmak, mesajları kişiselleştirmek, katılım ve etkileşimi sağlamak mümkün hale gelmektedir (Robledo, 2012: 88). Bu bağlamda sağlık kurumlarının sosyal medya iletişim stratejisi, halkla ilişkiler ve genel iletişim amaçlarına uygun olarak tüm iletişim planlarına dâhil edilmesi önemli bulunmaktadır (CDC, 2011: 47).

Sosyal medyanın herkes tarafından kullanılan bireysel bir alanının olması, kriz durumlarında yetkililerce yapılan paylaşımların kontrolsüzce yayılımına ve yayılırken şekil değiştirmesine neden olmaktadır. İçeriklerin, sosyal medyayı kötü amaçlı kullanan kullanıcılar tarafından olumsuz ve yanlış yönlendirmelerle diğer kullanıcılara yayılması krizleri tahmin edilemeyecek bir kaosa sokmaktadır. Sosyal medya mecralarında kriz iletişimi kapsamında yaşanabilecek risklere karşı sağlık kurumlarının güvenilir ve gizlilik ilkelerine dayanan medya hesapları oluşturması gerekmektedir. Bu şekilde oluşturulmuş hesaplar üzerinden kriz dönemlerinde iletişim kurulması hem etkili bir kriz iletişiminin uygulanmasına hem de kriz anında kurum imajının korunmasına katkı sağlayacaktır (Bulduklu ve Karaçor, 2017: 290). Böylece Covid-19 salgını gibi sağlık sektörünü ve kurumlarını dışsal bir krize sürükleyen, kurumsal itibarlarını etkileyen risk durumlarında stratejik biçimde marka iletişimini sosyal medyada sürdürebileceklerdir.

2.2. Sağlık Kurumlarında Sosyal Medya Kullanımı

Wearesocial.com 2021 küresel dijital erişim raporunda bir önceki yıla göre Ocak 2021'de dünyadaki sosyal medya kullanıcı sayısında %13,2'lik bir artış olduğu ifade edilmektedir. Bu kullanıcıların çoğunluğu (%32,8) 25-34 yaş arası bireylerden oluşmaktadır. İlgili raporda ülkelere göre sosyal medyada harcanan zamana ilişkin verilerde Türkiye, ortalama üç saatle 14. sırada yer almaktadır. Dünya genelinde en çok kullanıcısı bulunan sosyal medya platformları ise Facebook, Twitter, Youtube,

Whatsapp, Messenger ve Instagram'dır. Bu araştırma kapsamında incelenen Instagram platformunda en çok kullanıcısı olan ülkeler arasında Türkiye, geçen yıla göre %4,5'lik artışla 46 milyon sayıyla 6. sırada yer almaktadır. Ayrıca Türkiye, Instagram kullanıcılarının %64'ü aktif erişim sağlayan listede 3. sırada bulunmaktadır (Wearesocial, 2021).

Sosyal medya platformlarındaki gelişmelerin farkında olan sağlık kurumları da bu mecraları birer iletişim kanalı olarak kullanmaya başlamışlardır. Sağlık kurumları, kurumsal sosyal medya hesapları kurarak, içerik paylaşımlarını hangi konularda, sıklıkla paylaşacağına karar vermektedirler. Böylece sosyal medya içerikleri ile hastane yöneticilerinin ve sağlık hizmeti sunucularının, hedef kitleleriyle anında ve hızlı etkileşimler kurarak halkla ilişkiler bağlamında stratejik başarılar elde edilmesine katkı sağlayacaktır (Çınar, Demircan, ve Nişancı, 2019: 50).

Literatür incelendiğinde sağlık kurumlarının sosyal medya kullanımlarıyla ilgili çeşitli çalışmalara rastlanmaktadır. Van De Belt vd. (2012) farklı ülkelerdeki hastanelerin sosyal medya kullanımı bilincini ortaya koymak amacıyla yaptıkları çalışmada Batı Avrupa ülkelerinde yer alan 873 hastanenin sosyal medya hesaplarını incelemişlerdir. Araştırma sonuçlarına göre; hem Avrupa ülkelerindeki hastanelerin sosyal medya kullanımı bilincinin arttığı hem de Hollanda ve Birleşik Krallık gibi gelişmiş ülke hastanelerinde daha yoğun biçimde kullanıldığı görülmektedir. Bir diğer çalışmada da hastanelerin hedef kitleleriyle hangi sosyal medya platformunu kullanarak etkileşim sağlaması gerektiği araştırılmış ve yüksek oranlarla Facebook, Twitter ve Instagram sosyal medya kanallarının kullanıldığı belirlenmiştir (Smith, 2017: 190). Nijerya eğitim ve araştırma hastanelerinin sosyal medya hesaplarının içerik analizi yöntemiyle incelendiği başka bir çalışmada dijital platformların (Instagram, Twitter, vb.) sağlık iletişimde önem kazandığı ve hastanelerin bu platformları sundukları sağlık hizmetlerinin tanıtımı için kullandıkları ortaya konulmuştur (Batta ve Iwokwagh 2015: 90). Kordzadeh ve Young (2015), ABD hastanelerinin Facebook hesaplarındaki gönderilerini içerik analizi ile inceleyerek, duyuru yapma, etkileşim sağlama, faaliyetleri yayınlama, sağlık hizmetleri hakkında bilgilendirme ve sosyal sorumluluk amacıyla paylaşımlarda bulduklarını ifade etmektedirler. Ayrıca sağlık kurumlarının Covid-19 ve benzeri salgın dönemlerinde sosyal medya kullanımına geçmiş dönemlere göre daha fazla ağırlık verdiğini, içerik konularının ve paylaşım biçimlerinin farklılaştığını tespit eden çalışmalar (Law vd., 2021; Surani vd., 2017) da mevcuttur.

Ulusal literatürde de sağlık iletişiminin sağlanması bağlamında hastaneler için sosyal medyayı kullanmanın stratejik bir avantaj sağladığı vurgulanmaktadır (Öztürk ve Öymen, 2013: 129). Güngör (2019)'ün çalışmasında Ankara'daki üç özel hastanenin Instagram hesapları incelenerek sağlıklı yaşam biçimine yönlendirmeye yönelik, kurumda uygulanan tıbbi hizmetlerin başarısı ve aile-çocuk sağlığı hakkında bilgiler sağlama amacıyla içerik paylaşımlarının yapıldığı ifade edilmektedir. Sağlık kurumlarının sağlık iletişimi bağlamında kamu ve özel hastanelerin sosyal medyayı nasıl kullandıklarını ortaya koymak amacıyla yapılan çalışmada (Geysi, 2019), Kocaeli ilinde bulunan bir kamu ve özel hastanenin sosyal medya hesaplarındaki paylaşımları incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre her iki kurum da sosyal medyayı aktif kullanmaktadır. Özel hastane sosyal medyayı düzenli aralıklarla daha kontrollü ve bilinçli bir biçimde kullanmaktadır ve yapılan paylaşımlar halkla etkileşim kurma (beğeni ve yorum alma vb.) konusunda özel hastanenin daha başarılı olduğu ortaya koymaktadır.

3. Amaç ve Yöntem

Covid-19 salgını döneminde, sosyalleşmenin engellenmesi, sokağa çıkma yasaklarının uygulanması, tüm ülke vatandaşlarının sosyal medyayı normal süreçten daha fazla kullanmalarına neden olmuştur. Tüm dünyaya paralel olarak Türkiye’de de salgın sürecinde sosyal medya kullanımının arttığı görülmektedir. İnsanlar 2019 yılında bir gün boyunca ortalama 3 saat sosyal medyada vakit harcarken bu süre salgın sürecinde 5 saat 38 dakikaya yükselmiştir (Wearesocial, 2021). Bu sebeple normal etkileşim imkânlarının engellendiği Covid-19 salgını döneminde en büyük toplumsal sorumluluğa sahip sağlık kurumlarının hedef kitleleriyle sosyal medya aracılığıyla iletişim kurmaları ve bunu birer stratejik yönetim becerisine dönüştürmeleri önem kazanmaktadır.

Bireyler, küreselleşen çağda, sağlık bilgi düzeylerini artırmayı, hastalıklar ve tedavi yöntemleri hakkında daha fazla bilgi edinmeyi, hekim-hastane tercihi yapabilmeyi, sağlık hizmetlerini değerlendirebilmeyi istemektedirler. Bu talepler, özellikle yüksek düzeyde belirsizliklerin yaşandığı, sağlık kurumlarına ve hizmetlerine erişimin kısıtlandığı Covid-19 salgını sürecinde daha da ön plana çıkmaktadır. Sokağa çıkma kısıtlamaları gibi nedenlerden dolayı insanlar durumlarını, taleplerini, istek veya dileklerini en kolay iletişim yolu olan sosyal medya vasıtasıyla paylaşır hale gelmiştir. Bu sebeple hem kamu hem de özel sağlık kurumlarının sosyal medya hesaplarını etkin, verimli, şeffaf, bilgilendirici, sürece duyarlı bir biçimde kullanmaları gerekmektedir.

Covid-19 salgını döneminde kamu ve özel sağlık kurumlarının kriz döneminde sosyal medyayı etkin kullanıp kullanmadıklarını ve kriz iletişimi bağlamında ne tür içerik paylaşımlarında bulduklarını ortaya koymak bu çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırmada;

- ❖ Türkiye’de ilk Coronavirüs vakası görüldüğü ve normalleşme sürecine geçildiği tarihler arasında kamu ve özel sağlık kurumlarının Instagram hesaplarından yaptıkları paylaşımlarda Covid-19 harici paylaşımların oranı ne kadardır?
- ❖ Belirlenen süre boyunca sağlık kurumlarının Instagram hesaplarındaki Covid-19 konulu olan ve olmayan paylaşımlar hangi konulardadır?
- ❖ Sağlık kurumlarının paylaşımlarının konuları, paylaşım biçimleri benzerlik veya farklılık göstermekte midir?

Araştırma sorularının değerlendirilmesi için Medicalpark Sağlık Grubu ve Ankara Şehir Hastanesi resmi Instagram hesaplarının salgının 11.03.2020-15.06.2020 tarihlerini kapsayan 3 aylık paylaşımları incelenmiştir. Bu dönem, kriz yönetiminde kriz öncesi, kriz anı ve kriz sonrası olarak sınıflandırılan kriz sürecinin kriz anını içermektedir. Araştırma kapsamına özel sağlık grupları arasından Medicalpark Sağlık Grubu’nun dâhil edilmesinin nedeni, Türkiye’nin en değerli markaları: 2020 araştırma raporunda listelenen 100 şirket arasında yer alan tek sağlık grubu olmasıdır (Brandingturkiye, 2020). Ayrıca Türkiye’de yer alan sağlık gruplarının Instagram hesapları incelendiğinde en çok takipçi sayısına sahip olan özel sağlık kurumunun Medicalpark olması da incelemeye dâhil edilmesinde önemli bir gerekçedir. Şehir Hastaneleri ise salgın süreci boyunca, hastalığın teşhisi, tedavisi, toplumun bilgilendirilmesi vb. pek çok hususta kamu sağlık kurumlarına büyük sorumluluklar yüklenmiştir. Özellikle Avrupa’nın en büyük, dünyanın ise tüm

birimleri tek seferde inşa edilen 3. büyük hastanesi olan Ankara Şehir Hastanesi'nin salgın sürecindeki gerekli iletişimi ve koordinasyonu sosyal medya üzerinden nasıl sağladığını incelemek önem arz etmektedir (Sağlık Bakanlığı, 2019). Özellikle Türkiye'de faaliyette bulunan şehir hastanelerinin salgın döneminde sosyal medya hesapları incelendiğinde en yüksek hedef kitlesine sahip olan Ankara Şehir Hastanesi'nin Instagram hesabı bu araştırma kapsamında incelemeye alınmıştır.

Çalışmada ilgili kurumların Instagram hesaplarının seçilmesinin temel nedenleri; hedef kitlelerin sosyal medya platformlarında görsel içerikli paylaşımların metin içeriklerine göre daha fazla ilgi duymasıdır (Ginsberg, 2015: 84). Sosyal medya platformu olarak Instagramın seçilmesinin başka nedeni, ilgili kurumların Instagramda diğer sosyal medya mecralarından (Facebook, Twitter) daha fazla hedef kitleye (takipçiye) sahip olmalarıdır. Böylece Instagram hesapları üzerinden daha geniş kitlelere hitap ederek, daha fazla etki alanına sahip olacakları düşünülmektedir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda ilgili sosyal medya hesaplarının belirlenen tarihlerdeki gönderileri betimsel tarama yöntemi ile incelenmiştir. Betimsel tarama, mevcut veya devam eden olayları ya da durumları görüldüğü gibi sistematik olarak aktarmayı amaçlayan bir yöntemdir (Karasar, 2010: 111).

Ayrıca araştırmada sağlık kurumlarının kriz anında sosyal medyayı nasıl kullandıklarını, kriz yönetimine ilişkin hangi stratejik içerik konularına yer verdiklerini değerlendirebilmek için Texas Üniversitesi MD Anderson Kanser Merkezi'nde, toplum sağlığının geliştirilmesinde sosyal medyanın nasıl kullandığı ile ilgili çalışmada oluşturulmuş nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi kullanılmıştır. Nitel olarak gerçekleştirilen analizde gönderilerde yer alan metinlerin anlamı yer almaktadır. Bu analizde metnin tümü, bir cümlesi, bir söz öbeği ya da bir kelime kullanılabilir. Analizin nicel kısmında ise sayı ve yüzdelerden yararlanılmaktadır (Hilliard, 2012: 30).

Araştırma amacı doğrultusunda iki sağlık kurumunun belirlenen tarihler arasındaki gönderileri ve gönderiler hakkındaki açıklamaları gönderi tarihleriyle birlikte iki ayrı dosya içerisinde toplanmıştır. Verilerin toplandığı dosyalar bir sosyal medya uzmanı ve alanında uzman bir akademisyen tarafından beyin fırtınası yöntemiyle derinlemesine incelenmiştir. Literatürde kurumların kriz dönemlerinde sosyal medya hesaplarının içerik analizi yöntemiyle inceleyen çalışmalarda (Pinto ve Yagnik, 2017; Wendling, Radisch, ve Jacobzone, 2013; Vassallo ve ark., 2018; Tafesse and Wien 2017) kodlama kriterleri ve kategorileri dikkate alınarak ve bu araştırmanın amacına uygun olarak bir kodlama kılavuzu oluşturulmuştur. Ardından iki kodlayıcı birbirlerinden bağımsız olarak Ankara Şehir Hastanesi ve Medicalpark Sağlık Grubu tarafından Instagram hesaplarından yapılan toplam 216 paylaşımı kodlama kılavuzu kriterlerine göre kodlamışlardır. Kodlayıcılar arası uyumu belirlemek için Cohen'in Kappa katsayısı analizi kullanılmıştır. Hesaplanan Kappa katsayısına göre kodlayıcılar arası uyum 0,91 olarak bulunmuştur. Cohen'in Kappa katsayısı, 0,81 ile 1,00 arasında bir değer alıyorsa kodlayıcılar arasında uyumun neredeyse mükemmel olduğu ifade edilmektedir. Bu değer nitel araştırmalarda kullanılan kodlama yönteminin güvenilirliğini göstermektedir. (Karasar, 2010: 111).

Kodlama prosedürlerine ve kategorilere ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır:

➤ **Kurum:** Kodlanan gönderinin hangi kuruma ait olduğunu belirlemek amacıyla oluşturulmuş kategoridir. Bunun için Ankara Şehir Hastanesi=1

Medicalpark=2 kodları belirlenmiştir.

➤ **Gönderi Biçimi:** Bu kategoride gönderilerin görsel mi, video mu ve canlı yayın mı olduğu belirlenmeye çalışılmıştır.

➤ **Hashtag (#) Kullanımı:** Bu kategori ile gönderilerde # kullanılıp kullanılmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Instagram gönderilerinde # kullanımı gönderilerin ve kurumsal sayfaların popülerliğini artırmakta, daha fazla hedef kitleye ulaşmayı ve etkileşimi (beğeni, yorum, yeniden paylaşımı) sağlamaktadır.

➤ **Covid Konulu İçerikler:** Bu kategori 1. ana kategori olarak değerlendirilmiş ve gönderilerde Covid-19 salgını hakkında herhangi bir bilgi, uyarı, vb. olup olmadığı evet=1 hayır=2 şeklinde kodlanmıştır.

Bu kategori altında Covid-19 ile alakalı gönderilerin içeriklerinin ne hakkında olduğunu belirlemek için alt kategorilere yer verilmiştir.

- ➔ *Önlemler, Kısıtlamalar, Uyulması Gereken Kurallar:* Bu başlık altında maske, mesafe, hijyen, evde kalma, kısıtlama, yasak, vb. anahtar kelimeler, görseller dikkate alınarak evet=1 hayır=2 şeklinde kodlanmıştır.
- ➔ *Salgın Sürecinin Olumsuz Etkileri/Çözüm Önerileri:* Bu süreçte evde kalınan, sokağa çıkma yasaklarının uygulanması sebebiyle insanlar üzerindeki fiziksel-sosyal olumsuz etkilerini hafifletmeye yönelik çeşitli paylaşımlar yapılmıştır. Bu kapsamda, beslenme alışkanlıklarını değiştirme, bağışıklık sistemini güçlendirme, profesyonel doktor desteği alma, yürüyüş/spor/egzersiz yapma, düzenli uyuma, nefes egzersizleri yapma vb. öneriler bu kategoride kodlanmıştır.
- ➔ *Sağlık Çalışanlarına Destek Verme:* Salgın krizi boyunca en büyük sorumluluğu sağlık çalışanları üstlenmiştir. Bu kapsamda, sağlık çalışanlarını ayakta alkışlama, ücretsiz toplu taşıma imkanı, çocuklardan teşekkür mektubu, sağlık çalışanları için çizilmiş resimler, koruyucu ekipman desteği, kalacak yer tahsisi, bayram hediyeleri sunulması, minnet/teşekkür videoları vb. bu kategori altında kodlanmıştır.
- ➔ *Kurum ve Kişiler Arası İşbirliği/Destek:* Kamu kurumlarından destekler, özel şirket, dernek ve vakıf yardımları, ünlü şahsiyetlerden gelen destek, gazete, dergi ve televizyon haberleri bu kategoride değerlendirilmiştir.
- ➔ *Toplum Güveni Sağlama/Kurumsal İtibarı Koruma:* Bu kategori altında sosyal medyada ilgili kurumlardan bağımsız asılsız haberlerin yalanlanması, paylaşımlardaki resmiyeti ispatlamak adına marka kurum logosuna yer verilmesi, resmi web sitesi uzantılarının paylaşılması, Sağlık Bakanlığı, Fahrettin Koca vb. salgın sürecinden sorumlu resmi kurum ve kişilerin etiketlenmesi, ilgili kurumun yönetici ve sağlık çalışanları tarafından bilgilendirmelerin yapılması vb. kodlanmıştır.
- ➔ *Hizmetlere Erişimi Kolaylaştırma:* Salgın sürecinde sokağa çıkma yasaklarının uygulandığı dönemde mümkün olduğunca diğer sağlık hizmetlerine erişim de sınırlandırılmıştır. Bu sebeple sağlık kurumları bu konuda engelleri kaldırmak, kısmen de olsa bu krizi çözmek adına çeşitli kolaylaştırmalara yönelmiştir. E-sağlık uygulaması, psikososyal destek hattı, MHRS, Alo 182, Whatsapp görüntülü danışma hattı/mobil

uygulamaları, evde sunulmaya başlayan sağlık ve bakım hizmetleri vb. bu kategoride ele alınmıştır.

- *Hizmet Sunum Sürecindeki İşleyiş ve Değişiklikler:* Salgın döneminde ilgili sağlık kurumlarının bazı süreçlerinde kısıtlamalar, engeller ve değişiklikler yaşanmıştır. Ameliyatların ertelenmesi, hizmet sunumunun kesintisiz devam ettiği, hastane ziyaret saatlerine getirilen yeni düzenlemeler, vb. bu kategoride değerlendirilmiştir.
- *Salgınla İlgili Diğer İçerikler:* Bu kategori altında salgınla ilgili yapılan toplantılar, salgında hizmet verecek yeni hastane açılışları, etkinlikler, ziyaretler vb. kodlanmıştır.
- **Covid Harici Diğer Paylaşımlar:** Bu kategori araştırmanın 2. ana kategorisidir. Bu kategori altında yer alan gönderilerin içeriklerini belirlemek amacıyla bazı alt kategoriler oluşturulmuştur.
 - *Önemli Gün ve Haftalar:* Tıp Bayramı, 19 Mayıs Atatürk'ü Anma Gençlik ve Spor Bayramı, Çanakkale 18 Mart, Otizm Haftası, Hemşireler Günü, Dini Bayramlar ve Günler, Anneler Günü, Eczacılar Günü vb. bu kategori altında değerlendirilmiştir.
 - *Sosyal Sorumluluk Projeleri:* Araştırma kapsamında değerlendirilen sağlık kurumlarının salgın süreciyle mücadele ederken topluma, dünyaya faydalı olan üzerine düşen kurumsal sorumluluklarını yerine getirdiğini gösteren paylaşımları da bulunmaktadır. Bu kategori altında da doğayı koruma/ağaçlandırma, kan bağıışı, organ bağıışı, çocuk hastalara destek, engellilere destek, sakatlanan sporculara yardım/sponsorluklar vb. kodlanmıştır.
 - *Covid-19 Virüsü Hariç Diğer Hastalıklar ve Sağlık Hizmetleri Hakkında Bilgilendirmeler:* Bu kategori altında ilgili sağlık kurumlarının sürdürdüğü, Kadın Hastalıkları ve Doğum, Genel Cerrahi, Çocuk Hastalıkları, İç Hastalıkları, Ortopedi, Psikiyatri vb. sağlık hizmetleri hakkında yapılan bilgilendirmeler kodlanmıştır.

4. Bulgular

Kodlanan verileri Microsoft Excel yazılımı ile kategorize edilmiş, ana kategorilere ve alt kategorilere sayısal değerler atanmıştır. Ardından sayı ve yüzde analizlerinin yapılması için IBM SPSS 22.0 programına Excel üzerinde hazırlanan veri seti aktarılmıştır. Bu kapsamda analiz edilen veriler Ankara Şehir Hastanesi ve Medicalpark Sağlık Grubu resmi Instagram hesaplarındaki paylaşımlara göre karşılaştırmalı olarak incelenmiştir.

Tablo 1. Gönderilerin Paylaşım Biçimine Göre Dağılımı

KURUM	Canlı Yayın		Görsel		Video		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Medicalpark	17	14,9	78	68,4	19	16,7	114	100,0
Ankara Ş.H.	0	0	52	50,9	50	49,1	102	100,0
Genel Toplam	17	7,9	130	60,2	69	31,9	216	100,0

Tablo 1’de Ankara Şehir Hastanesi ve Medicalpark Sağlık Grubu tarafından resmi Instagram hesapları üzerinden gönderilerini hangi paylaşım biçimi ile paylaşmayı tercih ettikleri görülmektedir. Buna göre Ankara Şehir Hastanesinin araştırma döneminde yapmış olduğu toplam 102 paylaşımın %50,9’u görsel, %49,1’i video biçimindedir. İlgili sağlık kurumu belirlenen tarihler arasında herhangi bir canlı yayın paylaşımında bulunmamıştır. Medicalpark Sağlık Grubu ise belirlenen aralıkta toplam 114 gönderi paylaşmış olup; gönderilerin %68,4’ü görsel, %16,7’si video ve %14,9’u canlı yayın biçiminde paylaşımlardan oluşmaktadır. Buna göre, kurumlar tarafından paylaşılan 216 gönderinin çoğunluğunun (%60,2) görsel paylaşımlar olduğu söylenebilir. Literatür incelendiğinde, Öztürk ve Vardarlıer (2020), tarafından sağlık iletişimde sağlık kurumlarının sosyal medya kullanımının incelendiği çalışmada, kamu sağlık kurumlarının % 81 görsel, %19 videolu paylaşımlarla içeriklerini takipçilerine ulaştırdığı ifade edilmektedir. Ayrıca kriz dönemlerinde resmi kurumların sosyal medya paylaşımlarının içerik analizinin yapıldığı bir çalışmada da araştırmaya dahil edilen kurumların gönderilerini çoğunlukla (%96) görsel biçimde paylaştığı gösterilmektedir (Çobaner ve Köksoy, 2014: 904).

Tablo 2. Covid-19 Konulu Gönderilere İlişkin Bulgular

KURUM	Evet		Hayır		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Medicalpark	41	36,0	73	64,0	114	100,0
Ankara Ş. H.	70	68,6	32	31,4	102	100,0
Genel Toplam	111	51,4	105	48,6	216	100,0

Araştırma kapsamında 216 gönderinin %51,4’ü Covid-19 konulu iken %48,6’sı Covid-19 salgını ile ilgili değildir. İlgili kurumların sosyal medya gönderileri ayrı ayrı değerlendirildiğinde Ankara Şehir Hastanesi’nin paylaşımlarının %68,6’sı, Medicalpark Sağlık Grubu’nun ise %36,0’sı Covid-19 konuludur (Bkz. Tablo 2). Bu bulguya göre özel sağlık kurumunun hizmet sunduğu diğer birimlerde müşteri kaybı endişesinin daha ön planda olduğu ve bu sebeple Covid-19 içerikli paylaşımda bulunmaktan kaçındığı söylenebilir. Literatürde salgının yarattığı krizin sosyal medya araçları kullanılarak resmi kurumlar tarafından nasıl yönetildiğini inceleyen çalışmada (Ateş ve Baran, 2020) Türkiye Sağlık Bakanlığı’nın paylaşımlarının %80,6’sının, Amerika Sağlık Bakanlığı’nın paylaşımlarının %63,3’ünün Covid konulu olduğu ifade edilmektedir. Farklı kurumlar dahi olsa yapılan çalışma sonuçlarına dayalı olarak krize neden olan konulara kriz süreci boyunca sosyal medya paylaşımlarında ağırlıklı olarak yer verildiği görülmektedir.

Tablo 3. Covid Konulu Gönderilerdeki Hashtag Kullanımına İlişkin Bulgular

Covid-19 Konulu #	Salgını	Medicalpark		Ankara Ş. H.		Genel Toplam	
		Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Var		32	78,1	24	34,3	56	50,5
Yok		9	21,9	46	65,7	55	49,5
Genel Toplam		41	100,0	70	100,0	111	100,0

216 gönderinin %51,4’ü Covid-19 konulu olduğu tespit edilmiştir. Bu içerikteki gönderilerin hashtag kullanımıyla paylaşılması daha fazla hedef kitleye ulaşılmasına, toplum bilincinin daha hızlı oluşmasına katkı sağlamaktadır. Bu sebeple Tablo 3’te kurumların Covid-19 konulu paylaşımlarındaki hashtag

kullanımına ilişkin bulgular yer almaktadır. Buna göre Ankara Şehir Hastanesi'nin Covid-19 konulu gönderilerinin %34,3'ünü, Medicalpark Sağlık Grubu'nun ise %78,1'ini hashtag kullanarak paylaştığı söylenebilir. Genel olarak Covid-19 salgını ile ilgili gönderilerin %50,5'i hashtag kullanılarak paylaşılmıştır. Amerika'da kriz yönetiminde sosyal medya paylaşım stratejilerini belirlemeye yönelik yapılan çalışmada araştırmaya dahil edilen ilgili sağlık kurumunun gönderilerinde %94,4 oranında hashtag kullandığı belirtilmektedir. Bu durum Amerika'da rekabete dayalı ve pazarlama faaliyetlerinin daha gelişmiş olduğu sağlık hizmetleri sektöründe kriz iletişimde sağlık kurumlarının Türkiye'deki kurumlara göre sosyal medyayı daha bilinçli kullandığı söylenebilir (Tafesse ve Wien, 2017: 11).

Tablo 4. Covid-19 İçerikli Gönderilerin İçerik Konularına İlişkin Bulgular

Önlem/ Kısıtlamalar/ Kurallar	Medicalpark		Ankara Ş. H.		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	30	73,2	43	61,4	73	65,8
Hayır	11	26,8	27	38,6	38	34,2
Genel Toplam	41	100,0	70	100,0	111	100,0
Salgının Olumsuz Etkileri/ Çözüm Önerileri	Medicalpark		Ankara Ş. H.		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	9	21,9	9	12,9	18	16,2
Hayır	32	78,1	61	87,1	93	83,8
Genel Toplam	41	100,0	70	100,0	111	100,0
Sağlık Çalışanlarına Destek	Medicalpark		Ankara Ş. H.		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	1	2,4	29	41,4	30	27,0
Hayır	40	97,6	41	58,6	81	73,0
Genel Toplam	41	100,0	70	100,0	111	100,0
Diğer Kurum Ve Kişilerle İşbirliği	Medicalpark		Ankara Ş. H.		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	0	0,00	29	41,4	29	26,1
Hayır	41	100,0	41	58,6	82	73,9
Genel Toplam	41	100,0	70	100,0	111	100,0
Toplum Güvenini Ve Kurumsal İtibarı Koruma	Medicalpark		Ankara Ş. H.		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	23	56,1	68	97,1	91	82,0
Hayır	18	43,9	2	2,9	20	18,0
Genel Toplam	41	100,0	70	100	111	100,0

Tablo 4 (Devam)

Hizmetlere Erişimi Kolaylaştırma	Medicalpark		Ankara Ş. H.		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	14	34,2	6	8,6	20	18,0
Hayır	27	65,8	64	91,4	91	82,0
Genel Toplam	41	100,0	70	100	111	100,0
İşleyiş Ve Süreçlerdeki Değişiklik	Medicalpark		Ankara Ş. H.		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	13	31,7	12	17,1	25	22,5
Hayır	28	68,3	58	82,9	86	77,5
Genel Toplam	41	100,0	70	100,0	111	100,0

Tablo 4'e göre salgın sürecinde ilgili sağlık kurumlarının Covid-19 gönderilerinde farklı oranlarda tedbirler, kısıtlamalar, yasaklar ve toplumun uyması gereken kurallara yer verdiği söylenebilir. Ankara Şehir Hastanesi paylaşımlarının %61,4'ünde tedbir/kısıtlamalar vb. yer verirken Medicalpark Şehir Hastanesi %73,2 oranında yer vermiştir. Ayrıca incelenen Covid-19 konulu gönderiler arasında tedbirlerle alakalı gönderi paylaşımı %65,8'dir.

Salgının yarattığı krizi etkili bir biçimde yönetebilmek için vatandaşlara güvenilir bilgi akışı sağlamak ve davranışlarını hastalığın yayılımını engelleme yönünde değiştirmek temel koşullardır. Özellikle salgının yayılımını önlemek için Sağlık Bakanlığı tarafından açıklanan 14 kural, Bilim Kurulu'nun önerisiyle İçişleri Bakanlığı'nın yayınladığı genelgede belirlenen kısıtlamalar ve yasaklar konusunda toplumu bilgilendirme, pek çok kurum tarafından resmi sosyal medya hesapları üzerinden sağlanmıştır. Özellikle toplum sağlığının gözetilmesi, hastanelerin yüklerinin hafifletilmesi adına bu kurallara uyulmasının sağlanması sağlık kurumlarının birincil görevi haline gelmiştir (Wendling, Radisch, ve Jacobzone, 2013). Bu kapsamda bakıldığında da araştırma sonuçlarına göre incelenen kamu ve özel sağlık kurumlarının Covid konulu gönderilerinde ağırlıklı olarak (%65,8) önlemlere, kurallara, kısıtlamalara yer verdiği söylenebilir. Ayrıca verilerin toplanması sürecinde her iki sağlık kurumunun da bu tür içeriklerini sağlık çalışanları ile yapılan röportajlarla ve özel olarak hazırlanan animasyon videolarla paylaştığı görülmüştür. Literatürde de videolu içeriklerin daha fazla hedef kitleye, daha hızlı bir şekilde ulaştığı ve tüketici davranışlarını yönlendirmede etkili olduğu ifade edilmektedir (Van De Belt vd., 2012: 7).

Covid-19 konulu gönderilerde salgının yarattığı olumsuz etkiler ve bunların iyileştirilmesi için kurumlar tarafından çeşitli öneri ve tavsiyeler geliştirilerek sosyal medya hesaplarında paylaşılmıştır. Bununla ilgili Tablo 4 incelendiğinde Ankara Şehir Hastanesi'nin %12,9, Medicalpark Sağlık Grubu'nun %21,9 oranında Covid-19 konulu gönderilerinde salgının olumsuz etkilerine ve çözüm önerilerine yer verdiği görülmektedir. Covid-19 içerikli tüm gönderilerin de %16,2'si salgının yarattığı olumsuz etkiler ve bunlara yönelik önerilerle ilgilidir.

Covid-19 virüsünün yayılımını önlemek adına yetkili kurumlarca uygulanan sokağa çıkma yasakları, insanlarla iletişimin ve etkileşimin azaltılması, toplumda fiziksel ve

sosyolojik bazı problemleri de beraberinde getirmiştir. Depresiflik hali, hareketsiz yaşam, fiziksel duruş bozuklukları, beslenme bozuklukları, uyku düzensizlikleri vb. bunlardan bazılarıdır. Salgının yarattığı kriz sürecinde ortaya çıkan bu sorunların çözümü ve iyileştirilmesi için sağlık kurumlarınca evde kalarak yapabilecekleri çeşitli öneriler sosyal medya hesapları aracılığıyla paylaşılmıştır. Araştırma kapsamında Medicalpark sağlık grubunun ve Ankara Şehir Hastanesinin sırasıyla %21,9-%12,9 oranında hedef kitlesini salgının olumsuz etkileriyle ilgili bilgilendirme ve önerilerde bulunma konusunda paylaşım yaptığı görülmüştür. Bu önerilerin; evde düzenli beslenme alışkanlıkları, evde yapılabilecek spor ve egzersizler, sosyal faaliyetler, aile ile kaliteli vakit geçirme alternatifleri, mental olumlamlar vb.dir. Buna göre hem kamu hem de özel sağlık kurumlarının insanların sağlık hizmetlerinden faydalanamadığı, evde kaldıkları süreçte ruhsal ve fizyolojik sağlıklarını korumaları adına sosyal medya üzerinden destek sağladığı söylenebilir.

Salgın süreci boyunca büyük fedakarlıklarda bulunan, yüksek riskli ve zorlu koşullar altında mücadele eden sağlık çalışanlarına önemsendiklerini ve kurumlarca destek sağlandığını göstermek adına sosyal medya hesaplarından da paylaşımlar yapılmıştır. Bu kapsamda Tablo 4 incelendiğinde Ankara Şehir Hastanesi'nin Covid-19 konulu gönderilerinin %41,4'ü, Medicalpark Sağlık Grubu'nun gönderilerinin ise %2,4'ü sağlık çalışanları için motivasyon içeriklidir. Ayrıca Covid-19 konulu tüm gönderilerin %27'si sağlık çalışanlarına desteği içermektedir.

Salgın süreci boyunca tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kamu sağlık çalışanlarının fedakârca, kendi sağlıklarını riske atarak zorlu koşullar ve yoğun iş yükü altında çalıştığı görülmüştür. Özellikle vakaların kontrollü bir şekilde tedavisinin ve takibinin yapılabilmesi için sadece Sağlık Bakanlığınca belirlenen pandemi hastanelerinin oluşturulması, özel sektör hastanelerin Covid-19 teşhisi konan hastaları pandemi hastanelerine yönlendirmesi, kamudaki çalışanların iş yükünü daha da artırmıştır. Bu durum sağlık çalışanlarında kaygı bozukluklarına, motivasyon kaybına yol açmıştır. Bu sebeple Ankara Şehir Hastanesi'nin tedbirler dahilinde kahvaltı-yemek etkinliği, sağlık çalışanları adına ağaç dikme kampanyası düzenleyerek, çocuklardan gelen teşekkür mektuplarını paylaşarak, önemli günlerde çiçek hediyesi vererek ve bunları sosyal medya üzerinden yayınlarak topluma da gösterdiği söylenebilir. Bu durumun iç paydaşlar açısından kurumsal itibarı ve bağlılığı sağlamak için kriz anı yönetiminin önemli bir parçası olduğu düşünülebilir. Ayrıca Medicalpark Sağlık Grubu'nun bu konuda oldukça yetersiz paylaşımında bulunduğu (%2,4) söylenebilir. Her ne kadar salgın süreci boyunca hastalığın tedavisi konusunda ciddi bir yükü olmasa da özel sağlık kurumlarının kriz yönetimi sürecinde toplum tarafından kurumun sosyal sorumluluk bilincini, birlik ve beraberlik desteğini göstermek adına teşekkür içerikli video veya görsellere daha fazla yer vermesi gerektiği düşünülmektedir.

Tablo 4'teki bulgulara göre Ankara Şehir Hastanesi'nin salgındaki kriz sürecini etkili bir şekilde yönetebilmek adına farklı kurum ve kişilerle yaptığı iş birliklerini ve dayanışmayı içeren gönderilere sosyal medya üzerinden %41,4 oranında yer verdiği ancak Medicalpark Sağlık Grubu'nun bu konuda bir paylaşımında bulunmadığı görülmektedir. Bu neticede incelenen tüm Covid-19 konulu gönderilerin sadece %26,1'i diğer kurum ve kişilerle yapılan iş birliklerini içermektedir.

Salgının yayılımının engellenmesi amacıyla ülke içinde kriz süreci boyunca çeşitli önlemler ve kısıtlanmalar uygulanmıştır. Ayrıca vakaların tedavi edildiği sağlık kurumlarında aşırı kapasite doluluğu, teknik ve tıbbi destek ihtiyacını da aşırı düzeye çıkarmıştır. Bu sebeple salgındaki kriz sürecinin yönetilmesi ve başarılı bir şekilde atlatılması kurumlar arasında işbirliğini zorunlu kılmıştır. Özellikle bu süreçte araştırma kapsamında incelenen Ankara Şehir Hastanesi'nin gönderilerinde (%41,4) farklı kurum ve kuruluşlarla yaptıkları işbirliklerine yer verdiği tespit edilmiştir. Bu gönderiler il sağlık müdürlüğünün hastaneye yaptığı koruyucu ekipman desteğini, kamu üniversitelerinin kendi bütçeleriyle ürettikleri cerrahi maske bağışını, TV kanallarının yayınladığı destek haberlerini, çeşitli dernek ve vakıfların bağışlarını, ünlü şahsiyetlerle ortaklaşa hazırlanan destek videolarını içermektedir. Salgının yarattığı krizi yönetmek için Medicalpark Sağlık Grubu'nun vakalara hizmet konusunda bir yükümlülüğünün olmaması sebebiyle krizin yönetilmesi konusunda diğer kurumlarla işbirliği sağlamasını gerekli kılmadığından bu konuda herhangi bir paylaşımının olmadığı görülmektedir.

Tablo 4'e göre Ankara Şehir Hastanesi'nin Covid-19 konulu gönderilerinde %97,1, Medicalpark Sağlık Grubu ise %56,1 oranında toplum güveni ve kurumsal itibar sağlamaya yönelik içeriklere yer verilmektedir. Ayrıca araştırma kapsamına dâhil edilen Covid-19 konulu tüm gönderilerde %82 oranında toplumsal güven ve kurumsal itibar sağlamaya yönelik içeriklerin yer aldığı söylenebilir.

Salgının ülke içinde yarattığı kriz ve belirsizliklerle mücadele ederken toplum güveninin sağlama ve kurumsal itibarı koruma göz önünde bulundurulması gereken bir husustur. Bu noktada salgın hakkında hem kamu hem de özel sağlık kurumları sosyal medya hesapları üzerinden bilgilendirme yaparken açık, şeffaf, etik ilkelere dayalı olarak yaptığı paylaşımlarla kendilerini konumlandırmalıdır. Bu bakımdan kriz sürecinde yanlış ve asılsız haberler yayınlayan sahte hesaplar karşısında ilgili kurumların sosyal medya paylaşımlarında kurumsal itibarı korumaya yönelik kurum logosuna, kurum resmi web sayfası uzantısına yer verdiği, diğer yetkili paydaş hesaplarını (Sağlık Bakanlığı, Sağlık Bakanı, İl Sağlık Müdürlükleri, vb.) etiketlediği görülmektedir. Salgının tüm sürecinde krizi toplum güvenini sağlayarak yönetme konusunda büyük sorumluluğu olan Ankara Şehir Hastanesi'nin hemen hemen her gönderisinde (%97,1) itibar yönetimine ilişkin yukarıda belirtilen unsurlara yer verdiği görülmektedir. Medicalpark Sağlık Grubu'nun ise özellikle salgının krize dönüşmeye başladığı ilk evrelerinde paylaştığı gönderilerinde (%56,1) itibarını korumaya yönelik içerikler oluşturduğu görülmüştür.

Tablo 4 incelendiğinde araştırma kapsamındaki sağlık kurumlarının Covid-19 salgını süreci boyunca sağlık hizmetlerine erişimin dahi kısıtlandığı salgın sürecinde toplum sağlığına destek olmak amacıyla bazı erişim kolaylıkları/uygulamaları geliştirdiği saptanmıştır. Buna göre Ankara Şehir Hastanesi'nin gönderilerinde %8,6 oranında, Medicalpark Sağlık Grubu'nun ise %34,2 oranında hizmetlere erişimi kolaylaştırdığı uygulamalara dair içeriklere yer verdiği görülmektedir. Ayrıca Covid-19 konulu gönderilerin %18'inde hizmetlere erişimi kolaylaştıran uygulamalara yönelik içerikler yer almaktadır.

Özellikle kar amacıyla faaliyet gösteren Medicalpark Sağlık Grubu'nun diğer sağlık hizmetlerine erişimin önündeki engelleri kaldırmak adına daha aktif paylaşımlar yaptığı söylenebilir. Özellikle telefon uygulamaları ile tele-sağlık sistemini içeren, evde sağlık hizmetlerinin sunumu hakkında bilgiler veren gönderilerinin ön plana çıktığı görülmüştür. Ankara Şehir Hastanesi'nde ise sağlık hizmetlerine uzaktan

erişimin sağlanması ve karantina günlerinde toplumun ruh sağlığını desteklemek için çevrimiçi psikososyal destek hattı, MHRS ve Alo 182 gibi e-devlet uygulamalarını teşvik eden sınırlı oranda (%8,6) paylaşım yaptığı görülmektedir.

Tablo 4 incelendiğinde Covid-19 konulu toplam 111 gönderinin %22,5'i salgın sürecinde sağlık kurumlarının hizmet sunum sürecinde meydana gelen değişiklikleri içerdiği görülmektedir. Ayrıca Ankara Şehir Hastanesi'nin Covid-19 konulu gönderilerinin %17,1'i, Medicalpark Sağlık Grubu'nun ise %31,7'si süreç değişikliği ile ilgili içeriğe sahiptir.

Tablo 5. Covid-19 Haricindeki İçerik Paylaşımına İlişkin Bulgular

Önemli Gün Ve Hafta Kutlamaları	Medicalpark		Ankara Ş. H.		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	20	27,4	22	68,7	42	40,0
Hayır	53	72,6	10	31,3	63	60
Genel Toplam	73	100,0	32	100,0	105	100,00
Sosyal Sorumluluk Çalışmaları	Medicalpark		Ankara Ş. H.		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	2	2,7	8	25	10	9,5
Hayır	71	97,2	24	75	95	90,5
Genel Toplam	73	100,0	32	100,0	105	100,00
Diğer Sağlık Hizmetleri Hakkında	Medicalpark		Ankara Ş. H.		Genel Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	50	68,5	6	18,8	56	53,3
Hayır	23	31,5	26	81,2	49	46,7
Genel Toplam	73	100,0	32	100,0	105	100,00

Araştırmanın diğer ana kategorisi olan Covid-19 harici paylaşımına yönelik oluşturulan önemli gün ve haftalar, sosyal sorumluluk, Covid harici diğer sağlık hizmetleri başlıklı alt kategoriler ve bunlara ilişkin bulgular aşağıdaki Tablo 5'te yer almaktadır. Bu bağlamda Tablo 5 incelendiğinde Covid-19 konulu olmayan toplam 105 gönderinin %40'ı önemli gün ve haftaları konu alan gönderiler olduğu görülmektedir. Ankara Şehir Hastanesi'nin Covid-19 harici 32 gönderisinde %68,7 oranında, Medicalpark Sağlık Grubu'nun ise %27,4 oranında önemli gün ve haftaları kutlama içeriklerine yer verildiği saptanmıştır. Ankara Şehir Hastanesi'nin Covid-19 harici gönderilerinde, sosyal sorumluluk çalışmalarına yönelik içeriklere %25, Medicalpark Sağlık Grubu'nun ise %2,7 oranında yer verdiği görülmektedir. Ayrıca Ankara Şehir Hastanesi'nin ve Medicalpark Sağlık Grubu'nun Covid-19 konulu gönderileri dışındaki paylaşımının sırasıyla %18,8'i ve %68,5'i kurumun sunduğu diğer sağlık hizmetlerini ve Covid-19 hastalığı haricindeki diğer hastalıklar hakkında bilgilendirmeleri içerdiği görülmektedir. Ayrıca genel olarak değerlendirilen Covid-19 harici gönderilerin %53,3'ü kurumların sundukları diğer sağlık hizmetleri ve hastalıklar hakkındadır.

5. Sonuç

Günümüzde yaşanan Covid-19 salgını sosyal etkileşim ve iletişim faaliyetlerini durdurarak toplumlara fiziksel ve ruhsal açıdan bir çöküşe, bunalıma ve bilinmezliğe sürüklemiştir. Bu durum karşısında hem bireyler hem de kurumlar, salgın hakkında bilgi edinmek ve gidişatın nasıl ilerlediğini öğrenmek için çeşitli iletişim yollarına yönelmektedirler. Özellikle salgının yarattığı kriz anındaki kısıtlamalarda görsel ve

yazılı iletişim sağlayan sosyal medya iletişim araçlarından biri olan Instagram ön plana çıkmıştır. Yaşanan salgın hakkında açıklamaların, bilgilerin ve anlık gelişmelerin kısa sürede herkese iletilerek farkındalığın sağlanması konusunda büyük sorumluluk yüklenen kamu ve özel sağlık kurumları, krizi yönetmede önemli bir araç olan sosyal medya hesaplarını kullanmışlardır.

Yaşanan Covid-19 salgını krizinde görsel öğelerle daha fazla etkileşim kurma ve farkındalık sağlama olanağı sunan Instagram üzerinden araştırma kapsamındaki kurumların krizi yönetme konusunda farklı biçimlerde paylaşımlar yapmayı tercih ettiği söylenebilir. Medicalpark Sağlık Grubu'nun özellikle oluşturduğu gönderi içeriklerine uygun tasarımlarla çoğunlukla görseller paylaştığı görülmektedir. Ayrıca kriz döneminde sağlık hizmetlerine erişimin kısıtlanması, insanların salgın hakkında endişeye kapılarak ihtiyaç duysa bile hastanelere başvurmak istememesi, bir tedirginlik ve güvensizlik ortamının oluşması sebebiyle kar ve müşteri kaybı endişesi özel sağlık kurumları için daha ön plandadır. Medicalpark Sağlık Grubu sunduğu sağlık hizmetlerinin tanıtımını içeren gönderilerini canlı yayınlarla paylaşmıştır. Ayrıca ilgili sağlık kurumunun toplum sağlığının korunması için kurumsal sosyal sorumluluğunu ortaya koymak adına salgın sürecinin olumsuz etkilerini, gerekli tedbirleri açıklamak adına kurum çalışanları/yöneticileri tarafından açıklamaların yapıldığı videolu gönderiler paylaşmıştır. Buna göre Medicalpark Sağlık Grubu'nun kriz yönetimi sürecinde hedef kitleye ulaşma adına sosyal medya paylaşım biçimlerine bilinçli bir şekilde karar verdiği söylenebilir.

Covid-19 salgınının kriz aşamasında toplum sağlığının korunması, hastalığın teşhisi ve tedavisi konusunda en büyük yük kamu hastanelerince üstlenilmiştir. Özellikle süreçte tedavi ve yoğun bakım ünitelerinin tam kapasite çalışması, kısıtlamalara rağmen salgının yayılımının devam etmesi, kamu kurumlarının toplumu bilinçlendirme ve bilgilendirme konusundaki sorumluluğunu daha da artırmıştır. Bu sebeple Ankara Şehir Hastanesi düzenli sıklıklarla ve hemen hemen eşit oranlarda gönderilerini görsel (%50,9) ve video (49,1) biçiminde paylaşmıştır. Özellikle salgının etkileri, bulaş riski, kısıtlamalar vb. salgında krize neden olan durumlar hakkında diğer kamu kurumları (Sağlık Bakanlığı, İl Sağlık Müdürlüğü, TV kanalları) tarafından yapılan paylaşımlara görsel olarak yer verilmiştir. Vaka sayılarında pik noktaya ulaşılan ve hastane çalışanlarının ciddi sorunlarla karşılaştığı dönemlerde kurum yöneticilerinin açıklamalar yaptığı ve hastane işleyiş süreçlerinin yer aldığı videolar paylaşılmıştır. Bu durum toplum güvenini ve daha fazla kişiyle salgının kriz yönetimi evresinde etkileşim sağlamak, topluma daha detaylı bilgi vermek ve bilgi kaynağının güvenilirliğini sağlamak için doğru sosyal medya paylaşım biçimlerinin tercih edildiğini göstermektedir. Ayrıca Ankara Şehir Hastanesi'nin gönderi içeriklerini temsil eden özel tasarım görseller yerine anlık çekilmiş fotoğraflar paylaştığı görülmüştür. Bu durum, kamu sağlık kurumunda sosyal medya yönetimi ve iletişimi konusunda stratejik anlamda bir eksiklik olarak değerlendirilebilir. Amaçlara göre özel tasarlanan gönderilerin hedef kitlenin davranışlarını daha fazla etkilediği ve daha fazla etkileşim sağladığı bilinmektedir (Tafesse ve Wien 2017: 12).

Covid-19 salgın sürecinde bir anda sokağa çıkma kısıtlamaları, eğitimin ve çeşitli hizmetlere erişimin durdurulması kararı almışlardır. Bu da insanların birbirleriyle ve kurumlar arasındaki iletişimin yüz yüze sağlanmasını engelleyerek teknoloji kullanımını gerekli kılmıştır. Bu sebeple kısıtlamalara uyularak hastalık hakkında bilginin sağlanması ve ortaklaşa hareket edilebilmesi için sosyal medya üzerinde yapılan paylaşımlar artmıştır. Araştırma bulgularıyla Ankara Şehir Hastanesi'nin

salgının kriz süreci boyunca düzenli olarak ve sıklıkla gönderilerinde Covid-19 konulu içeriklere yer verdiği, ancak Medicalpark Sağlık Grubu'nun salgının başladığı ve pik vaka sayılarına ulaştığı dönemlerde Covid-19 konulu paylaşımlarda bulunduğu görülmüştür. Buna göre özel sağlık grubunun sosyal sorumluluk kapsamında toplum bilincini ve farkındalığını oluşturmak için salgının başlangıç aşamasında Covid-19 konulu paylaşımlara ağırlık verdiği söylenebilir. Kurumun, diğer sağlık hizmetlerine yönelik Covid-19 harici paylaşımlarına salgının kriz süreci boyunca düzenli olarak yer verdiği de görülmektedir. Covid-19 teşhisi konan hastaların Sağlık Bakanlığı kararıyla sadece pandemi hastanesi ilan edilen kurumlarda tedavi edilmesi ve bu konu hakkında bilgi paylaşımlarının kısıtlanması da özel sağlık grubunun Covid-19 konulu paylaşımlarını sınırlandırmış olabilir. Ankara Şehir Hastanesi salgınına krize dönüştüğü süreç boyunca kesintisiz hizmet veren en yoğun kapasite ile çalışan pandemi hastanesi olmuştur. Salgın hakkında kurumsal ve kamusal sorumluluğu en fazla olan hastanelerden biri olarak kriz sürecinin sosyal medya üzerinden etkili yönetimi için çeşitli içerik ve biçimlerle paylaşımlar yaptığı söylenebilir.

Bu araştırma kapsamında incelenen ilgili kurumların resmi Instagram hesaplarında hashtag kullanımına da yer verdikleri görülmüştür. Koronavirüs sürecinde de geliştirilen çeşitli sloganlar için kullanıldığı gözlemlenmiştir. Bunlardan bazıları #hayatevesiğar, #evdekal, #birlikteyeneceğiz, #evdekaltürkiyem, #herkesiçinsahlik, #saglikneferleri #saglikicinçal, #coronavirüs, #evdekalbizgeliriz gibi hashtaglerdir. Koronavirüs sürecinde hashtagler açılarak insanlar bir çatı altında toplanmaya çalışılmıştır. Özellikle olumsuz gönderilerle etkileşimi artıracak olan #covid-19, #corona gibi başlıkların kullanımı tercih edilmemiştir. Araştırma bulgularına göre hashtag kullanarak paylaşım yapmanın hedef kitleyi istenen yöne çekme için büyük başarı sağlayacağı konusunda Medicalpark Sağlık Grubu'nun (%78,1), Ankara Şehir Hastanesi'ne (%34,3) göre daha güçlü bir farkındalığa sahip olduğu söylenebilir. Medicalpark sağlık grubunun salgın öncesinde de hedef kitle oluşturma, sosyal medyadan hedef kitleye ulaşma, etkileşim sağlama konusunda pazarlama çalışmalarını yürütüyor olması ve sosyal medya iletişim stratejileri açısından deneyiminin bulunması kriz sürecinde de bilinçli bir şekilde hashtag kullanmasında etkili olmuştur.

Koronavirüs salgınına karşı Medicalpark Sağlık Grubu resmi Instagram hesabını, %73 oranında önlemler, tedbirler ve kısıtlamalar hakkında kamuoyu farkındalığı sağlamak için aktif bir biçimde kullanmıştır. Bunu %68,5 ile kurumun sunduğu diğer sağlık hizmetleri hakkında bilgi vermek, %56,1 ile topluma karşı kurum güvenini ve kurumsal itibarı korumak, %34,2 ile de hizmetlere erişimi kolaylaştırmak amacıyla sosyal medya hesabının kullanımı izlemektedir. Ankara Şehir Hastanesi resmi Instagram hesabındaki gönderilerini ise %97,1 oranında kurum güvenini ve kurumsal itibarını koruma amacıyla paylaşarak etkili bir sosyal medya kullanımı sağlamıştır. Ayrıca salgının kriz süreci boyunca önemli gün ve hafta kutlamaları (%68,7), önlemler, kısıtlamalar ve tedbirler hakkında kamuoyu farkındalığı sağlama (%61,4), sağlık çalışanlarına desteğini gösterme (%41,4) ve diğer kamu/özel kurum ve kişiler ile işbirliğini geliştirme amacıyla paylaşımlar gerçekleştirilmiştir. Buradan hareketle iki sağlık kurumunun da salgın döneminde krizi yönetmek için sosyal medyayı daha etkin kullanmaya başladığı, krizi yönetmek için toplumun her kesimine hızlı ve etkili bir şekilde ulaşmak amacıyla içeriklerini farklılaştırdığı, davranış yönlendirici içerikler kullandığı söylenebilir.

Kriz iletişimi kapsamında Instagram kullanımına yönelik bu sonuçlar kamu ve özel sağlık kurumlarının salgın krizinde güvenilir kaynaklardan, resmi hesaplardan, yetkili kişilerden yapılacak açıklamaların öneminin farkında olduğu görülmektedir. Ayrıca tedbirler/kısıtlamalar konusunda paylaşımlar yapmaları da toplum sağlığı konusundaki sorumluluklarının bilincinde olduklarını ortaya koymaktadır. Covid-19 salgının yarattığı krizde hem kamu hem de özel sağlık kurumlarının ortak amaçlarla benzer sosyal medya stratejileriyle paylaşımlar yaptığı görülse de bazı içeriklerinde farklılıklar bulunmaktadır. Özellikle kamu sağlık kurumu kriz yönetimi bağlamında sağlık çalışanlarına desteğini gösterme ve diğer kurum ve kişilerle işbirliği kurmak amacıyla daha aktif paylaşımlarda bulunmuştur. Özel sağlık grubunun ise sosyal medyada kriz yönetimine yönelik olarak kuruma doğrudan erişim olanaklarının kısıtlanması sebebiyle sunduğu sağlık hizmetlerine erişimi kolaylaştıran alternatifler ve hizmetler hakkında bilgilendirmelere ağırlık verdiği görülmektedir. Bu kapsamda Türkiye'nin en yüksek marka değerine ve sosyal medyada en fazla takipçi sayısına sahip olan özel sağlık grubunun yaşanan kriz sürecinde sosyal sorumluluk bağlamında sağlık çalışanlarına destek ve kamu kurumlarıyla işbirliği içerikleriyle daha aktif paylaşımlarda bulunabilirdi. Diğer taraftan kamu sağlık kurumunun yaşanan kriz döneminde belirsizlikler ve kısıtlamalar nedeniyle Covid-19 teşhis ve tedavisi haricindeki diğer sağlık hizmetlerinin işleyişi hakkında daha sık paylaşımlar yaparak kriz iletişimini sosyal medya üzerinden daha etkili bir biçimde yönetebilirdi.

Covid-19 salgını krizinde sağlık kurumlarının süreç içerisindeki mücadelesi ve tutarlılığı kriz iletişimi kapsamında oldukça önemlidir. Bu sebeple salgın etkileri, sonuçları, süreç işleyişleri vb. haricindeki yapılacak paylaşımlar, kriz yönetimi sürecinin asıl amacı olan salgınla mücadeleyi aksatarak hedef kitleyi yanlış biçimde yönlendirebilir. Bunun sonucunda da sağlık kurumları kriz sürecindeki iletişimi sağlamada başarısız olabilirler. Öyle ki özel sağlık grubunun salgının yarattığı kriz döneminde %64 oranında Covid-19 harici paylaşımlarda bulunduğu görülmektedir. Bu durum, özel sağlık kurumunun temel faaliyet alanı olan sağlık hizmetleri sunumuna daha fazla odaklanmasından, müşteri ve kar kaybı endişesinin yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Toplum sağlığını önceliklendiren, salgın tedbirlerine uymayı teşvik eden sosyal medya iletişimi sağlamaması etkin kriz iletişimini engellemektedir.

Bu çalışma kapsamında ele alınan konular sağlık kurumlarının sosyal medya paylaşım içeriklerinin nitel araştırma yöntemiyle incelenerek değerlendirilmiştir. Özellikle salgın dönemlerinde içerik türleri ve paylaşım biçimleri konusunda fikirler sunan bu çalışma sonraki araştırmalar için yol gösterici olacaktır. Gelecekte sağlık kurumlarının sosyal medya paylaşımları ile ilgili yapılacak çalışmalarda gönderi içeriklerinin aldığı etkileşimler (beğeni, retweet, yorum) açısından incelemeler yapılabilir. Ayrıca bu çalışma sağlık kurumlarının Instagram paylaşımları üzerinde incelemelerde bulunmaktadır. Sonraki çalışmalar twitter, facebook vb. sosyal medya kanallarına yoğunlaşabilir. Diğer taraftan çalışma iki sağlık kurumu ile sınırlandırılmıştır. Sonraki çalışmalarda daha fazla sayıda türde sağlık kurumu incelmeye alınabilir.

Referanslar

- Ateş, N. B., & Baran, S. (2020). Kriz iletişimde sosyal medyanın etkin kullanımı: Covid-19 (koronavirüs) salgınına yönelik Twitter analizi. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 16, 66–99.
- Batta, H. E., & Iwokwagh, N. S. (2015). Optimising the digital age health-wise: utilisation of new/social media by nigerian teaching hospitals. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 176, 175–185. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.459>
- Bauman, Z. (2000). *Siyaset arayış*. İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Bilgiç, A., & Akyüz, S. S. (2020). Türkiye’de covid-19 pandemisi döneminde sağlık bakanı fahrettin koca’nın sosyal medya kullanımı: Twitter paylaşımları içerik analizi. *Gaziantep University Journal Of Social Sciences, Special Issue*, 230–243.
- Brandingturkiye. (2020). *Türkiye’nin en değerli 100 markası (2020)*. Erişim Adresi: <https://www.brandingturkiye.com/turkiyenin-en-degerli-100-markasi-2020/>
- Bulduklu, Y., & Karaçor, S. (2017). Sağlık hizmetlerinde kriz iletişimi ve yeni medya. *Atatürk İletişim Dergisi*, 14(Özel Sayı), 279–296.
- Çakır, V. (2014). Kriz İletişim Teorileri. M. Akdağ, Ü. Arklan, S. Tiryaki, Ö. Özer, & M. Kazaz (Eds.), *Kriz Yönetimi: İletişimsel Temelde Çözüm Odaklı Stratejik Yaklaşımlar*. 36–87. Konya: Literatürk Academia.
- CDC. (2011). *The health communicator’s social media toolkit*. Erişim adresi: https://www.cdc.gov/healthcommunication/toolstemplates/socialmediatoolkit_bm.pdf
- Çınar, F., Demircan, R., & Nişancı, Z. (2019). Hastane yöneticilerinin stratejik yönetim araçlarını kullanım durumlarının incelenmesi: Nitel bir çalışma. *Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 40–52.
- Çobaner, A. A., & Köksoy, S. (2014). Sağlık alanında sosyal medyanın kullanımı: Twitter’da sağlık mesajları. Akgül, M., Çağlayan, U., Derman, E. & Özgüt, A. (Ed.). *2014 Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri içinde* (899–906. ss). Mersin.
- Coombs, T. (2010). Parameters for crisis communication. T. Coombs & S. J. Holladay (Eds.), *The Handbook of Crisis Communication* (17–54). Blackwell Publishing.
- Dondurucu, Z. B., & Çetinkaya, A. (2020). Uluslararası havayolları şirketlerinin covid-19 salgını sürecinde Instagram’da marka iletişimi stratejilerinin analizi. *Turkish Studies*, 15(4), 325–356. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.44479>
- Geysi, A. (2019). *Sağlık iletişimde sosyal medyanın yeri: Kocaeli ilindeki sağlık kurumlarının sosyal medya kullanımlarının incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim ve Halkla İlişkiler Anabilim Dalı. Kocaeli.
- Ginsberg, K. (2015). Instabranding: Shaping the personalities of the top food brands on Instagram. In *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 6(1), 78–91.
- Güngör, F. S. (2019). Türkiye’de hastanelerin Instagram kullanımı: Medical Park, Acıbadem ve Memorial sağlık grupları örneği. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(2), 1309–1324. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.495513>
- Hilliard, C. (2012). Social media for healthcare: A content analysis of m.d. Anderson’s Facebook presence and its contribution to cancer support systems. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*,

- 3(1), 23–32.
- Karasar, N. (2010). *Bilimsel araştırma yöntemi* (21th ed.). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kordzadeh, N., & Young, D. K. (2015). Understanding how hospitals use social media: An exploratory study of facebook posts. *2015 Americas Conference on Information Systems* içinde (1–10. ss.). Puerto Rico.
- Law, R. W. M., Kanagasingam, S., & Choong, K. A. (2021). Sensationalist social media usage by doctors and dentists during Covid-19. *Digital Health*, 7(1), 1–12. <https://doi.org/10.1177/20552076211028034>
- Lindsay, B. R. (2011). Social media and disasters: Current uses, future options, and policy considerations. In *US Congressional Research Service Report on Homeland Security*. Erişim adresi: www.crs.gov
- Longstaff, P. H., & Yang, S. U. (2008). Communication management and trust: Their role in building resilience to “surprises” such as natural disasters, pandemic flu, and terrorism. *Ecology and Society*, 13(1), 1–14. <https://doi.org/10.5751/ES-02232-130103>
- Lukaszewski, E. J. (1997). Establishing Individual And Corporate Crisis Communication Standarts: The Principles And Protocols. *Public Relation Quarterly*, 42(3), 7–14.
- Özkoyuncu, F. (2016). Sosyal medya. *İstanbul Üniversitesi Açık Ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Lisans Programı*. İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Özoran, B. A. (2020). Covid-19 salgınında markaların twitter kullanımları üzerine bir inceleme. *Van Yüüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,(Salgın Hastalıklar Özel Sayısı)*, 429–458.
- Öztürk, C., & Vardarlıer, P. (2020). Sağlık geliştirilmesi ve sağlık iletişimi: Sağlık kurumlarının sosyal medya mecra kullanımının incelenmesi. *Modern Leisure Studies*, 2(1), 33-56.
- Öztürk, G., & Öymen, G. (2013). Sağlık iletişiminde sosyal medya kullanımının stratejik önemi: Türkiye’de kalp sağlığı ile ilgili kâr amacı gütmeyen kuruluşlar üzerine bir değerlendirme. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 5(1), 109–132.
- Pinto, M. B., & Yagnik, A. (2017). Fit for life: A content analysis of fitness tracker brands use of Facebook in social media marketing. *Journal of Brand Management*, 24(1), 49–67. <https://doi.org/10.1057/s41262-016-0014-4>
- Robledo, D. (2012). Integrative use of social media in health communication. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 2(4), 77–95.
- Samur, S. (2020). Covid-19 pandemi sürecinde Ankara’daki devlet üniversitelerinin Instagram kullanımları üzerine nicel bir araştırma. *Eurasian Journal of Reserches in Social and Economics*, 7(6), 436–457.
- Smith, K. T. (2017). Hospital marketing and communications via social media. *Services Marketing Quarterly*, 38(3), 187–201. <https://doi.org/10.1080/15332969.2017.1363518>
- Surani, Z., Hirani, R., Elias, A., Quisenberry, L., Varon, J., Surani, S., & Surani, S. (2017). Social media usage among health care providers. *BMC Research Notes*, 10(1), 1–5. <https://doi.org/10.1186/s13104-017-2993-y>
- Tafesse, W., & Wien, A. (2017). A framework for categorizing social media posts. *Cogent Business and Management*, 4(1), 1–22. <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1284390>
- Tekbıyık, S. G. (2017). *Dijital içerik yönetiminde görsel kullanımının marka iletişimine etkisi*.Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret

- Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Anabilim Dalı. İstanbul.
- Tirkkonen, P., & Luoma-aho, V. (2011). Online authority communication during an epidemic: A Finnish example. *Public Relations Review*, 37(2), 172–174. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.01.004>
- Van De Belt, T. H., Berben, S. A. A., Samsom, M., Engelen, L. J. L. P. G. & Schoonhoven, L. (2012). Use of social media by Western European hospitals: Longitudinal study. *Journal of Medical Internet Research*, 14(3), e1992. <https://doi.org/10.2196/jmir.1992>
- Vassallo, A. J., Kelly, B., Zhang, L., Wang, Z., Young, S., & Freeman, B. (2018). Junk food marketing on Instagram: Content analysis. *Journal of Medical Internet Research*, 20(6), e54. <https://doi.org/10.2196/publichealth.9594>
- Wearesocial.com. (2021). *Digital 2021: The latest insights into the 'state of digital' - We Are Social*. Erişim adresi: <https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>
- Wendling, C., Radisch, J., & Jacobzone, S. (2013). *The use of social media in risk and crisis communication*. OECD Working Papers on Public Governance No.24. <https://doi.org/10.1787/5k3v01fskp9s-en>
- Yamamoto, G., & Şekeroğlu, Ö. (2014). *Sosyal medya ve blog*. İstanbul: Kriter Yaynevi.

KARANTİNADAKİ İŞLETMELER: COVID-19 KÜRESEL SALGININDA TÜRKİYE ÖRNEĞİ

ENTERPRISES IN QUARANTINE: THE EFFECTS OF COVID-19 IN TURKEY

Özge KOCAKULA⁽¹⁾

Öz: Bütün dünyada olduğu gibi Türkiye’de de çok boyutlu sonuçlar doğuran ve bir küresel kriz niteliği taşıyan Covid-19, işletmeler ve sektörler üzerinde, bir kısmı kalıcı olmak üzere, radikal değişimlere sebep olmuştur. Bu çalışmada, Covid-19’un Türkiye’deki işletmeler ve sektörler üzerindeki etkileri; açılan ve kapanan işletme sayıları ve en çok açılan ve kapanan faaliyet alanları üzerinden analiz edilmeye çalışılmıştır. Nisan ayı itibarıyla, 2021 yılının ilk çeyreğine ilişkin işletme ve sektör verilerinin yayınlanmasıyla analiz edilecek veri setinin içine 2021 ilk çeyreği de dâhil edilmiş; bu veriler önceki dört yılın verileri ile de karşılaştırılmıştır. Açılan ve kapanan işletme ve şirketlere ek olarak istihdam rakamları üzerinden, Covid-19’un işletmeler üzerindeki etkileri daha belirgin hale getirilmeye çalışılmıştır. Bunun yanı sıra, Covid-19’un etkilerini bütüncül bir perspektiften görebilmek adına, dünyadaki sektörler ve işletmelerin durumu çalışmaya dâhil edilmiş ve Covid-19 sürecinin başlangıcından ilk yarısına değin geçen süreç, boylamsal analize tabi tutulmuştur. Yapılan analizler neticesinde işletmelere, post-pandemi süreci için önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, İstihdam, İşletmeler, Kriz Yönetimi, Sektörler

Abstract: Covid-19 as a global crisis, which has multi-dimensional results in Turkey as well as all over the world has caused radical changes, some of which are permanent, on enterprises and sectors. In this study, the impacts of Covid-19 on enterprises and sectors found in Turkey, number of established and disbanded organizations and the most established and disbanded fields of activity were tried to be analyzed. The data belonging to the first quarter of 2021 was also considered within the scope of this study after the publication of relevant data as of April, and these data were also compared with the previous four years. In addition to the enterprises and companies that were established and disbanded, the effects of Covid-19 on enterprises were tried to be made more evident through employment figures. In addition, the situations of sectors and enterprises in the world were included in the study in order to see the effects of Covid-19 from a holistic perspective, and the period from the beginning to the first half of the Covid-19 was subjected to a longitudinal analysis. As a result of the research, suggestions were made to the enterprises for the post-pandemic process.

Keywords: Covid-19, Employment, Enterprises, Crisis Management, Sectors

JEL: E32, F01, L60, L80, M20

1. Giriş

İnsanlık tarihinin başlangıcından bu yana dünya, sayısız salgın ve hastalıkla mücadele etmek durumunda kalmıştır. Epidemi ve pandemi, virüsün hızla popülasyona yayılması nedeniyle, salgınlar arasında kontrolü ve yönetimi en zor olan salgın türleridir. Kuş gribi, domuz gribi, ebola, İspanyol gribi, kara veba, kolera başta olmak üzere; kimi zaman ülkeler kimi zaman dünyanın tamamı, ölümle

⁽¹⁾ Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sultanhisar Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü; ozgekocakula@adu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9710-492X

sonuçlanan veya organizmada kalıcı hasarlara neden olan bu salgın türlerinden nüfusu korumak ve salgını denetim altına alarak yönetilebilir hale getirmek için mücadele vermişlerdir. Bu salgınlardan sonuncusu olan Covid-19, koronavirüs adıyla teşhis edilmiş ve ilk olarak Dünya Sağlık Örgütü'nün müdahalesiyle Aralık 2019'da Çin'e bağlı Wuhan kentinde tespit edilmiştir. İlk olarak bölgeye mahsus olduğu düşünülerek epidemi önlemleri ile durdurulmaya çalışılan; 2020 Ocak ayı başları itibariyle farklı ülkelerde de virüslü hastaların teşhis edilmesiyle, yine Dünya Sağlık Örgütü tarafından, 'Uluslararası Kamu Sağlığı Acil Durumu' ilan edilen Covid-19, insan türüne yönelik doğrudan yaşamsal tehdit oluşturmakta ve tür açısından yaşamsal olayları, dolaylı yoldan etkisi altına almaktadır.

Covid-19'un doğrudan etkisi neticesinde yaşanan can kayıpları bugün itibariyle 3,5 milyon dolayındadır. Bu sayı, Litvanya, Ermenistan, Bosna-Hersek, Panama, Slovenya, Katar gibi ülkelerin toplam nüfusundan çok daha fazladır. Diğer taraftan, insan türe ait özelliklerini sosyal yaşam formuna sahip olması yani sosyal etkileşim dolayısıyla kazanmıştır. Pandeminin yönetilebilir hale getirilmesi amacıyla alınan sosyal mesafe, izolasyon, sokağa çıkma yasakları gibi tedbirler; ulaşım, seyahat, lojistik, işletme ve endüstri, finans ve ekonomi gibi küresel işleyişin ana arterlerinde duran bütün fonksiyonlar üzerinde kısa sürede saçılma etkisi üretmiştir. Tarihsel süreçte dünya genelinde Sars, İspanyol Gribi, Ebola gibi epidemilerin görülmesine karşın; Covid-19'u diğerlerinden ayırarak küresel ekonomide çarpıcı etkiler yaratmasının nedenlerini Fernandes (2020: 5); (i) Yalnızca düşük-orta gelirli ekonomilerde görülmemesi, (ii) Faiz oranlarındaki tarihi düşüşler, (iii) Dünyanın daha bütünleşik bir yapıya bürünmesi, (iv) Mevcut krizin tedarik zincirleri yoluyla saçılma etkisi yaratması, (v) Arz ve talepte eşzamanlı tahribatın yaşanması ile açıklamaktadır.

İçinde bulunduğumuz söz konusu 'yeni normal 'in tanımlanması, etkilerinin saptanması, boyutlarının ve olası tedbirlerin belirlenmesi amacıyla akademik yazında Covid-19 süreci ile ilgili yapılan çalışmalarının giderek hacim kazandığını görmekteyiz. Türkçe alanyazında yapılan çalışmalara bakıldığında, Covid-19'un *ekonomik boyutu* (Eğri ve Doğaner, 2020; Eroğlu, 2020; Eryüzlü, 2020, Nakiboğlu ve Işık, 2020; Oral ve Sevinç, 2020), *işgücü ve istihdam üzerindeki etkileri* (Kara, 2020; Korkmaz, 2020), *sektörler özelindeki etkileri* (Tayar, Gümüştakin, Dayan ve Mandi, 2020) ve *işletmeler üzerindeki etkileri* (İnce, Nurduğan ve Bayar, 2021) akademik meraka en çok konu edilen başlıklar olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünya genelindeki alanyazında yine benzer bir durum söz konusudur. Ülkeler bazında yapılan ekonomik hasar tespitlerinin (Duan, Bao, Tian, Yang ve Cai, 2020) yanında; *küresel ekonomi* (Abodunrin, 2020), *post-pandemi ekonomi-politiği* (Chohan, 2020), *Covid-19'un işletmeler* (Gu, Ying, Zhang ve Tao, 2020;) ve *endüstri düzeyinde* (Amankwah-Amoah, 2020; Yang ve Han, 2021) etki analizlerinin başlıca araştırma soruları olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada, Covid-19 küresel salgınının Türkiye'de görüldüğü ilk günden bu yana açılan ve kapanan yerli ve yabancı sermayeli işletmeler; işletme sayısı, faaliyet türü, faaliyet alanı değişkenleri üzerinden analiz edilmiştir. Analizde kullanılacak meta-veri, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin yayınladığı veriler üzerinden elde edilmiştir. 31/03/2009 tarihinde yapılan IV. İstatistik Konseyi'nde alınan karar gereğince, TÜİK tarafından açıklanan şirket, kooperatif ve gerçek kişilere ait işletmeler ile ilgili Kurulan/Kapanan Şirket İstatistiklerinin 5429 sayılı kanun uyarınca Resmi İstatistik kapsamında yayımlanma sorumluluğu 2010 yılı başından itibaren Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'ne devredilmiştir (tobb.org).

Çalışma kapsamında ilk olarak Covid-19'un küresel olarak sektörler ve işletmeler üzerindeki etkilerine yönelik makro ölçekli bir değerlendirme yapılarak, tedbir önerilerine değinilecektir. Bir sonraki bölümde Covid-19'un Türkiye'deki genel seyri, Türkiye'deki istihdam oranları ile açılan ve kapanan işletmeler üzerindeki etkileri üzerinden analiz değerlendirilecektir. Sonuç bölümünde araştırma kapsamında incelenen Türkiye'deki istihdam oranlarının seyri, açılan ve kapanan şirketler ve işletmeler, en çok açılan ve kapanan faaliyet türleri ve sektörel güven endeksine ilişkin verilerin değerlendirilmesi yapılacaktır.

2. Covid-19'un Global Etkileri: Küçülen Sektörler ve İşletmeler

Lorenz'in 1963 yılında hava durumu tahminleri üzerinden yola çıkarak geliştirdiği; küçük sapmaların devasa hatalara yol açabileceğini öngören 'kelebek etkisi' modelinin pratikteki önemli küresel örneklerinden biri olan Covid-19 salgını, dünya üzerinde yaygın etkiler üretmeye devam etmektedir. Kökeni itibari ile yalnızca sağlık sektörünün konusu olan, coğrafi olarak ise Çin'de ortaya çıkan söz konusu epidemiyi; dünya çapındaki bütün sektörler hızla sirayet etmiş ve bu bağlamda sosyo-psikolojik, demografik, ekonomik, politik ve kültürel boyutlarda radikal dönüşümlere yol açmış ve açmaya devam etmektedir. Beklenmedik bir anda ortaya çıkması, oldukça kısa bir süre içerisinde bütün dünyaya yayılması, daha önce karşılaşılmadık olması dolayısıyla, uzun vadeli yaygın etkilerinin ve mücadele yöntemlerinin kesin bir şekilde bilinmiyor olması; Covid-19 pandemisinin küresel ölçekte bir kriz olarak ele alınması gerekliliğini ortaya koymuştur.

Pandemiye dek dünya genelinde izlenmekte olan liberal politikalar, Covid-19'un Çin'den hızla dünya geneline yayılmasıyla birlikte giderek terk edilmeye başlanmış ve ülke sınırları kapatılmış; devlet yöneticilerinin kriz yönetim stratejilerinin bir parçası olarak, terk edilmiş ulusal politikalara geri dönmüştür. Kriz yönetimi sürecinde uygulanan mücadele stratejileri, başta sağlık sektörü olmak üzere; otomotiv, inşaat, turizm, tekstil, gıda gibi pek çok sektörü derinden etkilemiş ve dönüşmüştür. Sektörler dönüşürken çalışanların çalışma koşulları, iş ve örgüt ile olan etkileşimleri ve iş tutumları ile öznel iyi oluş gibi psikolojik durumları da kuşkusuz günden güne değişmektedir. Salgın dolayısı ile artan ölümlere ek olarak, durma noktasına gelen sektörler ve kapanmakta olan işletmeler dolayısı ile dünya çapında yaşanan ekonomik darboğazlar ile intihar vakalarında önemli ölçüde artış gözlemlenmektedir. Dolayısı ile dünya genelindeki demografik yapı, küresel kaynak kullanım ve dağılımları, sermaye yatırımları gibi derinlikli sonuçlarla yüzleşmemizi gerektiren çoklu dinamikler 'yeni normal' etiketi ile karşımıza çıkmaktadır.

Dünya genelinde normalleştirme süreçlerine başlanmasından önce, Covid-19 pandemisinin ilk ortaya çıktığı tarihten itibaren 6 aylık periyod, pandemi sürecinin nasıl bir seyir izleyeceğinin temel belirleyicisi olmuştur. Pandeminin ilk altı ayında dünya genelinde ülkelerin ve şirketlerin krize tepki verme biçimleri, ekonomik tedbirler ve vaka sayılarının yer aldığı ulusal ve uluslararası medya kuruluşlarından elde edilen veriler ışığında hazırlanan Türkiye karşılaştırmalı boylamsal bir analiz, bu seyri daha net bir şekilde okumamıza olanak tanıyacaktır (bkz. Tablo 1). Pandeminin karakteristik nitelikleri dolayısıyla; salt Türkiye'de Covid-19 süresince işletmeler ve sektörler bazında kesitsel bir analiz yapmak, anlamlı sonuçlar üretmeyecektir. Bundan dolayı dünyadaki sektörler bazında genel eğilimleri tespit etmek, bütüncül bir kavrayış ortaya koymak bakımından önemlidir. Tablo 1'de, pandemi sürecinde yaşananlar; bunun yanı sıra ekonomik eğilimler ve tedbirler,

kapanma/faaliyet durdurma kararı alan sektörlerdeki işletmeler, vaka sayıları ve çalışma yaşamındaki gelişmeler kronolojik olarak ele alınmaktadır.

Tablo 1. Covid-19 Pandemisinin ilk 6 aylık boylamsal analizi

Periyod	Tarihsel Seyir	
	Dünya	Türkiye
2020 ilk yarı	31 Aralık 2019- WHO	31 Ocak-1 Şubat- 42 yolcu Türkiye'ye getirildi; medikal maskeler karaborsada satışa açıldı
	7 Ocak- nCov19	Ocak-Mart aralığı- Maske ve koruyucu ekipman üreten şirket sayısı 80'den 380'e çıktı (LcWaikiki, İpekyol, Bisse, Vakko gibi şirketler üretim bandına maske ekledi)
	13 Ocak Çin dışında ilk vaka- Tayland	5 Şubat- Çin'den gelen uçuşlar durduruldu
	21 Ocak- ABD ilk vaka	23 Şubat- Türkiye İran hudut kapısını kapattı
	25 Ocak- Avrupa (Fransa) ilk vaka	23 Mart- Kamu kurumlarında esnek, dönüşümlü ve uzaktan çalışma sistemi getirildi
	29 Ocak- Birleşik Arap Emirlikleri ilk vaka	10 Mart- Türkiye'de ilk vaka
	30 Ocak- Uluslararası Kamu Sağlığı Acil Durumu ilan edilmesi (WHO); Ülkelerin sınır kontrolü uygulamasına geçmesi ve vatandaşlarını tahliye	12 Mart- İlk -orta dereceli okullar ve üniversitelerde eğitime ara verildi
	31 Ocak-Rusya, İngiltere, İspanya, İsveç, İtalya	14 Mart- Almanya, Fransa, Norveç, Danimarka, Belçika, Avusturya, İsveç, Hollanda'ya kapılar kapatıldı
	11 Şubat 2019nCov'a Covid-19 ismi verildi	16 Mart- Tiyatro, sinema, kafe vb. eğlence yerlerinin faaliyetleri durduruldu
	14 Şubat- Afrika Kıtası'ndaki ilk vaka	16 Mart- 44 Meslek lisesi dezenfektan üretimine başladı
	20 Şubat- İran ilk vaka	18 Mart-Türkiye'de ilk can kaybı
	21 Şubat- İsrail ilk vaka	21 Mart-Kapsamlı karantina tedbirleri devreye alındı;65 yaş üstü vatandaşa sokağa çıkma yasağı genelgesi yayınlandı
	23 Şubat- Güney Kore'de kısıtlamalar	25 Mart- #evdekalturkiye çağrısı yapıldı
	24 Şubat- Kuveyt, Bahreyn, Afganistan, Irak, Umman ilk vakalar	26 Mart- Eğitime uzaktan devam edilmesi kararı alındı
	25 Şubat- Hırvatistan ve Avusturya ilk vakalar	3 Nisan- 30 Büyükşehir ve Zonguldak iline giriş-çıkışlar yasaklandı
	26 Şubat- Güney Amerika (Brezilya) ilk vaka	9 Nisan- 908 kişi hayatını kaybetti, vaka sayısı 42.282'ye ulaştı
	27 Şubat- Umre ziyaretlerinin durdurulması (Arabistan)	14 Nisan- THY, tüm dış hat uçuşlarını 20 Mayıs'a dek durdurdu
	28 Şubat- Covid-19 küresel risk seviyesi 'yüksek'ten 'çok yüksek'e çıktı	17Nisan- İstanbul'a deniz yoluyla giriş-çıkışlar yasaklandı
	28 Şubat- Nijerya, Yeni Zelanda, Belarus, Meksika, Litvanya, Azerbaycan, İrlanda, İzlanda ilk vakalar	19Nisan- 86.306 vaka ile Türkiye Çin'i geçti
	29 Şubat- ABD'den Güney Kore, İran ve İtalya'ya seyahat kısıtlamaları	23Nisan- kutlamalar evde geçirildi
	11 Mart- İtalya karantina ilan etti, ülke içi serbest dolaşım kısıtlandı, okullar kapatıldı	24Nisan- iyileşen hasta sayısı yeni vaka sayısını geçti
	11 Mart- Covid-19 Pandemi ilan edildi (WHO)	27Nisan- 30 Büyükşehir ve
	13 Mart- Avrupa Cov19'un merkez üssü ilan edildi	
	23 Mart- İngiltere karantina tedbirleri uygulaması	
	9Nisan- Yanomani ilkel kabilesinde ilk vaka	
	12Nisan- Çin normalleşme sürecine başladı	
	15Nisan- AB komisyonu kademeli normalleşme yol haritası açıkladı	
	21Nisan- ABD'ye gelen göçler durduruldu	

	<p>27Nisan- Wuhan şehrindeki tüm Cov-19 hastaları taburcu oldu</p> <p>4Mayıs- virüs 200'den fazla ülke ve bölgeye yayılarak pandemiye dönüştü</p>	<p>Zonguldak'ta sokağa çıkma kısıtlaması ilan edildi</p> <p>28Nisan- THY seferlerin 28Mayıs'tan önce başlamayacağını duyurdu</p> <p>23-27Mayıs- Ramazan Bayramı tatilini içine alan 10 günlük sokağa çıkma yasağı uygulandı</p>
Ekonomik Seyir	<p>29 Şubat-Dünya Bankası Cov-19 mücadelesi için 12 milyar dolarlık başlangıç paketini devreye soktu</p> <p>5 Mart-IMF salgınla mücadele için 50 milyar dolarlık kaynak ayırdığını duyurdu</p> <p>13 Mart- ABD 50 milyar dolar acil durum fonunu devreye sokacağını duyurdu</p> <p>27 Mart-ABD pandemide zarar gören şahıs ve işletmelere 2,2 trilyon dolarlık ekonomik teşvik paketini onayladı</p> <p>9Nisan- IMF başkanı küresel ekonomik büyümenin (-) olacağını duyurdu</p> <p>20 Nisan-ABD petrol fiyatı tarihte ilk defa 0 doların altına indi</p> <p>23Nisan-Çin, DSÖ'ne 30 milyon dolar bağışladı</p> <p>24Nisan-Rusya, ekonomisinin 2. Çeyrek %8 küçüleceğini öngördü</p> <p>2Mayıs-Gates Vakfı desteğinde 7,5 milyon Euro'luk bağış toplanması hedefi açıklandı</p>	
Sektörler	<p>Ocak- British Airways, Finnair, United, Air Canada, Cathay Pacific Airways havayolu şirketleri Çin uçuşlarını durdurdu</p> <p>29Ocak- Starbucks, KFC, McDolad's, Pizza Hut Çin mağazaları kapatıldı</p> <p>30Ocak- IKEA Çin 4000 şubesinin yarısı kapatıldı</p> <p>10Mart- İtalya; tüm spor müsabakalarını durdurdu</p> <p>17Mart- AB 3. Dünya ülkelerine vize kısıtlaması getirerek seyahat engeli koydu</p> <p>24 Mart- Uluslararası Tokyo Olimpiyatları 2021'e ertelendi</p> <p>12Nisan- Pekin'de bazı okullar açıldı</p> <p>13 Nisan- İspanya; inşaat ve imalat sektörleri kısıtlamalarını kaldırdı</p> <p>18Nisan- ABD; bazı park ve plajlar açıldı (Florida)</p> <p>20Nisan- Almanya'da 800m²'ye kadar olan mağazalar açıldı</p> <p>23Nisan- Danimarka 'öncelikli olmayan' işletmeleri faaliyete açtı</p> <p>28Nisan- Arjantin; 1Eylül'e kadar uçak bileti satışlarını durdurdu</p> <p>1Mayıs- Avusturya; kuaförler ve AVM'leri açtı</p> <p>1Mayıs- Pekin'de müze ziyaretleri açıldı</p> <p>1Mayıs- ABD Remdesivir adlı ilaca acil durum onayı verdi</p> <p>11Mayıs- Hollanda; okulları eğitime açtı</p> <p>15Mayıs- Avusturya; bar, restoran, kilise ve ibadethaneleri açtı</p> <p>18Mayıs- Avusturya okulları açtı</p> <p>Mayıs- İşyerleri kademeli olarak açılmaya başlandı</p>	
Çalışma Yaşamı	<p>17 Mart- Birçok ülke ve kurum uzaktan çalışma sistemine geçti</p>	

Vaka Sayıları	<p>7 Mart- dünya genelindeki vaka sayısı 100 bini aştı</p> <p>22 Mart- dünya genelindeki vaka sayısı 300 bini aştı</p> <p>2 Nisan- Cov-19 vaka sayısı 1 milyonu aştı</p> <p>8 Nisan- Cov-19 vaka sayısı 1,5 milyonu aştı</p> <p>10 Nisan- Cov-19 kaynaklı can kaybı 100 bini geçti</p> <p>15 Nisan- vaka sayısı 2 milyonu aştı</p> <p>25 Nisan- vaka sayısı 2,8 milyonu, can kaybı 200 bini aştı</p> <p>27 Nisan- iyileşen vaka sayısı 900 bini aştı</p> <p>29 Nisan- vaka sayısı 3,15 milyonu, can kaybı 220 bini aştı</p> <p>4 Mayıs- 3,5 milyon vaka sayısı, 250 bin can kaybı</p>
---------------	---

Çalışmanın bu bölümünde sırasıyla; Covid-19 pandemi sürecinin küresel sektörler ve istihdam üzerindeki etkisi ile çalışma yaşamı üzerindeki etkisi ele alınacak ve sonuçları değerlendirilecektir.

2.1. Covid-19 Sürecinin Küresel Sektörler ve İstihdam Üzerindeki Etkisi

Ucuz üretim faktörlerini bir arada barındırmasından dolayı, Covid-19 öncesinde dünya için devasa bir üretim merkezi olan Çin, sayısız mega/büyük ölçekli küresel işletmenin taşeronluğunu üstlenmiştir. Özellikle hammadde ve mamul tedariki ile üretim süreçlerinde Çin'e bağımlı olan büyük işletmeler, Çin'in belirli üretim merkezlerindeki faaliyetlerin tamamen durdurulması ile oldukça güç duruma düşmüşlerdir. Pandeminin başlangıcından bu yana Çin'in kişi başına düşen milli geliri önemli ölçüde düşmüş (Ahani ve Nilashi, 2020) ve bu düşüş dünyanın geri kalanındaki küresel ekonomik dengeyi bozmuştur. Bu durum, Çin'in küresel pazarda oynadığı kilit rolün önemini gözler önüne sermektedir. Çin'deki üretim düşüşleri; Çin'in özellikle bilgisayar, elektronik ve ilaç üreticisi olarak üstlendiği küresel tedarikçi rolü düşünüldüğünde, dünya genelindeki işletmeler tarafından hızla hissedilmiştir (OECD, 2020: 5).

Bir küresel kriz olarak nitelenen pandeminin önüne geçilmesi ve sona erdirilmesi amacı ile devletler tarafından uygulanan yönetsel tedbirler, ekonomi üzerindeki negatif etkinin büyümesi ile sonuçlanmıştır. Sokağa çıkma yasaklarının uygulanması, restoran, kafe, kuaför, terzi gibi iş yerlerinin faaliyetlerine sınırlama getirilmesi, şehirlerarası seyahat engellerinin koyulması, ulaşım araç gereçlerinin sefer sayılarının düşürülmesi ve yolcu sınırlaması yapılması, sosyal hayatın sınırlandırılması ve sinema, tiyatro, festival, konser vb. faaliyetlerin askıya alınması; kapanan/iflas eden şirket haberlerinin sıklaşması, işsizlik oranlarının artması ve buna bağlı olarak ekonomilerin daralması ile sonuçlanmıştır.

Tablo 2. Covid-19'un Sektörler Üzerinde Küresel Risk Dereceleri ve İstihdam Üzerindeki Etkileri

Sektör	Risk durumu (ILO Gözlem 2. Baskı)	Çalışılan saatlerinin artışı (yıllık) (%)		İstihdamın artışı (yıllık) (%)	
		2020 Ç2	2020 Ç3	2020 Ç2	2020 Ç3
I. Konaklama ve yiyecek hizmet faaliyetleri	Yüksek	-33.0	-17.5	-20.3	-13.6
R, S, T. Diğer hizmetler*	Orta-Yüksek	-20.8	-9.1	-13.4	-6.3
F. İnşaat	Orta	-14.8	-4.0	-8.4	-2.2
G. Toptan ve perakende; motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı	Yüksek	-13.0	-4.9	-7.2	-2.8
C. İmalat	Yüksek	-11.9	-4.4	-5.6	-2.5
P. Eğitim	Düşük	-11.4	-1.3	-1.4	0.1
H, J. Ulaştırma, depolama; iletişim	Orta-Yüksek	-9.8	-3.7	-3.1	-1.6
H. Ulaştırma ve depolama	g.d.	-14.9	-8.5	-6.2	-6.1
J. Bilgi ve iletişim	g.d.	1.3	5.8	5.0	7.3
L,M,N. Gayrimenkul iş ve yönetim faaliyetleri	Yüksek	-7.9	-4.0	-2.5	-2.1
A. Tarım; orman ve balıkçılık	Düşük-Orta	-6.9	-4.3	-3.9	-3.1
O. Kamu yönetimi ve savunma; zorunlu sosyal güvenlik	Düşük	-4.2	1.5	-1.2	1.8
D,E. Altyapı hizmetleri	Düşük	-3.5	0.7	0.1	1.1
Q. İnsan sağlığı ve sosyal hizmet faaliyetleri	Düşük	-3.4	0.2	-0.8	0.5
B. Madencilik ve taşocakçılığı	Orta	-2.4	-1.6	3.6	2.8
K. Finans ve sigorta faaliyetleri	Orta	-0.5	2.2	3.4	3.5

Kaynak: ILO, 2021b

Covid-19'un küresel çapta istisnasız tüm sektörlerde etkisinin olduğu görülmektedir. Tablo 2'den de anlaşılacağı üzere; her sektörün etkilenme derecesi birbirinden farklı olmakla birlikte, hizmet sektörü pandemiden en ağır darbeyi almış görünmektedir. Uluslararası Çalışma Örgütü'nün yayınladığı bu veriler üzerinden, 'yüksek risk' grubu olarak tanımlanan sektörlerin; konaklama ve yemek hizmetleri, toptan ve perakende sektörü; imalat sektörü ile gayrimenkul iş ve yönetim faaliyetleri olduğu görülmektedir. Konaklama ve yemek hizmetlerinin istihdam oranlarında gözlenen dört çeyreğin ortalaması olan %21,1 oranındaki düşüş diğer yüksek risk grubunda yer alan sektörler arasında en yüksek düşüş oranına sahiptir. Pandemi sürecinde ülke liderleri tarafından alınan izolasyon tedbirleri kapsamında kafe ve restoranların kapatılması, sokağa çıkma yasaklarının uygulanması, otellerin müşteri ziyaretlerine kısıtlama getirilmesi ve/veya tamamen yasaklanması gibi faktörler, bu sektörün üretim ve istihdam hacmini daraltmıştır. Bunun yanı sıra pandeminin ilk yarısında Starbucks, McDonald's, KFC gibi pek çok restoran zincirinin Çin'deki şubelerini kapatma kararı alması, yemek hizmetleri sektöründeki düşüş oranının bu denli yüksek olmasında rol oynamıştır. ILO (2021b: 5), Covid-19 sürecinde işgücü piyasasındaki daralmaların, 2009 küresel finans krizinin etkilerini geride bıraktığını ve küresel çalışma süreleri üzerindeki etkisinin, finans krizinin etkisinden yaklaşık dört kat daha büyük olduğunu söylemektedir. Voyvoda ve Yeldan (2020) bunun nedenini Covid-19 krizinin dayandığı mekanizmaların, bundan daha önce gerek küresel ekonomide gerekse yerel ekonomilerde yaşanmış olan krizlerden radikal anlamda farklı olmasına dayandırmaktadır. Buna göre, yakın geçmişte yaşanan

hemen tüm krizlerin çıkış noktasının genel olarak tek bir ana kaynaktan tetiklenmiş olmasına karşın, mevcut krizin çıkış noktasının: (1) kısıtlama önlemleri sonucunda belirli sektörlerde faaliyetin durması, (2) gelir kaybına dayalı talep daralması, (3) meta-zincirlerinde ve tedarik sisteminde yaşanan tahribatın ve istihdam kayıplarının yarattığı arz şoku ve (4) küresel ve yerel finans piyasalarında varlık değerlerinin ve emtia fiyatlarındaki çöküşün yol açtığı finansal sermaye değerlerinin buharlaşması (Voyvoda ve Yeldan, 2020: 4) olmak üzere farklı çıkış kaynaklarından köken aldığı söylenmektedir. Tüm bunlar göz önüne alındığında, Covid-19'un küresel çapta istihdam, çalışma yaşamı, sektörler ve işletmeler üzerindeki etkilerinin, dünya genelinde kalıcı izler bırakacağını söylemek yanlış olmayacaktır.

2.2. Covid-19 Sürecinin Çalışma Yaşamı Üzerindeki Etkisi: Dijital Yakalılar

Pandemiye yönelik hükümetlerin aldığı tedbirler kapsamında pek çok kamu ve özel sektör kuruluşu uzaktan, dönüşümlü ve esnek çalışma sistemlerine geçiş yapmıştır. Dünya genelinde, özellikle Mart 2020 itibari ile, pek çok ülkede uzaktan çalışma sistemi yürürlüğe alınmış ve/veya alınması kararı verilmiştir. Böylelikle kamu çalışanlarının tamamı ile özel sektör çalışanlarından daha çok beyaz yakalılar, ev eksenli çalışmanın bir alt kümesi olan dijital çalışana dönüşmüşlerdir. Covid-19 pandemisinin öncesinde de uzaktan ve ev eksenli çalışma sistemlerinin özellikle yüksek gelişmişlik düzeyine sahip ülkelerde yaygınlaştığını görmekteyiz. Bazı işverenlerin 1970'lerde uzaktan çalışmayı denemeye başlamasıyla, küçük fakat sürekli bir beyaz yakalı uzaktan çalışan kitlesi oluşmuş; sonraki yıllarda dijital çalışma platformlarının yaygınlaşmasıyla ev eksenli çalışan hacmi yükselmiştir (ILO, 2020a: 2). ILO, 1996 yılında çalışan ve işverenlere yönelik oluşturduğu 'Ev Eksenli Çalışma Sözleşmesi' raporunda üç farklı ev eksenli çalışmayı ayırt etmektedir (ILO, 2020a: 1):

- *Endüstriyel ev eksenli çalışma*: Fabrika üretiminin bir parçası olarak veya yerini alacak şekilde mal üretiminin yanı sıra elişleri yapımı gibi el emeği üretimdir.
- *Uzaktan çalışma*: Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılarak, bir işverene bağlı olarak çalışanların işlerini düzenli veya sürekli olarak evlerinde (veya seçtikleri başka bir konumda) sürdürmesidir.
- *Ev temelli dijital platformda çalışma*: Bir işverene bağlı çalışmak kaydıyla, "çevrimiçi havuzdan" çalışanların ifa ettikleri hizmet sektörü faaliyetlerini kastedir.

Covid-19 ile birlikte dünya genelindeki kamu ve özel sektör kuruluşlarındaki çalışanların neredeyse tamamı, ev eksenli çalışana dönüşmüştür. Öncesinde ev eksenli çalışma kültürü geliştirmemiş olan pek çok işletme ve bağlı çalışanları, bir gece gibi kısa bir sürede iş kültürlerini radikal anlamda başkalaştırmak durumunda kalmıştır. Bu durum; mesai saatleri, dinlenme süreleri ve molalar, iş ve özel yaşam sınırları, sosyal haklar gibi ulusal hukuk zemininde temellendirilmemiş pek çok konuda bulanıklığa yol açmıştır.

Bununla birlikte, ev eksenli çalışma sisteminin işletmeler, kamu kurumları ve çalışanlar açısından doğurduğu olumlu sonuçlar; pandemi sonrasındaki süreçte pek çok kurumun uzaktan çalışmayı kalıcı hale getirmesi eğilimini güçlendirmektedir. Endüstri 3.0 itibari ile iş yaşamında gerçekleşmeye başlanan dijital dönüşüm, dijital okuryazarlık düzeyi gelişmiş çalışan profilinin gerekliliğini Covid-19 öncesinden itibaren tartışmaya açmıştır. Covid-19 ile birlikte, aktif iş yaşamında bulunan ve

teknolojik gelişmelere uyum sağlamakta zorlanan/isteksiz çalışanların, dijital okuryazarlık becerileri gelişmiştir. Şekil 2 incelendiğinde, tüm sektörlerde genel düşüşler yaşanırken bilişim ve iletişim teknolojileri sektörlerinde 2020'nin ikinci ve üçüncü çeyreğinde yaşanan %5,0'lik yükseliş, bu dönüşümün bir parçası olarak okunabilir. Uzaktan çalışma sisteminin işletmelere, kamu kurumlarına ve çalışanlarına sağladığı avantajlar ve dezavantajları Tablo 2 üzerinde görmemiz mümkündür.

Tablo 3. Uzaktan Çalışmanın Birim Düzeyinde Avantaj ve Dezavantajları

	Uzaktan Çalışma Sisteminin Avantajları	Uzaktan Çalışma Sisteminin Dezavantajları
İşletmeler	<ul style="list-style-type: none"> • Çalışan lojistiği maliyetlerinin sıfırlanması, • Çalışanların ulaşım sürelerinin iş süresi olarak değerlendirilmesi, • İşletmelerin ofis, şube vb. fiziksel yapılara duyduğu ihtiyacın azalmasıyla; sabit giderlerin tamamının ve/veya bir kısmının ortadan kalkması, değişken giderlerin (enerji tüketimi vb.) minimize edilmesi, • Esnek çalışma saatleri ile verimliliğin artması, • Yeni üretim ve hizmet alanlarına duyulan ihtiyacı karşılamak üzere kapasite geliştirme fırsatları, • Gelişen sektörlerle daha hızlı girme olanağı. 	<ul style="list-style-type: none"> • Yakından müdahale gerektiren kriz durumlarında aksamaların yaşanabilmesi, • İş planı kapsamında yürütülen faaliyetlerin elektrik ve internet bağlantısına yüksek bağımlılığı, • Müşterilerle yakın temasın zorunlu olduğu durumlarda ortaya çıkabilecek fırsat kayıpları, • Uzaktan çalışma ile ilgili yasal düzenlemelerin tamamlanmamış olması, • İş Sağlığı ve güvenliğine yönelik koruyucu tedbirlerin çalışanın evinde alınmasında güçlük.
Kamu kuruluşları	<ul style="list-style-type: none"> • Çalışanların dijital okuryazarlık düzeylerinde görülen artış, • Kamu hizmetlerinde şeffaflık düzeyinin artması, • Kamu hizmetlerinin kapsayıcılığının ve yararlanma düzeylerinin artması, • Kamu hizmetlerinin ulaşılabilirliğinin artması, • Kamu hizmetlerinin dijitalleşme düzeylerinin artması, • Kamu alanında yeni hizmet sahalarının açılması. 	<ul style="list-style-type: none"> • Yakından müdahale gerektiren kriz durumlarında aksamaların yaşanabilmesi, • İş planı kapsamında yürütülen faaliyetlerin elektrik ve internet bağlantısına yüksek bağımlılığı, • Uzaktan çalışma ile ilgili yasal düzenlemelerin tamamlanmamış olması.

Çalışanlar	<ul style="list-style-type: none"> • Ulaşım için harcanan zamanın ortadan kalkması, • Çalışma ortamının ev konforunda olması dolayısı ile zaman yönetiminde otonomiye sahip olma, • Çalışma yaşamına dönük sosyal harcamaların (giyim, kişisel bakım vb.) minimize edilmesi, • Pek çok dijital eğitim içeriğinin ulaşılabilir hale gelmesiyle kariyer geliştirmeye yönelik faaliyetler, • Ek iş ve ek gelir olanaklarının artması, • Ofis ortamından bağımsız istenilen yerde çalışabilme olanağı, • Endüstriyel ev eksenli çalışma (el işleri, ahşap oyma vb.) olanaklarının artması, • Proje tabanlı kariyer geliştirme olanakları. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kurumdan uzaklaşma dolayısı ile örgütsel bağlılığın zayıflaması, • İşverene bağlı yaşanan sosyal hak kayıpları, • Çalışma sürelerinin bulanıklaşması nedeniyle özel yaşam ve iş yaşamı arasındaki sınıırın kaybolması, • Kurum kültürüne uzak kalmak nedeniyle işe yabancılaşma, • İş arkadaşları ile sosyalleşme alanının ortadan kalkması ile algılanan örgütsel desteğin zayıflaması, • İzole olmasından dolayı insanın sosyal canlı olmanın getirdiği (dayanışma, yardımlaşma, vb.) doğal örüntülerine yabancılaşması.
Küresel	<ul style="list-style-type: none"> • Küresel kaynak tüketiminde radikal düşüşler, • Sera gazı ve karbon salınımının azalması, • Hava kirliliğinde dünya genelindeki azalmalar, • Doğanın insan müdahalesinden uzaklaştırılmasıyla. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dijital ekonomi ürünleri olan veri madenciliği ve kripto para uygulamalarının elektrik sarfiyatını arttırması, • İstihdam oranlarının düşmesi, işsiz nüfustaki artış.

Uluslararası Çalışma Örgütü'nün 2019 verilerine göre; dünya genelinde 260 milyon ev eksenli çalışan bulunmakta ve bunlar dünya genelindeki istihdamın yaklaşık %8'ini oluşturmaktadır. Covid-19 ile birlikte bu rakamın oldukça yükseldiği ve genel istihdamın içinde oldukça büyük bir pay sahibi olduğu ortadadır. Pandemiden sonraki süreçte de bu eğilimin devam etmesi beklenmektedir. Özellikle pandemi süreciyle birlikte daha belirgin hale gelen dijital işgücü platformları, çalışanların bu sürecin sonunda daha farklı yollarla istihdam edilebileceğini göstermektedir. Dijital işgücü platformları; online *web tabanlı* ve *bölge tabanlı* platformlar olmak üzere iki kategoride değerlendirilmektedir (ILO, 2021a). Online web tabanlı platformlarda iş sözleşmeleri internet üzerinden imzalanmakta; sözleşme kapsamında çeviri, hukuk, finans, sigorta, patent, yazılım geliştirme, içerik üreticiliği ve yöneticiliği, editörlük vb. işler yürütülebilmektedir. Bölge tabanlı platformlar ise taksit, teslimat, tesisatçı ya da elektrikçi, temizlikçi, bakıcı gibi ev hizmetlerini kapsamakta belirli bir bölgeye çalışanlar tarafından götürülen hizmeti ifade etmektedir. Covid-19 ile birlikte gerek web tabanlı gerekse bölge tabanlı dijital iş platformlarının yükseldiğini görmekteyiz. Pandemiye kadar yüz yüze olmanın gerekli olduğuna inanılan ve psikolog ve psikoterapistler tarafından sunulan ruh sağlığı hizmetlerinin online platformlar üzerinden yürütülmesi, en kalıplaşmış iş yapış şekillerinin özellikle hizmet sektöründe yeniden gözden geçirileceğine ilişkin çarpıcı bir örnek teşkil etmektedir. Bunun yanı sıra ülkelerde uygulanan sokağa çıkma yasakları sırasında pek çok süper market zincirinin evlere kurye ile teslimat yapması, Gooby, Getir, İstegelsin, Banabi gibi çoğalan dijital mağazacılık örneklerinin yeni bir istihdam sahası açması, pandemi sonrasında da bu iş modellerinin hayatta kalacağına dair umut vadetmektedir.

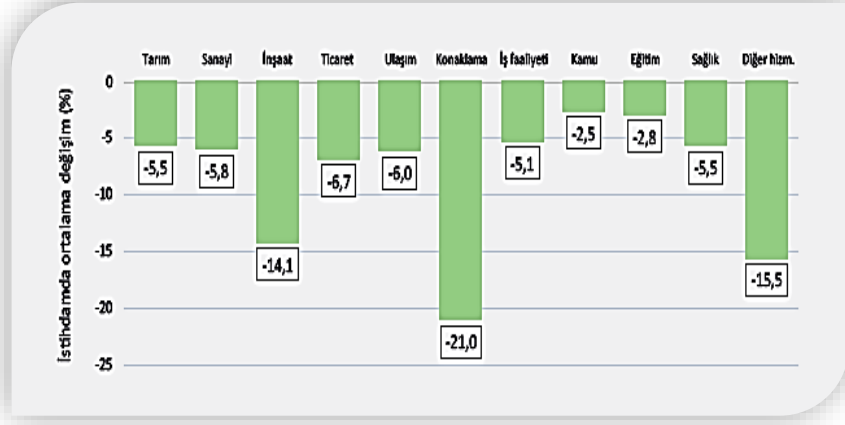
3. Covid-19 Sürecinde Türkiye'deki Sektörler ve İşletmeler

3.1. Covid-19'un Sektörler ve İstihdam Üzerindeki Etkileri

Covid-19 tedbirleri kapsamında faaliyetlerine ara vermek veya tamamen durdurmak durumunda kalan işletmelere bağlı çalışanların işsiz kalması, küresel istihdam hacmi üzerinde önemli etkiler oluşturmuştur. Covid-19 sürecinin erken başlangıcından itibaren Türkiye'de ilköğretim kurumları ve üniversitelerde eğitime ara verilmesi, alakadar pek çok sektörü tetiklemiştir. Öğrencilere evlerini kiralayanlar, üniversite çevresinde kafe, restoran vb. işletenler, kırtasiyeler, öğrencilerin okullara ulaşım hizmetini üstlenenler, özel eğitim kurumları, servis hizmeti veren işletmeler ile servis şoförlüğü hizmetini ifa edenler istihdam dışı kalmıştır. Devlet, istihdam kayıplarının önüne geçebilmek adına, Covid-19 sürecinde işverenlere işten çıkarma yasağı getirmiş olsa da bu durum işletmelerin kapanması sonucu işsiz kalanların istihdam oranını düşürmesine engel olamamıştır.

Şehirlerarası seyahat engellerinin getirilmesi, hükümet tarafından Covid-19 mücadele tedbirleri kapsamındaki bir diğer uygulama olmuştur. Bundan dolayı iç turizm tamamen durmuş; otellerin bu süreçte müşteri alması yasaklanmıştır. Pek çok konaklama tesisi, alınan bu tedbirler neticesinde kapanmak durumunda kalmıştır. Ülkelere yönelik vize sınırlamaları, dış turizmi de etkilemiş ve bu süreçte turistik mobilite neredeyse sıfırlandığı için, kapanan konaklama tesisleri sayısı giderek çoğalmıştır. Maden ve Ertürk (2019: 69), turizm sektörünün, kilit sektör sıralamasında ikinci sırada yer aldığını ve üretim ve istihdam çarpanı bakımından önemli sonuçlar ürettiğini bulgulamıştır.

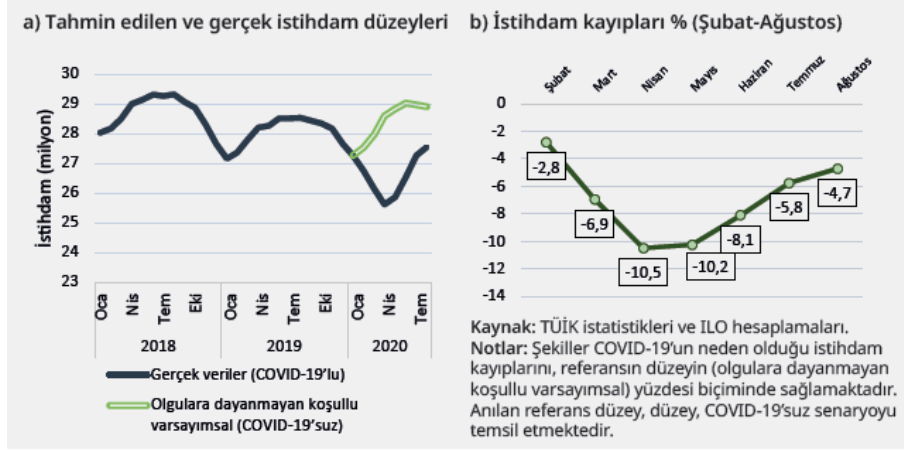
Bu süreçte, kamu ve özel sektör çalışanları için, uzaktan, dönüşümlü ve esnek çalışma sistemlerinin uygulamaya alınmasıyla, vatandaşlar vakitlerinin çoğunu ev ortamında geçirmeye başlamış; sokağa çıkma kısıtlamaları dolayısıyla dış teması minimuma indirmişlerdir. Elbette bu durumun doğurduğu psikolojik sonuçlar; aynı zamanda tüketici kimliğine sahip olan vatandaşların tüketim alışkanlıklarını dönüştürmüştür. Covid-19'un doğrudan yaşamı tehdit ediyor olması, tüketim alışkanlıklarını bir miktar rafa kaldırıp arzu temelinde yapılan satın alımları ihtiyaç temelinde yapılan satın alımlara dönüştürmüştür. AVM'lerin kapalı olduğu süre zarfında, e-ticaret mağazalarında geçirilen zaman artmış ancak ticaret hacmi geçirilen zamanla doğru orantılı olarak artmamıştır. Şekil 2'de görülen grafik; Şubat-Ağustos 2020 periyodunda, hangi sektörlerin istihdam bakımından daha çok etki altında kaldığını göstermektedir. Buna göre istihdam bakımından en çok darbe alan sektörlerin ilk sırasında konaklama (%21), ikinci sırada diğer hizmetler (%15,5) ve üçüncü sırada inşaat (%14,1) gelmektedir. Bunların yanı sıra sağlık ve tarım sektörleri (%5,5), sanayi (%5,8) istihdam oranlarının negatif sonuçlar verdiği sektörlerin başında gelmektedir.



Kaynak: ILO, 2020b.

Şekil 1. Ekonomik Faaliyete Göre İstihdam Üzerindeki Ortalama Etki (Şubat-Ağustos 2020)

Bu noktada, istihdam oranlarındaki düşüşün yalnızca Covid-19 ile açıklanıp açıklanamayacağı düşünülebilir. Soruyu aydınlatılabilmek bakımından; Covid-19 ortaya çıkmasaydı Türkiye'deki istihdam durumunun ne olacağını tahminleyen modellere bakmak, söz konusu düşüşün ne kadarının Covid-19 kaynaklı olduğunu anlamamız açısından önemli olduğu düşünülmektedir. DİSK (2020) tarafından olgulara dayanmayan bir analiz yapılmış ve Covid-19'un ortaya çıkmadığı durumda, 2020 yılı istihdam oranlarının 2019 yılı ile aynı düzeyde kalacağı tahminlenmiştir. Yine Birleşmiş Milletler (UN) (2020) tarafından gerçekleştirilen analizde, mevsimsel etkilerden arındırılmış 2019 yılı istihdam verileri kullanılarak yapılan tahminlemede, 2020 yılı için öngörülen istihdam düzeyi, 2019 mevsimsel etkilerden arındırılmış istihdam düzeyi ile aynı olacağı yönündedir. ILO (2020b), bunlardan farklı olarak, Covid-19 öncesine ait istihdam verilerini kullanmanın, Covid-19'un istihdam üzerindeki etkilerini olduğundan daha düşük gösterebileceğine işaret etmektedir. Buradan hareketle, geçmiş istihdam verilerinin değerlendirilmeye alınmadığı gecikmeli otoregresif analiz gerçekleştirilmiş ve analiz için geçmiş makro-ekonomik göstergeleri (tüketici güven indeksi, sanayi üretim indeksi, enflasyon oran vb.) temel almıştır. Analiz sonucunda Covid-19'un gerçek istihdam etkisi ve tahminlenen düzey Şekil 2 üzerinde görülmektedir.



Kaynak: ILO, 2020b.

Şekil 2. Covid-19'un İstihdam Üzerindeki Genel Etkisi

Şekil 2a'da görüldüğü üzere, Covid-19 olmasaydı, Türkiye'deki genel istihdam düzeyleri 2018 Ekim (yaklaşık 29 milyon kişi) düzeylerine kadar çıkabilecekken, Covid-19 etkisiyle beraber bu rakam 27 milyon düzeyiyle sınırlı kalmıştır. Şekil 2b, Şubat-Ağustos 2020 periyodunda istihdamdaki negatif artış oranlarını göstermektedir. Buna göre; altı aylık periyotta istihdamdaki ortalama düşüş %7 olarak gerçekleşmiştir. En sert düşüşler Nisan (%10,5) ve Mayıs (%10,2) aylarında gerçekleşmiştir. Grafikten anlaşıldığı üzere, istihdamdaki negatif büyüme ivme kaybetmektedir. Özellikle kademeli normalleşme sürecinin başlaması ve işletmelere yönelik ekonomik tedbir paketlerinin uygulamaya konması ile söz konusu düşüşlerin son bulacağı ve istihdamın normal seyrine döneceği yönündeki beklentiler kuvvetlenmektedir. Diğer taraftan Taymaz (2020), Covid-19'a yönelik idari kısıtlamaların sektörler üzerindeki olası etkilerini değerlendirdiği çalışmada, istihdamda %10,7 oranında ciddi bir düşüşün gerçekleşebileceğini öngörmektedir. Öngörülen bu düşüş oranının, istihdamdaki en sert düşüşlerin yaşandığı 2020 Nisan ve Mayıs aylarına yakın olmakla birlikte bu oranların üzerinde olduğu anlaşılmaktadır.

3.2. Covid-19'un Şirketler ve İşletmeler Üzerindeki Etkileri

Çalışmanın bu bölümünde, Covid-19 sürecinin işletmeler üzerindeki etkisini anlayabilmek amacı ile; Ticaret Sicil Gazetesi'nde yayınlanan ve 5429 sayılı kanun uyarınca, 2010 yılı başından itibaren kapanan ve açılan şirket resmi istatistiklerini yayımlama sorumluluğu verilmiş olan Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği tarafından paylaşılan istatistikler üzerinden; sırası ile kapanan ve açılan şirketlere ilişkin veriler, çeyrek bazda gerçekleşmiş olan kapanma/açılma sayıları; yıllık kümülatif bazda son dört yılın ortalamaları ve kümülatif bazda çeyrek ortalamaları üzerinden değerlendirilmeye alınmıştır.

Tablo 4. Son Beş Yıla Ait Açılan/Kapanan Şirket-İşletme İstatistikleri

YILLAR		2017	2018	2019	2020	2021 İlk Çeyrek
Açılan	Şirket	73.783	86.349	85.263	102.794	41.170
	Ticaret İşletmesi	44.237	35.111	24.459	31.036	10.577
TOPLAM		118.020	121.460	109.722	133.830	51.747
Kapanan	Şirket	14.700	13.593	14.047	15.949	3.765
	Ticaret işletmesi	18.004	18.976	19.043	24.134	8.824
TOPLAM		32.704	32.569	33.090	40.083	12.589

Kaynak: TOBB 2021 Kapanan Şirket İstatistikleri Verilerinden Yararlanılarak Oluşturulmuştur

Sektörel Bazda Kapanan İşletmeler: Dünya genelinde olduğu gibi, Türkiye’de de Covid-19 işletmeler üzerinde sermaye azaltıcı etkilerde bulunmuş; tedarik zincirlerine erişimi engellemiş, ödemeler dengesini sarsmış ve nihayetinde, şirket ve işletmeleri kapanmaya zorlamıştır. 2021’in ilk çeyreğinde 3.765 şirket (limitet anonim, kolektif, kooperatif), 8.824 gerçek şahıs işletmesi olmak üzere toplam 12.589 kuruluş faaliyetlerine son vermek durumunda kalmıştır. Şirketler üzerinde Covid-19’un etkilerinin görüldüğü bir önceki yılın ilk çeyreğinde bu rakam 13.555; Covid-19’un etkilerinin görülmediği 2019 yılının ilk çeyreğinde ise 12.331 olarak gerçekleşmiştir (bkz. Tablo 5).

Tablo 5. Son Üç Yılın İlk Çeyreklerinde Türkiye’de Kapanan Şirket Sayıları

	2021 Ç1	2020 Ç1	2019 Ç1
Kapanan şirket sayısı	12.589	13.555	12.331

Kaynak: TOBB 2021 Kapanan Şirket İstatistikleri Verilerinden Yararlanılarak Oluşturulmuştur

Yalnızca son üç yılın çeyrekleri itibari ile şirket kapanma rakamlarına baktığımızda, 2021 yılının ilk çeyreğinde kapanan şirket sayısının, 2019 yılındaki rakama oldukça yakın olduğunu görmekteyiz. 2019 yılının ilk çeyreğinde Covid-19 sürecinin başlamamış olmasından dolayı, yalnızca çeyrek bazda kıyaslaması yapılması, Covid-19’un 2021 yılında kapanan şirket sayıları üzerinde neredeyse hiçbir etki oluşturmadığı yönünde hatalı bir değerlendirme yapılmasına neden olmaktadır. Buradan hareketle, kümülatif bazda, son dört yılın kapanan şirket sayısının ortalaması üzerinden değerlendirme yapmak daha sağlıklı sonuçlar doğuracaktır. Son dört yılda (2017, 2018, 2019, 2020) kapanan toplam şirket sayısı 34.612’dir. Bu rakamı, çeyrek bazda 2021’in ilk çeyreği ile kıyaslamak istediğimizde son dört yılın çeyreklik ortalaması 8.652 olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla 2021’in ilk çeyreği itibariyle gerçekleşen toplam kapanmalar, son dört yılın ortalamasının %45,4 üzerindedir. Son dört yılın ortalamasının içinde, Covid-19 etkilerinin

görüldüğü 2020 yılının da bulunduğunu göz önüne alırsak, bu oranın %45'ten daha fazla olduğunu söylememiz mümkündür. Ocak- Nisan 2021 dönemi arasında kapanan kuruluşlar arasında ilk sıralarda yer alan sektörel faaliyetler Tablo 6'daki gibidir.

Tablo 6. Ocak-Nisan 2021 En Çok Kapanan Sektörel Faaliyetler

Sıra	Sektörel Faaliyetler	A.Ş.	LTD	Şahıs
		Sayı	Sayı	Sayı
1	Elektrik enerjisi üretimi	66	-	-
2	İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	44	267	1.194
3	Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki toptan/ perakende ticaret	19	113	1.398
4	Lokantalar ve seyyar yemek hizmeti faaliyetleri	17	132	301
5	Oteller ve benzer konaklama yerleri	16	-	-
6	Posta yoluyla veya internet üzerinden yapılan perakende ticaret	14	-	177
7	İşletme ve diğer idari danışmanlık faaliyetleri	14	56	-
8	Bilgisayar programlama faaliyetleri	13	54	-
9	Mühendislik faaliyetleri ve ilgili teknik danışmanlık	12	63	148
10	Yük/Yolcu taşımacılığı	9	53	436

Kaynak: TOBB 2021 Kapanan Şirket İstatistikleri Verilerinden Yararlanılarak Oluşturulmuştur

Sektörel Bazda Açılan İşletmeler: Covid-19, pek çok sektör üzerinde olumsuz etkiler yaratmış olsa da, virüsten korunma, hijyene dikkat etme (cerrahi eldiven kullanma gibi), toplum arasında yeni giysi kodlarının ortaya çıkması (maske, siperlik vb.), sterilizasyon gereçleri (alkol, kolonya vb.), doğaya duyulan özlem ve daha niş konaklama tesislerinde dinlenme ihtiyacı, ev ortamında çalışma düzeninin oluşturulması, alternatif çalışma, iletişim kurma, toplanma platformları gibi farklı ihtiyaçları ortaya çıkarmasıyla; bu ihtiyaçları karşılayabilecek yeni işletme ve şirketlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Keza 2021 yılının ilk çeyreğinde 41.170 yeni şirket (limitet, anonim, kolektif, kooperatif), 10.577 gerçek kişi ticari işletmesi olmak üzere toplamda 51.747 kuruluş faaliyete girmiştir. Covid-19 etkilerinin görüldüğü 2020 yılı ilk çeyreğinde açılan toplam şirket sayısı 40.411 iken bir önceki yılın ilk çeyreğinde bu rakam 37.643 olarak gerçekleşmiştir (bkz. Tablo 7).

Tablo 7. Son Üç Yılın İlk Çeyreklerinde Türkiye’de Açılan Şirket Sayıları

	2021 Ç1	2020 Ç1	2019 Ç1
Açılan şirket sayısı	51.747	40.411	37.643

Kaynak: TOBB 2021 Kapanan Şirket İstatistikleri Verilerinden Yararlanılarak Oluşturulmuştur

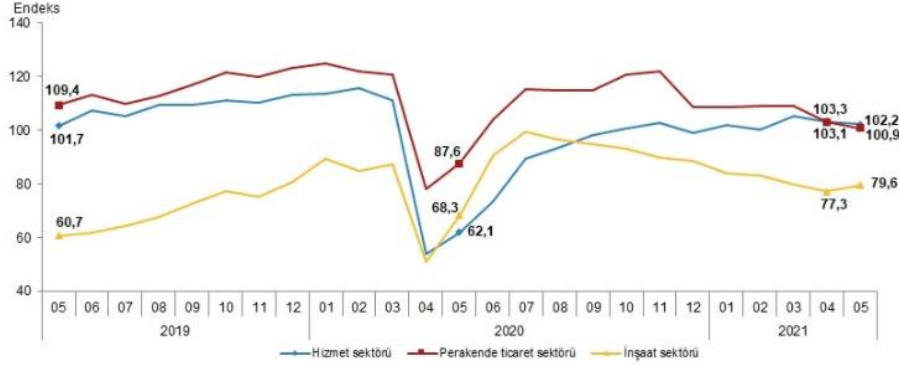
Rakamlardan anlaşılacağı üzere Türkiye’de 2021 yılı ilk çeyreği itibariyle açılan kuruluşlar, Covid-19 küresel kriz ortamını fırsat olarak görmektedir. Son dört yılın açılan şirket sayısı ortalaması yıllık bazda 120.758 adet; çeyreklik bazda ortalama 30.190 adettir. Dolayısıyla 2021 Nisan ayı itibariyle açılan şirket sayısı, son dört yılın çeyreklik ortalamasının yaklaşık %71,5 üzerindedir. Ocak-Nisan 2021 dönemi boyunca kurulan işletmelerin en çok gerçekleştirdikleri faaliyetler Tablo 7’deki gibidir.

Tablo 8. Ocak-Nisan 2021 En Çok Açılan Sektörel Faaliyetler

Sıra	Sektörel Faaliyetler	AŞ	LTD	Şahıs
		Sayı	Sayı	Sayı
1	Bilgisayar programlama faaliyetleri	102	-	27
2	İkamet amaçlı olan veya ikamet amaçlı olmayan binaların inşaatı	81	597	503
3	Posta yoluyla veya internet üzerinden yapılan perakende ticaret	49	211	250
4	Lokantalar ve seyyar yemek hizmeti faaliyetleri	40	272	45
5	İşletme ve diğer idari danışmanlık faaliyetleri	39	144	-
6	Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalardaki toptan ticaret	29	261	-
7	Gayrimenkul acenteleri	26	141	182
8	Elektrik enerjisi üretimi	25	-	-
9	Oteller ve benzer konaklama yerleri	21	-	-
10	Eczacılık ürünlerinin toptan /perakende ticareti	17		66

Kaynak: TOBB 2021 Kapanan Şirket İstatistikleri Verilerinden Yararlanılarak Oluşturulmuştur

Sektörel Güven Endeksleri: Sektörel Güven Endeksi, sektörlerdeki aktörlerin; dış çevre koşullarındaki ilgili verileri analitik ya da sezgisel temelli değerlendirmeleri sonucunda, geleceğe ilişkin oluşturdukları beklenti olarak tanımlanabilir. Özellikle girişim sahiplerinin mevcut durum üzerinden yola çıkarak yaptıkları değerlendirmeler, geleceğe ilişkin öngörülerini şekillendirmekte ve yakın gelecekte nasıl bir beklenti içinde olacaklarını belirlemektedir. Yakın geleceği esas aldığı için, sektörel güven endeksleri aylık ya da üç aylık periyodlarla eğilim anketleri vasıtasıyla belirlenmektedir. Şekil 4, 2021 Mayıs ayı itibariyle hizmet sektörü, perakende sektörü ve inşaat sektörü olmak üzere üç farklı sektöre ilişkin sektörel güven endekslerini göstermektedir. Endeksin 100’ün üzerinde olması olumlu bir beklentiye işaret ederken; 100’ün altında kalan değerler, beklentiler konusunda karamsar olduğuna işaret etmektedir.



Kaynak: TÜİK Sektörel Güven Endeksleri, Mayıs 2021

Şekil 3. Türkiye’de Mayıs 2021 İtibariyle Sektörel Güven Endeksleri

4. Sonuç

Covid-19’un etkileri ne Türkiye’deki genel seyir ne de istihdam düzeyleri ile sektörler ve işletmeler açısından bir istisna oluşturmuştur. Dünya genelindeki genel eğilim; çalışma saatleri ile genel istihdam oranlarının, Covid-19 sürecinin başlangıcından 2020 ilk üç çeyreğine uzanan süreçte düşüş trendinde olduğunu göstermektedir. Dünya genelinde en çok etkilenen sektörler olan konaklama, yemek hizmetleri, toptan ve perakende sektörü; imalat sektörü ile gayrimenkul iş ve yönetim faaliyetleri; Covid-19 kısıtlama alanlarının ana güzergâhında durmaktadır. Türkiye’deki kapanan işletmeler arasında en çok rastlanılan faaliyetlerin lokantalar, oteller ve konaklama tesisleri, yolcu taşımacılığı, toptan ve perakende ticaret faaliyetleri, işletme ve diğer danışmanlık faaliyetleri olduğu bulgusundan hareketle; Türkiye’nin kapanan işletmeler ve etkilenen sektörler bakımından Covid-19’un dünya genelindeki etkileri ile aynı kümede yer aldığını söylemek mümkündür. Hedefler İçin İş Dünyası Platformu tarafından 11-22 Mayıs 2020 tarih aralığında toplam 619 firma üzerinde Covid-19’un işletmeler üzerindeki etkilerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen çalışmada, çalışmaya katılan hizmet sektöründeki katılımcılardan; konaklama ve yiyecek faaliyetlerinde bulunanların %72’sinin, eğitim sektöründe faaliyet gösterenlerin %50’sinin faaliyetlerini durduğu anlaşılmaktadır. Katılımcılardan, imalat sektöründe faaliyet gösterenlerin %27’si, ticaretle uğraşanların ise 30’dan fazlası faaliyetlerini durduğunu beyan etmiştir. Aynı araştırmanın istihdam etkisine bakıldığında; hizmet sektöründe %21, imalat sektöründe %19 ve ticaret sektöründe %14’lük bir daralma yaşandığı belirtilmektedir. Söz konusu çalışmanın bulguları, Türkiye’de Covid-19 sürecinden en çok etkilenenin hizmet sektörü olduğu bulgusunu destekler niteliktedir. Dünya genelindeki konaklama ve yemek hizmetlerinin istihdam oranlarında gözlenen dört çeyreğin ortalaması olan %21,1 oranındaki düşüş, söz konusu araştırmanın Türkiye’de aynı alandaki istihdam oranındaki düşüşle neredeyse aynı düzeyde gerçekleştiğini göstermektedir. Buradan hareketle, Covid-19’un Türkiye’deki sektörler üzerindeki etkilerinin, dünyadaki genel etkilerini temsil etme kabiliyetinde olduğu söylenebilir.

Covid-19 sürecinde, Türkiye’de kapanan şirket istatistiklerini kendi içinde değerlendirdiğimizde; yalnızca son üç yılın kapanan şirket sayılarına odaklanmak ile, son üç yılın çeyrek ortalamalarını almanın bizleri farklı sonuçlara

yönlendirdiğini görmekteyiz. Yalnızca rakamlara odaklandığımızda, 2021'in ilk çeyreği ile 2019'un ilk çeyreğindeki kapanan şirket rakamlarının neredeyse aynı olduğunu gözlemlemekteyiz. Covid-19'un şirketler üzerindeki etkilerine yönelik fenomenolojik gözlemlerimiz, Covid-19'un hiçbir etki yaratmadığı yönünde bir sonuç çıkarmamızı imkânsızlaştırmaktadır. Bunun yerine, kümülatif ortalamalı çeyrek karşılaştırmaları yaptığımızda, 2021 yılı ilk çeyreği itibariyle kaydedilen şirket kapanmalarının, son üç yılın ortalamasının %45 üzerinde olduğunu görmekteyiz. Benzer bir durumu, açılan şirket sayıları ile şirket ortalamaları arasındaki farkta da gözlemlemekteyiz. Ortaya çıkan bu karışıklığı, Simpson Paradoksu ile açıklamamız mümkündür. Simpson Paradoksu, ilk olarak istatistikçi Edward Simpson'ın 1951 yılında yayınladığı *The Interpretation of Interaction in Contingency Tables* adlı makalesinde ortaya konulmuştur. von Kügelgen vd. (2020), Covid-19 sürecinde, Çin ve İtalya arasındaki ölüm vakalarını karşılaştırdığı çalışmalarında; bütün yaş gruplarındaki ölüm rakamlarına baktıklarında, İtalya'nın Çin'den daha düşük ölüm rakamlarına sahip olduğunu görürken; İtalya'daki kümülatif ölüm oranlarının Çin'den daha yüksek olduğu sonucu ile karşılaşmışlar ve bu olguyu Simpson Paradoksu ile açıklamışlardır. Benzer bir durum bu çalışma için de geçerlidir. Yalnızca rakamlara baktığımızda kapanan şirket sayıları Covid-19 etkilerinden yalıtılmış görünürken, kümülatif ortalamalara baktığımızda Covid-19'un işletmeler üzerindeki etkileri fenomenolojik gerçeklikle örtüşür hale gelmektedir.

2021 ilk çeyreği itibariyle açılan işletmelerin en çok faaliyet gösterdikleri alanlar incelendiğinde, kademeli normalleşme sürecinin başlaması ile ekonomik yardım paketlerinin devreye alınmasının olumlu etkiler ürettiğini görmekteyiz. Tedbirler kapsamında kısıtlamalara maruz kalan faaliyet alanlarının yeniden açılması; gerek istihdam üzerindeki negatif yönde büyüme baskısını azaltmış gerekse açılan işletme sayılarının, kapananlara kıyaslandığında pozitif fark çıkarmasına zemin oluşturmuştur. 2020 Nisan ayı itibariyle sektörlerin tamamı açısından %60'lara gerileyen Sektörel Güven Endeksi'nin, 2021 Nisan itibariyle pozitif bir tablo sergilemeye başladığı görülmektedir. Mayıs ayında Nisan ayına göre; hizmet sektöründe %1,1 ve perakende ticaret sektöründe %2,1 azalma yaşanmış ancak inşaat sektöründe %3'lük bir artış gözlemlenmiştir. İnşaat sektörüne yönelik sunulan çözüm paketlerinden olan konut kredisi faizlerindeki düşüşle birlikte gelen konut talebinde hızlı yükselmelerin, sektördeki iyimser beklentinin sürmesi yönünde etki uyandırdığı anlaşılmaktadır.

Açılan sektörler bazında göze çarpan bir diğer husus, bilgisayar programlama faaliyetleri ile internet tabanlı ticaret faaliyetlerindeki artıştır. Endüstri 4.0 ve Toplum 5.0 nosyonları ile birlikte gelen dijitalleşme, internet tabanlı mesleki uygulamaların Covid-19'un çok öncesinde yükselen trendler arasında yerini almasına zemin oluşturmuştur. Bu süreçte uzaktan, esnek ve dönüşümlü çalışma modelleri arasında özellikle uzaktan çalışma modelinin bir zaruriyet halini alması ve kurumsal pratiklerde yer bulmasıyla, yazılımlara duyulan ihtiyaç artmıştır. Covid-19 sürecindeki söz konusu faaliyet artışları; kurumsal toplantıların uzaktan yapılması, kurumsal dijital ara yüzlerin spesifikasyonuna duyulan ihtiyacın artması, tüketim-üretim döngüsünü içine alan ve bu zinciri kuran süreçlerinin bütününün uzaktan yürütülmesi zorunluluğu gibi faktörler, Covid-19 süreci sonrasında da bu eğilimin yükselerek devam edeceğini göstermektedir. Türkiye'de özel sektör işletmecilerinin pek çoğu, uzaktan çalışma sisteminin avantajlarına odaklanarak; bir zorunluluk

neticesinde uygulamaya aldıkları uzaktan çalışma sistemini sürdürmeye istekli görünmektedir.

Netice itibarıyla, yalnızca Türkiye’de değil dünyanın tamamında soğuk duş etkisi yaratmış olan Covid-19’un olumsuz etkilerini bertaraf etmenin bir süreç meselesi olduğu ve ortaya çıktığı şekliyle, tek gecede etkilerinin yok edilebildiği bir reçetenin mümkün olmadığı anlaşılmaktadır. Şüphesiz ki Covid-19, dünyanın seyrinde bulunmayan birtakım etkiler üretmekten çok; hâlihazırda mevcut olan eğilimleri güçlendirmek yönünde etkiye bulunmuştur. Söz gelimi, Covid-19 öncesindeki süreçte ‘Mega Trendler’ olarak dünyanın gündeminde olan demografik yapıya ilişkin yaşlı nüfusun toplam nüfus içerisinde giderek artmakta olan payı ve bunun gelecekte istihdam ve kişi başına düşen GSMH üzerindeki etkisi, Avrupa Birliği’nin en çok endişe duyduğu konuların başında gelmekteydi. Covid-19’un toplam ölüm oranları içerisinde en çok 65 yaş ve üstündeki nüfusta ölümle sonuçlanan etkiler üretmesi, bir taraftan GSMH üzerindeki baskıları azaltmış fakat diğer taraftan genç nüfusun istihdamına yönelik pozitif etkiler üretmeye henüz başlamamıştır. İlerleyen zamanlarda, genç nüfusta görülen işsizlik düzeylerinin, sektörler düzleminde yaşanacak toparlanma ile birlikte giderek azalması beklenmektedir.

Küresel kriz ortamını beraberinde getiren Covid-19 süreci, krizin yapısal nosyonuna ilişkin olan sektörler ve işletmeler üzerindeki gerilimi artırarak süreçler üzerinde hızlandırıcı bir takım yapıcı etkiler de üretmiştir. Sektördeki geleneksel iş ve endüstri modellerinin artık kullanışlı olmadığı ve dünyanın bütünsel faydasına hizmet etmekten giderek uzaklaştığı bilinmektedir. Geleneksel modellerin yerini alması beklenen İş 3.0 ve Toplum 5.0 anlayışları, Covid-19 küresel krizi ortaya çıkmasıydı, geleneksel modelleri bırakmaya hazır olmayan işletmeler ve sektörlerce örgütsel değişime karşı büyük bir dirençle karşılaşacaktı. Geleneksel iş modellerinin katılığı, kriz ortamlarında kırılabilirliğin artması ile sonuçlanır. Nitekim Covid-19 sürecindeki sektörel daralmaların ve kapanan işletmelerin altında yatan temel neden bu katılıktır. Dolayısıyla Covid-19’un toplumlara dayattığı ‘yeni normal’; tüketim arzusunun her ne pahasına olursun olsun tırmandırmak yönündeki küresel stratejinin artık işlevsizleştiğini gözler önüne sermiştir. Bunun yerine, sürdürülebilirlik, esneklik, küresel değer yaratma ve sosyal fayda sağlama temelli iş ve endüstri modelleri ‘yeni normal’in anahtar kavramları olacaktır.

Referanslar

- Abodunrin, O., Oloye, G. ve Adesola, B. (2020). Coronavirus pandemic and its implication on global economy. *International Journal of Arts, Languages and Business Studies (IJALBS)*, 4, 13-23.
- Ahani, A. ve Nilashi, M. (2020). Coronavirus outbreak and its impacts on global economy: The role of social network sites. *Journal of Soft Computing and Decision Support System*, 7(2), 19-22.
- Amankwah-Amoah, J. (2020). Stepping up and stepping out of COVID-19: New challenges for environmental sustainability policies in the global airline industry. *Journal of Cleaner Production*, 270, 1-8.
- Chohan, U. W. (2020). A Post-coronavirus World: 7 points of for a new political economy. *Center for Aerospace and Security Studies (CASS) Working Papers on Economics & National Affairs*. Erişim Adresi <https://ssrn.com/abstract=3557738>
- DİSK (2020). Covid-19 işçileri nasıl etkiledi? Salgının çalışma yaşamına etkileri. DİSK üyesi işçilere yönelik alan araştırması sonuçları özet rapor. Disk

- Yayımları No.81. Erişim Adresi <http://disk.org.tr/wp-content/uploads/2020/07/DISK-COVID-19-Alan-Arast%C4%B1rmas%C4%B1-Rapor-8-7-2020.pdf>
- Duan, H., Bao, Q., Tian, K., Wang, S., Yang, C. ve Cai, Z. (2021). The hit of the novel coronavirus outbreak to China's economy. *China Economic Review*, 67 (2021), 1-17.
- Eğri, T. ve Doğaner, A. (2020). Covid-19 ve ekonomik kriz: Kobiler özelinde bir değerlendirme ve politika önerileri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, 128-145.
- Eroğlu, E. (2020). Covid-19'un ekonomik etkilerinin ve pandemiyle mücadele sürecinde alınan ekonomik tedbirlerin değerlendirilmesi. *International Journal of Public Finance*, 5(2), 211-236.
- Eryüzlü, H. (2020). Covid-19 Ekonomik etkileri ve tedbirler: Türkiye'de "helikopter para" uygulaması. *Ekonomi Maliye İşletme Dergisi*, 3(1), 10-19.
- Fernandes, N. (2020). Economic effects of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy. Preliminary and subject to revisions as new data is released Revised, April 13, 2020 Version 2.0 Erişim Adresi <https://ssrn.com/abstract=3557504>
- Gu, X., Ying, S., Zhang, W. ve Tao, Y. (2020). How do firms respond to Covid-19? first evidence from Suzhou, China. *Emerging Market Finance and Trade*, 56(10), 2181-2197.
- Hedefler İçin İş Dünyası Platformu (2020). Covid-19 krizinin işletmeler üzerindeki etkileri. Erişim Adresi https://www.business4goals.org/wp-content/uploads/2020/06/B4G_COVID-19_Ikinci_Anket_Analizi_Final.pdf
- ILO (2020a). Yönetici Özeti. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---ilo-ankara/documents/publication/wcms_774379.pdf
- ILO (2020b). Küresel salgının Türkiye'de istihdama etkisi: Covid-19 olmasaydı istihdam ne durumda olurdu? Covid-19 ve İstihdam Araştırma Notu. Erişim Adresi https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---ilo-ankara/documents/publication/wcms_765422.pdf
- ILO (2021a). World employment and social outlook: the role of digital labour platforms in transforming the World of work (Executive summary). Erişim Adresi https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/documents/publication/wcms_771672.pdf
- ILO (2021b). ILO Gözlem: Covid-19 ve çalışma yaşamı, 7. Baskı, Ocak 2021. Erişim Adresi https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---ilo-ankara/documents/briefingnote/wcms_769693.pdf
- İnce, F., Nurdoğan, A. K., Bayar, H. T. (2021). Covid-19 krizinin sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletmeler üzerindeki etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(30), 434-448.
- Kara, E. (2020). Covid-19 pandemisi: İşgücü üzerindeki etkileri ve istihdam tedbirleri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 269-282.
- Korkmaz, A. V. (2020). Covid-19'un işçiler üzerindeki etkileri ve bir dizi çözüm önerileri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 7(5), 114-132.
- Maden, S. I. Ve Ertürk, M. (2019). Türk turizm sektörünün Türkiye ekonomisine olan etkilerinin girdi-çıkı analizleriyle incelenmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 20(2), 69-87.

- Nakiboğlu, A. ve Işık, S. (2020). Kovid-19 salgının ekonomi üzerindeki etkileri: Türkiye'deki işletme sahipleri üzerinde bir araştırma. *Turkish Studies*, 15(4), 765-789.
- OECD (2020). Coronavirus: The world economy at risk. OECD interim economic assessment. Erişim Adresi <https://www.oecd.org/berlin/publikationen/Interim-Economic-Assessment-2-March-2020.pdf>
- Oral, İ. O. ve Sevinç, D. E. (2020). Covid-19 eksenli sağlık krizinin ekonomi üzerindeki etkileri üzerine bir inceleme. *Journal of Management Theory and Practices Research*, 1(1), 58-70.
- Simpson, E. H. (1951) The interpretation of interaction in contingency tables. *Journal of the Royal Statistical Society. Series B (Methodological)* 13(2), 238-241.
- Tayar, T., Gümüştekin, E., Dayan, K., Mandi, E. (2020). Covid-19krizinin Türkiye'deki sektörler üzerindeki etkileri: Borsa İstanbul sektör endeksleri araştırması, *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Salgın Hastalıklar Özel Sayısı, 293-320.
- Taymaz, E. (2020). Covid-19 tedbirlerinin Türkiye ekonomisine etkisi ve çözüm önerileri, Nisan 2021, Erişim Adresi <https://sarkac.org/2020/04/covid19-tedbirlerinin-turkiye-ekonomisine-etkisi-cozum-onerileri/>
- TOBB (2021). Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Bilgi Erişim Müdürlüğü. Erişim Adresi <https://www.tobb.org.tr/BilgiErisimMudurlugu/Sayfalar/KurulanKapananSirketistatistikleri.php>
- TUIK (2021). Sektörel Güven Endeksleri, Mayıs 2021, Erişim Adresi <https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?jsessionid=BhXGgn2Y07J0NGZQP6hTY0ysJZ0XHdrQT7LqDFgBs3ky2GQQhf00!996529224?id=37527>
- von Kügelgen, J., Gresele, L., Schölkopf, B. (2020). Simpson's paradox in Covid-19 case fatality rates: a mediation analysis of age-related causal effects. *Cornell University Journal*'da yayınlanmak üzere sunulmuştur. Erişim Adresi arXiv:2005.07180v2 [stat.AP]
- Voyvoda, E. ve Yeldan, A. E. (2020). COVID-19 salgının Türkiye ekonomisi üzerine etkileri ve politika alternatiflerinin makroekonomik genel denge analizi. Tübitak – SOBAG 120K541 no'lu proje sonuç raporu.
- Yang, M. ve Han, C. (2021). Covid-19: A text mining approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(4), 1230-1240.

COVID-19 PANDEMİSİ İLE MÜCADELEDE AŞILARIN KÜRESEL KAMUSAL MAL ÇÖZÜMÜ OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ

EVALUATION OF VACCINES AS A GLOBAL PUBLIC GOODS SOLUTION IN COMBATING THE COVID-19 PANDEMIC

Halil KETE⁽¹⁾

Öz: İnsanlığın elde ettiği bilimsel ve teknolojik birikimlerinden dolayı 21.yy’da bir virüsle baş edememesi pek muhtemel değildi. Ancak 2020 yılı tüm dünyaya yayılan Covid-19 pandemisi ile mücadele etmekle geçmiştir. Ülkelerin uyguladığı tüm tedbirler sadece virüsün belli bir süre yayılmasını önlemiştir. Virüsün etkinliğini kaybedebilmesi için en etkili yol şimdilik aşılar olarak gözükmektedir. Yeterli ve dengeli bir aşılama yapılmadığı takdirde, bu durum pandeminin uzun süre devam etmesine neden olabilecektir. Bu çalışmada Covid-19 aşılarının kamu maliyesi açısından küresel kamusal mallar sınıfına dahil edilerek tedarik sorununun daha etkin ve insani bir şekilde çözülebileceği irdelenmiştir. Çalışmada öncelikle piyasa başarısızlıklarından olan kamu malları kavramı ve devamında küresel kamusal malların temel felsefesi ortaya konulmuştur. Daha sonra Covid-19 pandemisinin küresel ölçekte etkileri ele alınıp, pandemi ile mücadele yöntem ve araçlarının küresel kamusal mallardan sağlık sınıfına dahil olduğu belirtilmiştir. Pandeminin dünyada sosyoekonomik tahribatları ve yıkıcı etkileri veriler ışığında ortaya konulmuştur. Sonuç olarak Covid-19 aşılarının özel mal yerine küresel kamu malı olarak kabul edilmesinin pandeminin etkilerinin en aza indirilmesinde en etkili yöntemlerden biri olacağı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Küresel Kamusal Mallar, Aşı

Abstract: *It was unlikely that humanity could not cope with a virus in the 21st century due to its scientific and technological know-how. However, the year 2020 was spent struggling with the Covid-19 pandemic that spread all over the world. All the measures implemented by the countries only prevented the spread of the virus for a certain period of time. The most effective way for the virus to lose its effectiveness seems to be vaccines for now. However, if a sufficient and balanced vaccination is not made, it may cause the pandemic to continue for a long time. In this study, it was examined that the supply problem can be solved in a more effective and humane way by including Covid-19 vaccines in the global public goods class in terms of public finance. In the study, firstly the concept of public goods, which is one of the market failures, and then the basic philosophy of global public goods has been put forward. Later, the global effects of the Covid-19 pandemic were discussed and it has been stated that the methods and tools of combating the pandemic are included in the health class of global public goods. The socioeconomic damages and destructive effects of the pandemic in the world have been revealed in the light of data. As a result, it was concluded that the acceptance of Covid-19 vaccines as a global public good instead of a private good would be one of the most effective methods in minimizing the effects of the pandemic.*

Keywords: Covid-19, Global Public Goods, Vaccine

JEL: I18, O34, F53.

⁽¹⁾ Kırklareli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü; halil.kete@klu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0823-7884

1. Giriş

Salgın hastalıklar insanlık tarihinde dönem dönem karşılaşılan bir sorundur. İspanyol gribi, HIV/Aids, veba gibi salgınlar milyonlarca insanın ölümüne neden olmuştur. Küreselleşme olgusu her alanda olduğu gibi sağlık alanında da farklı sonuçlar doğurmuştur. 2019 yılının son günlerinde Çin'in Wuhan kentinde başlayan Covid-19 virüsü çok kısa bir sürede tüm dünyayı etkisi altına alan bir pandemiye dönüşmüştür.

Covid-19'un bu kadar hızlı pandemiye dönüşmesinde virüsün kendi yapısı kadar elbette küreselleşen dünyanın kendi dinamikleri de etkilidir. Sınırların harita üzerinde kaldığı, insan, sermaye ve malların uluslararası bir boyutta hızla hareket ettiği günümüz dünyasında virüs hızla yayılmış ve etkileri küresel ölçekte hissedilmiştir.

Covid-19 pandemisi bugün gelinen noktada milyonlarca insanın ölümüne neden olurken, milyarlarca insanın hayatını da bir şekilde olumsuz etkilemiştir. Pandemi sadece bir sağlık probleminin ötesinde sosyoekonomik bir soruna dönüşmüş durumdadır. Dünyada yıllar sonra yoksulluk oranlarındaki aşağı doğru ivme tersine dönmüş ve küresel yoksulluk oranı ve yoksul sayısı artmaya başlamıştır.

Pandeminin küresel kamusal mal olarak kabul edilen küresel sağlık sorunu olduğu ortadayken sadece ulusal düzeyde çözümler aramak sorununun çözümünü geciktirmektedir. Bu gecikme her ay küresel ekonomiye milyarlarca dolar zarar vermektedir. Çalışmanın temel çıkış noktası pandeminin hasarlarını ve etkilerini en aza indirebilmek için gerekli olan aşuların küresel kamusal mallar olarak ele alınmasının küresel sağlığın tekrar eski günlerine dönebilmesi için elzem olduğunun ortaya konmasıdır. Yapılan tahminler özellikle ekonomik toparlanmanın yıllarca sürebileceğini göstermektedir. Toparlanmanın tam olarak başlayabilmesi için etkin ve yaygın aşılama programlarının daha adil ve eşit bir zeminde ele alınması gerekmektedir.

2. Kamusal Mal Kavramı

Tam rekabet ortamında mal ve faktör piyasalarında belli koşulların sağlanması halinde piyasalardaki bireylerin faydalarını, firmaların ise karlarını maksimize ettikleri varsayılır. Sonuçta piyasalara bir müdahalede bulunmaksızın piyasalar kendiliğinden işleyecek ve etkin kaynak tahsisi sağlanacaktır. Ancak gerçek piyasalarda durum bundan çok farklıdır. Piyasaların tam rekabet koşullarını her zaman sağlayamadığı ve kaynakların etkin dağıtılamadığı durumlarda piyasa başarısızlıkları ortaya çıkar. Piyasaların aksadığı durumlar kamusal mallar, dışsallıklar, asimetric bilgi, eksik bilgi ve doğal tekeller olarak kategorize edilir (Susam, 2019: 71).

Devletin ekonomiye müdahalesinin temel gerekçeleri açıklanırken kamusal mallar en temel konuların başında gelmektedir. Bu konu ilk defa Paul A. Samuelson tarafından 1954 yılında "The Pure Theory of Public Expenditure" adlı çalışmada dile getirilmiştir. Samuelson kurduğu modelde kamusal malları özel mallardan ayıracak birtakım kriterler belirlemiş ve bunların piyasadaki en uygun sunumlarını açıklamaya çalışmıştır. Tam kamusal malları özel mallardan ayıran temel özelliğin tüketiminde rekabet özelliğinin olmamasına dayandırmaktadır. Yani bir bireyin tüketimi sonucu elde edeceği faydanın toplumdaki diğer kişilerin faydasını azaltmayacağı görüşüne dayanmaktadır (Samuelson, 1954: 388). Tam kamusal malların diğer karakteristik özelliği ise bireylerin tüketiminden dışlanamamalarıdır. Toplumdaki bir bireyin kamu yararını tüketme veya bunlara erişme fırsatını reddetmek isteseyiz bile bunu yapabilecek bir imkân yoktur. Aslında pratikte kamusal malların çoğu bu iki şartı bir

dereceye kadar sağlamaktadırlar. Kamusal mal olarak bilinen malların çoğunda pür olarak iki kriteri aynı anda görmek her zaman mümkün olmayabilir (Gruber, 2016: 192). İki şart aynı anda sağlanmadığı durumlarda bile aksaklığın giderilmesi için devletin piyasalara müdahale etmesi beklenir.

Kamusal mallar kavramının maliye literatürüne en önemli katkısı ekonomiye devletin müdahale etmesi gereken temel alanların tespitini kolaylaştırmasıdır. Özellikle tam kamusal mallar kavramı toplum halinde yaşayan bireylerin ortak ihtiyaçlarının karşılanmasında piyasanın yetersiz kaldığını ve devlet tarafından bu ihtiyaçların karşılanmasının zorunlu olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak nüfus ve teknoloji artışı ile beraber gelişen “küreselleşme” kavramı piyasa aksaklıklarının farklı bir açıdan ele alınmasını gerekli kılmıştır. Küresel kamusal mallar bu noktada küreselleşme ile birlikte ortaya çıkan birtakım problemlerin çözülmesinde önemli bir araç olarak kullanılabilir.

3. Küresel Kamusal Mal Kavramı

Küresel sorunlar gün geçtikçe dünyanın gündemini daha fazla meşgul ettiğinden küresel kamusal malların bilimsel olarak daha fazla olarak ele alınacağını ve bu kavramın kapsamının genişleyeceğini beklemek yerinde olacaktır.

Küresel kamusal mallar dünyada uzun yıllardır var olan bir sorun olmasına rağmen bilimsel olarak 1999 yılında Birleşmiş Milletler Kalkınma Örgütü (UNDP) tarafından yayınlanan bir rapor (Kaul Grunber ve Stern, 1999) ile tartışılmaya başlanmıştır.

UNDP tarafından yayınlanan raporda küresel kamusal malların iki ölçütü karşılaması gerektiği üzerinde durulmuştur. Birincisi, bu malların güçlü kamusal vasıflara sahip olmaları yani tüketiminde rekabet olmaması ve dışlanamazlık özelliklerine sahip olmalarıdır. İkinci ölçüt, faydalarının ülkeler, insanlar ve nesiller açısından evrensel yakın olmalarıdır. Yani belirli bir gruba, ülkeyi değil tüm dünyayı veya buna yakın bir çoğunluğu, bugünkü ve gelecek nesilleri kapsayan faydalardan söz edilmektedir. Bu özellikler insanlığı bir bütün olarak kamusal alan olarak ele alıp herkesi küresel kamusal malların yararlanıcısı yapar (Kaul vd., 1999: 3).

Dünya üzerindeki bütün bireyler (gelecek kuşaklar da dahil) tarafından elde edilebilen, tüketiminde rekabetin ve kısıtlamanın bulunmadığı, herkesin yararlanabildiği ve finansmanının küresel olarak sağlandığı faydalar olarak tanımlanan küresel kamu mallarında belirleyici faktör, ortaya çıkan fayda ya da zararın dünyaya genel dağılımı ve faydalara da dünya üzerindeki herhangi bir yerden erişilebilir olunmasıdır. Dolayısıyla bir kavramın küresel kamu malı olarak nitelendirilmesinde malın nerede üretildiğinin bir önemi yoktur. Tüm dünyaya yayılma riski olan bir salgın hastalığın ilk görüldüğü ülke veya bölgede ulusal sınırlar içerisinde ortadan kaldırılması için yapılan tedbirler sonucu elde edilecek fayda ulusal kamu malı gibi gözüke de aslında hastalığın önlenmesi nedeniyle gerek diğer ülkelerde yaşayan insanların sağlığının korunması gerekse gelecek nesillerin hastalığa yakalanmasının önlenmesi nedeniyle küresel ölçekte sonuçlar elde edilmektedir. (Ortaç, 2004: 15).

Günümüzün hızla küreselleşen dünyasında, insanların refahı yalnızca özel ve kamusal malların dağılımı ile değil, bunlarla beraber yerel, bölgesel ve küresel kamu malları arasında da dikkatli bir denge kurulmasına bağlıdır. Bundan dolayı küresel kamu malı kavramının net bir tanımına ve anlayışına sahip olmak önemlidir. Küresel kamu malları tüm devletlere, demografik gruplara ve farklı nesillere fayda sağlaması

açısından evrensel bir boyuta ulaşmalıdır. En azından, küresel bir kamu malı belli kriterleri karşılamalıdır: faydaları birden fazla ülke grubuna yayılır ve şimdiki veya gelecekteki herhangi bir nüfus grubuna veya herhangi bir kuşak grubuna karşı ayrımcılık yapmaz. Son derece bölünmüş bir dünyada küresel kamu mallarına kaynak tahsisini kimler tarafından yapılacağı ve tüm nüfus grupları için erişilebilir olup olmadığına kimin karar vereceği önemli bir sorun olarak karşımızda durmaktadır (Kaul vd, 1999: 16).

Görüldüğü gibi küresel kamusal mallar temel olarak iki özellik etrafında şekillenmektedir. Tüketiminde rekabet ve dışlamanın söz konusu olmaması ile faydalarının küresel ölçekte olmasıdır. Aslında bu noktada küresel kamusal malların, piyasa aksaklığından dolayı devletin piyasalara müdahalesini gerekli hale getiren kamusal mallar kavramının daha geniş bir şeklidir denilebilir. Kamusal mallarda da toplumun geneline yayılan bir fayda veya zarardan söz edilmektedir. Ancak piyasa bu faydanın artırılması veya zararın bertaraf edilmesi için bir girişimde bulunmamaktadır. Bu durumda devlet piyasada aktif olarak bulunarak toplumsal faydayı maksimize etmektedir. Küresel kamusal mallar ülke sınırlarını aşan boyutlarda dışsalılıklara sahiptirler. Bundan dolayı fayda veya maliyetleri tüm ülkelere yayılabilmektedir. Sağlık, çevre, güvenlik, bilgi gibi hizmetlerin etkileri ülke sınırları aşmaktadırlar (Kete, 2020: 6).

3.1. Küresel Kamusal Malların Fonksiyonel Tasnifi

Küresel kamu malları incelenirken farklı tasniflere tabi tutulabilir. Ancak çalışmamız açısından küresel kamu mallarını elde edilen faydaların sağlandıkları sektörlere göre sağlık, çevre, uluslararası güvenlik ve barış, ekonomik istikrar şeklinde sınıflandırmak yeterli olacaktır.

Sağlık: Günümüzde dünyada ülke sınırlarını kolaylıkla aşır küresel çapta öneme sahip bir konu sağlıktır. Özellikle salgın hastalıklar dünyada küçük bir bölge veya ülkede başlayıp kısa sürede geniş coğrafyalarda sorun olabilmektedir. Sağlık konusuna uluslararası bir boyut kazandıran taraf, aşı ve ilaç endüstrisi, salgın hastalıklar, tıp alanında kullanılan teknolojilerdir. Özellikle salgın hastalıkların etki alanı genişledikçe beraberinde iki temel sorunu getirmektedir. Bunlar; ekonomik sorunlar ve gıda arz güvenliği sorunudur (Gedik, 2020: 147).

Kamusal malları sınıflandırırken iki temel özellik olan hiç kimsenin onu tüketmekten dışlanamaması ve birinin tüketiminin başkalarının tüketimini engellememesi karşımıza çıkmaktadır. Örneğin bir toplumda hiç kimse bulaşıcı hastalık riskindeki yeni vaka görülmesinin azalmasından elde edilecek yarardan dışlanamaz ve risk azalmasından yararlanan bir kişi başka kimselerin de bu durumdan yararlanmasını engellemez. Küresel kamu malları çerçevesinde ele alındığında sağlık konusu da küresel faydalar içermektedir. Örneğin; çiçek ve çocuk felci gibi tüm dünyada etkilerini gösteren bulaşıcı hastalıkların tedavi edilmesi ve etkilerinin en aza indirilmesi dışlamanın mümkün olmadığı ve dünyadaki tüm devletlerin birbirinin faydasına zarar vermeden elde edebileceği bir yarar sağlayabilir. Ulusal kamu mallarında önemli bir sosyal fayda olmakla birlikte piyasa her zaman bu ihtiyaca cevap veremez. Hükümetler çeşitli mekanizmalar yoluyla müdahale ederek arz sorununu giderebilir. Ancak bununla birlikte tüm küresel kamu mallarında böyle bir çözüm üretmek kolay değildir. Çünkü küresel kamu mallarının finansmanını sağlayıp üretilmesini sağlayabilecek küresel düzeyde bir hükümet yoktur. Özellikle sağlıklı ilgili küresel kamu mallarında temel sorun, uluslararası düzeyde toplu eylemin en doğru zaman ve şekilde nasıl sağlanabileceğidir (Smith, 2003: 475).

Küreselleşme başlı başına sağlığı etkileyen bir kavramdır. Ticaret, seyahat, teknoloji alanlarında yaşanan gelişmeler özellikle bulaşıcı hastalıkların ulusal ve bölgesel boyuttan küresel boyuta geçişlerini hızlandırmıştır.

Uluslararası Güvenlik ve Barış: Savunma kadar önemli bir kamu malı da barış kavramıdır. Bu kavram kamu malları kriterlerini savunmadan daha fazla karşılar. Uluslararası güvenlik ve barış herkesin arzuladığı ve sürdürmek istediği, halklar ve uluslar arasındaki bir ilişki durumudur. Barış kavramının evrensel bir kamu yararı olduğu söylenebilir. (Mendez, 1999: 388).

Çevre: Çevre kalitesini sağlamak bir kamusal mal ve kamu faaliyetidir. Çevre yönetimi çoğunlukla uluslararası boyutlarda olduğundan bu alan temel bir küresel kamusal maldır. Örneğin bir bölgedeki endüstriyel kirliliğin azaltılması hava kalitesini artırır o bölgedeki hastalık riskini azaltacaktır. Bununla beraber azaltılmış emisyonlar küresel kirliliğin azaltılmasına katkıda bulunabilir (Morrissey, Velde ve Hewitt, 2002: 40).

Ekonomik ve Finansal İstikrar: Uluslararası finansal verimlilik, piyasa istikrarı olmadan elde edilemezken, verimlilik olmadan istikrar anlamsızdır. Her ikisinin de sağlanması küresel bir kamu malıdır. Bir kez elde edildiğinde, uluslararası finansal istikrar ve piyasa verimliliği rakipsizdir ve dışlanamaz ve bu nedenle saf bir küresel kamu malı özelliklerine sahiptir (Jones, 2003: 436).

Küresel kamusal mallar çok farklı sınıflandırmalara tabi tutulabilir. Ancak çalışmanın temel hedefi doğrultusunda Tablo 1'deki ayrımlar seçilmiştir. Küresel kamusal mallara ilişkin en çok çözülmesi gereken sorunlardan biri bu malların tedarik problemleridir. Aşağıdaki tabloda temel küresel kamusal mallara ilişkin tedarik sorunları özetlenmiştir. Görüldüğü gibi küresel kamusal malların temel ortak sorunu tedarik sıkıntılarıdır.

Tablo 1. Küresel Kamu Malları ve Ana Tedarik Problemleri

Küresel Kamusal Mal	Ana Tedarik Problemi
Uluslararası Finansal İstikrar	Yetersiz Tedarik (Yetersiz Arz)
Çok taraflı ticaret rejimi	Yetersiz Tedarik (Eşit olmayan dağılım)
Küresel İletişim Ağı ve İnternet Kullanımı	Yetersiz Kullanım (Erişim Sorunları)
Bulaşıcı hastalık kontrolü	Yetersiz Tedarik (Yetersiz Arz)
Aşırı hastalık yükünün azaltılması	Yetersiz Tedarik (Yetersiz Arz)
İklim İstikrarı ve Çevre	Yetersiz Tedarik (Aşırı Kullanım)
Barış ve Güvenlik	Yetersiz Tedarik (Yetersiz Arz)

Kaynak: Conceição, 2003: 156.

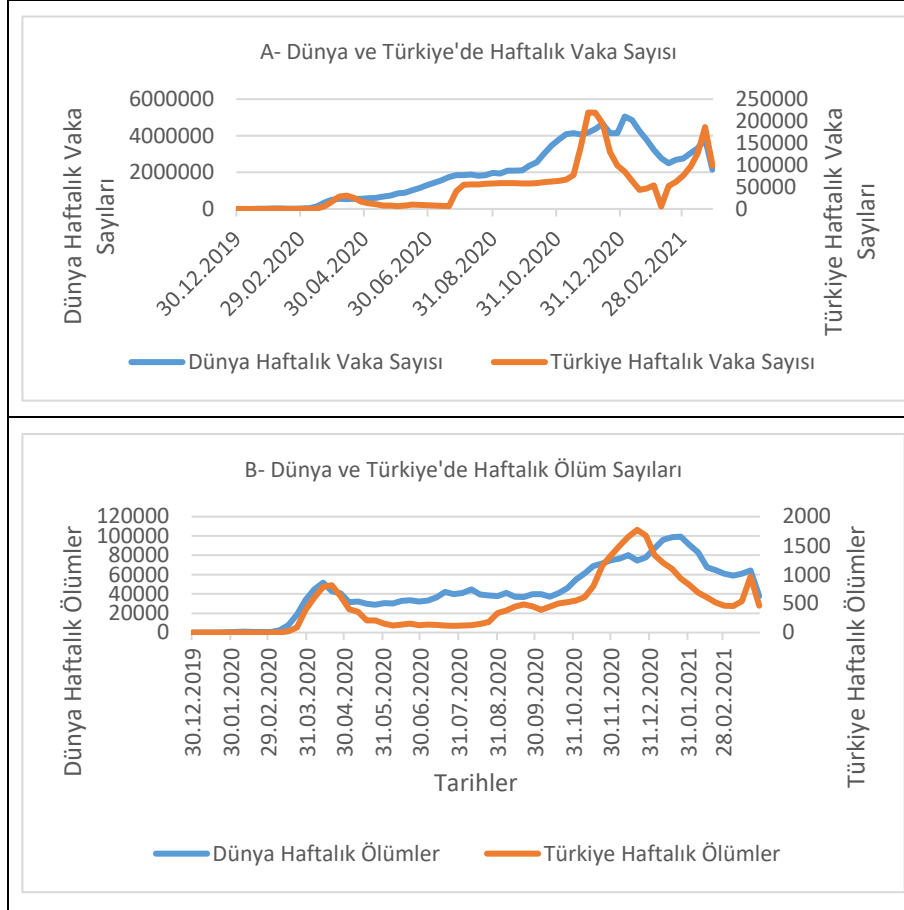
Özellikle çevre ve sağlık konusunun finansman ve tedarikinde önemli sorunlar yaşanmaktadır. Sağlık alanında ülkelerin güçleri birleştirilmedikçe başarıya ulaşmak çok güçtür. Sağlık sektöründe küresel kamusal mal tedarikinde ortaklar arasında ilaç firmaları, hastalığın görüldüğü ülke veya ülkeler, zengin donör ülkeler ve çok uluslu kuruluşlar yer alabilir. Küresel olarak birlikte adım atılmadıkça maalesef ülkelerin sergiledikleri tutumlar hiç insani olmamıştır. Az gelişmiş tropik ülkeleri tahrip eden sıtma hastalığında, zengin ve gelişmiş ülkeler kendi uluslarını çok az tehdit eden bu hastalık karşısında iyi bir performans gösterememişlerdir. Çok az kâr beklentisi olan ilaç şirketleri, yakın zamana kadar bir çare bulmak için gözle görülür çaba sarf etmemişlerdir. Bundan dolayı uluslararası kuruluşların küresel kamusal malların finansmanında ciddi roller üstlenmesi stratejik öneme sahiptir (Sandler, 2001: 22). Bir

ülkenin askeri gücü o ülke için bir devlet tehdidini önleyebilir, ekonomik gücü bir finansal krizin piyasalara etkisini azaltabilirken küresel boyutta etkileri görülen bulaşıcı bir hastalık karşısında ülkelerin tek başına sağlık hizmetleri gücü yetersiz kalmaktadır. Bulaşıcı hastalıkların önleyici ve tedavi edici yöntemlerinin küresel düzeyde işbirliği ile sağlanamaması halinde etkileri daha yıkıcı olabilecektir.

4. Covid-19 Pandemisi ve Küresel Sağlık Sorunu

Kısa zamanda belli bir alanda hızla yayılan hastalıklar “salgın hastalık” olarak adlandırılmaktadır. Pandemi kavramı ise 2020 yılında yoğun bir şekilde gündeme geldi. Koronavirüs ve Covid-19 isimleri ile anılan bir salgın resmi kayıtlara göre 12 Aralık 2019 tarihinde Çin’de ortaya çıkmıştır. Wuhan şehrinde ortaya çıkan hastalık resmi olarak Dünya Sağlık Örgütü’ne 31 Aralık 2019 tarihinde bildirilmiştir. İlk ölüm vakası ise 11 Ocak 2020 tarihinde gerçekleşmiştir. Kısa sürede gerek ülkemizde gerekse dünyada birçok tartışmalara sebep olan hastalık Türkiye’de ilk Covid-19 vakasının görüldüğü 11 Mart 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından “pandemi” ilan edilmiştir. Pandemi kavramı bir anda tüm dünyanın gündemine oturmakla beraber ne olduğu konusunda epey kargaşa yaşanmıştır. Ancak kısa sürede hızla ülkelere, kıtalara ve dünyaya yayılan bir hastalık olduğu anlaşılmıştır.

Büyük salgınlar sık karşılaşılan bir durum değildir. Ancak ortaya çıktığında dünyada büyük yıkımlara neden olmuşturlar. İspanyol gribi, AIDS, Justinian Vebası gibi salgınlar yıkıcı etkilere neden olmuştur (Demir ve Esen, 2021: 88). Covid-19’un tüm dünyaya yayılabilecek çapta bir salgın olabileceğine tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de şüphe ile yaklaşmıştır. Son yıllarda kanatlı hayvanlardan insanlara yayılan kuş gribi, domuz gribi gibi hastalıklar tüm dünyada endişelere yol açarken kısa zamanda etkilerini kaybetmeleri, yayılmakla beraber küresel ölçekte tüm dünyayı tehdit edecek bir pandemiye dönüşmemeleri, zamanla normal gribal enfeksiyonlar gibi atlatılmaya başlanmalarıyla toplumun tedirginliklerinin kısa sürede atlatılmasına neden olmuştur. Covid-19 pandemisinin ilk günlerinde de gerek geçmiş tecrübeler, gerekse internet ve basın ortamında yayılan kafa karıştırıcı bilgiler toplumda gereken önlemlerin alınmasını geciktirmiştir. Ancak vaka sayıları ve ölüm oranlarında yaşanan gelişmeler kısa sürede Covid-19 salgınının daha önce yaşanan virüslerden farklı olduğu, küresel ölçekte etkileri olan bir pandemi olduğunu ortaya koymuştur.



Kaynak: WHO (2021a).

Şekil 1. Dünyada ve Türkiye’de Haftalık ve Toplam Covid-19 Vaka ve Ölüm Sayıları

Yukarıda gösterilen Şekil 1’de Dünya ve Türkiye’de ilk vakanın görüldüğü günlerden günümüze çeşitli istatistiklere yer verilmiştir. Şeklin A ve B sütunlarında görüldüğü gibi, haftalık vaka sayıları gerek dünyada gerekse ülkemizde hızla artış göstermiştir. Özellikle ülkemizde görülen sert dalgalanmaların üç temel nedeni bulunmaktadır. Bunlardan ilki hastalığın kendi yayılma hızı ile ilgili olarak pik noktalarını göstermektedir (bu durum 1. Dalga, 2 dalga olarak isimlendirilmektedir), ikincisi ülke çapında alınan sıkı tedbirler ve bunlara uyum sonucunda vaka sayılarının düşmesi ve son olarak ilan edilen resmi rakamlardaki tanımlamalarda yapılan değişiklikler sonucunda farklı rakamların ortaya çıkmasıdır. Türkiye’de ilk vakanın görüldüğü ve DSÖ’nün Covid-19’u pandemi ilan ettiği 11 Mart 2020 tarihinden tam bir ay sonra 11 Nisan 2020 tarihinde ülkemizde toplam vaka sayısı 47.029 iken dünyada toplam vaka sayısı 1.646.920 olarak kayıtlara geçmiştir. Bir yıl sonra 11 Mart 2021 tarihinde ise ülkemizde toplam vaka sayısı 2.821.943 iken dünyada toplam vaka sayısı 117.812.059 olmuştur. Bu makalenin yazıldığı günlerde ise Dünya Sağlık Örgütü verilerine göre dünyada toplam vaka sayısı 233 milyon civarında, toplam ölüm sayısı 4,7 milyona yaklaşmıştır.

Tablo 2. Dünya Sağlık Örgütü Bölgelerine Göre Toplam Vaka ve Ölüm Sayıları (30.05.2021 İtibariyle)

	Vaka Sayıları	Ölümler
Amerika	67.001.389	1.641.040
Avrupa	54.180.850	1.147.368
Güneydoğu Asya	31.419.007	397.908
Doğu Akdeniz	10.049.980	201.125
Afrika	3.489.917	86.973
Batı Pasifik	2.977.088	44.748
TOPLAM	169.118.995	3.519.175

Kaynak: WHO (2021a)

Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere Dünya Sağlık Örgütü'nün belirlediği altı bölgede de Covid-19 vakaları ve buna bağlı olarak ölümler görülmektedir. Özellikle Amerika ve Avrupa salgından etkilenme noktasında başı çekmektedir. Bugün ortalama günlük 500 bin günlük vaka görülmektedir. Ancak bu rakamlar yeterli test imkanlarına sahip ülkelerin tespit edebildiği resmi rakamlardır. Gerçekte rakamların daha fazla olduğu düşünülmektedir. Bunun iki nedeni vardır; ilk olarak test kapasiteleri her ülkede aynı değildir, ikincisi salgının özelliği gereği bazı bireyler hastalığı semptomsuz geçirebilmekte bu da bulaşma riskini arttırmaktadır.

Tablo 3. Vaka ve Ölüm Sayılarına Göre İlk 10 Ülke (30.05.2021 İtibariyle)

Vaka Sayılarına Göre İlk On Ülke			Ölüm Sayılarına Göre İlk On Ülke		
	Ülke	Vaka		Ülke	Ölüm
1	ABD	32.891.410	1	ABD	587.549
2	Hindistan	27.729.247	2	Brezilya	456.674
3	Brezilya	16.342.162	3	Hindistan	322.512
4	Fransa	5.547.666	4	Meksika	222.661
5	Türkiye	5.228.322	5	Birleşik Krallık	127.768
6	Rusya	5.053.748	6	İtalya	125.919
7	Birleşik Krallık	4.477.709	7	Rusya	120.807
8	İtalya	4.209.707	8	Fransa	108.448
9	Almanya	3.675.296	9	Almanya	88.350
10	İspanya	3.663.176	10	İspanya	79.888

Kaynak: WHO (2021a).

Tablo 3'te dünyada Covid-19 salgınında Mayıs 2021 itibariyle vaka ve ölüm oranlarına göre ilk on ülke sıralanmıştır. Ülkelerin aldıkları tedbirler, vatandaşların tedbirlere uyumu, hükümetlerin süreç yönetimleri, demografik yapılar bu sıralamaları değiştirmektedir.

Yukarıdaki tüm veriler ışığında Covid-19 salgınının DSÖ tarafından "pandemi" ilan edilmesinin çok yerinde bir karar olduğu açıktır. Küresel kamusal mallar sınıflandırılırken faydalarının ve zararlarının tüm toplumlara, devletlere ve nesillere yayılması ve tüketiminde rekabetin ve aynı zamanda dışlamanın olmaması temel alınmaktadır. Covid-19 sonucu ortaya çıkan zararlar görüldüğü gibi tüm toplumlara, ülkelere ve hatta doğrudan ve dolaylı etkileri ile gelecek nesilleri etkileyecek çapta bir sorundur. Tüketiminde dışlamanın olmadığı temel alanlardan biri sağlıktır. Bu

açıklamalar çerçevesinde Covid-19 pandemisi ile mücadele süreçlerinin tamamı “küresel kamusal mallar” perspektifinden ele alınmalıdır.

Pandemi ortamında ulusal düzeyde politikalar tek başlarına yetersiz kalmaktadırlar. Pandeminin ilk dönemlerinde her ülke çeşitli önlemler almıştır. Bunlardan birisi de ülkelerin sınırlarını kapatmalarıdır. Ancak küreselleşen ekonomik sistemler bu kısıtlamalara çok fazla dayanamamışlardır. Dolayısıyla Covid-19 salgınından kurtulmada ulusal politikalar yetersiz kalmaktadırlar.

Salgının ilk zamanlarında DSÖ yayınladığı bir raporda Covid-19’un tüm toplumları etkileyebileceğinden hükümetlerin topluca sürece katılmalarının önemli olduğundan bahsetmiştir. Covid-19 gripten farklı olsa da mevcut Grip Salgını Hazırlık Planlarını temel almanın iyi bir başlangıç olacağı, salgın için tıbbi karşı önlemler mevcut olana kadar, önleme ve kontrol stratejileri, bulaşmayı azaltmak için halk sağlığı önlemlerinin önemine değinilmiştir. Toplum için diğer öneriler arasında; el hijyeni, öksürükle ilgili görgü kuralları, semptomatik kişiler için maskeler, hasta bireylerin tecrit edilmesi ve tedavi edilmesi, sağlıklı temasların semptomlarının izlenmesi, gezici sağlık bilgilendirmeleri, kalabalıktan kaçınma (yani toplu toplantılar), okulların kapatılması, toplu taşımanın azaltılması, işyeri kapatmaları, halk sağlığı karantinası (asemptomatik temaslar) ve / veya tecrit (hasta bireyler için) bulunmaktaydı (WHO, 2020: 2).

DSÖ ortak bir uygulama açısından çeşitli önerilerde bulunsa da bunların uygulanış biçimleri ülkelere göre farklılık arz etmektedir. Örneğin; Çin Covid-19’u önlemek için otoriter kamusal tedbir araçları ile başarılı olurken, Japonya, Tayvan, Singapur ve Güney Kore gibi Asya bölgesi ülkelerinde ciddi sosyoekonomik tedbirler başarılı neticeler vermiştir (TÜRMOB, 2020: 5). Ulusal düzeyde alınan tedbirler belli bir dönem rahatlama sağlamıştır. Ancak ekonomik ve sosyal hayatın küresel düzeyde aktif olarak yaşanması tekrar yeni dalgaların yaşanmasına neden olmuştur. Bundan dolayı salgınla mücadelede sürdürülebilir yöntemlerin geliştirilmesi ancak küresel düzeyde ve kolektif bir şekilde atılacak adımlarla mümkün olabilecektir.

5. Covid-19’un Sosyo-Ekonomik Etkileri ve Çözüm Yolları

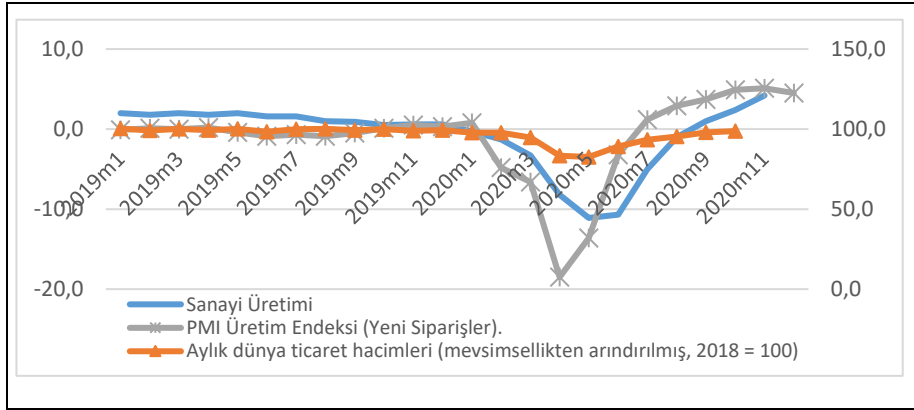
Covid-19 salgını küresel bir tehdit olarak karşımızda durmaktadır. Salgın insan sağlığına önemli zararlar vermesinin yanında, küresel olarak sosyal, psikolojik ve ekonomik etkiler meydana getirmiştir ve bu etkiler artarak devam etmektedir. Ülkeler pandeminin ilk günlerinden itibaren birçok farklı alanlarda önlemler almışlardır. Özellikle ekonomik önlemler üretim-tüketim dengesini bozarak ekonomik faaliyetleri durma noktasına getirmiştir. Salgının azaltılabilmesi için hemen hemen tüm ülkelerde özellikle hizmet sektörüne yönelik işyerlerinin kapatılması, sokağa çıkma yasakları, tüm seviyelerde eğitimin uzaktan eğitim yoluyla yapılması gibi birçok tedbir alınmıştır. Özellikle krizlerden çıkışlarda devlet müdahalesinin önemi anlaşılmış ancak tüm bu önlemlerin yüksek maliyetleri devletleri yeni bir krize doğru götürmektedir (Çalışkan ve Erul, 2021: 53).

Tablo 4. Vaka Sayılarına Göre İlk On Ülkenin Büyüme Verileri

Ülkeler	2019	2020	2021	2022
ABD	2,2	-3,4	5,1	2,5
Brezilya	1,4	-4,5	3,6	2,6
Hindistan	4,2	-8	11,5	6,8
Fransa	1,5	-9	5,5	4,1
Rusya	1,3	-3,6	3	3,9
Birleşik Krallık	1,4	-10	4,5	5
İtalya	0,3	-9,2	3	3,6
Türkiye	0,9	1,2	6	3,5
İspanya	2	-11,1	5,9	4,7
Almanya	0,6	-5,4	3,5	3,1

Kaynak: IMF(2021a).

Tablo 4'te vaka sayılarının en çok görüldüğü ilk on ülkedeki büyüme verilerine yer verilmiştir. IMF tarafından yayınlanan World Economic Outlook 2021 raporundaki bu tahminlere göre 2020 yılında bu ilk on ülkenin dokuzunda daralma yaşanmıştır. En büyük daralma yüzde 11,1 ile İspanya'da yaşanırken, bunu yüzde 10 ve yüzde 9,2'lik daralmalarla sırasıyla İngiltere ve İtalya takip etmiştir. Türkiye bu on ülke arasında 2020 yılını daralma yerine büyüme ile atlatan tek ülke olmuştur. Raporda yer veriler incelendiğinde ekonomik olarak dünyayı küresel anlamda daha sıkıntılı günlerin beklediği anlaşılmaktadır. Salgın üretim-tedarik zincirlerini bozmaktadır. Salgınla mücadelede sadece virüsün yayılmasını önlemek için uygulanan kapanma tedbirleri ise küresel ekonomide durgunluğa ve daralmalara neden olmaktadır.

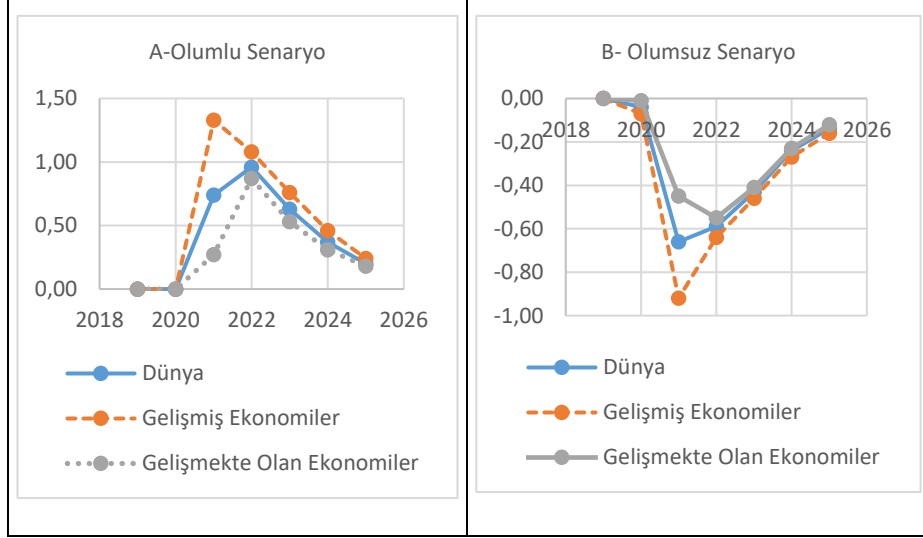


Kaynak: IMF(2021a).

Şekil 2. Küresel Aktivite Göstergeleri

Şekil 2'de gösterildiği üzere pandeminin en yoğun yaşanmaya başlandığı ve en sıkı tedbirlerin alındığı 2020 yılının Mart ve Haziran ayları arasında küresel olarak ekonomik aktiviteler sert düşüşler göstermiştir. Bu dönemde yeni siparişlerin verileceği bir ekonomik ortamın olmaması, sanayi üretimini düşürmüştü ve bunların bir sonucu olarak dünya ticaret hacimleri daralmıştır. Bir ülke salgınla mücadelede başarılı sonuçlar elde etse bile, küreselleşmenin de etkisiyle önemli ticari faaliyetler içerisinde olduğu bir başka ülkede yaşanan vaka artışları ve kapanma tedbirleri bu ülkenin de ekonomisine önemli ölçüde zarar verebilmektedir. Bundan dolayı sadece kapanma ve kısıtlama tedbirleri ile pandemi sürecini geçirebilmek sürdürülebilir

değildir. Yapılan tahminler salgınla mücadelede önemli başarılar elde edilse bile küresel düzeyde ekonomiler üzerinde yıllarca sürecek etkileri olacaktır.



Kaynak: IMF (2021a).

Şekil 3. Reel GSYİH Senaryoları

IMF tarafından G20 senaryo adı altında pandemi ve devamı yıllarda yaşanabilecek ekonomik büyüme modelleri hesaplanmıştır. Şekil 3'te iki senaryo ele alınmıştır; olumlu ve olumsuz senaryo. Her iki senaryoda, görünümün altında yatan temel belirsizliklere odaklanılmıştır: Covid-19 enfeksiyonlarının görülme sıklığı ve aşının yaygınlaştırılmasının etkinliği. Olumlu senaryoya göre küresel üretim seviyesi 2021'de yaklaşık yüzde 0,75 artarak 2022'de yüzde 1'in dolaylarına çıkmaktadır. Olumlu senaryoda yukarı yönlü hareketin temelinde gelişmiş ekonomilerin gelişmekte olan ekonomilere göre aşya daha erken ulaşıp, bu ülkelerin ekonomilerinde hareketlenmenin daha erken başlamasıdır. Bu nedenle artış, 2021'de gelişmiş ekonomilerde ve 2022'de gelişmekte olan piyasa ekonomilerinde daha belirgindir. Olumsuz senaryo ise daha ürkütücüdür. Buna göre küresel ekonomi uzun yıllar daralmadan çıkamayacaktır.

Özellikle IMF olumsuz senaryoların temelinde aşı konusunu merkeze almaktadır. Salgının sona ermesinde virüsün mutasyona uğrayıp bulaşma özelliğinin azalması veya aşı gibi bir tedavi yönteminin yaygın olarak uygulanması olasılıkları vardır. Birinci ihtimal şimdiye kadar mümkün olmamıştır. Hatta virüsün uğradığı mutasyonlarla bulaştırıcılığı artmıştır. Bundan dolayı şimdilik en etkili yolun aşı üretiminin yaygınlaşması ve uygulamasının daha geniş kitlelere ve coğrafyalara yayılması olduğu söylenebilir. Dünya Sağlık Örgütü Covid-19 için çeşitli aşı istatistikleri ilan etmektedir. Bu istatistikler iki sınıfa ayrılmaktadır; "Klinik geliştirme aşamasındaki aşı sayısı" ve "Klinik öncesi geliştirme aşamasındaki aşı sayısı". Klinik geliştirme aşamasındaki aşı sayısı 86, klinik öncesi aşamada ise 186 aşı bulunmaktadır. Ancak bu aşuların insanlara yaygın bir şekilde kullanılabileceğini ifade eden "Faz IV" aşamasını sadece dört aşı geçebilmiştir. Bunlar; Sinovac (Çin), AstraZeneca (İngiltere), Moderna (ABD), Pfizer/BioNTech (Almanya) aşularıdır (WHO, 2021b). Covid-19 pandemisini atlatabilmek için en etkili yol olan aşı çalışmalarında ise süreç yavaş ilerlemektedir. Toplam 272 aşı çalışmasının sadece 4'ünün bu aşamaları geçmesi endişe verici bir durumdur. Üretilen bu aşular çeşitli

ülkelere ait olmakla beraber kamu maliyesi açısından “özel mallar” sınıfında gözükmektedir. Bununla birlikte tamamen serbest piyasa koşullarında alınıp satıldıkları bir piyasa söz konusu değildir. Ülkeler öncelikle ulusal olarak kendilerini garantiye almak istemektedirler. Dolayısıyla her talep eden ülke aşı temin edememektedir. Diğer önemli bir nokta ise aşı çalışmalarının deneysel aşamalarına katılmayan ülkeler ayrıca bir temin problemi yaşamaktadırlar.

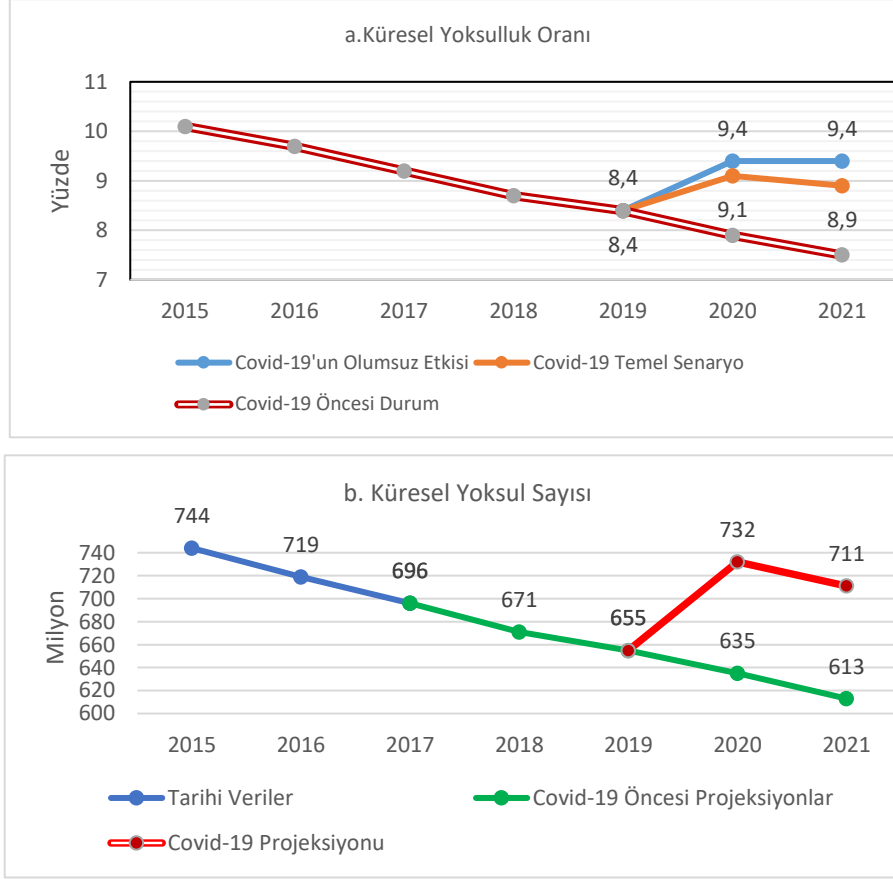
Dünya Sağlık Örgütü Başkanı Ghebreyesus, "*Aşular, salgını durdurmak için önemli bir umut kaynağı, dünyayı bütünüyle koruma altına almak için, yalnızca aşı satın alabilen ülkelerde değil, risk altında bulunan herkesin aşılmasını sağlamamız gerekiyor.*" demektedir. Dünya yeni bir kavramla karşı karşıya kalmıştır bu süreçte: “Aşı Milliyetçiliği” kavramı da devreye girmiştir. Bu şekilde daha yoksul ülkeler aşı konusunda daha gerilere bırakılmaktadır. Hâlihazırdaki aşılama hızı ile gelişmiş ekonomilerin aşılama süreçleri 2022 yılına kadar sürebilir. Yoksul ülkelerde ise 2024’e kadar sürebilir. Özellikle zengin ülkeler ilaç firmaları ile yaptıkları anlaşmalar sayesinde ihtiyaç duyduklarından çok fazla aşı stoku yapmaktadırlar. Kanada tüm vatandaşlarına yetebilecek aşı miktarının beş katından fazlasını sipariş etmiştir. Avrupa Birliği kendi sınırları içinde üretilen aşuların AB sınırları dışına çıkmaması için ihracat kontrolleri getirmeyi planlamaktadır. İngiltere nüfusuna yetecek aşı miktarının iki katını stoklamayı düşünmektedir. Aşılama geciktikçe virüsün uğrayacağı mutasyonlar bulaşıcılığını ve tahrip gücünü arttırabilmektedir (BBC News Türkçe, 2021). Politika yapımcıların ve DSÖ gibi küresel yapıların odaklanması gereken önemli bir strateji aşı stokçuluğunun önlenerek daha adil bir aşı tedarikini sağlamaktır. Bazı aşuların yeni varyantlara karşı etkisinin azaldığı görülmektedir. Pandemi ile mücadelede aşı tedarikinde küresel düzeyde adil çözümler yerine sadece ulusal çözümler arayan ülkeler, aşılama ilerlese bile yeni varyant ve dalgalara karşı tekrar zorluklarla karşılaşabileceklerdir. Yukarıda da anlatıldığı gibi küresel düzeyde salgın kontrol edilemediği müddetçe küresel ekonomi üzerindeki olumsuz etkiler katlanarak devam edecektir. Vatandaşlarının sağlığını korumak ve sağlık sistemlerini ayakta tutmak isteyen, ancak bunu yaparken “aşı milliyetçiliğini” bir yöntem olarak seçen ülkeler salgın kontrol altına alınmadığı müddetçe çok farklı sorunlarla karşılaşacaklardır. Örneğin İngiltere’de Eylül 2021’de ülke genelinde akaryakıt sorunu baş göstermiştir. Resmi kaynaklar sorunun pandemi ve AB’den çıkış süreciyle başlayan vize sorunları dolayısıyla lojistik sorunu olduğunu söylemektedir. Vatandaşlar saatlerce istasyonlarda kuyruklarda beklemek zorunda kalmıştır. Bu problem karşılaşılabilecek küçük bir sorun olabilir, ancak bu bile tüm ülkede büyük rahatsızlıklara neden olmuştur. Bu ve buna benzer sosyoekonomik sorunlardan ders alınarak aşı milliyetçiliğinden vazgeçilip daha adil bir aşı dağılımı politikaları geliştirmek gerekmektedir.

Tablo 5. Aşılamanın İlk Beş Ayında En Çok Aşı Alan İlk Ülkelere Ait Çeşitli Göstergeler

		Toplam Aşı Sayıları (Milyon)	Aşı Süreci Tamamlanan Nüfus Sayısı (Milyon)	Tüm doz aşı alanların toplam nüfusa oranı	G20 Üyeligi	GSMH(Milyar \$)
1	Çin	602.99	-	-	✓	14.555
2	ABD	292.11	133,53	40,0%	✓	21.615
3	Hindistan	203.17	42,56	3,08%	✓	2.893
4	Brezilya	66.43	21,87	10,0%	✓	1.926
5	İngiltere	63.35	24,48	36,0%	✓	2.821
6	Almanya	49.26	14,20	5,41%	✓	4.038
7	Fransa	34.94	10,57	16,0%	✓	2.846
8	İtalya	33.56	11,50	19,0%	✓	2.082
9	Meksika	29,24	12,2	9,5%	✓	1,268
10	Türkiye	28,73	12,28	15,0%	✓	808
11	Rusya	28,11	11,78	8,1%	✓	1.651
12	İspanya	26,13	8,8	18,8%	X	1,393
13	Endonezya	25,78	10,24	3,7%	✓	1.097
14	Kanada	22,81	1,88	5,0%	✓	1,736
15	Şili	18,22	7,9	41,0%	X	25
16	İsrail	10,58	5,13	59,3%	X	390
	<i>DÜNYA</i>	<i>1.840</i>	<i>419</i>	<i>5,4%</i>		<i>88.792</i>

Kaynak: OWID (2021), World Bank (2021) verileri ile yazar tarafından derlenmiştir.

Tablo 5'te dünyada en çok fazla aşı temin etmiş ülkelere ait bazı veriler sıralanmıştır. Dünyada en çok aşıya erişen ülke, ilk beş ayda 603 milyonluk aşı sayısı ile Çin'dir. Ancak vatandaşlarına tüm doz aşıları uygulamada en yüksek orana sahip ülke yüzde 59,3 ile İsrail'dir. Türkiye bu dönemde 28 milyon aşı temin edebilirken nüfusunun yüzde 15'ine tüm doz aşıları uygulamıştır. En fazla aşı temin edebilen ülkelerin genel ekonomik yapıları bakıldığında 16 ülkenin 13'ü G20 üyesidir. G20 dünyada küresel GSYİH'nın yüzde 80'nine denk gelen bir büyüklükte yapıyı ifade etmektedir. Bu 16 ülke ise küresel GSMH'nın yüzde 63'üne sahiptir. OWID (2021) verilerine göre uygulanan toplam aşı dozlarının yüzde 39,14'ü yüksek gelir grubu, yüzde 45,75'i üst orta gelir grubu, yüzde 14,79'u alt orta gelir grubu, yüzde 0,31'i ise düşük gelir grubunda bulunan ülkeler tarafından uygulanmıştır. Covid-19 pandemisi dünyada geniş çapta sosyoekonomik tahribatlara sebep olurken, aşılamada 2021 yılının ilk çeyreğinde iç açıcı bir gelişme sergilenememiştir. Bu dönemde dünyada tüm doz aşı yapılan kişilerin dünya nüfusuna oranı yüzde 5,4 dolaylarındadır. Bu hızla devam edilirse IMF'nin olumsuz senaryo diye tabir ettiği dünya ekonomisinin toparlanması ile ilgili tahminler bile çok ileri yıllara sarkabilir.

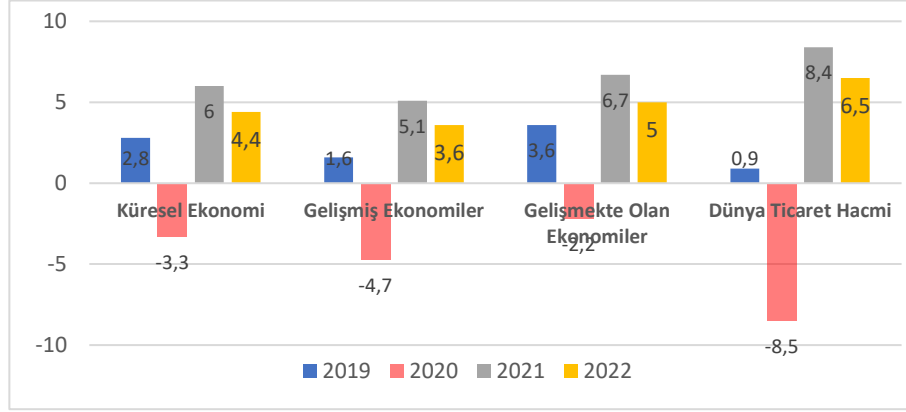


Kaynak: World Bank (2020), World Bank (2021).

Şekil 4. Küresel Yoksulluk Tahminleri

Dünyada yaşanan iklim değişikliği ve siyasi kargaşalar Covid-19 pandemisinin küresel ekonomi üzerindeki olumsuz etkilerini derinleştirmektedir. Covid-19 ile birleşen ekonomik kriz küresel yoksulluk oranlarında yirmi yıldan fazla bir zamandır süren iyileşmeyi durdurmuştur. Uluslararası yoksulluk sınırına göre ölçülen yoksulluğun, 1998'den bu yana ilk kez 2020'de artmıştır. Şekil 4'te gösterildiği gibi yoksulluk tahminleri yukarı yönlü hareket etmiştir. Salgın öncesi yapılan tahminler 2020 yılında dünya genelinde aşırı yoksulluk içinde ortalama 635 milyon insanın olacağını tahmin etmekteydi. Dünya bankasının 2020 yılı tahminleri pandemi dolayısıyla aşırı yoksulluğa eklenecek insan sayısının 88 milyon olacağını tahmin etmekteydi. Ancak pandemi 2020 yılında 97 milyon daha fazla insanın aşırı yoksulluk sınıfına eklenmesine ve toplam rakamın ortalama 732 milyon olmasına neden olmuştur. 2020'de görülen yoksulluk oranları 2016 ve 2017 yıllarındaki değerlere benzerlik göstermektedir. Bu nedenle, Covid-19'un etkilerinin aşırı yoksulluğun sona ermesine yönelik ilerlemeyi en az üç-dört yıl geriye götürmüştür denilebilir. Son 30 yılda küresel yoksulluğu artıran diğer tek şok, 1997/1998 Asya mali kriziydi. Yoksulluk her iki şoktan önce de azalıyordu. Asya mali krizi 1997'ye göre 1998'de yoksulluğu yüzde 1,3 artırırken (% 29,6'dan% 30'a), Covid-19 salgınının en azından

son otuz yılda küresel yoksulluğu azaltma hedefine giden yolda en kötü geri dönüş olduğu görülmektedir. (World Bank, 2020: 5-6, World Bank, 2021).



Kaynak: IMF (2021b).

Şekil 5. Dünya Ekonomik Görünüm Tahminlerine Genel Bakış

Küresel düzeyde artan yoksulluk oranlarının temelinde dünya çapında ekonomilerde yaşanan daralmalar gelmektedir. Şekil 5'te görüldüğü gibi küresel ekonomi 2020 yılında yüzde 3,3 daralırken, gelişmiş ekonomiler yüzde 4,7 ve gelişmekte olan ekonomiler yüzde 4,7 daralmıştır. Pandeminin ilk şoklarının yaşandığı bu dönemde dünya ticaret hacmi yüzde 8,5 küçülmüştür. 2021 yılına ilişkin yapılan umut verici tahminlerin temelinde ise yaygın bir aşılama ile salgının kontrol altına alınması yatmaktadır.

6. Covid-19 Tedbir ve Tedavi Yöntemlerinin Küresel Kamusal Mallar Olarak Kabul Edilmesi

DSÖ tarafından hazırlanan Covid-19 Hazırlık ve Müdahale Stratejisine göre halk sağlığı hedeflerine ulaşmak için, yerel düzeyde halk sağlığı ve sosyal önlemlerin tutarlı ve kapsamlı bir şekilde uygulanmasına, yeni araçların devreye alınıp kullanılmasına bağlıdır. DSÖ kendisinin kurumsal olarak küresel ve ulusal düzeyde bu çabalar için doğrudan teknik ve operasyonel destek sağladığını ifade etmektedir. DSÖ tarafından yayınlanan "WHO strategic action and resource requirements to end the acute phase of the COVID-19 pandemic 2021" raporunda Covid-19 pandemisi için bazı tavsiyeler bulunmaktadır (Tablo.6). Bütün tavsiyeler bir bütün olarak incelendiğinde üç temel alanda yoğunlaştıkları görülmektedir. Bunlar, tedbir, tedavi ve pandeminin bitirilmesi.

Özellikle pandeminin ilk günlerinde tüm dünyada ilk öncelik bulaşın önlenmesidir. 21. yy'da küresel anlamda pandemiye dönüşecek bir salgın hastalık beklenmeyen bir durumdur. Hükümetler de hazırlıksız yakalanınca bu salgına hastalığın yayılmasını önlemek için çok önemli yeri olan maske ve temizlik ürünlerinde önemli tedarik sorunları yaşanmıştır. "Küresel Sağlık" kavramı küresel kamusal mal olarak kabul edilmekle birlikte, bunun sağlanmasına yönelik mallar sadece "ulusal" ve "özel mallar" olarak görülmesi önemli bir sorundur. Bu dönem birçok ülke bu ürünlerin ihracatını durdurmuş, kimi ülkeler ihtiyacından fazlasını stoklamıştır.

Tablo 6. Dünya Sağlık Örgütüne Göre Pandemiye Sonlandırmak İçin Ulusal ve Küresel Düzeyde Öncelikli Yapılması Gerekenler

1) Bulaş Önlene	2) Maruziyeti Azaltma	3) Savunmasızları Koruma	4) Tüm nedenlerden kaynaklanan ölüm oranı ve diğer hastalıkları azaltın ve hayat kurtarın
Yüksek riskli ortamlarda virüsü önleyin; Şüpheli vakaları tespit edin ve test edin; Kişileri takip edin; Kişileri karantina altına alın. Olası bulaşıcı teması azaltmak için zamanla sınırlı önlemler iletin ve uygulayın; Öncelikli grupları aşılayın.	Yanlış bilgilendirme ve dezenformasyonla mücadele; Risk azaltma konusunda toplulukları iletişim kurun, etkileşim kurun, etkinleştirin ve eğitin	Aşı kabulünü oluşturun; Aşı dağıtımına hazır olunmasını sağlayın; Aşılama kampanyasını iletin, uygulayın ve izleyin.	Erken teşhis ve bakım; Klinik yolları yönetin; Sağlık hizmeti kapasitesini artırın; Sağlık iş gücünün eğitilmesini ve korunmasını sağlayın; Temel ürünlere erişimi garanti edin; kişisel koruyucu ekipman; biyomedikal malzemeler, oksijen; ve terapötikler; Öncelikli grupları aşılayın.

Kaynak: WHO (2021c).

Türkiye bu dönemde farklı bir yol haritası izlemiştir. Bir taraftan ülke içinde koruyucu ekipman, temizlik ürünleri gibi ihtiyaçların giderilmesine yönelik girişimler sürdürülürken diğer taraftan dünyanın farklı yerlerinden gelen yardım taleplerine kayıtsız kalmamıştır. T.C. Dışişleri Bakanlığının yayınladığı bilgilere göre (T.C. Dışişleri Bakanlığı, 2021) 158 ülkeden farklı nitelikte yardım talebinde bulunulmuş, 155 ülkeye yardımlar gönderilmiştir. Afrika kıtası 48 ülke ile en fazla yardım gönderilen bölge olmuştur. 19 uluslararası kuruluş Türkiye'den yardım talebinde bulunmuş bunlardan OCHA, UNICEF, PAF, SICA, CARICOM, NATO, IGAD, DSÖ, AGİT kuruluşlarının taleplerinin önemli bir kısmı karşılanmıştır. Yardımların büyük çoğunluğu tıbbi malzeme yardımı, koruyucu malzemeler ve yerli solunum cihazları olmuştur. Gelişmekte olan bazı ülkelere de yerli olarak koruyucu malzeme üretebilmeleri için eğitim programları düzenlenmiştir. Bazı ülkelere de yerli imkanlarıyla koruyucu ekipman üretebilmeleri için hammadde tedarik edilmiştir.

Covid-19 salgını ancak etkin bir aşılama programı ile küresel çapta bir salgın olma özelliğini kaybedebilir. Salgının sona ermesi için gerekli olan aşı veya aşılamanın arzı ve talebi piyasa koşullarına bırakıldığı takdirde bünyesinde barındırdığı yüksek küresel dışsallıklar nedeniyle piyasa başarısızlıklarına küresel boyutta refah kayıplarına neden olabilecektir. Yüksek dışsallıklar ancak piyasanın üstünde bir otorite ile giderilebilir. Dışsallıklar küresel boyutta olduğu takdirde uluslararası kuruluşlar sorunun çözümünde ana aktörler olmalıdırlar. Özellikle Dünya Sağlık Örgütü bu noktada hayati öneme sahip bir rol üstlenebilir (Yardım ve Parlak, 2020: 136).

Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri olan "Antonio Guterres", BM Genel Kurulundaki Covid-19 zirvesi'nde "herkesin eşit bir şekilde aşıya erişiminin sağlanması ve Dünya Sağlık Örgütü'nün küresel aşı programı "The ACT Accelerator" ve "COVAX" in desteklenmesi ve söz konusu aşı programı için gerekli 28 milyar dolar finansman açığının karşılanması" gerektiğini ifade etmiştir (Anadolu Ajansı, 2020). Guterres'in ifade ettiği uygulamanın kamu maliyesindeki karşılığı "küresel kamusal mallar"dır.

Covid-19 pandemisinin ortadan kaldırılmasında en etkili yolun etkin bir aşılama olduğu açıktır. Ancak “aşı” dev ilaç şirketleri tarafından üretilmektedir. Bu şirketler formülleri gizli tutup sadece kendi üretim kapasiteleri kadar üretim yapabilmektedirler. Birçok aktivist çeşitli kampanyalarla Covid-19 aşılarının küresel olarak adil dağıtılması için kampanyalar düzenlemiş, ancak şimdiye kadar bunların bir karşılığı olmamıştır.

Aşının üretiminin belirli kısıtlar altında olması, dünyada yeni bir öneriyi gündeme getirmiştir: Aşının fikri mülkiyet haklarının paylaşılması. Özel firmalar tarafından üretilen bu tedavi yöntemlerinin dünyanın kullanımına sunulması serbest piyasa şartlarında mümkün gözükmemektedir. Bu durum maliye biliminin temel konularından olan piyasa başarısızlıklarının kapsamına girmektedir. Özellikle çalışmanın başında anlatılan kamusal mallar ve erdemli malların varlığında “piyasanın” kendi iç dinamikleri ile bu malları üretip sosyal refahı maksimize etmek istemeyecektir. Böyle durumlarda kamusal müdahaleler kaçınılmaz olmaktadır. Covid-19 aşıları da sadece serbest piyasa koşullarında arz ve talebi sağlanamayacak bir hassasiyettir.

Aşı ile ilgili fikri mülkiyet haklarının paylaşımı yakın geçmişte yaşanmıştır. DTÖ tarafından önem verilen fikri mülkiyet haklarının korunması konusu 2001 yılında farklı boyutlarıyla tartışılmıştır. DTÖ bir ara çözüm bularak ‘2001 Doha Deklarasyonu’nu yayımlamak zorunda kalmıştır. DTÖ AIDS, sıtma, tüberküloz gibi salgın hastalıklarda ulusal halk sağlıklarının bir krizle karşı karşıya kalması durumunda Fikri mülkiyet hakkı patent anlaşması’nın (TRIPS) esnetilebileceğini kabul etmiştir (WTO, 2001).

23 Şubat 2021’de Ticaretle İlgili Fikri Mülkiyet Hakları Konseyi’nin (TRIPS) resmi toplantısında, Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) üyeleri, Covid-19’a yanıt olarak belirli TRIPS yükümlülüklerinden geçici olarak feragat etme önerisi üzerine toplantılar gerçekleştirmişlerdir. Hindistan ve Güney Afrika’nın, 2 Ekim 2020’de Covid-19’un önlenmesi, kontrol altına alınması ve tedavisi için TRIPS Anlaşmasının belirli hükümlerinden feragat talebinde bulunan teklifini ele almaya başlamışlardır. Bu öneri Kenya, Eswatini, Mozambik, Pakistan, Bolivya, Venezuela, Moğolistan, Zimbabve, Mısır, Afrika Grubu ve En Az Gelişmiş Ülkeler Grubu ve daha birçok ülke tarafından ortaklaşa desteklenmiştir. Feragat sadece yıllık bir feragati içermekteydi. Ancak müzakere kısmına bile geçilemeden veto edilmiştir (WTO, 2021). DSÖ ve 100’e yakın ülkenin desteklediği bu öneriyi AB, ABD ve Avustralya gibi gelişmiş ekonomiler reddetmiştir.

Dünya nüfusunun yüzde 2’si, Afrika’nın yüzde 0,33 tam aşılmasına tamamladığı bir ortamda patentlerin paylaşılmasına direnç gösterme ekonomik olmaktan ziyade bir insani problemdir. Küresel kamusal malların arz sorununun çözümünde en etkili yollardan biri de uluslararası kuruluşlardır. Covid-19 pandemisinde karşımıza çıkan en önemli girişimlerden biri COVAX’tır.

Covid-19 Aşıları Küresel Erişim Programı (COVAX), DSÖ tarafından 2021 yılı sonuna kadar iki milyar doz aşığı dünyaya eşit bir şekilde dağıtılmasını sağlamak amacıyla kurulmuştur. Liderliğini küresel aşı ittifakı “Gavi” yapmaktadır. COVAX çeşitli ülkelere aşı dağıtmaya çalışmakla birlikte şimdilik dağıtılan aşılardan miktarı çok küçük kalmaktadır. COVAX 7 Nisan 2021 tarihi itibarıyla 98 katılımcıya 38 milyondan fazla Covid-19 aşısı sevk etmiştir. COVAX’a göre küresel salgın halk sağlığının yanında her ay küresel ekonominin 375 milyar dolar zarar etmesine neden olmaktadır (Gavi, 2021).

Covid-19 Pandemisiyle başa çıkabilmek için tedbir, tedavi ve pandemiyi sonlandırmak için aşılama yapmaktan başka çözüm yolu yoktur. Salgının yayılmasını önlemek için gerekli malzemelerin tedarikinde ülkelerin çoğu insanlık adına iyi bir performans sergileyememiştir. Dünyada aşılama çalışmalarının başladığı şu günlerde işin en başında ortak bir irade ortaya konulması elzemdir. Burada aşılama çalışmalarının “küresel kamusal mal” olarak kabul edilmesi gerekmektedir. Gerek aşılama çalışmaları için adil bir şekilde paylaşımının sağlanması gerekse 2001 yılında Dünya Ticaret Örgütü girişimiyle bazı hastalıklara ilişkin fikri mülkiyet haklarının askıya alınması şeklinde girişimler yapılabilir. Ülkelerin aşı üretebilme kapasite ve yetenekleri geliştirilip, formül paylaşımına gidilmesi pandeminin bir an önce sonlandırılmasında en hızlı çıkış yolu olarak görülmektedir.

6. Sonuç

Hiçbir ulusun tek başına çabasıyla çözülemeyen ancak küresel bir işbirliği ve irade ile ortadan kaldırılabilecek dışsalılıklara sahip mallar “küresel kamusal mallar”dır. En önemli ve hızlı çözüm üretilmesi gereken küresel kamusal malların başında ise “sağlık” gelmektedir. Küresel kamusal mal olarak sağlığın ana tedarik problemi ise yetersiz arz sorunudur. Bugüne kadar dünya genelinde sağlık konusunda yaşanan olaylar karşısında kolektif adımlar atılmadıkça önemli hastalıklarla beraber sosyal, ekonomik, toplumsal sorunların arttığı görülmüştür.

2020 yılının ilk günlerinde Çin’in Wuhan kentinde görülmeye başlayan Covid-19 salgını ile mücadele yöntemleri ise küresel kamusal mallar çerçevesinde ele alınması gereken bir konudur. Salgın pandemi olma özelliği ile tüm dünyaya yayılmıştır. Salgının sona erdirilmesinde elde edilecek faydadan ise tüm insanlık, hatta gelecek nesiller faydalanıp dışlanamayacaklardır. Bu iki özellik Covid-19 pandemisi ile mücadele yöntem ve araçlarının küresel kamusal mal olma özelliğini ortaya koymaktadır. Bundan dolayı ancak kolektif bir çaba sonucu salgınla mücadelede optimum fayda elde edilebilir. Sadece iç talepleri ile ilgilenen hükümetlerin konunun küresel boyutunu gözden kaçırmaktadırlar. Tüm sınırların kapatılarak ülkelerin kendi içlerinde salgını kontrol altına alma çabaları 2020 yılının Mart-Haziran ayları arasında denenmiş, ancak bunun büyük ekonomik sonuçları olmuştur. Dünya ticareti yüzde 10 dolaylarında daralmıştır. Bu ekonomik yüke küresel ekonomi uzun süre dayanamamıştır.

Covid-19’un sağlık etkilerinin yanında önemli sosyoekonomik tahribatları vardır. En çok vakanın görüldüğü on ülkenin dokuzunda 2020 yılında ekonomik daralma yaşanmıştır. Yapılan olumsuz yönlü tahminlere göre küresel ekonomide sıfırın üzerinde bir büyüme 2026 yılının sonlarını bulabilecektir. Olumlu senaryoya göre ise 2021 yılında toparlanma başlayacaktır. Bu senaryoların temelinde ise yaygın aşılama programları yatmaktadır.

Yirmi yıl sonra ilk defa dünyada yoksulluk oranlarında artışlar gözlemlenmiştir. Dünya bankasının 2020 yılında tahmin ettiği aşırı yoksul sayısı 635 milyon iken, pandeminin etkisiyle bu sayı 732 milyon civarına ulaşmıştır. IMF’nin yayınladığı rapora göre 2020 yılında küresel ekonomi yüzde 3,3 daralırken, bu rakam gelişmiş ekonomilerde yüzde 4,7 ve gelişmekte olan ekonomilerde yüzde 2,2 şeklinde gerçekleşmiştir. Bu dönemde Dünya ticaret hacmi ise yüzde 8,5 daralmıştır. Vaka sayıları artan ülkeler sağlık sistemlerinde yaşanan tıkanmayı çözebilmek için sıkı tedbirlere başvurmuştur. Bu durum ise ülkede özellikle hizmet sektöründe çalışan insanların işsiz kalmasına, talep daralmalarına ve bunun devamında da büyük sosyoekonomik sorunların yaşanmasına neden olabilmektedir. Salgının artış hızının

arttığı dönemlerde kapanma tedbirleri, ithalat ve ihracat kısıtlamaları piyasaların dengelerini bozmakta, belli sektörlerde yıllar süren çabalar sonucu elde edilmiş pazarların kaybedilmesine neden olmaktadır.

Salgının etkisini kaybedip normale dönüşlerin hızlanması için aşı çalışmalarının önemi büyüktür. Dünya Sağlık Örgütü'ne yapılan 250'den fazla aşı başvurularının ancak 4'ü şu an Faz IV aşamasını geçebilmiş ve yaygın kullanımı yapılmaktadır. 2021 yılının ilk çeyreğinde aşılamanın ve aşı tedarikinin geldiği nokta iç açıcı değildir. Pandemi devam ettikçe ülkeler sağlık, ekonomi ve toplumsal yönlerden ciddi sıkıntılar yaşamaktadırlar. Yaygın aşılanma ile pandeminin farklı mutasyonlara uğramadan durdurulabilmesi mümkündür. Ancak bu dönemde dünyanın sadece yüzde 2'lik kısmı tüm düz aşılarını olabilmıştır. On milyondan fazla aşı tedarik eden ülkelerin büyük çoğunluğu yüksek ekonomik büyüklüklere sahiptir. Sosyoekonomik düzeyi düşük ülkelerin birçoğu aşıya henüz ulaşamamışlardır. Afrika'da nüfusun sadece yüzde 0,33'lük kısmı tüm doz aşıları olabilmıştır.

Hindistan ve Güney Afrika'nın başı çektiği 100'den fazla ülkenin Dünya Ticaret Örgütü'ne Covid-19 aşılarında tıpkı 2001 yılında HIV ilaçlarında olduğu gibi fikri mülkiyet haklarının bir süreliğine askıya alınması gerektiği başvurusu özellikle "insani gelişmişlik düzeyi" yüksek ülkeler tarafından veto edilmiştir. Türkiye henüz aşı çalışmalarını Faz IV aşamasına getirememiştir. Ancak aşı denemelerinde başarılı olduğu takdirde bunun insanlığın hizmetine sunulabileceği ifade edilmiştir. Bunun doğrudan aşı tedariki mi yoksa formül paylaşımı mı olacağı belirsizdir. Bu girişimlerin kamu maliyesi açısından karşılığı bu devletlerin Covid-19 aşılarına bir küresel kamusal mal olarak baktıklarıdır. Bu konuya en "insani" bakış ise ancak bu olabilir. Yaygın aşı uygulamaları yüksek can kayıplarını önlemenin yanı sıra küresel ekonominin her ay milyarlarca dolar zarara uğramasını da engelleyecektir.

Covid-19 pandemisinde salgının kontrol altında tutulması ülkelerin sağlık sistemleri üzerindeki yoğunluğun çoğunu meydana getirmektedir. Elbette böyle bir dönemde tercih edilecek başka bir seçenek yoktur. Ancak bu sürecin uzaması dünyayı yeni küresel sağlık sorunları ile karşı karşıya bırakabilir. Birçok hayati öneme sahip hastalık ve hastalar gerek hastaların kendisi tarafından gerekse sağlık sistemleri tarafından göz ardı edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında gelecekte daha büyük salgınların olabileceği ise bir komplo teorisi değildir. Önemli aşılama süreçleri, hastalık takipleri epey bir müddet ihmal edilmeye devam edilirse şimdilik küçük gibi gözükken pek çok sağlık sorunu küresel çapta bir soruna dönüşebilir.

Türkiye, Hindistan ve Güney Afrika gibi ülkelerin bu dönemde küresel kamusal mallar noktasında ortaya koydukları irade takdire şayandır. Küresel kamusal malların alanına giren bir sorun ancak küresel işbirliği ve yardımlaşma ile giderilebilir. Türkiye pandeminin ilk dönemlerinde ulusal ihtiyaçlarını karşılamakta bir takım zorluklar yaşarken, ihtiyacı olan ülkelerin yanında yer almak adına doğrudan malzeme temini, tıbbi malzemeleri üretebilmek için gerekli hammadde ve eğitimlerin verilmesi gibi konularda gösterdiği performansı bugün aşığı ilk geliştirebilen ülkelerin ortaya koymaları gerekmektedir.

Aşıların küresel kamusal mal olarak kabul edilmesi dünya gündeminde zayıf bir talep olarak kalmaktadır. Birleşmiş Milletler, Dünya Sağlık Örgütü ve Dünya Ticaret Örgütü Covid-19 aşılarının küresel kamusal mal olarak kabul edilebilmesi ve bu yönde adımlar atılması ulusal adımların yeterli olmayıp küresel işbirliği ile sorunun küçültülebileceğini anlayıp bu yönde adımlar atmıştır. Aynı şekilde aşı üretim ve

tedarikinde kolektif adımlar atılmadıkça sorunun aşılamayacağı anlaşılmıştır. Aşı milliyetçiliğinin önlenmesi için küresel kuruluşlar somut adımlar atmalıdırlar. Nüfusuna yetecek aşı miktarından çok daha fazlasını stoklayan ülkelere bu politikalarını engellemeye yönelik uluslararası kamuoyu oluşturulmalıdır. Aşı üreten firmaların ürettikleri aşılardan kabul edilebilir bir yüzdesini fakir ülkelere bağışlamaları aşılara ruhsat veren kuruluşlar tarafından şart olarak sunulabilir. Türkiye'nin aşı çalışmalarında önemli yol aldığı TURKOVAC aşısı üretiminin bir kısmı özellikle aşıya ciddi erişim sorunları yaşayan Afrika ülkelerine bağışlanabilir. Aşı ile ilgili endişelerin en aza indirilmesi için ülkelerin kendi aşılarnı üretebilmeleri de bu sorunun çözümüne katkıda bulunabilir. Dolayısıyla bu süreçte aşılara ilişkin teknoloji ve bilgi paylaşımı artırılmalıdır. 2001 yılında DTÖ tarafından fikri mülkiyet haklarının bazı ilaçlarda bir süreliğine askıya alınması adımına bugün dünyanın çok daha fazla ihtiyacı vardır.

Adil ve yaygın bir aşılama için yapılması gerekenleri özetlemek gerekirse; Aşı dağıtımı için kurulmuş uluslararası kuruluşlara aşı bağışı artırılmalı, aşı milliyetçiliğinin önlenmesi için küresel düzeyde kamuoyu oluşturulmalı, ülkelerin ihtiyaç fazlası aşı stokçuluğu yapmalarının önlenmesi için uluslararası kuruluşlar devreye girmeli, aşı üretim süreçlerinde muhakkak belli oranlarda aşı bağışı taahhüt edilmeli ve son olarak uygulanması diğer önerilere göre daha zor olan ve ciddi bir fayda maliyet analizi yapılarak tüm yönlerinin ortaya konulması gereken patent haklarının bir süreliğine askıya alınması gerekebilir. Patentlerinin askıya alınmasının maliyetlerinin küresel düzeyde elde edilecek faydalarla kaba bir tahmin olarak bile akademik olarak ortaya konulması dikkatlerin bu yöne daha etkili bir şekilde çekilmesine neden olacaktır.

Referanslar

- Anadolu Ajansı (2020). "BM Genel Sekreteri Guterres: Aşı Covid-19 salgınının neden olduğu hasarı geri almayacak", Anadolu Ajansı, 03.12.2020. Erişim adresi <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/bm-genel-sekreteri-guterres-asi-kovid-19-salgininin-neden-oldugu-hasari-geri-almayacak/2064770>
- BBC News Türkçe (2021). Covid aşısı: Dünyada herkesin aşılması ne kadar sürecek? 07.04.2021. Erişim adresi <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-56614031>
- Conceição, P. (2003). Assessing the Provision Status of Global Public Goods , *Providing Global Public Goods*, Ed. Inge Kaul, Pedro Conceição, Katell Le Goulven, Ronald U. Mendoza, The United Nations Development Programme, New York, Oxford.
- Çalışkan, A., Dayıoğlu Erul, R. (2021). Koronavirüs krizinden çıkışta Türkiye'de alınan ekonomik önlemler ve kamu politikalarını önemi, *Vergi Raporu*, 256, 35-58.
- Demir O., Esen A. (2021). Covid 19'un yıkıcı ekonomik etkileri ve Türkiye ekonomisinde dönüşüm ihtiyacı, *Journal of Emerging Economies and Policy*, 6(1) 88-105.
- Gavi (2021). COVAX aşı uygulaması. Erişim adresi <https://www.gavi.org/covax-vaccine-roll-out>
- Gedik, M. E. (2020). Küresel kamusal mallar: sağlık ve salgın hastalıklar örneği. Gürçay, G. ve Manafidizaji, K (Ed.) Selçuk zirvesi 2. uluslararası sosyal bilimler kongresi içinde (146-157 ss.). Konya: Ubak Yayınevi.
- Gruber, J. (2016), *Public Finance and Public Policy*, Fifth Edition, Worth Publishers, USA.

- IMF (2021a). World economic outlook update, Erişim adresi <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2021/01/26/2021-world-economic-outlook-update>
- IMF (2021b), World economic outlook: managing divergent recoveries. Erişim adresi <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2021/03/23/world-economic-outlook-april-2021>
- Jones, S. G. (2003). International financial stability and market efficiency as a global public good. Inge Kaul, Pedro Conceição, Katell Le Goulven, Ronald U. Mendoza (Ed.), *Providing Global Public Goods* içinde (435-454. ss). New York Oxford: The United Nations Development Programme.
- Kaul, I., Grunberg I. and Stern A. (1999). Defining global public goods. By, Kaul, I., Grunberg. and Stern A. (Ed.), *Global Public Goods: International Cooperation in the 21 st Century* içinde (2-19 ss.), Newyork: Oxford University Press.
- Kete, H. (2020). *Türkiye’de yenilenebilir enerji ve kamu politikaları*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Mendez, R. P. (1999). Peace as a global public good. Kaul, I., Grunberg. and Stern A. (Ed.) *Global Public Goods: International Cooperation in the 21 st Century* içinde (382-416. ss.). New York: Oxford University Press.
- Morrissey, O. W. Te Velde D. and Hewitt A. (2002), Defining international public goods: conceptual issues. Ferroni M. and Mody A. (Ed.) *International Public Goods: Incentives, Measurement and Financing* içinde (31-46. ss.). New York: Springer Science+Business Media.
- Ortaç, F.R., (2004). *Global kamu malları ve finansmanı*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Samuelson, P. (1954). The pure theory of public expenditure. *The Review of Economics and Statistics*, 36(4), 387-389.
- Sandler, T. (2001). *On financing global and international public goods*, The World Bank economic policy and prospects group, policy research working paper: No: 2638, Erişim adresi <https://elibrary.worldbank.org/doi/abs/10.1596/1813-9450-2638>
- Smith, R.D, (2003). *Global public goods and health*, Bulletin of the World Health Organization, 81(7), 475-476.
- Susam, N. (2019). *Kamu maliyesi, temel kavram ve esaslar*, Beta Yayınları, İstanbul.
- T.C. Dışişleri Bakanlığı. (2021). Koronavirüs salgınındaki rol ve vizyonumuz, Erişim adresi <https://www.mfa.gov.tr/koronavirus-salginindaki-rol-ve-vizyonumuz-6-11-2020.tr.mfa>
- TÜRMOB, (2020), “Korona salgınının Türkiye ekonomisine etkisi: değerlendirmeler ve öneriler raporu”. Ankara: TÜRMOB Yayınları-503.
- WHO. (2020), Responding to community spread of covid-19, interim guidance 7 March 2020., Erişim adresi https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/331421/WHO-COVID-19-Community_Transmission-2020.1-eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- WHO. (2021a), WHO coronavirus (COVID-19) dashboard, Erişim adresi <https://covid19.who.int/>
- WHO. (2021b), COVID-19 - Landscape of novel coronavirus candidate vaccine development worldwide, Erişim adresi <https://www.who.int/publications/m/item/draft-landscape-of-covid-19-candidate-vaccines>
- WHO. (2021c), WHO strategic action and resource requirements to end the acute phase of the COVID-19 pandemic 2021 (Priorities | requirements | a call to action), Erişim adresi <https://www.who.int/publications/i/item/who->

strategic-action-and-resource-requirements-to-end-the-acute-phase-of-the-covid-19-pandemic-2021

- World Bank. (2020), Poverty and shared prosperity 2020: reversals of fortune. Washington, DC: World Bank. doi: 10.1596/978-1-4648-1602-4. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO.
- World Bank. (2021), Updated estimates of the impact of COVID-19 on global poverty. Erişim adresi <https://blogs.worldbank.org/opendata/updated-estimates-impact-covid-19-global-poverty-turning-corner-pandemic-2021>
- WTO. (2001), Declaration on the TRIPS agreement and public health, 20 November 2001, Erişim adresi https://www.wto.org/english/thewto_e/minist_e/min01_e/mindecl_trips_e.htm
- WTO. (2021, February 23), Members discuss TRIPS waiver request, exchange views on IP role amid a pandemic, Erişim adresi https://www.wto.org/english/news_e/news21_e/trip_23feb21_e.htm
- Yardım M., Parlak M. (2020), Covid-19 pandemisinin bizi getirdiği nokta: küresel kamu malı kavramı ve uluslararası yönetim ve finansmanı konusunda sorunlar, *Sağlık ve Toplum Covid-19 Özel Sayısı*, 133-136.

SALGIN HASTALIK KAYNAKLI KRİZLERİN TURİZM ENDÜSTRİSİNE ETKİLERİ; COVID-19 ÖZELİNDE BİR ARAŞTIRMA

THE EFFECTS OF EPIDEMIC DISEASES ORIGINATED CRISES ON THE TOURISM INDUSTRY; A RESEARCH SPECIFIC TO COVID-19

Süleyman AKKAŞOĞLU⁽¹⁾, Ceyhun AKYOL⁽²⁾

Öz: Ülke ekonomilerine fayda getiren en önemli endüstrilerden birisi olan turizm; döviz girişi sağlama, istihdam oluşturma, dış ticaret açığının kapatılması gibi iktisadi alanlarda birçok önemli katkı sağlamaktadır. Diğer yandan, turizm endüstrisinde talebin esnek bir yapıya sahip olması, ulusal ya da uluslararası düzeyde meydana gelen salgın hastalık ve krizlerin, turizm faaliyetlerini ve paydaşlarını doğrudan etkileyebilmektedir. 2019 yılı sonlarında dünya genelinde, 2020 yılı Mart ayı itibarıyla Türkiye’de ortaya çıkan küresel Koronavirüs Pandemisi (Covid-19) turizm endüstrisini önemli ölçüde etkisi altına almıştır.

Bu noktadan hareketle çalışmada, Covid-19 salgınının turizm endüstrisi üzerindeki etkisi; turizm gelirleri, turist sayıları, turizmin Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla (GSYİH) içerisindeki payı ve turizmde istihdam sayıları kapsamında incelenmiştir. Nitel araştırma yönteminin benimsendiği çalışmada veri toplama amacıyla literatür taraması ve doküman inceleme tekniklerinden yararlanılmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda, geçmiş dönemlerde yaşanan salgın hastalıklar ve krizlerin turizme etkileri ile Covid-19 salgınının turizm üzerindeki etkileri karşılaştırılmıştır. Çalışma neticesinde; önceki yıllarda yaşanan salgın hastalık ve krizler sonrasında turizm endüstrisinin ortalama verileri iki yılda yakalayabildiği tespit edilmiştir. Günümüzde yaşanan Covid-19 salgın sürecinin etkisinin ise daha uzun süreceği, sürecin turizm endüstrisine, turizm faaliyetlerine ve paydaşlarına daha kalıcı zararlar bırakacağı öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kriz, Turizm Endüstrisi, Covid-19.

Abstract: *Tourism, which is one of the most important industries that brings benefits to the country's economies; It provides many important contributions in economic fields such as providing foreign exchange inflow, creating employment, closing the foreign trade deficit. On the other hand, due to the flexible nature of demand in the tourism industry, epidemics and crises occurring at national or international level can directly affect tourism activities and stakeholders. The global Coronavirus Pandemic (Covid-19), which emerged in Turkey as of March 2020, worldwide, at the end of 2019, had a significant impact on the tourism industry.*

From this point of view, in the study, the effect of the Covid-19 epidemic on the tourism industry; tourism revenues, the number of tourists, the share of tourism in the Gross Domestic Product (GDP) and the number of employment in tourism. In the study, in which the qualitative research method was adopted, literature review and document review techniques were used for data collection. In line with the data obtained, the effects of the epidemic diseases and crises experienced in the past on tourism and the effects of the Covid-19 epidemic on tourism were compared. As a result of the study; after the epidemics and crises experienced in the previous years, it has been determined that the tourism industry can catch the average data in two years. It is predicted that the effect of the current Covid-19 epidemic process will

⁽¹⁾ Doğuş Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü; sakkasoglu@dogus.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0613-9743

⁽²⁾ Artvin Çoruh Üniversitesi, Artvin Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü; ceyhunakyol@artvin.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5542-7309

Geliş/Received: 30-05-2021; Kabul/Accepted: 30-12-2021

last longer, and the process will cause more permanent damage to the tourism industry, tourism activities and stakeholders.

Keywords: *Crisis, Tourism Industry, Covid-19.*

JEL: *L83, N30.*

1. Giriş

Tarih süresince görülen salgın hastalıklar, yıllarca birçok ülkeyi etkilemiş, milyonlarca insanın ölümüne neden olmuştur (İbiş, 2020: 87). Ayrıca; 2003 yılında SARS (Ciddi Akut Solunum Yolu Sendromu), 2005 yılında kuş gribi ve 2009 yılında domuz gribi gibi virüsler dünya geneline yayılmış ve pandemiye uzanan süreçlerin yaşanmasına sebebiyet vermiştir (Özkoçak, Koç ve Gültekin, 2020: 1186). Geçmiş yıllarda yaşanan bu salgın hastalıklara günümüzde hâlâ etkisi devam eden Covid-19 virüsü kaynaklı hastalıklar da eklenmiştir.

Ateş, öksürük, nefes darlığı gibi belirtiler neticesinde ortaya çıkan ve tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 virüsü, Dünya Sağlık Örgütü verilerine göre; 24 Aralık 2021 tarihinde dünya genelinde 279.153.986 vaka sayısı, 5.405.867 ölüme sebebiyet vermiş, salgın neticesinde Türkiye’de ise 9.002.968 vaka, 78.778 ölüm gerçekleşmiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2021; worldometers.info, 2021).

Covid-19 ile ilgili test sayısı, vaka sayısı, hasta sayısı, vefat sayısı gibi bilgiler turizm endüstrisinin tüm öge ve paydaşlarını (sektör, işletme, çalışma hayatı) oldukça yakından etkilemektedir. İnsan odaklı hizmet sunan turizm endüstrisi aktörleri bu süreçten son derece olumsuz etkilenmiştir. Belirli kurallar çerçevesinde uygulanan seyahat kısıtlamaları, oluşan karantina süreçleri, sokağa çıkma yasakları gibi uygulamalar turizm işletmelerinin hizmetlerini sekteye uğratmış, ilgili kurum ve kuruluşların faaliyetlerini erteleme veya iptal etme konumuna getirmiştir. Birçok işletme belirli aralıklarla kapalı kalmış, personelini işten çıkartmış ve tamamen kapatma sorunları ile uğraşmıştır.

Sınır kapılarının kapanması, vize uygulamalarının kısıtlanması, seyahat yasaklarının getirilmesi gibi uluslararası alanlarda uygulanan pandemi önlemleri; dünyadaki ve Türkiye’deki turizm gelirlerini, turist sayılarını, turizm gelirlerinin GSYİH içerisindeki payını, turizm endüstrisindeki istihdam oranlarını büyük ölçüde etkilemiş ve değiştirmiştir. Çalışma kapsamında, Covid-19 salgınının turizm endüstrisi üzerindeki etkisi incelenmekte ve Covid-19 salgını ile diğer salgın hastalık (SARS, kuş gribi ve domuz gribi) kaynaklı krizlerin turizm endüstrisi üzerindeki etkileri karşılaştırılmaktadır.

2. Literatür

Dünyada farklı sebeplerle ortaya çıkan hastalıkların zamanla yok olup gittiği bilinmektedir. Fakat insanoğlunun farklı hastalık ve salgınlarla her zaman karşılaşabilme ihtimali söz konusudur (Raoult, Mouffok, Bitam, Piarroux ve Drancourt, 2013: 18). Bu durum, dünyada faaliyet gösteren tüm sektör ve işletmelerde krizler meydana getirebilmektedir.

Dinamik yapıdaki turizm endüstrisi oldukça yüksek bir talep esnekliğine sahiptir. Politik sorunlar, ekonomik krizler, mücbir sebepler gibi olaylardan hızla ve oldukça etkilenen turizm endüstrisi, tarih boyunca birçok farklı alanda krizlerle karşı karşıya kalmıştır. Ekonomi, terörizm, doğal afet, siyaset ve sosyo-kültürel konularda

yaşanan birçok olay ve gelişme, turizm endüstrisini etkilemiş, farklı açılardan ilgili sektörlere yansımıştır (Gür, 2019: 40).

Turizm endüstrisi, dünya genelinde veya destinasyon özelinde meydana gelebilecek farklı durumlara, talep boyutu itibariyle olumlu ya da olumsuz bir biçimde ani tepkiler verebilen bir yapıya sahiptir (Oduncuoğlu, 2021: 309). Günümüz koşullarında turizm endüstrisinin etkilendiği en önemli konu sağlıkla ilgili olmuş, olay ise literatüre Covid-19 salgını olarak kaydedilmiştir (Bahar ve İlal, 2020: 128). Tüm ülkelerin sağlık sistemlerinin ve altyapılarının sorgulanmasına neden olan, sağlık personeli yetersizliği ve tıbbi malzeme eksikliği gibi konularda dünya genelinde karmaşa oluşturan Covid-19 salgını ile ilgili tedavi ve aşı çalışmaları devam etmektedir (Demir, Günaydın ve Demir, 2020: 81).

2.1. Kriz Kavramı

İlgili literatürde ilk kez tıp alanında kullanılan kriz, sosyal bilimler literatürüne 1960'lı yıllarda girmiş bir kavramdır (Güneş ve Beyazıt, 2010: 16). Krizle ilgili literatür incelemesi yapıldığında kavramın farklı disiplinlerde farklı bakış açılarıyla yorumlandığı görülmektedir (Küçükaltan, Tükeltürk ve Çiftçi, 2015: 3). İşletme, ekonomi, siyaset, felsefe, tıp bilim dallarında farklı bakış açılarıyla tanımlanan kriz (Tuğsal, 2016: 58), sosyal bilimler alanında “*buhran*” ve “*bunalım*” gibi kavramlarla eş anlamlı biçimde kullanılmaktadır (Delice, 2003: 58). İşletme yönetimi literatüründe “*stres*”, “*endişe*”, “*panik*”, “*felaket*” gibi ifadelerle tanımlanan kriz kavramının, genel bir tanımının yapılması zor olmakla birlikte, çok geniş bir kullanım alanına sahip olduğu söylenebilmektedir (Zerenler, 2004: 101). Ulusal ve uluslararası literatürde kriz kavramı, daha çok işletme ve tıp bilim dalları altında yer alıyor gibi görülse de, hayatın her alanında karşılaşılabilen bir olgudur. (Çakmak, 2018: 5).

“*İşletmeye/lere ve paydaşlarına zarar verme potansiyeli olan ve bu konuda tehditte bulunan büyük ve öngörülemez olay*” şeklinde ifade edilen kriz (Pedraza, 2010: 6); işletmenin olağan faaliyetlerini bozan, işletme varlıklarını, paydaş ilişkilerini ve hayatta kalma sürecini tehdit eden olağan dışı olaylardır (Carroll, 2009: 66). Kriz; “*bir organizasyonun süregelen fonksiyonlarına, hedeflere ulaşma konusundaki başarısına, faaliyetlerini sürdürmesine ya da yaşam sürecine müdahale eden veya çalışan, müşteri veya ortakları tarafından algılanan zararlı kişisel etkilere sahip eylem(ler) ya da hata(lar)*” olarak da tanımlanmaktadır (Ritchie, 2004: 670). Coombs (2007: 164) ise kriz kavramını; “*işletme faaliyetlerini sekteye uğratan, bozan, aniden gelişen beklenmedik bir olay*” olarak tanımlamaktadır. Aynı tanımda krizlerin paydaşlara; fiziksel, duygusal ve finansal olarak zarar verebileceği de ifade edilmektedir.

Kriz kavramının ulusal ve uluslararası literatür kapsamında ağırlıklı olarak olumsuz bir biçimde algılandığı, daha çok olumsuz yönü üzerinde durulduğu görülmektedir. Farklı zamanlarda çevrelerinde vuku bulan olay ve gelişmelerden etkilenen işletmeler, bu süreçlerden olumlu veya olumsuz açılardan etkiye uğrayabilmektedir. “*Etkileri işletmeler adına sorun oluşturabilen olaylar*” kriz olarak ifade edilmektedir (Doğan, 2013: 86).

Krize dair subjektif ve objektif olmak üzere iki yaklaşım söz konusudur. Daha çok, sezgiye yönelik olan subjektif yaklaşım; krizin işletme yönetiminin öngörüsü doğrultusunda oluştuğu veya ortaya çıktığı düşüncesini savunmaktadır. İşletmeyi bir

sistem olarak gören objektif yaklaşım ise alt sistemlerden birinin bozulması neticesinde krizin ortaya çıktığı düşüncesini savunmaktadır (Vergiliet Tüz, 2014: 3).

Bir işletme için kriz, yaygın düşüncenin aksine, her zaman kötü ya da negatif etkide bulunmamakta, fırsata dönüşebildiği olumlu durumlarla da karşılaşılabilmesi söz konusu olabilmektedir. Kriz kavramının işletmeler adına olumlu etkisi “*fırsat*” iken, olumsuz etkisi de “*tehdit*” olarak değerlendirilmektedir (Scott ve Laws, 2005: 150). Çince karşılığı “*weiji*” olan kriz, tehlike anlamına gelen “*weixian*” ve fırsat anlamına gelen “*jihui*” kelimelerinin birleşimidir. Kriz kavramının gerçek özelliklerini açıkça yansıtan (Glaesser, 2006: 12) bu tanımlamalardan da hareketle, krizin ve sürecin işletmeler adına adeta bir dönüm noktası olduğu düşünülmektedir (Keown-McMullan, 1997: 4).

2.2. Turizm ve Kriz

Krizler, birçok endüstriyi ve endüstriler bünyesinde faaliyet gösteren işletmeleri olumlu veya olumsuz bir biçimde etkilemektedir. Özellikle krize karşı hassas olan endüstrilerde faaliyet gösteren işletmeler krizin etkilerini son derece yoğun bir şekilde hissetmektedir. Krizin ve etkilerinin yoğun olarak hissedildiği endüstrilerden biri de kuşkusuz turizmdir. Turizm endüstrisi açısından kriz kavramı; politik olumsuzluklar, çevresel olaylar, güvenlik sorunları, sosyo-kültürel olaylar ve ekonomik gelişmeler gibi birçok farklı açıdan ele alınabilmektedir (Vural ve Uçar, 2017: 258).

Turizm endüstrisi için kriz; “*endüstrinin olağan faaliyetlerinde sorunlara yol açan, faaliyetleri durduran, turistik destinasyonun güven ve emniyeti ile ilgili turistleri tedirgin eden, turizm gelirleri ve turizm talebinde azalmalara neden olan durumlar*” şeklinde tanımlanmaktadır (Köşker, 2017: 218). “*Turistik destinasyonlara ilişkin turist algılarının olumsuz açıdan etkilenmesi ve destinasyona ilişkin oluşan kötü imaj algısı*” da turizm endüstrisi için kriz olarak ifade edilmektedir (Manap Davras ve Aktel, 2018: 29). Turizm endüstrisi için olumsuz bir durumun aniden meydana gelmesine neden olan bir olay, krizdir. Bu bağlamda krizler; tek bir işletmeyi, bir bölgeyi veya destinasyonu etkileyebilecek düzeyde, ulusal ya da küresel ölçekte meydana gelebilmektedir (Laws ve Prideaux, 2005: 2). Turizm, yapısı itibarıyla yerel, bölgesel, ulusal veya uluslararası ölçekte meydana gelen krizlerden etkilenmeye açık bir endüstridir (Akıncı, 2010: 217).

2.3. Salgın Hastalıklardan Kaynaklanan Krizler ve Turizm Endüstrisi

Küresel etki oluşturma potansiyeline sahip salgın hastalıklar, ülke ekonomilerini ve endüstri faaliyetlerini çok yönlü bir biçimde etkileyebilmektedir. Farklı endüstrilere doğrudan veya dolaylı katılım sağlayan sektörlerin içerisinde bulunduğu senaryo ve hesaplamalar, salgın hastalıkların büyük miktarlarda ekonomik kayıplar oluşturabileceğini, sektörlerde faaliyet gösteren işletmelere ve ilgili tüm paydaşlara zarar getireceğini öngörmektedir.

Özellikle turizm perspektifinden değerlendirildiğinde salgın hastalıklar, endüstriyi ve tüm öğelerini farklı açılardan etkilemektedir. İşletme, yatırımcı, girişimci, yerel yönetim, iş gören gibi paydaşların yer aldığı turizm endüstrisi ve sektörler, kırılgan yapıları ve dinamik özellikleri nedeniyle salgın hastalık ve benzeri gelişmelerden çok çabuk etkilenebilmekte ve bunların toparlanma süreçleri uzun sürebilmektedir. İlgili kurum ve kuruluşların faaliyetlerine ara vermesi, işletmelerin kapanması, istihdam kayıpları gibi olaylar, endüstride faaliyet gösteren tüm paydaşların eski günlere dönmesini zorlaştıran sürecin gelişmeleridir.

Son on yedi yıllık süreç incelendiğinde 2003 yılında SARS, 2005 yılında kuş gribi ve 2009 yılında ortaya çıkan domuz gribi salgın hastalıkların, meydana geldikleri yıllarda ve sonraki birkaç yılda turizm endüstrisini etkilemiştir. Özellikle 2003 yılında Asya'daki SARS salgın hastalığı ilgili coğrafyadaki ülkelere yönelik turizm hareketlerini olumsuz yönde etkilemiştir (Köşker, 2017: 219). SARS, şiddetli akut solunum sendromu olarak ifade edilmektedir. SARS ve kuş gribi salgını Asya'nın güvenli bir turist destinasyonu olduğu imajına zarar vermekle birlikte salgından en ciddi şekilde etkilenen Asya ülkeleri olan Çin, Hong Kong, Singapur ve Vietnam'da turizm endüstrisinin çökmesine sebep olduğu ifade edilmektedir (Çeti ve Ünlüönen, 2019: 114). SARS salgını doğrultusunda dünya genelinde turizm sayılarında bir azalma görülse de Türkiye'deki turizm faaliyetleri üzerinde salgının önemli bir etkisi olmamıştır (Khan, 2020: 32).

2003 yılı sonrasında meydana gelen bir diğer önemli salgın hastalık da 2005 yılı sonlarında ortaya çıkan H5N1 kuş gribi salgınıdır. H5N1 kuş gribi, insanlarda grip etkeni olarak gözlenen influenza virüslerinden A tipinin neden olduğu, evcil ve yabani kanatlılar ile memeli hayvanların çoğunda solunum ve sindirim sistemine ait belirtiler gösteren, ölümlü sonuçlanan çok bulaşıcı bir hastalıktır (Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü, 2021). H5N1 kuş gribi, kuşlardan insana bulaşan, Hollanda, Hong Kong, Vietnam, Tayland ve Kamboçya gibi ülkelerde 2003 yılında görülmeye başlanan bir virüstür. Daha sonra virüs bu ülkelerden Çin, Rusya, Türkiye, Romanya ve Yunanistan'a yayılmıştır (Page vd. (2006)'dan Aktaran: Zeydan ve Gürbüz, 2020: 128). 2005 yılı sonlarında ortaya çıkan kuş gribi salgını Türkiye'deki turizm faaliyetlerini olumsuz yönde etkilemiştir.

2009 yılında küresel salgına neden olan bir diğer salgın hastalık da H1N1 olarak adlandırılan domuz gribi olmuştur. Domuz gribi, domuzlara özgü influenza A virüslerinden biri olan H1N1'in domuzlardan insanlara geçmesiyle başlayan ve insanlardan insanlara bulaşmasıyla devam eden bir solunum enfeksiyonudur. Domuz gribi vakalarının görülmesiyle birlikte Avrupa'da yaklaşık 50 ülkede pandemi ilan edilmiş ve salgın neticesinde ülkeler arasında bazı seyahat yasakları getirilmiştir (Kiper, Saraç, Çolak ve Batman, 2020: 530). Diğer salgın hastalıklara kıyasla domuz gribinin ülkemiz turizmine etkileri çok yoğun olmamıştır.

Günümüzde tüm dünyayı etkisi altına alan başka bir salgın söz konusudur. Bu salgın Covid-19 olarak adlandırılmaktadır. Covid-19, insanları dünya çapında etkileyen yeni bir salgın olup öksürük, ateş ve daha şiddetli vakalarda nefes almada güçlük gibi semptomlarla solunum hastalığına neden olmaktadır. Salgın, öncelikle öksürük ve hapşırıklardan kaynaklanan solunum damlacıkları yoluyla insanlar arasında yayılım göstermektedir (Bakar ve Rosbi, 2020). Covid-19 salgını insanların gündelik yaşamlarını önemli ölçüde etkileyen, küresel ölçekte bütün dünyayı etkisi altına alan ve kısa sürede insan hayatını tehdit eden ciddi bir salgına dönüşmüştür. Covid-19 salgını, kısa ve uzun vadede sosyal, ekonomik ve politik etkileri açısından birçok olumsuzluğa ve küresel ölçekte ekonomik krize neden olmuştur. Salgınla birlikte turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmeler başta olmak üzere, ilgili sektörlerde çalışanlar ve dünya genelindeki birçok işletme salgından olumsuz yönde etkilenmiştir (Farzanegan, Gholipour, Feizi, Nunkoo ve Andargoli, 2021; Bahar ve İlal, 2020).

Bu doğrultuda salgınların turizm talebi üzerinde oldukça önemli olduğu ve ortaya çıktıkları zamanlarda talebin geçici olarak düşeceği, gelirin de azalacağı düşünülmektedir (Kiper vd., 2020: 530). Günümüzde etkisi devam eden Covid-19

salgını; dünyadaki turizm faaliyetlerinden elde edilen geliri, turizm hareketlerine katılan turist sayısını, turizm gelirlerinin GSYİH içerisindeki payını, turizm endüstrisindeki istihdam oranlarını geçmiş yıllara oranla etkilemiştir. Çalışma kapsamında bu bilgilere ve gelişmelere yer verilmekte, elde edilen veriler tablolar ve şekiller aracılığıyla yorumlanmaktadır.

3. Yöntem

Çalışmanın amacı, Covid-19 salgınının turizm endüstrisi üzerindeki etkisinin incelenmesi ve Covid-19 salgını ile diğer salgın hastalık kaynaklı krizlerin turizm endüstrisi üzerindeki etkilerinin karşılaştırılmasıdır. Bu doğrultuda özellikle son 20 yıllık süreçte yaşanan salgın hastalıklar karşısında turizm endüstrisinin etkilenme düzeyi ve boyutu incelenmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemi çerçevesinde veri toplama tekniği olarak literatür taraması ve doküman incelemesinden yararlanılmıştır. İkincil veriler aracılığıyla iki aşamada gerçekleştirilen çalışmanın ilk aşamasında Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ile Kültür ve Turizm Bakanlığının turizm istatistiklerinden veriler elde edilmiş, ikinci aşamada ise konu ile ilgili literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Konu hakkında gerçekleştirilen çalışmalar doğrultusunda elde edilen veri setlerinden oluşan ikincil veriler, bilgi edinmenin temel yollarından biri olup betimleyici ve açıklayıcı çalışmalarda kullanılmaktadır (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2017: 81).

Araştırma verilerinin incelenmesi, 2003-2020 yılları arasındaki verilerle sınırlı tutulmuştur. Verilerin 2003 yılından itibaren alınmasının nedeni araştırma kapsamında Covid-19 salgını ile karşılaştırılan diğer salgın hastalıkların bu dönemde başlamasıdır. Araştırma kapsamında ilk olarak 2003-2020 yılları arasındaki turizm gelirleri, turist sayıları, turizmin GSYİH içerisindeki payına ilişkin veriler tablo ve grafik yardımıyla düzenlenmiştir. Sonraki aşamada ise son on yedi yıllık süre içerisinde meydana gelen salgın hastalıklar ve krizlerin turizm endüstrisi üzerindeki etkisi incelenmiş, Covid-19 salgını ile diğer salgın hastalıkların turizm endüstrisi üzerindeki etkisi karşılaştırılmıştır.

4. Bulgular ve Tartışma

Çalışmanın bu kısmında son on yedi yılın ülke turizm geliri, turizm gideri, ortalama harcama, GSYİH verileri, turist sayısı, gelen ziyaretçilerin ülkelere göre dağılımı gibi bilgilere yer verilmekte, tablo ve şekiller aracılığıyla değerlendirilmeler yapılmaktadır.

4.1. Turizm Geliri, Turizm Gideri, Ortalama Harcama ve GSYİH Verileri

4.1.1. Turizm Gelirleri

Turizm gelirleri ile ilgili tablo incelendiğinde (Tablo 1), belirli dönemler dışında turizm gelirlerinin genellikle artış gösterdiği görülmektedir. Covid-19 salgını öncesi dönem olan 2019 yılında turizm gelirleri bir önceki (2018) yıla göre %17 artış göstererek 34,5 milyar dolara ulaşmış ve elde edilen turizm geliri 2019 yılına kadar ulaşılan en yüksek rakam olmuştur. Aynı yıl kişi başı turizm geliri ise bir önceki yıla göre yaklaşık %3 oranında artış göstererek 666 dolara yükselmiştir. Salgın etkisinin yoğun olarak hissedildiği 2020 ise, turizm gelirlerinde ciddi oranda düşüşün yaşandığı bir yıl olmuştur. 2020 yılında turizm gelirleri bir önceki yıl olan 2019'a göre %65,1 oranında azalarak 12,1 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, 2021).

Tablo 1. Turizm Geliri, Turizm Gideri, Ortalama Harcama ve GSYİH Verileri

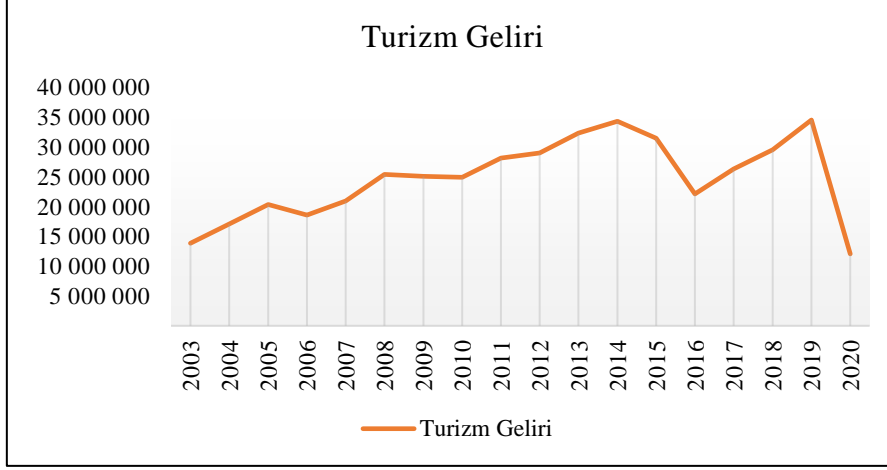
Yıllar	Turizm Geliri	Ortalama Harcama	Turizm Gideri	GSYİH İçerisindeki Payı
	(bin \$)	(\$)	(milyon \$)	
2003	13.854.866	850	2.425	4,4
2004	17.076.607	843	2.954	4,2
2005	20.322.111	842	3.395	4,1
2006	18.593.951	803	3.271	3,4
2007	20.942.500	770	4.043	3,1
2008	25.415.067	820	4.266	3,3
2009	25.064.482	783	5.090	3,9
2010	24.930.997	755	5.875	3,2
2011	28.115.692	778	5.531	3,4
2012	29.007.003	795	4.593	3,3
2013	32.308.991	824	5.254	3,4
2014	34.305.903	828	5.470	3,7
2015	31.464.777	756	5.698	3,7
2016	22.107.440	705	5.050	2,6
2017	26.283.656	681	5.137	3,1
2018	29.512.926	647	4.896	3,8
2019	34.520.332	666	4.404	4,6
2020	12.059.320	762	1.105	1,7

Kaynak: Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü ve Türkiye İstatistik Kurumu verilerinden derlenmiştir.

Veriler incelendiğinde dikkat çekici bir durum da, 2020 yılında kişi başı turizm gelirlerinin bir önceki yıla oranla artış göstermesidir. 2019 yılında kişi başı turizm geliri 666 dolar iken, 2020 yılında bu rakam 762 dolara yükselmiştir. Bu durum, salgın döneminde insanların kitle turizminden ziyade bireysel turizm faaliyetlerine yönelmelerinden kaynaklanabilir. Ayrıca yıllar itibariyle turizm gelirlerinin düşmüş olduğu yıllarda kişi başı turizm gelirlerinde önemli bir düşüşün yaşanmadığı görülmektedir. Dolayısıyla salgın hastalıkların ya da krizlerin yaşandığı dönemlerde turizm gelirlerinde düşüş gerçekleşse de bu durumun kişi başı turizm gelirlerini önemli ölçüde etkilemediği söylenebilmektedir.

Turizm gelirleri ile turizmin GSYİH içerisindeki payı paralellik göstermektedir. Tablo 1’de turizmin GSYİH içerisindeki payı incelendiğinde salgın ve kriz dönemlerinde (2003 SARS, 2006 kuş gribi, 2009 domuz gribi ve 2020 Covid-19) düşüşlerin meydana geldiği görülmektedir. Özellikle salgının etkisinin yoğun olarak yaşandığı 2020 yılında turizm gelirlerinin GSYİH içerisindeki payının önemli ölçüde düştüğü ifade edilebilir.

Son on yedi yıllık süre içerisinde turizm gelirlerinde en çok düşüşün yaşandığı yıl 2020 olmuştur (Şekil 1). Şekildeki bilgilere göre; 2003 yılında Asya-Pasifik ülkelerindeki SARS salgını sonrasında 2005 yılına kadar turizm gelirleri artış eğilimi göstermiştir. 2006 yılının başlarında meydana gelen kuş gribinin turizm gelirlerinde belirli bir oranda azalmaya neden olduğu söylenebilir.



Kaynak: Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü ve Türkiye İstatistik Kurumu verilerinden oluşturulmuştur.

Şekil 1. Yıllara Göre Turizm Geliri Dağılımı

Kuş gribi salgını sonrası artış eğilimine geçen turizm gelirleri 2009 yılında yaşanan domuz gribi salgını ile birlikte durağanlaşmıştır. 2014 yılı sonrasında turizm gelirlerinde yaşanan düşüşün nedeni ise Türkiye ile Rusya arasında gerçekleşen krizdir. Yaşanan sınır ihlali sonrasında Rusya'nın Türkiye'ye yönelik tur satışlarını yasaklaması ve 2016 yılında yaşanan darbe girişimi ilgili krizin net tespitleridir. Kısacası 2014-2016 yılları arasında turizm gelirlerinde yaşanan düşüşün salgın hastalık kaynaklı meydana gelmediği söylenebilir. 2016 yılı sonrasında yükselişe geçen turizm gelirleri 2019 yılında 34,5 milyar dolara ulaşmıştır.

Grafikten de (Şekil 1) anlaşılacağı üzere yaşanan krizler sonrası turizm endüstrisi sonraki birkaç yıl içerisinde genellikle artış eğilimine geçmektedir. Yaklaşık on yedi yıllık geçmiş salgın dönemleri incelendiğinde Covid-19 salgınında turizm gelirlerinde yaşanan düşüşün hiçbir salgın döneminde yaşanmadığı söylenebilir.

4.1.2. Turist Sayısı

Turist sayılarına ilişkin tablo incelendiğinde (Tablo 2) yıllar itibariyle ziyaretçi sayılarının belli dönemler dışında genel olarak artış eğiliminde olduğu görülmektedir. Covid-19 salgını öncesi olan 2019 yılında Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı bir önceki yıla göre yaklaşık 5,6 milyon kişi artarak 51,7 milyon kişiye ulaşmıştır. 2019 yılı, ziyaretçi sayısı açısından en yüksek verileri içeren yıl olmuştur.

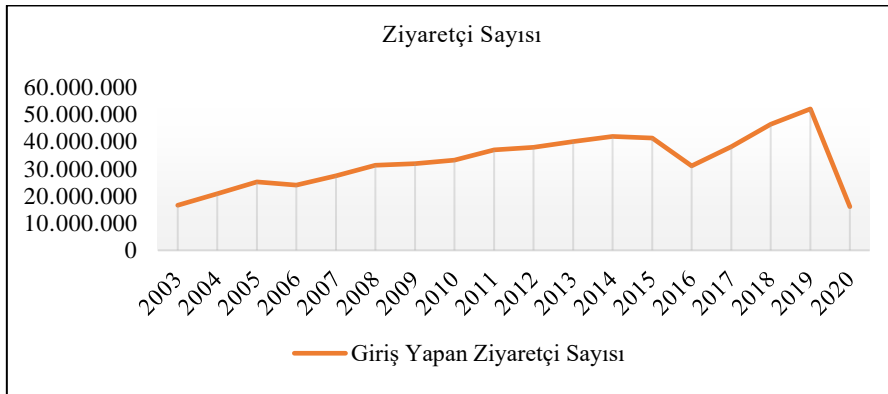
Tablo 2. Yıllara Giriş-Çıkış Yapan Ziyaretçi Sayıları

Yıllar	Giriş Yapan Ziyaretçi Sayısı	Çıkış Yapan Ziyaretçi Sayısı
2003	16.463.623	16.302.053
2004	20.753.734	20.262.640
2005	25.045.142	24.124.501
2006	23.924.023	23.148.669
2007	27.239.630	27.214.988
2008	31.137.774	30.979.979
2009	31.759.816	32.006.149
2010	32.997.308	33.027.943
2011	36.769.039	36.151.328
2012	37.715.225	36.463.921
2013	39.860.771	39.226.226
2014	41.627.246	41.415.070
2015	41.114.069	41.617.530
2016	30.906.680	31.365.330
2017	37.969.824	38.620.346
2018	46.112.592	45.628.673
2019	51.747.198	51.860.042
2020	15.963.997	15.826.266

Kaynak: Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü ve Türkiye İstatistik Kurumu verilerinden derlenmiştir.

2020 yılı Mart ayı itibariyle Türkiye’de ilk Covid-19 vakasının görülmesiyle birlikte ziyaretçi sayılarında önemli düşüşler yaşanmıştır. 2020 yılında Türkiye’ye gelen toplam ziyaretçi sayısı 15,9 milyon kişi olmuştur. Bu durum, ziyaretçi sayısında bir önceki yıla göre %69,1 oranında bir azalma olduğu anlamına gelmektedir.

2003 yılında yaşanan SARS ve 2006 yılında meydana gelen kuş gribi salgınlarında ziyaretçi sayılarında bir miktar azalma meydana gelmiştir. Domuz gribinin yaşandığı yıl olan 2009 yılında ise ziyaretçi sayılarında bir azalma meydana gelmemiştir (Şekil 2).



Kaynak: Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü ve Türkiye İstatistik Kurumu verilerinden oluşturulmuştur.

Şekil 2. Yıllara Göre Giriş Yapan Ziyaretçi Sayıları

Şekil 2 incelendiğinde 2014 yılı sonrasında ve 2016 yılında ziyaretçi sayılarında yaşanan düşüşün nedeninin salgın hastalık kaynaklı olmadığı, yaşanan krizin Rusya'nın Türkiye'ye yönelik tur satışlarını yasaklaması (Khan, 2020: 32) ve 15 Temmuz 2016'da yaşanan darbe girişiminden kaynaklandığı söylenebilir. 2016 yılı sonrasında yükselişe geçen turizm gelirleri 2019 yılında 34,5 milyar dolara ulaşmıştır.

Geçmiş dönemde salgın hastalık ve diğer sebeplerle yaşanan krizler incelendiğinde, Covid-19 sürecinde görülen turist sayılarındaki düşüş gibi bir vaziyetin yaşanmadığı net bir biçimde görülmektedir. Bu durumun en önemli nedenleri, Covid-19 salgınının önüne geçebilmek için uygulanan sokağa çıkma yasakları, karantina uygulamaları ve ülkelerin karşılıklı sınırlarını kapatmalarıdır. 2020 yılında hem Türkiye'de hem de dünya genelinde belli bir dönem insan hareketliliği salgın nedeniyle durma noktasına gelmiş, bu durum ziyaretçi sayılarına da yansımıştır.

2020 yılında Türkiye'ye gelen toplam 15,9 milyon ziyaretçinin 12,7 milyonunu yabancı ziyaretçiler oluşturmaktadır. Bu dönemde en çok ziyaretçi gönderen ülkelere Tablo 3'te yer verilmektedir.

Tablo 3. Gelen Ziyaretçilerin Ülkelere Göre Dağılımı

Ülkeler	Ziyaretçi Sayısı
Rusya	2.128.758
Bulgaristan	1.242.961
Almanya	1.118.932
Ukrayna	997.652
İngiltere	820.709

Kaynak: Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü ve Türkiye İstatistik Kurumu verilerinden derlenmiştir.

Tablo 3 incelendiğinde görülmektedir ki; pandemi dönemi olan 2020 yılında Türkiye'ye en çok ziyaretçi gönderen ülke Rusya olmuştur. Sonrasında sırasıyla Bulgaristan, Almanya, Ukrayna ile İngiltere, Türkiye'ye en çok ziyaretçi gönderen ülkeler arasında yer almaktadır. Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi turizm endüstrisi (seyahat ve konaklama) açısından normalleşmenin ilk etapta iç turizm ile hareketleneceğini, sonrasında ise bölgeler arası genişleme öncesinde bir ülkenin en yakın komşularına ve son olarak da uluslararası uzun mesafelere seyahatlerin başlayacağını öngörmektedir (WTTC, 2020). Nitekim yukarıdaki Tablo 3'te verilen bilgiler bu öngörüü doğrular niteliktedir.

4.1.3. Turizm Endüstrisinde İstihdam

Covid-19 salgını farklı endüstrileri etkisi altına almıştır. Bu durum sektörler üzerinde çarpan etkisi oluşturmuş, üretim ve istihdam üzerinde dünya genelinde ve Türkiye özelinde ani ve derin etkilere neden olmuştur (Boyacıoğlu, 2021: 279). Tüm bu etkenler, endüstrilerdeki üretim seviyesini ve oranını azaltmış, bu durum farklı sektörlerde çok sayıda çalışanın işini kaybetmesine neden olmuştur. Salgından turizm endüstrisi de oldukça etkilenmiştir. Aşağıdaki tabloda (Tablo 4), turizm endüstrisinde istihdam edilen çalışanların turizm endüstrisi içerisindeki dağılımına yer verilmektedir.

Tablo 4. Turizm Endüstrisi Çalışan Sayıları

Sektörler	2021	2020 Değişim (%)
Yiyecek İçecek Hizmetleri	613.729	-13
Konaklama İşletmeciliği	237.623	-2,6
Spor, Eğlence ve Dinlenme Faaliyetleri	48.959	-10
Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü Hizmetleri	46.177	-13
Havayolu İşletmeciliği	28.859	-3,3
Turizm Endüstrisi Toplamı	975.347	-10,2
Genel Toplam	15.055.602	6,4

Kaynak: Turizm Data Bank, 2021.

2020 yılında turizm endüstrisinde istihdam edilen sigortalı çalışan sayısı %8 artarak 1 milyon 86 bin kişiye ulaşmıştır. 2021 yılı Ocak ayı itibarıyla turizm endüstrisinde sigortalı çalışan sayısında %10,2 düşüş yaşanmış, bu sayı 975.347 kişiye düşmüştür (Turizm Data Bank, 2021). Tablo 4'teki veriler incelendiğinde, özellikle yiyecek içecek hizmetleri ile seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü hizmetleri çalışanlarının sayılarında diğer turizm işletmelerinde çalışan sayılarına göre daha fazla düşüş yaşandığı görülmektedir. Bu durum; salgının engellenmesi amacıyla yiyecek içecek işletmelerinin belirli süreliğine kapatılması ve sonrasında sadece paket servis hizmeti ile faaliyetlerini sürdürmelerinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca tüketicilerin (turist / ziyaretçi) turizm faaliyetlerine katılmalarının azalmasıyla seyahat acentaları ve tur operatörlerine duyulan ihtiyacın da azaldığı bilinmektedir. Bu nedenle uzun bir süre tam olarak faaliyet gösteremeyen bu işletmelerin ilk etapta çalışan sayılarını azaltma yoluna gittikleri söylenebilir.

5. Sonuç ve Öneriler

Turizm, yapısı itibarıyla krizlere karşı son derece hassas bir endüstridir. Endüstri içerisinde geçmişten günümüze çeşitli sebeplerden kaynaklanan birçok kriz meydana gelmiştir. Yaşanan bu krizlerden turizm endüstrisini en çok etkileyenlerden birisi de hiç kuşkusuz salgın hastalıklardan kaynaklanan krizler olmuştur.

2019 yılı sonunda dünyada yayılmaya ve 2020 yılı itibarıyla Türkiye'de de görülmeye başlayan bir diğer önemli hastalık da Covid-19 salgınıdır. Kısa süre içerisinde dünya genelinde hızla yayılan ve pandemi olarak ilan edilen küresel Covid-19 salgını, turizm endüstrisini önemli ölçüde etkilemiştir.

Bu çalışmada Covid-19 salgınının turizm endüstrisi üzerindeki etkisi ve geçmiş dönemlerde diğer salgın hastalıklardan kaynaklı meydana gelen krizlerin turizm endüstrisi üzerindeki etkisinin karşılaştırılması yapılmıştır. Geçmiş dönemlerde yaşanan SARS, kuş gribi, domuz gribi gibi salgın hastalıklar turizm endüstrisini hiç kuşkusuz etkilemiştir. Fakat günümüzde hâlâ etkisi devam eden Covid-19 salgınının turizm endüstrisi üzerindeki etkisi geçmiş dönemde yaşanan bu salgın hastalıklardan çok daha fazla olmuştur. Turizm gelirleri 12.1 milyar dolara, ziyaretçi sayısı 15.9 milyon kişiye düşmüştür. Turizm gelirleri ve ziyaretçi sayıları 2019 yılı ile kıyaslandığında bir önceki yıla göre turizm gelirlerinde %65,1 ziyaretçi sayılarında ise %69,1 düşüş yaşandığı anlaşılmaktadır. Son on yedi yıllık turizm verileri incelendiğinde hiçbir dönemde turizm gelirleri ve turist sayılarında bu oranda düşüşün yaşanmadığı görülmektedir. Covid-19 salgınına ilişkin Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından yapılan değerlendirmeye göre; küresel salgının turizm endüstrisine verdiği zarar 2009 yılındaki küresel ekonomik krizin sekiz katı şeklinde

olmuştur (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, 2020: 6). Salgın hastalıkların ya da krizlerin yaşandığı dönemlerde turizm gelirlerinde düşüş gerçekleşse de bu durumun kişi başı turizm gelirlerini önemli ölçüde etkilemediği söylenebilir.

Gerçekleştirilen çalışma neticesinde pandemi olarak ilan edilen küresel Covid-19 salgınının Türkiye turizm endüstrisini olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Salgın, endüstri içerisinde faaliyet gösteren işletmeleri ve çalışanlarını da olumsuz yönde etkilemiştir. Salgın neticesinde endüstri içerisinde çalışan sigortalı çalışan sayısında %10,2 düşüş meydana gelmiştir. Turizm, çarpan etkisi yüksek bir endüstridir. Turizmin, tüm paydaşları etkilemesinin yanı sıra, içerisinde bulunduğu durum nedeniyle diğer endüstrilerdeki işletmeleri de etkilemesi beklenen muhtemel sonuçlar arasındadır.

Geçmiş dönemlere göre etkisi çok daha fazla olan Covid-19 salgını neticesinde tüketici davranışlarının değişeceği öngörülmektedir. Salgın öncesi dönemde turizm faaliyetlerine katılımda fiyat, destinasyon çekiciliği gibi unsurlar etkili olurken, günümüzde sağlık, hijyen unsurları ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda turizm endüstrisi içerisinde faaliyet gösteren işletmelerin azalan turizm talebini artırmaya yönelik geliştirecekleri stratejilerde bu unsurları ön planda tutmaları önerilmektedir. Ayrıca azalan turizm geliri ve ziyaretçi sayılarını artırmaya yönelik uygulanacak pazarlama stratejilerinde geçmiş dönemlerde yaşanan salgın hastalık kaynaklı kriz dönemlerindeki pazarlama stratejilerinden farklı ve çok daha yoğun pazarlama faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi önerilmektedir.

Referanslar

- Akıncı, Z. (2010). *Konaklama işletmelerinde kriz yönetimi: Alanya bölgesindeki konaklama işletmelerinde kriz sürecinde karşılaşılan sorunların tespit ve çözümüne yönelik bir araştırma*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Bahar, O. ve İlal, Ç. N. (2020). Coronavirüsün (Covid-19) turizm sektörü üzerindeki ekonomik etkileri. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 125-139.
- Bakar, N. A. ve Rosbi, S. (2020). Effect of coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 7(4), 189-193.
- Boyacıoğlu, E. Z. (2021). Covid 19 pandemisi sonrası turizmde inovatif gelişmeler. İçinde Ş. Karabulut (Edt.), *İktisadi, sosyal ve kültürel yönleriyle turizm* (277-290. ss.). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Carroll, C. (2009). Defying a reputational crisis - Cadbury's Salmonella scare: Why are customers willing to forgive and forget? *Corporate Reputation Review*, 12(1), 64-82.
- Coombs, W. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163-176.
- Coşkun, R., Altunışık, R. ve Yıldırım, E. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı* (9. Baskı). Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Çakmak, T. F. (2018). *Turizm endüstrisinde kriz yönetimi: Turist rehberleri üzerine bir alan araştırması*. (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Çeti, B. ve Ünlüönen, K. (2019). Salgın hastalıklar sebebiyle oluşan krizlerin turizm sektörü üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(2), 109-128.
- Delice, G. (2003). Finansal krizler: Teorik ve tarihsel bir perspektif. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20, 57-81.
- Demir, M., Günaydın, Y. ve Demir, S. Ş. (2020). Koronavirüs (Covid-19) salgınının Türkiye'de turizm üzerindeki öncülleri, etkileri ve sonuçlarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 80-107.
- Doğan, M. (2013). Bir kriz faktörü olarak taşıma kapasitesi aşımı ve Bozcaada örneği. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(1), 85-108.
- Farzanegan, M. R., Gholipour, H. F., Feizi, M., Nunkoo, R. ve Andargoli, A. E. (2021). International tourism and outbreak of coronavirus (COVID-19): A cross-country analysis. *Journal of Travel Research*, 60(3), 687-692.
- Glaesser, D. (2006). *Crisis management in the tourism industry*. London: Routledge.
- Güneş, M. ve Beyazıt, E. (2010). Özel işletmelerde kriz yönetimi üzerine genel bir değerlendirme. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(2), 15-33.
- Gür, C. (2019). *Dünyada ve Türkiye'de yaşanan krizlerin turizm sektörüne etkileri ve çözümleri*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü (2021). Avian İnfluenza (Kuş Gribi). Erişim adresi <https://sagligim.gov.tr/bulasici-hastaliklar/liste/686-avian-influenza-ku%C5%9F->
- Worldometer (2021). Covid-19 Coronavirus Pandemic. Erişim adresi <https://www.worldometers.info/coronavirus/>
- İbiş, S. (2020). Covid-19 salgınının seyahat acentaları üzerine etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 85-98.
- Keown-McMullan, C. (1997). Crisis: When does a molehill become a mountain? *Disaster Prevention and Management*, 6(1), 4-10.
- Khan, A. A. (2020). Covid-19 salgınının turizm üzerindeki etkileri: Safranbolu Miras kenti örneği. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 8(2), 28-37.
- Kiper, V. O., Saraç, Ö., Çolak, O. ve Batman, O. (2020). Covid-19 salgınıyla oluşan krizlerin turizm faaliyetleri üzerindeki etkilerinin turizm akademisyenleri tarafından değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(43), 527-551.
- Köşker, H. (2017). Krizlerin turizm sektörüne etkileri üzerine bir araştırma: 2016 yılı Türkiye örneği. *Akademik Bakış Dergisi*, 62, 216-230.
- Küçükaltan, D., Tükeltürk, A. Ş. ve Çiftçi, G. (2015). *Otel işletmelerinde kriz yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Laws, E. ve Prideaux, B. (2005). Crisis management: A suggested typology. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(2-3), 1-8.
- Manap Davras, G. ve Aktel, M. (2018). 2015-2016 krizinin Türkiye turizmine yansımaları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 9(21), 27-38.
- Oduncuoğlu, F. (2021). Covid 19 salgınının turizm sektörüne etkisinin hizmet pazarlama karması. İçinde Ş. Karabulut (Edt.), *Turizm işletmeciliği, pazarlaması ve ekonomisi* (309-333. ss.). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Özkoçak, V., Koç, F. ve Gültekin, T. (2020). Pandemilere antropolojik bakış: Koronavirüs (Covid-19) örneği. *Turkish Studies*, 15(2), 1183-1195.

- Pedraza, J. M. (2010). Elements for effective management of a business corporation crisis situation. In H. Eder ve P. Alvintzi (Eds.), *Crisis management* (1-46. ss.). New York: Nova Science Publishers.
- Raoult, D., Mouffok, N., Bitam, I., Piarroux, R. ve Drancourt, M. (2013). Plague: History and contemporary analysis. *Journal of Infection*, 66, 18-26.
- Ritchie, B. (2004). Chaos, crises and disasters: A strategic approach to crisis management in the tourism industry. *Tourism Management*, 25(6), 669-683.
- Scott, N. ve Laws, E. (2005). Tourism crises and disasters: Enhancing understanding of system effects. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2-3, 149-158.
- Tuğsal, T. (2016). Kriz dönemlerinde uygulanan insan kaynakları politikalarının örgütsel bağlılıkla ilişkisi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 4(2), 57-69.
- Turizm Data Bank. (2021). Güncel turizm haberleri. Erişim adresi <https://www.turizmdatabank.com/turkiye-turizm-calisani-sayisi-ne-kadar-geriledi/>
- Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı. (2020). Türkiye günlük Koronavirüs tablosu. Erişim adresi <https://covid19.saglik.gov.tr/>.
- Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021). Turizm İstatistikleri. Erişim adresi <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201116/turizm-gelirleri-ve-giderleri.html>.
- Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021). Turizm İstatistikleri. Erişim adresi <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2021). İstatistik veri portalı. Erişim adresi <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Egitim,-Kultur,-Spor-ve-Turizm-105>.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. (2020). COVID-19 sürecinde Türkiye ve Dünya turizmi değerlendirmesi. Erişim adresi <https://www.tursab.org.tr/e-dergi?pdf=/assets/assets/uploads/arastirmalar/covid-19-surecinde-turkiye-ve-dunya-turizmi.pdf>.
- Vergiliel Tüz, M. (2014). *Kriz yönetimi* (5. basım). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Vural, G. ve Uçar, H. İ. (2017). Krizlerin türk turizm sektörünün finansal durumuna ve piyasa duyarlılığına etkisi: 1999-2015 dönemi üzerine bir uygulama. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(3), 257-271.
- World Travel and Tourism Council (2020). WTTC outlines what “The new normal” will look like as we start to travel. Erişim adresi <https://wtcc.org/News-Article/WTTC-outlines-what-the-newnormal-will-look-like-as-we-start-to-travel>.
- Zerenler, M. (2004). Kriz dönemlerinde üretim süreci esnekliğinin işletme performansına etkileri. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3(6), 99-132.
- Zeydan, İ. ve Gürbüz, A. (2020). 21. Yüzyıldaki pandemiler ve turizm sektörüne etkileri. 3. *International Economics, Business and Social Sciences Congress* içinde (126-132 ss.). Kahramanmaraş: Kahramanmaraş Sütçüimam Üniversitesi.

COVID-19 SÜRECİNDE HIZ KAZANAN İŞ MODELİ İNOVASYONU OLARAK BULUT MUTFAK GİRİŞİMCİLİĞİ: DÜNYADAN ve TÜRKİYE'DEN ÖRNEKLER

CLOUD KITCHEN ENTREPRENEURSHIP AS A BUSINESS MODEL INNOVATION GAINING SPEED IN COVID-19 PROCESS: EXAMPLES FROM THE WORLD AND TURKEY

Hale ALAN⁽¹⁾, Ali Rıza KÖKER⁽²⁾

Öz: COVID-19 salgını yiyecek içecek sektöründe kalıcı değişikliklere neden olmakla birlikte sektöre yeni yönelimler ve inovasyonlar getirmiştir. Salgının sebep olduğu sorunlardan en fazla etkilenen sektörlerin başında gıda sektörü özellikle de restoranlar gelmektedir. Bu olumsuz etkileri azaltmak amacıyla restoran iş modelini yeniden keşfetmeye yardımcı olmak için yalnızca dağıtım hizmeti yani paket servis vermek için çalışan sanal restoranları ifade eden bulut mutfak iş modeli dünya genelinde yoğun ilgi görmüştür. Geleneksel restoranlar yerini bulut mutfaklara bırakmaya başlamıştır. Bu araştırmanın amacı, COVID-19 salgını ile gelişimi hız kazanmış olan ve gıda sektöründeki işletmelerin yeni iş yapma modeli olarak hem dijital dönüşüm bağlamında stratejik çevikliği hem de iş modeli yeniliği olarak bulut mutfak girişimciliğini nasıl uygulayabileceklerine dair teoriyi ve bilgiyi geliştirmektir. Bu çalışma ülkemizde ve tüm dünyada bulut mutfak iş modeline olan yoğun ilgiye açıklama getirmiştir. Bu iş modeli sayesinde yiyecek içecek sektöründe hızlı bir gelişme yaşandığı ve yaşanmaya da devam edeceği çalışmada belirginlik kazanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bulut Mutfak, İş Modeli İnovasyonu, COVID-19, Restoran

Abstract: While the COVID-19 pandemic caused permanent changes in the food and beverage industry, it brought new orientations and innovations to the industry. The food industry, especially restaurants, is one of the sectors most affected by the problems caused by the pandemic. In order to help reinvent the restaurant business model in order to mitigate these negative effects, the cloud kitchen business model, which refers to virtual restaurants working only for delivery service, that is, to provide take-out service, has attracted great attention around the world. Traditional restaurants have started to leave their place to cloud kitchens. The aim of this research is to develop the theory and knowledge on how businesses in the food industry, whose development has accelerated with the COVID-19 pandemic can apply both strategic agility in the context of digital transformation as a new business model and cloud kitchen entrepreneurship as a business model innovation. This study has explained the intense interest in the cloud kitchen business model in our country and all over the world. Thanks to this business model, it has become evident in the study that there is and will continue to be a rapid development in the food and beverage industry.

Keywords: Cloud Kitchen, Business Model Innovation, COVID-19, Restaurant

JEL: M12, M19, D85

⁽¹⁾ Akdeniz Üniversitesi, Sosyal ve Beşerî Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü; halealan@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2444-1551

⁽²⁾ Türk Patent ve Marka Kurumu; alikoker@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8171-4368

1. Giriş

İş modeli girişimlerin veya işletmelerin kuruluş aşamasında ortaya çıkan, nasıl değer yaratılacağını ve müşterilere bu değerlerin ne şekilde sunulması gerektiği sürecini kapsayan bir kavramdır. İş modeli inovasyonu ise devam eden ya da faaliyette olan bir iş modelinden farklı olarak, yeni iş yapma şekli ya da usulleri ortaya çıkartma veya mevcut işe daha farklı değerler kazandırmak ve daha fazla fayda sağlayacak şekilde yeni modellerin oluşturulmasıdır. İş modelindeki inovasyonun hem ürün ve hizmetler için hem de müşteriler için değer yaratma özelliğini birlikte taşıdığı söylenebilir.

Şirketler dijital teknoloji, yazılım ve işbirliği gibi yeni stratejiler uygulayarak iş modellerini yenilemektedir (De Man ve Luvison, 2019; Rachinger vd., 2019). Dijitalleşme, analogdan dijital forma geçiş, fiziksel ürünleri programlanabilir, adreslenebilir, mantıklı, iletililebilir, akılda kalıcı, izlenebilir ve ilişkilendirilebilir hale getirme süreci olarak tanımlanmaktadır (Yoo, 2010). Böylelikle dijitalleşme, ürünlerden hizmetlere geçerek, bilgiyi operasyonel performansın merkezi haline getiren çözümler yaratma fırsatı sağlamaktadır (Paunov ve Planes-Satorra, 2019). Bulut bilişim ise günümüz dijitalleşme çalışmaları gereği hızla gelişen konulardan biridir. Tüketiciler ve işletmeler arasında, bilgi teknolojisi kaynaklarını bulut bilişim olarak konumlandırma becerisi giderek artmakta ve bulutun interneti temsil ettiği, internet tabanlı tasarım ve teknoloji kullanımı anlamına geldiği vurgulanmaktadır (Behrend, Wiebe, London ve Johnson, 2011). Bulut, kullanıcıların bir ayrıntı düzeyinde anlaması gerekmeyen önemli bir teknik altyapı içerir; anlaşılmasından daha ziyade, kaynaklarına erişmek için yalnızca kullanıcıların buluta bağlanmaları gerekmektedir (Voi, Light ve Rowland, 2011). Teknik olarak, bulut bilişim, son kullanıcıların bilgisayar yazılımlarına ve donanım kaynaklarına, bu kaynakları sağlamak için kullanılan altyapı hakkında herhangi bir ayrıntı veya özel bilgiye sahip olma ihtiyacı duymadan internet üzerinden erişim sağlayan teknolojidir (Tian, Lin ve Ni, 2010).

İçinde bulunulan dijital çağda, her şey dijitalleşmekte ve teknoloji hızla ilerlemektedir. Bu gelişmelerin etkisiyle internetin daha hızlı gelir kaynağı haline geldiği söylenebilir. Kıyafetlerden ayakkabılara, aletlere ve kozmetiklere kadar her şey çevrimiçi olarak satılmaktadır. Hızla büyüyen çevrimiçi ticaretle birlikte, şimdi ivme kazanan pazar yemek sektörüdür. Çevrimiçi yemek satışı işi artık yavaş yavaş geleneksel satış mağazalarından bulut mutfaklara dönüşmüştür. 2019 yılının sonunda ortaya çıkarak tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgını, tüm dünyada iş yapış şekillerini değiştirmiştir. Salgının çok hızlı bulaşma özelliğinin olması ve kısıtlanan hareketlilik sebebiyle yerelde mikro ölçekte hizmet veren işletmelerin önem kazanmasına sebep olduğu söylenebilir. Mahallelerdeki market, fırın, eczane, şarküteri, kuaför, kuru temizleme dükkânı, pizzacı, pastane, nalbur gibi işletmelerin bir anda önemi artmıştır (Kumar, 2019). Paket servis ağırlıklı dünyada karanlık mutfak (dark kitchen), hayalet mutfak (ghost kitchen), bulut mutfak (cloud kitchen) ya da sanal mutfak (virtual kitchen) olarak adlandırılan, satış noktasının dekorasyonu ve görünürlüğü dışında, standartlarından taviz vermeden adrese teslim yemek konseptleri de çok hızlı artış göstermiştir. Salgının derin etkilerinin yaşandığı 2020 yılı tam anlamıyla dijital pazarlamaya dönüşüm yılı olmuştur. Rakiplerinin önüne geçmek isteyen markalar, pazarlamada yeni yöntemler keşfetmeye odaklanmıştır. Bu anlamda dijital pazarlama kanalları markaların elini güçlendiren önemli bir silah olarak birbirini tekrar eden uygulamalar yerine, yenilikçi ve yaratıcı uygulamaları test eden firmaların öne çıktığı söylenebilir. E-ticaret sektöründe dijital ürün, fiziksel ürün veya hizmet fark etmeksizin satıcıların “kolay ödeme” hizmetiyle ve korumalı

alışveriş güvencesinde gerçek bir temassız ödeme deneyimi sunduğu, insanların evlerinden çıkmaya çekindikleri bu dönemde, çevrimiçi alışverişe olan talep doğal olarak artış göstermiştir.

Bulut mutfak, müşterilere sadece yemek yeme veya al götür hizmeti sunmayan yeni bir yiyecek içecek sektörü iş modelidir (Greer, 2021). Bulut mutfak iş modeli sanaldır ve web sitesi ya da web platformu siparişleri veya satış oluşturmak için yapılan aramalar gibi yemek dağıtım uygulamalarına bağlı çalışmaktadır. Ubereats, CloudeEats, Yummy, Spoonjoy, Box8, ITiffin, Biryani by Kilo, FreshMenu, Eatlo, Hello Curry, Zomato, Deliveroo, Just Eat Grubhub, and Doordash ve ülkemizde yemeksepeti, getiriyemek, tıklagelsin, trendyolyemek gibi uluslararası platformları bulut mutfaklar kullanarak sadece teslimat ve ulaştırma hizmeti sağlamaktadır (Kemp, 2020).

Küresel bulut mutfak pazarı büyüklüğünün 2019'da 43,1 milyar dolar olduğu ve 2027'ye kadar 71,4 milyar dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir (Statista, 2021). Hızla büyüyen çevrimiçi ticaretle birlikte, COVID-19 salgını sürecinde gıda sektöründe bulut mutfak iş modelleri dünya genelinde hızla yayılmıştır. Bulut mutfak iş modelinde müşteriler internetten sipariş vermekte ve yiyecekler eve teslim edilmektedir. Yemek yemek için ayrı bir yere gitmeye gerek duyulmamaktadır. Devam eden karantina şartları insanlara evde kalmalarını tavsiye ettiğinden, bulut mutfaklar gıda endüstrisine iş modellerini küresel eğilimler ve olaylara uygun bir şekilde yeniden tanımlama fırsatı sunmaktadır. Çoğunlukla çevrimiçi olarak var olan ve faaliyet gösteren bir toplum için bulut mutfaklar çevrimiçi yemek yeme ve sosyalleşme biçimlerinde beklenmedik bir değişim yaratabilir. Dijital teknoloji temelli bu yeni iş modelinin, COVID-19 ve neden olduğu tüm olumsuz sonuçlara karşı işletmelerin hayatta kalmak için paket servisi çare olarak görmesi nedeniyle gelişiminin hız kazandığı söylenebilir. Salgında hastalığın bulaşıcılığını engellemek için insanların evlerinde kalması zorunlu kılınmıştır. Bu nedenle evlere yemek teslimi önemli bir hizmet olarak kabul edilmiş ve insanlar evlerinde sıkışıp kaldıkça ve sipariş verdikçe hızla yaygınlaştığı görülmüştür (Greer, 2021). Gıda dağıtım endüstrisi muazzam bir büyümeye tanık olmaktadır. Teknolojideki gelişmeler, mümkün olan en az insan gücüyle teslimat operasyonlarını mümkün kılmıştır. Kriz zamanlarında, işletmelerin mevcut rekabetle başa çıkması zaten zor olduğundan sadece teslimat işlemlerine odaklanmak, restorancılar için verimli olmuş ve gıda dağıtım sektörünü daha da güçlendirdiği görülmüştür (Shende ve Darekar, 2020).

Hala etkileri devam eden pandemi süreci işletmeler için yenilenme çağı olarak anlam ifade etmekte ve yemek yenmeyen restoran konsepti restoran endüstrisinde dikkat çekmektedir. Bu benzersiz restoran formatı fiziksel alan içermemesi, ağır sermaye yatırımı gerektirmemesi, minimum kira gideri ile çalışabilme ve yalnızca çevrimiçi verilen sipariş teslimatına bağlı olarak faaliyette bulunmaktadır. Bu çalışmada bulut mutfak iş modeli inovasyonunu kapsamlı olarak kavramlaştırmak, bulut mutfak iş modeli türlerini açıklamak hem ülkemizden hem de dünyadaki en önemli bulut mutfak iş modeli uygulamalarını araştırarak bu konuda bir literatür oluşmasına katkıda bulunmak ve bulut mutfak iş modelini analiz ederek bir bakış açısı sunmak amaçlanmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. İş Modeli İnovasyonu

İş modeli inovasyonu ürün veya teknolojik inovasyon yerine yenilik yapmak için iş modelini kullanan inovasyondur. Bir iş modelini yeniden keşfetmek veya yeni bir tane oluşturmak amacıyla bir iş modelinin temel bileşenlerini yeniden değerlendirmek ve yeni değer önerileri, gelir akışları ve maliyet yapıları geliştirmek gereklidir. İş modeli inovasyonu, ürün veya hizmet inovasyonlarından daha fazla rekabet avantajı sağlaması açısından ve diğer yenilik türlerinden daha üstün olduğuna inanılmaktadır. IBM üzerine yapılan bir araştırma, iş modeli yeniliklerine odaklanan şirketlerin işletme marjlarını ürün ve hizmet mantığıyla yönlendirilenlere göre çok daha hızlı artırdığını doğrulamaktadır (Chesbrough ve Appleyard, 2007).

Dijital dönüşüm, bir şirketin stratejisinde ve iş modelinde yapılan değişiklikleri içerir (Vagnoni vd., 2016). Bu değişim genellikle, örgütsel değişimin teknolojik gelişmeler gibi dış faktörlerle veya değişen çevreden etkilenip hızlandırılabilirdiği organizasyonel gelişimin bir unsuru olarak görülmektedir (Putnam, Fairhurst ve Banghart, 2016). Ayrıca, şirketler, genellikle stratejik planlamayla amaçlanan ve yönetilen organizasyon içinden başlatılan değişim süreçlerini deneyimleyebilirken, bazı değişiklikler istenmeden ortaya çıkabilir (Balogun ve Johnson, 2005). Çoğu durumda, örgütsel değişim süreçlere, yapılar veya teknolojilere yapılan küçük ayarlamalarla birlikte, aynı zamanda örgütün özünde temelden değiştirilmesiyle ilişkili dönüşümsel değişiklikleri ifade eder (Weick ve Quinn, 1999).

2.2. Bulut Mutfak İş Modeli İnovasyonu

Yiyecek içecek sektöründe restoran işletme modeliyle ilgili en temel sorun işçilik maliyetlerinin yüksek olması olmuş ve iş modeli her zaman fiziksel bir alana bağlanmıştır (Kemp, 2020). Restoranlarda en sevilen yemeklerin çoğu düşünüldüğünde, mekânın kendisi genel deneyimde büyük bir rol oynamakta olup, markaların tamamı, müşteriler için belirli bir deneyimin oluşturulması üzerine inşa edilmiştir. Ne yazık ki, bulaşıcılığı fazla olan bir salgında ortak kullanılan fiziksel alanlar bir sorun haline gelmektedir. Geleneksel restoran iş modeli, salgının neden olduğu bölgesel kapanışlar, tüketicilerin hastalık kapma korkuları ve müşteri kapasite azaltma yaptırımları (yani maksimum kapasitenin % 50'sine izin verilmesi) nedeniyle kar elde etmeyi imkânsız hale getirmiştir. Bulut mutfak iş modelinin hedeflediği ilk avantaj kira giderinin olmamasıdır. Daha sonra sigorta, elektrik, personel giderleri ve fiziksel restoranlar için ekipmanla ilgili değişken maliyetler bulut mutfak işletmecilerinin yiyecek satma maliyetini düşürerek esneklik yaratmaktadır. Bulut mutfakta, malzemelerin ve personelin ana değişken maliyetleri, yalnızca dağıtım kanallarından elde edilebilecek gelirlerle karşılaştırılır. Buradaki fikir, bazı markaların yeni konseptler geliştirebileceği, bazılarının ise biz normal yaşama dönene kadar bazı ara dönemler boyunca hayatta kalabilmeleridir. Ancak net kârlılık, yeni bir markayı başlatmak veya mevcut bir markayı sürdürmek için yeterli olabilir. Kira, önemli ölçüde daha ucuzdur ve daha esnektir, yani kavramların hızlı bir şekilde yukarı veya aşağı ölçeklenebileceği anlamına gelir (Greer, 2021).

Fiziksel ortamlarının görülmediği yerlerin temizlik ve hijyenine güven, muhtemelen tüketiciye göre en büyük soru işaretidir. Bulut mutfakların önümüzdeki veya iki yıl içinde bir anormallik olup olmadığı veya restoran iş modelini temelden yeniden şekillendirecek yeni bir trendin başlangıcı olup olmadığı merak uyandıran sorulardır. Yüz yüze yemek yemenin yerini almak için değil, hareketlilik ve seyahat kısıtlamaları

varken yeni fikirleri yaratmak ve diğerlerini ayakta tutmak için çözüm odaklı bir endüstri olarak görülmesi gerekmektedir. Bu tür bulut mutfakların diğer önemli özelliği, müşterilerin tek bir menüye bağlı kalmadan birden fazla farklı türde yiyecek sipariş edebilmesi ve birlikte teslim edilmesini sağlayabilmesidir. Bu şekilde, bir tür menü veya marka oluşturmak için çeşitli konseptler birleştirilebilir. Bu nedenle, bulut mutfak iş modeliyle ilişkili daha düşük risklere sahip olması ve sermaye maliyetlerinin düşük olması göz önüne alındığında restoran endüstrisinde işletme modeli inovasyonu olarak değer yarattığı söylenebilir.

2.3. Bulut Mutfak İş Modeli İçin Önemli Unsurlar

İster mevcut markalar için olsun, ister yeni markalar için endüstrilerdeki kişiler aracılığıyla ya tavsiye yoluyla ya da yayıncı aracılığıyla müşteriler haberdar olacaktır. Google arama trendlerini bir araç olarak kullanarak, pandeminin neden olduğu büyük bir ilgi artışından önce konseptte olan ilginin nasıl istikrarlı bir şekilde arttığı görülebilir. Bulut mutfakların başarısında en büyük pay, bu konseptin en hızlı şekilde benimsenmesine yardımcı olacak mutfak şefleridir. İster kendi kendilerine bulut mutfak yapınlar isterse deneyimli girişimciler ya da finansörler tarafından desteklenirler, bu konsept yemek yenen restoranlardan önemli ölçüde farklı olduğu için öğrenilmesi ve tecrübe kazanılması gereken çok önemli hususlara sahip olacaktır. Belirli markalar altında en iyi şeflere sahip olmak, pazara daha fazla tüketici çekmeye ve sektördeki güven boşluğunu kapatmaya yardımcı olacaktır.

Ubereats, Yummy, Spoonjoy, Box8, ITiffin, Biryani by Kilo, FreshMenu, Eatlo, Hello Curry, Zomato, Deliveroo, Just Eat gibi bulut mutfakların kullandığı popüler müşterilere ulaşım dünya genelindeki platformlardır. Tüketiciler giderek daha fazla çevrimiçi yemek siparişi vermeye alışmaya başlarken, bunu genellikle zaten güvendikleri markalardan yapacaklardır (Mokhtar ve Lee, 2021). Mevcut bir restoran markasının müşterileri çevrimiçi siparişe yönlendirmesi, özellikle markayla fiziksel bir bağlantı olmadığında, sıfırdan müşteri edinen yeni bir markadan farklıdır. Çevrimiçi teslimat hizmetlerinin kendisi edinin kanalları olarak hizmet edebilir, ancak maliyeti yüksek olacaktır.

Sosyal medya kanalları (Facebook, Instagram, Twitter, Snapcat vb.) aracılığıyla dijital pazarlama, yeni iş modellerini benimsemeyi artırmaya yardımcı olabilir, böylece bu müşteri edinme maliyetini azaltacaktır, bu da yeni mutfakların müşteri edinmesi ve yüksek yaşam boyu değer sürdürmesi için tek gerçek yol olduğu anlamına gelir. Bir restoranın fiziksel konumu, tanınırlığını ve popülerliğini belirleyen temel faktör olmaktadır. Bu nedenle, yeni bulut mutfak iş modellerinin, markaya sadık olacak ve ağızdan ağıza yönlendirmeleri artırmaya yardımcı olacak yeni müşteriler kazanmak için pazarlama stratejilerinde oldukça yaratıcı olmaları gerekecektir. Marka bağlılığı olmadan birçok yeni kavramın başarısız olması muhtemeldir. Ayrıca yaratılacak markaların üretilen ürün ya da ürünlerle ilgili bir ifade olması müşteri edinimi ve bilinirlik için önemli bir husustur.

Bulut mutfak iş modeli nispeten yeni bir kavram olduğundan ve sektöre büyük etkisi olan bir salgının ortasında olunması nedeniyle, önümüzdeki birkaç yıl içinde rekabetin daha çok bölgesel olması muhtemeldir. Bu endüstrinin büyümesi muhtemelen bölgesel faktörlere bağlı olarak daha fazla olacaktır. Belki de buradaki en ilginç değişim, gemiye erkenden atlayan ve önümüzdeki birkaç yıl içinde bu alanlarda birlikte işbirliği yapan girişimciler, şefler ve personel arasındaki yeni yeteneklerin birleşiminden olacaktır. Yeteneği desteklemek yalnızca restoranlar değil, birden fazla

kategoride yeni tüketici gıda markalarının yaratılmasına yol açabilir. Pazar payı için rekabet, muhtemelen bulut mutfak pazarını kimin kazandığından daha çok, uzun bir küresel belirsizlik döneminde yüksek marjları artırabilecek yeni gıda konseptleriyle tüketicilerin kalplerini ve zihinlerini kimin kazandığı hakkında olacaktır. Ortak çalışmayla gördüğümüz gibi, ani COVID-19 salgını, birçok alanın anında boşaltıldığı ve ortak çalışma iş modelinin tutarsız hale geldiği anlamına geliyordu. Geleneksel mekânda faaliyet gösteren restoranlar, muazzam miktarda sürekli sermaye yatırımı gerektirir. Mal sahibi, müşteriler için oturma alanları inşa etmek, çocuklar için park alanları oluşturmak, mutfak alanları kurmak vb. için sermaye bulmak zorundadır. Buna ek olarak, çalışanların maaşları maliyetlere eklenir. Ancak bulut mutfak söz konusu olduğunda, tek yatırım mutfak ekipmanı ve tedarik zinciri olduğu için ek maliyetler düşülür (Sarangdhar, Mohite ve Kharde, 2021).

Bulut mutfakların başlamak için büyük miktarda yatırıma yani sermayeye ihtiyaç yoktur. Küçük bir miktar sermaye ile yatırıma başlanabilir ve hızlı büyüme gerçekleşebilir. Müşterilerden marka sadakati elde edildikten sonra, farklı bölgelerde yeni şubeler açmak daha kolay hale gelmektedir.

Bulut mutfaklar, geleneksel bir restoranın odaklanması gereken faktörler ortadan kaldırıldığı için kaliteli ürünler sunmaya azami özen gösterilmesini sağlar. Bulut mutfaklar, özel yapım alanları kullanarak ve işlemlerini özel olarak operasyonları için tasarlayarak etkili bir şekilde çalışmaktadır. Bir mutfakta birkaç marka bulunabilir ve çeşitli farklı menüler için malzemeleri hazırlayabilir ve mutfağı, hazırlama hızına ve teslimat şoförlerine yemek teslim yöntemine öncelik verecek şekilde tasarlanabilmektedir.

2.4. Bulut Mutfak İş Modeli Türleri

Bulut mutfak pazarı türe, ürün türüne, yapılanmaya ve bölgeye göre ayrılmıştır. Bulut mutfak iş modeli türe göre ortak mutfak ve mutfak modelleri olarak sınıflandırılır. Ürün türüne göre, burger, sandviç, pizza, makarna, tavuk, deniz ürünleri, Meksika, Asya yemekleri gibi isimler altında sınıflandırılır. İşletme yapılanması olarak franchising ve bağımsız olarak ikiye ayrılır. Bölgelere göre, Kuzey Amerika (ABD, Kanada ve Meksika), Avrupa (İngiltere, Almanya, Fransa, İtalya, İspanya ve Avrupa'nın geri kalanı), Asya-Pasifik (Çin, Japonya, Hindistan, Avustralya ve Yeni Zelanda) Latin Amerika, Orta Doğu ve Afrika genelinde analiz edilmektedir. Bu konu ile ilgili henüz yeterince literatür birikmemesi nedeniyle sadece oluşum türüne göre sınıflamalar anlatılmıştır.

2.4.1. Bağımsız Bulut Mutfak İş Modeli (Tek marka, tek mutfak, vitrin yok)

Bu tür en orijinal bulut mutfak modelidir. Oturma alanı olmayan ve fiziksel mağazası olmayan bir restoran yapısına sahiptir Restoran sahipleri veya yatırımcılar, yüksek kiralardan ve emlak maliyetlerinden kaçınarak misafir alanlarını kaldırmakta olup, çevrimiçi siparişin artması ve teslimatlara yönelik artan tüketici talebiyle popülerlik kazanmıştır. Bu iş modeli nasıl çalışır;

- Her bir mutfak büyüklüğü: 50-60 m²
- Siparişler online satış kaynaklarından gelmektedir.
- Sadece mutfaktan oluşmaktadır.
- Mutfakta uzman aşçı bulunmaktadır.
- Sadece paket servis hizmeti sunulmaktadır.

• Siparişler ve paket servis, üçüncü taraf platformlarla ve kendi satış ağı karışımı şeklindedir.

Adından da anlaşılacağı gibi, bunlar, bir markanın yemek yeme alanı sunmadan tek bir mutfak konumuna sahip olduğu veya kiraladığı bağımsız mutfaklardır. Birçok ev şefi işlerini büyütmek için bu modeli seçtiği söylenebilir.

2.4.2. Çok Markalı Bulut Mutfak İş Modeli (Çok markalı mutfak, tek mutfak, birden çok satış noktası, vitrin yok)

Daha ayrıntılı bulut mutfak modelidir. Hindistan’da kurulan The Rebel Foods Faasos Bulut mutfak şirketinin geliştirdiği modeldir. Faasos Bulut mutfak bölge sakinlerinin alan bazında demografik özellikleri, popüler mutfaklar ve aşırı yerel talep-arz gibi veri bulunmasına dayanarak kurulmaktadır. Bu modelde yapay zekâ kullanılarak ayrı markaları kendi bireysel kuruluşları olarak konumlandırır. Tek bir ortak mutfakta, işletme maliyetlerini düşük tutar. Aynı mutfağı paylaşan, bir ana markanın sahip olduğu, özel bir mutfak temelli bulut restoranı olarak adlandırılabilir. Bu model, servis alanı olmayan orijinal bulut mutfak modeline çok benzemektedir. Bu, aynı mutfağı paylaşan, aynı ana markaya ait özel mutfak tabanlı bulut restoranları olarak da düşünülebilir. Her marka tek bir mutfakta uzmanlaşmıştır. Bu model, belirli bir bölgede (10 km yarıçaplı) en çok sipariş edilen mutfakların (Biryani, Çin, Pizza ve Makarna, Burger vb.) sunulmasına odaklanan mutfakları içerir ve burada aynı mutfakları sunan nispeten daha az seçenek vardır. Bu model verilere dayandığı için bulut mutfağını bir işletme olarak çalıştırmaya yönelik daha fazla stratejik bir bakış açısına sahiptir. Bu iş modeli nasıl çalışır:

- Mutfak Büyüklüğü: İçindeki mutfak sayısı x 25 m²
- Siparişler online satış kaynaklarından gelmektedir.
- Bünyesinde tek mutfak, birden fazla marka barındırır.
- Her marka bir mutfakta uzman aşçıya sahiptir.
- Yalnızca paket servis hizmeti verilmektedir.
- Siparişler ve paket servis, üçüncü taraf platformlarla ve kendi satış ağı karışımı şeklindedir.

2.4.3. Freshmenu Bulut Mutfak İş Modeli (Tek marka, tek mutfak, birden çok satış yeri, restoran servisi var)

Bu paket servisi olan restoran ve bulut mutfağı karması bir modeldir. Çoğunlukla bir bulut mutfak iş modeline benzemektedir, fakat aynı zamanda bir vitrini de bulunmaktadır. Vitrenden, müşterilerin istedikleri zaman içeri girip yiyeceklerinin nasıl hazırlandığını görmelerine izin verilir. Temelde, bu model bulut mutfak iş modelinin tüm operasyonel verimliliklerini kullanır, ancak aynı zamanda müşterilerle gerçek bir pencereye sahiptir. Al götür (takeaway) hizmetine de olanak sağlamaktadır. Bu iş modeli nasıl çalışır:

- Tipik mutfak boyutu: 100-180 m²
- Siparişler çevrimiçi kaynaklardan gelmektedir.
- Tek mutfak, tek marka barındırır.
- Mevsimlik yemeklerin ve en çok satanların bir karışımını içeren değişen menüye sahiptir.
- Paket servis ve al götür (takeaway) hizmeti sunulmaktadır.

- Siparişler ve paket servis, üçüncü taraf platformlarla ve kendi satış ağı karışımı şeklindedir.

2.4.4. Swiggy Erişimli Bulut Mutfak İş Modeli (üçüncü taraf platformlara ait, çok (restoran) marka, kiralık ortak çalışma mutfakları, vitrin yok)

Swiggy bulut mutfak modeli en uygun şekilde yerleştirilmiş, gaz boru hatları, drenaj ve havalandırma sistemleri gibi temel ihtiyaçları barındıran minimum altyapıya sahip boş bir mutfak alanı sunan modeldir. Yerleşik (veya yeni) restoran işletmeleri, bir restoran kurmak için bu mutfak alanını kiralar, Swiggy'nin çevrimiçi siparişinden, teslimat filosundan ve menü zekâsından yararlanır. Restoran ekipmanı, personeli, hammaddeleri ve tarifleri getiriyor. Basitçe, yemek pişirmeyi restoran, gerisini Swiggy halletmektedir. Bu iş modeli nasıl çalışır:

- Tipik mutfak boyutu: İçindeki mutfak sayısı x 25 m²
- Siparişler Swiggy'den gelmektedir.
- Tek mutfak, birden çok restoran iş ortağı markası barındırmaktadır.
- Restoran menü, mutfak ekipmanı ve personel ile ilgilenir.
- Swiggy tarafından paket servis hizmeti sağlanır.

2.4.5. Zomato Altyapı Hizmetleri Bulut Mutfak İş Modeli (üçüncü taraf platformlara ait, çok restoranlı marka, kiralık mutfaklar, vitrinli)

Zomato modeli, kiralık mutfak fikrine dayanmaktadır, ancak ankastre, mutfak ekipmanları ve kapsamlı süreçler içermektedir. Bu modelde Zomato, sipariş talep yönetimi konusundaki bilgi birikimini de paylaşmaktadır. Freshmenu modeli gibi, bu bulut mutfakların da müşterilerin girebileceği bir vitrini bulunmaktadır. Freshmenu örneğine benzer şekilde bir bulut mutfak ve paket restoran arasında bir karışım olduğu söylenebilir. Zomato uygulamasının bilgi ve altyapısı tarafından desteklenmektedir. Bu iş modeli nasıl çalışır:

- Tipik mutfak boyutu: İçindeki mutfak sayısı x 25 m²
- Siparişler sadece Zomato uygulamasından gelmektedir.
- Tek mutfak, birden çok restoran "iş ortağı" markası bulunmaktadır.
- Restoran sadece menüsü ile ilgilenmektedir.
- Zomato siparişleri takip ederek paket servisi gerçekleştiriyor.
- Müşteriler fiziksel vitrinlere yani restorana girme seçeneğine sahiptir.

2.4.6. Kitopi Modeli Bulut Mutfak İş Modeli

Kitopi iş modelinde tamamen dış kaynaklı yemek pişirme ve paket servis kullanılmaktadır. Bu, bulut mutfak iş modeli karışımında nispeten daha yeni bir kavramdır. Bu modelde çağrı merkezi operasyonlarının, mutfağın ve paket servisine kadar her şeyi dış kaynaklardan (outsourcing) temin edebilirsiniz. Mutfak hazırlıklarının büyük bir kısmının dışarıdan alındığı ve mutfağa teslim edildiği bir restorandır. Şefler daha sonra son rötuşları yapmakta ve Kitopi paket servisi hizmeti ile teslimatı gerçekleştirmektedir (Moreno ve Yucaoglu, 2021). Bu iş modeli nasıl çalışır:

- Siparişler, kendi online platformları ve üçüncü taraf platformlar aracılığıyla Kitopi'ye ait çağrı merkezi aracılığıyla gelmektedir.

- Kitopi ham maddeleri satın alır ve depolar.
- Ardından merkezi mutfağında yiyecekleri önceden hazırlar.
- Kitopi daha sonra son dokunuşlar için yiyecekleri mutfığa gönderir.
- Alır ve müşterinize teslim eder.
- Yemek pişirme ve teslimat tamamen dış kaynaklıdır.

2.5. Bulut Mutfak İş Modelinin Avantajları

Goldstein Market Intelligence raporuna (2020) göre, küresel bulut mutfak pazarı 2018'de 700 milyon dolar değerindeydi ve 2017-2030 tahmin dönemi boyunca % 17,25'lik bir büyüme beklendiği ifade edilmektedir. Bu kadar hızlı büyüme beklenen bir iş modelinin farklı uygulamalarla rekabet avantajı kazandığı söylenebilir. Bulut mutfaklar Deliveroo, UberEats, JustEat ve daha pek çoğu gibi dağıtım kanallarının yükselişi, gıda işletmelerinin müşterilerle bağlantı kurmasını ve yemeklerini evlerine kolay ve hızlı bir şekilde teslim etmesini sağlamaktadır. Fiziksel restoranlarla karşılaştırıldığında, bulut mutfakların birincil konumlara yerleştirilmesi gerekmemektedir. Büyük oturma kapasitesi talepleri yoktur ve pahalı bir iç tasarıma ihtiyaç duyulmaz. Bulut mutfakların sanal doğası, onları gayrimenkul konumlarının sadece uygun fiyatlı olduğu kentsel alanlara uygun hale getirmektedir (Greer, 2021). Mülk geliştiricileri, diğerlerinin yanı sıra, kullanılmayan otoparklar, pazar arka tarafları, cep arsaları ve terk edilmiş binalar gibi mülkleri hedefleyerek, gelirden ödün vermeden daha ucuz gayrimenkuller satın alabilir veya kiralayabilirler. Mevcut restoranlar ve yemek alanları da bulut mutfak gibi çalışmaya dönüştürülebilir. Bu nedenle, birçok bulut mutfak işletmesinin, yemek fabrikaları, endüstriyel kantinler ve dükkânlar gibi yemek pişirmeye ve diğer yiyecek hazırlama biçimlerine izin verilen mevcut yerleri tercih ettiği söylenebilir.

Müşteri deneyimi, geleneksel restoran işletmecisinin itibarının büyük bir bölümünü oluşturduğundan, fiziksel restoranlar ağırlıklı olarak dekorasyon ve konsepte bağlı olma eğilimindedir. İç dekorasyonun yanı sıra, yeterli sayıda park yeri de gerektirirler. Premium gayrimenkul fiyatları yüksek olduğunda bu faktörler maliyetli olabilir. Bu arada bulut mutfaklar, birden fazla restoran veya kiracı tek bir tesiste çalıştığı için daha ticari görünme eğilimindedir. Maliyetleri düşürmenin yanı sıra, bu, yaklaşmakta olan ve giden bina sakinleri arasında minimum ve uygun düzenlemeleri gerektirir. Aynı toplama istasyonunu, soğuk hava depolarını, personel duş odalarını, klinikleri, ortak çalışma alanlarını ve diğer olanakları paylaşırlar. Bulut mutfak planlaması ve düzeni de modern bir yaklaşımı takip eder. Buna karşılık, geleneksel restoranlar daha fazla görseleğe, özelleştirilmiş tabelalara, mobilyalara, dekora ve diğer birçok ihtiyaçlara sahiptir (Sarandhar, Mohite ve Kharde, 2021).

Teknoloji sayesinde dünya, yönetilen filo teslimatları ve mutfak otomasyonunun yükselişte olduğu daha gelişmiş bir bulut mutfak uygulaması deneyimleyebilir. Bulut mutfakların yeni teknolojilere hızla adapte olması ve geleneksel restoranlara karşı avantajlarını daha da artırması beklenmektedir (Research and Markets Reports, 2020).

Araştırma ve piyasalar raporuna (2020) göre küresel mutfak pazarı büyüklüğü 2019'da 43,1 milyar ABD doları olarak değerlendirilmiş ve 2021'den 2027'ye kadar % 12,0 ile 2027'ye kadar 71,4 milyar dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir. Bulut mutfak kullanan markalar, sanal restoran veya gerçek mekânda faaliyet gösteren restoran işletebilmektedir. Dahası, diğer tarafta gerçek mekânda faaliyet gösteren restoranlar, daha verimli teslimat sağlamak için ayrı bulut mutfığı kullanabilir. Çok sayıda

alternatife sahip olunması marketler, restoran markaları ve çok markalı restoranlar tarafından bağımsız bulut mutfak kullanımının artmasını, bulut mutfak pazarının büyümesini artırdığı söylenebilir. İnternet kullanımının artmasıyla birlikte çeşitli sosyal medya sitelerinde bulut mutfak pazarındaki önemli isimlerin çoğu, ürünlerini ve hizmetlerini bu sosyal medya platformlarında tanıtmaya stratejisi geliştirmektedir (Research and Markets Reports, 2020).

Sosyal medya pazarlaması, çeşitli şirketler ve endüstriler tarafından ürün tekliflerini tanıtmak için benimsenen ana stratejilerden biridir. Bu nedenle, sosyal medya pazarlamasının kullanımındaki artışın, bulut mutfak pazarının büyümesi için kazançlı bir fırsat sağlaması ve nihayetinde müşterilerini artırması beklenmektedir. Bununla birlikte, Subway, McDonald, Starbucks, KFC, Pizza Hot, Restaurant Brands International ve Dunkin Donut gibi zincir yemek ve hızlı servis restoranlarının sayısındaki artış, bulut mutfak pazarının büyümesini engelleyen en önemli faktörlerden biri olarak belirtilebilir. Buna ek olarak, bu hızlı servis restoranı, daha küçük bulut mutfağının bu devlerle rekabet edemediği için yüksek miktarda likidite ile birlikte küresel bir varlığa sahiptir. Dahası, bu dev hızlı servis restoranları, tüketicileri çeken geniş ürün yelpazesine, birinci sınıf altyapıya ve en iyi yemek dağıtım hizmetlerine sahiptir. Bu nedenle, bulut mutfağının piyasadaki hayatta kalmasını etkilemektedir (Research and Markets Reports, 2020).

2.6. Başarılı Bir Bulut Mutfak İş Modeli Nasıl Oluşturulur?

Gelişmiş gıda dağıtım teknolojisi uygulamalarında ortaya çıkan yeni trend bulut mutfak konseptidir, bu dünya çapında yaygınlaşmış ve popüler hale gelmiştir. Bu konsept en dikkat çekici olduğu aşamada hızlı gelişim göstermektedir (Moyeenuddin vd., 2020). Bulut mutfakla, genellikle yoğun nüfuslu bölgelerde bulunan Kitchens United veya Cloud Kitchens gibi bir tesisteki bir ev sahibinden kiralanır. Oradan, markanızı Deliveroo, UberEats, Just Eat veya DoorDash gibi bir uygulamaya geçirirsiniz ve müşteri kazanmaya başlarsınız. Daha sonra kiralanmış mutfak alanından sipariş gönderimi yapılır. Bulut mutfaklar, tamamen yeni bir iş başlatmak veya mevcut bir markanın teslimat aralığını genişletmek için kullanılabilir. Markalar popüler yemek uygulamaları üzerinden satılabilir fakat bunun için yeni alan kiralamak yerine kendilerine ait donanım kullanılması gereklidir.

Popüler yemek uygulama veya siteleri arama motorları gibi çalışmakta ve görünürlük elde etmek zor olmaktadır. İşletmelere tanıtımları veya görünürlük sağlamaları için eşit olarak fırsat verilmemekte ve haksız bir durum oluşması oldukça muhtemeldir. Popüler yemek uygulayıcıları ilk sayfada yer almak isteyen işletmelerden prim almaktadır. Yeni veya eski bir bulut mutfağın, ürün ve hizmetler hakkında farkındalık yaratmak için bir pazarlama planına sahip olması önemlidir. Bir bulut mutfağının nasıl farkındalık yaratacağına ve ilk kez müşteri kazanacağına dair bir yol haritası olmalıdır. Sonuç almak için yalnızca yemek uygulamalarına bağımlı olmak sıkıntıya sebep olabilir. Çoğu zaman, bulut mutfak sahibi ilk kez iş girişiminin ne kadara mal olacağını tahmin etmek için hesaplamalarında gözden kaçırabildiği önemli hususlar olabilir. Genellikle internette bulunan yanıltıcı ya da asılsız bilgiler sorun yaşanmasına ve daha da kötüsü, belirsiz ve hatalı hesaplamalara dayalı olarak kazanılan gelir ve kârlar için fazla hesaplama yapılabilir (Hanet, 2019).

Bir bulut mutfak iş modeline başlamak kazançlı olsa da, kapsamlı bir planlama gerektirir. Deneyimli bir el yardımı ile detaylı finansal planlar oluşturulmalıdır. Etki alanı uzmanlığına sahip deneyimli bir el, gıda işinin maliyet yapısının ne olduğu

konusunda rehberlik edebilecektir. İnternette bulunan bilgiler yanıltıcı değilse de genellikle eksiktir. Her işletme benzersizdir (Hanet, 2019). Bulut mutfak inşa etmek kolay ama işletmek daha zordur. Sorunlar, ilk sahibinin bilgisizliği ile daha da artmaktadır. Kârsız bir ticari girişimin kötülükleri genellikle sistem eksikliğinden kaynaklanır. İyi yemek, pazara girmenin fiyatıdır ve belgelenmiş yöntemler, operasyonların verimli bir şekilde yürütülmesine yardımcı olacaktır. İlk kez bulut mutfak sahiplerinin, daha fazla çeşitliliğin daha fazla satışla sonuçlandığı yansımalarında oldukları söylenebilir. Büyük çeşitlilik, sistemde herhangi bir verimsizliğe neden olabilir. Yani önemli stok seviyeleri, üretim sürelerini arttırır, hazırlık ve personel için süreyi uzatabilir. Menü öğelerini sürekli ekleyip çıkararak menüyü yenilemek daha iyi bir yöntem olarak görülebilir.

Yeni bir bulut mutfak sahibi, hayalin peşinde koşarken, sık sık bir ürün yaratmak veya sunmak istediğini çünkü başka hiç kimse sağlamadığını söyleyecektir. Ürün odaklı olmak, arz yönlü bir düşüncedir. Müşteri odaklı düşünmek ve müşteriye dikkate almak daha fazla etkili bir stratejidir. Yeni markalar koymak, bir gelir maksimizasyonu stratejisi değil, bir risk azaltma stratejisidir. Amacınız mutfak düzeninizde mümkün olan maksimum üretim kapasitesine ulaşmaktır. Aynı ekipman ve insan kaynaklarını kullanarak üretim kapasitenizi en üst düzeye çıkarmanıza olanak sağlayacak bir mutfak alanı tasarlamaya zaman ayırmak daha faydalı olacaktır.

Markaya olan talep, müşterilerin arama niyetine ve menünün algılanan değerine göre değişir. Daha önce de belirtildiği gibi, müşteri profiline yönelik odaklanmış bir menüye sahip olunması, bu ihtiyacı karşıladığından daha karlı olacağı söylenebilir. Yeni markalar farklı mutfaklardan olabilir, ancak bu durum mutfağın ek düzeneğe, insan kaynaklarına ve malzemelere ihtiyaç duymasına neden olacaktır. Hedeflenen müşteri için değer yaratmaya odaklanan mevcut bir mutfak için yeni menü kategorileri oluşturmaktır. Bu malzemelerin daha iyi kullanılmasını, aynı işgücünden faydalanılmasını sağlayacaktır.

Choudhary (2019), müşteri, rakip, pazar ve çevre açısından iş modeli pazarlama stratejileri ve analizi açısından bulut mutfağından bahsediyor. Bununla birlikte, stratejik belirsizlikler, özellikle rekabet yoğunluğu göz önüne alındığında, bulut mutfak hizmetlerinin pazar konumunu sürekli analiz etmesi ve yenilikçi stratejilerle pazar değişikliklerine uyum sağlaması gerekmektedir.

3. Araştırma Yöntemi

Yiyecek içecek sektöründeki hızlı gelişme ve bulut mutfak iş modeli inovasyonunun araştırma alanı yeni gelişmiştir ve bu nedenle nasıl uygulandığına ilişkin sınırlı miktarda bilgiye sahiptir ve şirketlerin dijital dönüşümünün bağlamsal koşullarla ilişkisi ne derecede önemli olmaktadır. Bu tür durumlarda, olguyu araştırmacının güçlü ve güvenilir bir teori katkısına yol açan gerçekliği, sosyal ortamı ve örgütsel süreçleri derinlemesine anlamasını sağlayan vaka çalışmaları gibi keşif yöntemleriyle araştırmak gereklidir (Blaikie, 2010). Vaka çalışması araştırma yöntemi açıkça tanımlanmadığında olgu ile bağlam arasındaki sınırları belirlemek için özellikle yararlıdır (Blaikie, 2010; Yin, 2014). Vaka çalışmaları sosyal bilimlerde geçerli bir araştırma yöntemi olarak kabul edilmiş olsa da Yin'e (2014) göre, vaka çalışmalarına karşı argümanın, özellikle ilgili endişelere yol açan sistematik prosedürlerin eksikliği olduğuna inanılmaktadır. Diğer taraftan, Eisenhardt ve Graebner (2007) vaka çalışmalarından teori oluşturmanın şaşırtıcı derecede nesnel olduğunu ve araştırmacıları verilere yakın tutmanın onları dürüst kılan şeyin olduğunu

savunmaktadır. Bu nedenle, vakalar, araştırılan olguların zenginliğini ve bağlamını korumakla birlikte deneysel araştırma ve teori oluşturma için önemli bir yöntemdir (Blaikie, 2010). Bu çalışma için dünya genelinde ve ülkemize ait bulut mutfak iş modeli vakaları araştırılırken, kitaplar, gazete makaleleri, dergiler, ticari ve iş dergileri, bloglardaki makaleler, yazılar ve web sayfaları bilgilerinden oluşan ikincil verilerden yararlanılmıştır. Elde edilen bilgiler bu alandaki literatüre katkı olması amacıyla kavramsal olarak sunulmuştur.

4. Araştırma Bulguları

4.1. Dünyadan Bulut Mutfak İş Modeli Uygulama Örnekleri

Hindistan'ın yemek dağıtım pazarı hızla büyüyor ve 15 milyar dolar değerinde olduğu belirtilmektedir. Çevrimiçi yemek dağıtım sisteminde 2017 yılında 2018'e kıyasla yaklaşık yüzde 150'lik bir artış olmuştur. Çevrimiçi yemek dağıtım sistemi 300 milyon dolar değerindedir ve bunun bulut mutfak pazarının 200 milyon dolarlık katkısı vardır. Çevrimiçi teslimat pazarındaki gelirin yıllık % 9,1'lik bir büyüme oranı (2019-2023) beklendiği belirtilmektedir (Choudhary, 2019). Hindistan'da yeni uygulamalar, Hint kadınların gıda sektörüne başlamasına teşvik etmektedir. Curryful, Homefoodi ve Nanighar gibi yeni uygulamalar, ev kadınlarının evlerinin rahatlığında yemeklerini hazırlama becerilerini kullanmaktadır. Swiggy ve Zomato gibi küresel yemek dağıtım uygulamalarında bir patlama olduğu için, fiziksel varlığı olmayan ve yalnızca teslimat modeli olan restoranlar olan bulut mutfakları popülaritesi Hindistan'da giderek artmaktadır (Shende ve Darekar, 2020). Hindistanda ki bulut mutfak iş modellerini incelemiş ve şu bulguları belirlemişlerdir. Hindistan'da bir bulut mutfak işine başlamak için gereken minimum yatırım geleneksel restoran girişimleri için gerekli olan yatırımdan daha azdır çünkü minimum gereksinim mutfak kurulumu olduğundan bağımsız restoranlarda zorunlu olan ambiyans, oturma alanı diğer ekstra harcamalar gerekli değildir. Bulut mutfak sahiplerinin büyük çoğunluğunun, maksimum müşteriye ulaşmak için Swiggy, Zomato, Uber eats, Food Panda vb. gibi mevcut tüm çevrimiçi teslimat portallarını kullandığı tespit edilmiştir. Aynı çalışmada bulut mutfakların çoğunun günde 12 ila 16 saat çalıştığı, nitelikli işgücü gereksinimi mutfakta servis edilen menünün türüne bağlı olduğu, bulut mutfak sahiplerinin büyük çoğunluğunun günün her saatinde yemek servisi yaptığı belirlenmiştir. Hindistan bulut mutfaklarının büyük çoğunluğunun müşterilerden gelen değerli geri bildirim ve önerileri uyguladığı tespit edilmiştir, bu sürekli iyileştirme ve müşteri memnuniyetine büyük ölçüde yardımcı olmaktadır (Shende ve Darekar, 2020). Çok fazla yatırım tasarrufu sağlaması, yakın tarihli bir ankete göre, restoran sahiplerinin % 67'si bir sonraki çıkışları olarak bir bulut mutfağı açmak istedikleri belirtilmiştir. Faasos bulut mutfak, 2011 yılında Hindistan'da kurulmuştur. Bugün Faasos bulut mutfak iş modeli, dört farklı marka için paket servis yapan 160'tan fazla mutfağa sahiptir. Buna Faasos, Behrouz, Oven Story - bir pizza markası ve Firangi Bake dahildir. Ana odak noktaları BAE, Endonezya, Tayland ve Vietnam'dır (Shende ve Darekar, 2020).

Endonezya'daki bulut mutfak pazarı, özellikle canlı bir ekonomi merkezi olan ve 10 milyondan fazla kişiye ev sahipliği yapan Jakarta'da ivme kazanıyor. Grab, 2018 yılında "Grabkitchen" adlı ilk bulut mutfak modelini piyasaya sürdü. Grab'ın bulut mutfağını piyasaya sürmesinden bir yıl sonra, aynı zamanda Grab'ın rakibi olan Gojek, Dapur Bersama "GoFood" adlı kendi bulut mutfağını da piyasaya sürmüştür. Everplate, Yummykitchen, Kita Kitchen, Telepot ve Eatsii uygulamaları pazara girmeye başladı. Jakarta'da yedi operatör tarafından işletilen 500'den fazla mutfak bölmesinden oluşan yaklaşık 70 bulut mutfak şubesi olduğu bilinmektedir.

Endonezya'nın bulut mutfak girişimi Yummy, SoftBank Ventures Asia'nın liderliği üstlendiği B Serisi yatırım turunda 12 milyon dolar yatırım almıştır. Yummy bulut mutfak bugüne kadar aldığı toplam yatırım miktarı 19,5 milyon dolara ulaşmıştır.

Filipinler'de ortaya çıkan CloudEats girişimi, henüz geçtiğimiz 2019 yılının Haziran ayında kurulan yeni bir girişimdir. CloudEats'in yatırımcıları arasında gayrimenkul ve yiyecek-içecek sektöründe faaliyet gösteren yerel ve melek yatırımcılar yer almaktadır. Aldığı ilk yatırımın miktarı 1.4 milyon dolar olarak kayıtlara geçen CloudEats, bu fonu hem Filipinler'de hem de Güneydoğu Asya pazarında genişlemek amacıyla kullanmak istemektedir.

Almanya merkezli bulut mutfak uygulaması Vertical Food 2017'de Berlin'de kurulmuştur. Vertical Food, Almanya'nın başkentinde çeşitli mutfaklara ait yiyecekler sunmaktadır. Firma, başlangıçta Hamburg, Frankfurt ve Köln dâhil olmak üzere ülkenin en büyük şehirlerine odaklanarak hizmetini Almanya'nın dört bir yanına taşımayı hedeflemektedir (Best, 2021).

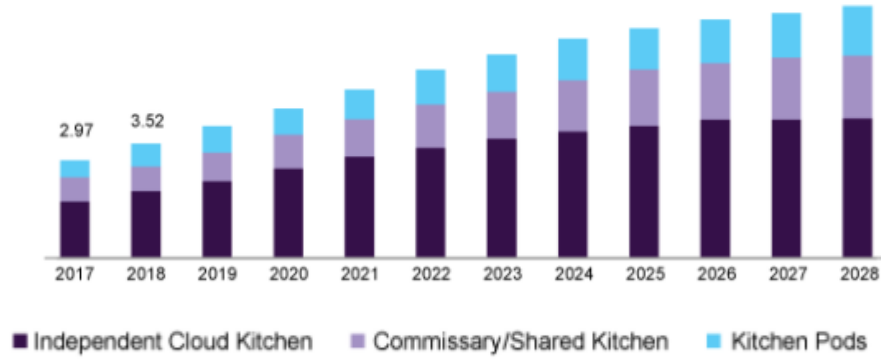
Birçok yönden, bulut mutfaklar COVID-19 salgının kurtarıcısı olmuş ve restoranların yemek yiyenlerin işyerlerini ziyaret etmesini yasaklayan kısıtlamalara rağmen hizmet vermeye devam etmesine izin vermiştir. Salgın sürecinde gelişen ve dikkat çeken sadece bulut mutfaklar olmamıştır, hem ulusal hem de küresel düzeyde faaliyet gösteren teslimat ve ulaştırma platformları da bu süreçte gelişmiştir.

Şu anda 7 milyar dolar değerinde olan İngiltere'de kurulmuş olan yemek dağıtım firması Deliveroo, 180 milyon dolarlık son fon kazancını kısmen bulut mutfaklara yatırım yapmak için harcayacağını belirtmiştir. Bu tür bir model, ortak oldukları ortak çalışan mutfaklardan teslim edilen siparişler için bir komisyon talep eden, sahip olduğu bir toplayıcı olan Deliveroo Modelidir (Drahokoupil ve Piasna, 2019). Deliveroo, müşterinin kendilerine yakın restoranlardan yemek sipariş etmesine olanak tanıyan bir çevrimiçi yemek dağıtım hizmetidir. Deliveroo kullanıcıları, hem Android hem de IOS'ta bulunan web siteleri veya mobil uygulamaları aracılığıyla yemek sipariş edebilir. Platform altında tüketici modeline göre çalışan Deliveroo, hiçbir yiyeceği kendi başına pişirmemektedir. Bunun yerine, faaliyet gösterdikleri şehirlerdeki yerleşik restoranlarla ortaklık kurmaktadır. Deliveroo, yalnızca yüksek kaliteli restoranlara odaklanarak kendisini mevcut yemek dağıtım hizmetlerinden ayırmaktadır. Bu, hem yemek hem de teslimat için daha yüksek fiyatlar talep etmelerine neden olmaktadır (Drahokoupil ve Piasna, 2019).

Bulut mutfak için bir başka teslimat ve ulaştırma platformu iş modeli ise, hem teslimatın hem de pişirmenin tamamen üçüncü bir tarafa yaptırıldığı Dubai merkezli Kitopi'dir. Bulut mutfakların en önemli avantajının daha düşük işletme maliyetleri ve başlangıç giderlerine sahip olmaktır. Kitopi, dünyanın önde gelen bulut tabanlı mutfak platformlarından biridir. Ocak 2018'de kurulan Kitopi, şu anda 150'den fazla restoranın teslimat hizmetleri çağına uygun hale gelmesine yardımcı oluyor. Son teknoloji mutfaklar ve eğitilmiş personel, Kitopi'nin başarısının temelini oluşturmaktadır (Kitopi, 2021).

Bulut mutfak iş modeli ABD'de Cloud Kitchen, Reef Technologies, Zuul ve birçok şirketle piyasaya hâkim olmaya çalışmaktadır. Deliveroo, konsepti İngiltere ile Avrupa pazarında başlatırken, Kanada'da Recipe Unlimited ana akım markalar için Ultimate Kitchens konseptiyle piyasaya girmiştir. Cloud Kitchens, eski Uber kurucusu ve arkasında 400 milyon dolar olan Reef, Softbank tarafından

desteklenmekte ve Deliveroo ise Amazon şirketi tarafından yatırım desteği almıştır. Bu iş modellerinin ABD, İngiltere ve Kanada'da hızlı bir şekilde gelişmesi her büyük oyuncunun kendi alanlarına çekmeye çalıştıkları farklı teşvikler ve gıda işletmeleri türleri olmasından ve en önemli avantajları ise çalıştırdıkları alanlar için kira ve ekipman maliyetlerini finanse etme kabiliyetleri olduğu söylenebilir. Bu büyük ölçekli uygulamaların yanı sıra, 5-10 restoran markasının bulunduğu alanları işleten orta büyüklükte bulut mutfaklarda çok yaygındır. Örnek olarak Kanada'da Toronto bölgesinden web sitesinde listelenen 8 restorana sahip Kanada'daki Kitchen Hub verilebilir. Bu iş modeline diğer bir örnek, kısa süre önce 1 milyon euroluk bir yatırım toplayan Portekiz, Lizbon'daki Kitch'dir.



Şekil 1. Amerika Birleşik Devletleri 2017-2028 Yılları Arası Bulut Mutfak Pazar Büyüklüğü

Amerika Birleşik Devletleri'nde salgın sürecinde çevrimiçi yemek dağıtım hizmetlerine yönelik artan talep, birçok restoran işletmesini müşterilere hizmet vermek ve sipariş oluşturmak için bulut mutfak satış noktaları açmaya teşvik etmiştir. Şekil 1'de bağımsız bulut mutfaklar, ortak mutfaklar ve bölünüş mutfakların pazar paylarının artış eğilimi gösterilmiştir. Küresel bulut mutfak pazarı 2020'de önemli ölçüde arttı ve önümüzdeki dört yılda, yani 2021-2025'te pazarın önemli ölçüde artacağı tahmin ediliyor. Akıllı telefon kullanımının artması, hızlı kentleşme, artan genç nüfus, sosyal medyanın artan etkisi, düşük maliyetler ve yatırımlar ve dijital siparişler için artan tüketici tercihi nedeniyle küresel bulut mutfak pazarının artması bekleniyor.

4.2. Türkiye'de Bulut Mutfak İş Modeli Örnekleri

Bulut Mutfak kavramının ülkemizdeki yeni bir temsilcisi ve iş modeli örneği olarak Paket Mutfak girişimi restoran açmak isteyenlerin sermaye harcamadan paket servis şubesi açmasını sağlayan girişim fırsatı olarak 2019 yılında İstanbul'da kurulmuştur (Öğütçü, 2020). Girişim, yeni bir paket servis şubesi açmak isteyen müşterilerin mutfaklarını onlar için temin etmekte olup, bunun yanı sıra, kurye operasyonu, sipariş yönetimi, tahsilat, güvenlik ve bakım gibi operasyon yüklerini de üstlenmektedir. Paket Mutfak, İstanbul'un yüksek nüfuslu bölgelerinde bulunan boş alanları ve depoları sadece paket servis hizmeti veren paket mutfaklara dönüştürmektedir (Öğütçü, 2020). 10-15 adet mutfağın tek bir binayı paylaştığı bu konseptte, bina içerisindeki mutfaklardan her biri farklı bir restoranı temsil etmekte olup, bu restoranlar sadece paket servise odaklandığı için, içerilerinde müşterilerin

oturabileceği masalar bulunmamakta ve restoranlar siparişlerini Yemeksepeti, GetirYemek, Zomato gibi çevrimiçi sipariş platformları veya telefon yoluyla almaktadır (Öğütçü, 2020).

Diğer bir bulut mutfak örneği çoklu marka bulut mutfak projesi olarak faaliyet gösteren Avane Cloud Kitchens, 2020'de İstanbul'da kurulmuştur. Tamamen paket servis odaklı olmalarının, yatırım ve işletme maliyetlerini geleneksel restoranlara göre ciddi oranda düşürdüğünü; tek bir lokasyondan 20'nin üzerinde marka çıkmasının ise verimliliği maksimize edip gıda sektörünün en önemli maliyet kalemlerinden olan ham madde ve bitmiş ürün israfını ortadan kaldırmalarını sağladığını vurgulanmaktadır (Ulukan, 2020). Tek bir lokasyonda 20'nin üzerinde sanal restoran kurup müşterilerine tamamen paket servis üzerinden hizmet verilmesini sağlayan Avane Cloud Kitchens, bu markalardan 15'nin kendi kurduğu markalardan oluşacağını belirtmektedir (Ulukan, 2020).

İstanbul'da 2020 yılında kurulan bir diğer bulut mutfak ise Bundle Kitchen adlı bulut mutfak girişimidir. Bundle Kitchen ana markası altında üç farklı yan markayla paket servisi hizmeti vermeye başlamıştır. Paket servisi için Yemek Sepeti ve Fuudy ile anlaşma yapıldığı ve daha fazla gelişmelerle çalışmalarını devam ettirecekleri belirtilmektedir (Akgün, 2020). Bir diğer örnek ise paket servis için anahtar teslim çözüm sloganıyla faaliyetine İstanbul'da başlayan Xkitchen bulut mutfak girişimi hızlı bir şekilde dünya genelinde büyümeye odaklanmaktadır.

5. Sonuç

Restoranların COVID-19 salgını sonrası pazar dinamiklerine nasıl tepki verdikleri ile ilgili çalışmalara ihtiyaç olduğu söylenebilir. Salgın sürecinde ve sonrasında kısıtlamalar kaldırıldıktan sonra bile, müşteriler muhtemelen hala çok fazla hasta olacakları konusunda endişelenecek ve eve sipariş vermeyi tercih edeceklerdir. Sosyal mesafenin korunmasına devam edileceği de muhtemeldir. Kısıtlamalar kalksa ve normal yaşama dönülse bile insanlar yoğun yerlere gitme konusunda hala şüpheli olacaklardır. Uzmanlara göre restoranların mağaza içi satışlarının yarı yarıya düşmesi beklenmekte ve teslimat işi tüm hızıyla artmaya devam etmektedir.

Tüm bu nedenler gelecekte bulut mutfaklara ve dijital gıda endüstrisine büyük yatırımların olacağını ve sermayeyi, işçiliği ve değişken maliyetleri azaltmaya yardımcı olacak birçok yatırımcının etkin rol oynayacağını göstermektedir. Bu iş modeli inovasyonunu restoran, yemek ve teslimat deneyimini yeniden keşfetmek için bir fırsat olarak kullanmak isteyen yeni gıda girişimcilerini ve yaratıcı endüstri iş modellerini destekleyecek olanları haklı çıkararak bir iş modeli inovasyonu olacaktır. Ancak tüketiciler yani müşteriler son kararı veren ve bu iş modelinin kaderini belirleyen olacaktır.

Genel olarak, bulut mutfak konseptinin temelini oluşturan iş modeli inovasyonu, restoran iş modelinin kendisinin geleceğe hazır olmasına yardımcı olmak için çok önemlidir. Yüksek kiralar, sabit maliyetlerin fazlalığı ve geleneksel restoran modelinin diğer gereklilikleri, mevcut bağlamda bulut mutfaklar boşluğu doldurmak için devreye girdiğinden uzun vadeli sürdürülebilirlikleri pek çok tartışmanın konusu olacaktır. Bulut mutfak iş modeli doğru planlanır, en son teknolojiyi uygulamaları takip edilir ve kaliteli yemek ve hizmetler sunulursa, kesinlikle rekabette üstünlük sağlayacak bir sektör olduğu söylenebilir.

Bulut mutfakların birden fazla iş modeli olabilir. Marka odaklı yemek pişirmekten üçüncü taraf yemek dağıtımına kadar, bulut bir mutfak, fiziksel bir konumun olmaması nedeniyle mevcut esnek seçeneklerden herhangi birini kullanabilir. Tek markalı bulut mutfaktan çok markalı bulut mutfağa kadar, bulut bir mutfağın seçebileceği farklı modeller bulunmaktadır.

Bu araştırmada COVID-19 sürecinde hız kazanmış, ilk örnekleri dünya genelinde 2018 yılında görülen bulut mutfak iş modeli inovasyonu farklı açıdan ele alınmıştır. Dünyadan ve ülkemizden en fazla bilinirliği olan bulut mutfak vakaları araştırılmış ve sunulmuştur. Çok farklı amaçlarla ve farklı modellerde uygulamaların olduğu görülmektedir. Bulut mutfak iş modeli inovasyonu tüm dünya üzerinde hızlı bir şekilde yayılma göstermiştir. Fakat COVID-19 salgını ile birlikte en fazla karşılaşıldığı bölgelerin Hindistan, Filipinler, Endonezya ve Dubai gibi ülkeler olduğu belirlenmiştir. Bu bölgelerde halen çok hızlı bir şekilde yayıldığı söylenebilir. Ülkemizde de hızlı bir şekilde gelişme kaydedilmektedir. Her geçen gün bölgesel düzeyde kurulan yeni mutfak iş modelleri ortaya çıkmaktadır. Çünkü halen salgın devam etmektedir ve süreç belirsizliğini korumaktadır. İş modelleri üzerinde içinde bulunulan bağlamsal koşulların etkisi bu inovasyonlara yön vermektedir ve rekabet çok büyük olacaktır. Büyük şehirlerde dışarıdan yemek siparişi etmek ve hazır yemek tercih etmek hayat koşulları ve tarzlarındaki değişimin de sonucudur. Gelecekte daha fazla bu yönelimlerin artacağı ve talebin fazlalaşacağı söylenebilir.

Bu araştırma henüz oluşmamış bir literatüre katkı sağlamak amacıyla kısıtlı ve sınırlı kaynak ve veriyle yapılmıştır. Çalışmanın amacı kavramsal bir oluşumu detaylı olarak açıklamak ve literatüre katkı sağlamaktır. Bu araştırmanın gelecekte yapılacak çalışmalara kaynak olabilmesi ve yol gösterici olması hedeflenmiştir. Salgın sürecinde ortaya çıkan ve araştırılması gereken birçok farklı iş modeli ve uygulamalar bulunmaktadır.

Referanslar

- Akgün, Müge, (2020). Hayalet mutfaklar dönemi. Erişim adresi: <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/muge-akgun/hayalet-mutfaklar-donemi-41686597>.
- Behrend, T., Wiebe, E., London, J. & Johnson, E. (2011). Cloud computing adoption and usage in community colleges. *Behaviour & Information Technology*, 30(2), 231-240.
- Best, D. (2021). Unilever in Germany ghost kitchen tie-up. Erişim adresi: https://www.just-food.com/news/unilever-in-germany-ghost-kitchen-tie-up_id145429.aspx.
- Blaikie, N. W. H. (2010). *Designing social research: the logic of anticipation*, Cambridge: Polity Press.
- Chesbrough, H. W. & Appleyard, M. M. (2007). Open innovation and strategy. *California Management Review*, 50(1), 57-76.
- Choudhary, N. (2019). Strategic analysis of cloud kitchen-a case study. *Management Today*, 9(3), 184-190. doi:10.11127/gmt.2019.09.05.
- De Man, A. P. & Luvison, D. (2019). Collaborative business models: aligning and operationalizing alliances, *Business Horizons*, 62(4), 473-482, doi: 10.1016/J.BUSHOR.2019.02.004.
- Drahokoupil, J. & Piasna, A. (2019). Work in the platform economy: Deliveroo riders in Belgium and the SMART arrangement. *Working Paper*. European Trade Union Institute.

- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14, 532-550.
- Eisenhardt, K. M. & Graebner, M. E. (2007). Theory building from cases: opportunities and challenges. *Academy of Management Journal*, 50, 25-32.
- Greer, D. (2021). Ghost Kitchen? a primer on the concept and how it's being used in the pizza space. Erişim Adresi: <https://pizzatoday.com/departments/features/ghost-kitchen/>
- Hanet, I. (2019). Dark kitchen business models and how they work. Erişim adresi <https://www.deliverect.com/blog/dark-kitchens/dark-kitchen-business-models-and-how-they-work>
- Kemp, E. (2020). Ghost ops: counterfeit kitchens in the pandemic age. *A report on Los Angeles' cloud kitchen scene*, prepared by Bakersfield.
- KITOPİ Investment Deck Report (2021). KITOPİ is the world's first managed cloud kitchen network. Erişim adresi <https://www.skyrocketbpo.com/wp-content/uploads/2019/07/Kitopi-Investment-Deck.pdf>,
- Kumar, P. R. (2019). Cloud kitchen: A sising stone for the food service industry. Erişim adresi: www.entrepreneur.com:https://www.entrepreneur.com/article/337569
- Mokhtar, F. & Lee, Y. (2021). JD.com's Southeast Asia chief to join cloud kitchen startup. Erişim adresi <http://www.bloomberg.com>.
- Moreno, A. & Yucaoglu, G. (2021). Kitopi: Behind the scenes. Harvard Business School Multimedia/Video Supplement, 621-709.
- Moreno, A., and, Yucaoglu, G. (2021). Kitopi: The brave new world of cloud kitchens. *Harvard Business School Case 621-102*, April 2021. (Revised May 2021).
- Moyeenudin, H. M., Anandan, R., Shaikh, J. & Bindu, G. (2020). A research on cloud kitchen prerequisites and branding strategies. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering (IJITEE)*, 9(3), 983-987.
- Öğütçü, H. (2020). Paket Mutfak: Restoran sahiplerinin sermaye harcamadan paket servis şubesi açmalarını sağlayan girişim. Erişim adresi: <https://egirisim.com/2020/08/16/paket-mutfak-restoran-sahiplerinin-sermaye-harcamadan-paket-servis-subesi-acmalarini-saglayan-girisim/>
- Paunov, C. & Planes-Satorra, S. (2019). How are digital technologies changing innovation? Evidence from agriculture, the automotive industry and retail. *OECD Science, Technology and Industry Policy Papers*, 74, Paris: OECD Publishing, doi: 10.1787/67bbcafe-en.
- Putnam, L. L., Fairhurst, G. T. & Banghart, S. (2016). Contradictions, dialectics, and paradoxes in organizations: A constitutive approach. *The Academy of Management Annals*, 10(1), 65-171.
- Rachinger, M., Rauter, R., Muller, C., Vorraber, W. & Schirgi, E. (2019). Digitalization and its influence on business model innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 3(8), 1143-1160, doi: 10.1108/JMTM-01-2018-0020.
- Research and Markets Reports. (2020). M2PressWIRE Insights on the worldwide cloud kitchen market to 2027 - by type, product type and nature. Erişim adresi: <https://www.researchandmarkets.com/r/eqw225>
- Sarangdhar, P. Mohite, V. & Kharde, S. (2021). A study on emerging concept of cloud kitchen in India. *UGC Care Journal*, 44 (1) (III).
- Shende, K. M. & Darekar, S. P. (2020). To study the awareness and emerging concept of dark kitchen from customer's perspective. *Journal of Xidian University*, 602-612, <https://doi.org/10.37896/jxu14.5/063>

- Statista Report, (2021). Gross food sales of Grubhub Inc. worldwide from 2011 to 2020. Erişim adresi: <https://www.statista.com/statistics/1078732/cloud-kitchen-market-size-us/#statisticContainer>
- Tian, L., Lin, C. & Ni, Y. (2010). Evaluation of user behavior trust in cloud computing. *2010 International Conference on Computer Application and System Modeling* içinde (567–572 ss.), Taiyuan, China.
- Ulukan, G. (2020). Restoran sahiplerinin sermaye harcamadan paket servis şubesi açmasını sağlayan girişim: Paket Mutfak. Erişim adresi: <https://webrazzi.com/2020/08/12/restoran-sahiplerinin-paket-servis-subesi-acmasini-saglayan-girisim-paket-mutfak/>
- Vagnoni, E., Vagnoni, E., Khoddami, S. & Khoddami, S. (2016). Designing competitiveness activity model through the strategic agility approach in a turbulent environment. *Foresight*, 18, 625-648.
- Voi, H., Light, A. & Rowland, C. (2011). Towards interusability: HCI for cloud computing and embedded devices. *CHI 2011*, Vancouver, BC, Canada, May 7–12, 2011.
- Weick, K. E. & Quinn, R. E. (1999). Organizational change and development. *Annual Review of Psychology*, 50(1), 361-38
- Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods*. Los Angeles, CA: Sage.

COVID-19 PANDEMİ DÖNEMİNDE ÖĞRETMENLERİN ÖRGÜTSEL YABANCILAŞMA EĞİLİMLERİ İLE TÜKENMİŞLİK SEVİYELERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

EXAMINING THE RELATIONSHIP BETWEEN TEACHERS' ORGANIZATIONAL ALIENATION TENDENCIES AND BURNOUT LEVELS DURING THE COVID-19 PANDEMIC PERIOD

E dip ÖRÜCÜ⁽¹⁾, İtir HASIRCI⁽²⁾, Erhan ERGENLER⁽³⁾

Öz: Bu araştırmanın amacı Covid-19 pandemi döneminde uzaktan eğitim ile öğrencilere destek sunma gayreti içerisinde olan öğretmenlerin örgütsel yabancılaşma eğilimleri ile tükenmişlik seviyeleri arasındaki ilişkiyi tespit etmektir. Araştırmanın evrenini Balıkesir'in Gönen ilçesinde bulunan okullarda görev yapmakta olan 400 öğretmen oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise aynı ilçede görev yapan 196 öğretmen oluşturmuştur. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Araştırma verileri Maslach Tükenmişlik Envanteri Ölçeği (1981) ve Seeman (1959) Örgütsel Yabancılaşma Ölçeği ile toplanmıştır. Toplanan veriler frekans analizi, güvenilirlik analizi, normallik testi, korelasyon analizi ve regresyon analizine tabi tutulmuştur. Öğretmenlerin örgütsel yabancılaşma eğilimleri, alt boyutları ve tükenmişlik seviyeleri arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla yapılan korelasyon analizinin neticesine göre öğretmenlerin örgütsel yabancılaşma eğilimleri ile tükenmişlik seviyeleri arasında anlamlı ilişkilerin olduğu görülmüştür. İki değişken ve örgütsel yabancılaşmanın alt boyutları arasında yapılan regresyon analizi sonuçları örgütsel yabancılaşmanın, kuralsızlık ve yalıtılmışlık alt boyutlarının tükenmişliğin bir yordayıcısı olduğunu göstermektedir. Elde edilen bulgular literatür doğrultusunda tartışılmış, uygulamaya dönük önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Yabancılaşma, Yalıtılmışlık, Tükenmişlik, Öğretmen.

Abstract: The aim of this research is to determine the relationship between the organizational alienation tendencies of teachers who are trying to support students with distance education and their burnout levels during the Covid-19 pandemic period. The universe of the research consists of 400 teachers working in schools in Gönen district of Balıkesir. The sample of the study consisted of 196 teachers working in the same district. Questionnaire was used as a data collection method in the research. Research data were collected with Maslach Burnout Inventory (1981) and Seeman (1959) Organizational Alienation Scale. The collected data were subjected to frequency analysis, reliability analysis, normality test, correlation analysis and regression analysis. According to the results of the correlation analysis, it was seen that there were significant relationships between teachers' organizational alienation tendencies and burnout levels. Regression analysis results show that organizational alienation, rulelessness and isolation sub-dimensions are predictors of burnout. The findings were discussed in the light of the literature, and practical suggestions were made.

Keywords: Organizational Alienation, Isolation, Burnout, Teacher.

JEL: M12, M54.

⁽¹⁾ Bandırma Onyed i Eylül Üniversitesi, İktisad i ve İdar i Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü; eorucu@bandirma.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3301-7496

⁽²⁾ Bandırma Onyed i Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü; itir8686@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5449-2640

⁽³⁾ Bandırma Onyed i Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü; erhanergenler@hotmail.com; ORCID: 0000-0001-9231-3861

1. Giriş

Örgütlerin etkinliklerini geliştirebilmeleri açısından önemli bir yere sahip olan örgütsel yabancılaşma ve tükenmişlik kavramları, psikoloji, sosyoloji, hukuk ve tıp alanlarında kullanılmaktadır. Günümüz şartlarında artarak devam eden yabancılaşma ve tükenmişlik olguları, bireyleri hem kendi değerlerine hem de topluma karşı duyarsız hale getirmekte ve üretime katkı sağlamalarına engel olmaktadır (Özler ve Özçınar, 2011: 298). Özellikle günümüz pandemi şartlarında uzaktan eğitim ile öğrencilere destek ve motivasyon sağlayan öğretmenlerin bireysel performanslarına değer verilmesi, örgüt içindeki sorunları çözmek için fırsat tanınması örgüte sayısız fayda sağlayacaktır (Atik ve Özer, 2020: 450). Öğretmenlerin iş tatminlerinin ve güdülenmelerinin fazla olması, örgüt kültürünün tüm bireylerce benimsenmesi, örgüt içi kimlik oluşumu, performans artışı bu faydalara örnek olarak verilebilir. Bu faydaların tersi bir durum seyrettiğinde ise örgüte yabancılaşma, tükenmişlik, çalıştığı örgütün başarısına ilgi duymamak gibi negatif davranışlar ortaya çıkabilecektir. Örgütsel yabancılaşma ve tükenmişlik en az seviyeye indirgendikçe, eğitim-öğretim kurumlarının faaliyetlerini daha verimli bir şekilde yerine getirebileceği söylenebilir (Seferoğlu vd., 2014: 355, Palta, 2018: 1673). (İnsanlık tarihinde ortaya çıkan büyük salgınların toplumlara ekonomik ve sosyal olarak olumsuz etkileri olduğu bilinen bir gerçektir. Toplumlar ve organizasyonlarda pandemi dönemlerinde oluşan olumsuzlukları açıklamaya dönük sosyal değişim kuramı ışığında bu çalışmanın varsayımları ve hipotezleri geliştirilmiştir. Sosyal değişim kuramının temel prensibi karşılıklılık normudur. Sosyal değişim kuramı, bir etkileşim durumunda bireyler ve gruplar arasındaki kaynak alışverişini anlama ile ilgili genel bir sosyal bilim kuramıdır (Kulualp ve Sarı, 2019: 661).

Covid-19 virüsü ile süregelen eğitim öğretim sistemindeki değişimlerin, öğretmenlerin örgütsel yabancılaşma eğilimlerini ve tükenmişlik seviyelerini arttırdığı düşünülebilir (Alparlan vd., 2021: 330). Uzaktan eğitim, her ne kadar toplumlar nezdinde bilinen bir eğitimsel araç olarak yıllardır güncelliğini koruyor olsa da, eğitimin dijitalleşmesi için daha önce küresel anlamda ani bir ihtiyaç olmamıştır. Bu sebeple öğretmenlerin pandemi dönemi vasıtasıyla, rol ve yeterliliklerini gözden geçirmeye başlamaları, bu tür bir eğitim safhasını idame ettirmek için yeterli donanıma sahip olup olmadıkları hususunda çelişkiye düşmeleri olasıdır. Bu durumun beraberinde getirdiği örgütsel yabancılaşma ve tükenmişlik gibi negatif duygu durumlarını önleyebilmek yöneticiler için önemli bir sorundur. Böyle bir soruna ilişkin çözüm önerilerine katkı sunabilmek düşüncesi bu çalışmanın temel gerekçesini oluşturmaktadır. Dolayısıyla bu araştırmanın amacı Covid-19 pandemi döneminde uzaktan eğitim ile öğrencilere destek sunma gayreti içerisinde olan öğretmenlerin örgütsel yabancılaşma eğilimleri ile tükenmişlik seviyeleri arasındaki ilişkiyi tespit etmektir. Bu çerçevede öncelikle değişkenlerle ilgili kavramsal açıklamalar ve literatür taraması sunumu gerçekleştirilmiştir. Akabinde değişkenler arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla alan araştırmasına dönük istatistiksel analizler sunulmuştur.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Örgütsel Yabancılaşma

Bireylerin çevrelerine olan uyumun azalması ve dolayısıyla bu durumun bireyi yalnızlık ve çaresizliğe sürüklemesi olarak tanımlanan yabancılaşma kavramı, değerlerin yokluğu, içe dönük bir yapı, ihtiyaçlarının karşılanamaması sonucu da baş göstermektedir (Dean, 1961: 754). Fromm'a göre yabancılaşma bireyin kendini

hayattan soyutlaması ve kendini çevresine karşı yabancı hissetmesidir (Froom, 1991: 55).

Örgütsel yabancılaşma ise çalışana işin dışsallaşması ve çalışanın o örgütün bir parçası olmaktan çıkıp, deneyimlerini ürüne dönüştürememesidir (Başaran, 1998: 61). Bir diğer ifadeyle örgütsel yabancılaşma kavramı, çalışanın yetkisi, değişim ve gelişime karşı bakış açısı, yöneticileri tarafından tanınma ve kabul edilme isteği gibi hususlarda yoğun bir halde yaşadığı doyumsuzluk hissi olarak ifade edilebilir. Şimşek vd., göre ise çalışanların işyerlerinde istediklerini bulamamaları ve ardından gelişen keyfi, disiplinsiz, düşmanca davranış ve tepkiler ile seyreden huzursuzluk halidir (Şimşek vd., 2006: 581). Başaran ise örgütsel yabancılaşma halini, çalışanlardaki doyumsuzluk, yetenekleri etkin kullanamama durumu ve yeteneklerin ürüne dönüştürülememesi sonucunda çalışan ile kurum kültürünün birbirinde ayrılması şeklinde tanımlamaktadır (Başaran, 1998: 55). Çalıştıkları örgüte karşı yabancılaşan bireyler, kendilerini yararsız, bitkin, inkâr edici bir ruh hali içerisinde bulmaktadırlar. Fiziksel ve zihinsel aktivitelerden de uzak oldukları kanısına varan bu bireyler, örgütsel faaliyetleri birer dış mesele haline getirirler. Makineleştikleri algısına kapılan bireyler örgütün değer ve inançlarından uzaklaşacak, örgütte bölünmeler ve disiplinsizlikler meydana gelecektir. Beraberinde gelen huzursuzluk, yalıtılmışlık ve yalnızlık hissi de örgütsel yabancılaşmayı ön plana çıkaracaktır.

Örgütlerde yabancılaşmayı önleyici hususlar (Özçınar, 2011: 55);

a-) Bireysel Yöntemler: Kendini tanıma, kendini geliştirme,

b-) Örgütsel Yöntemler: İş zenginleştirme, iş rotasyonu, takım geliştirme, yönetime katılma, yabancılaşma yönetimi, stres yönetimi, çatışma yönetimi şeklinde ifade edilmektedir.

Toplumbilimciler 1960 senesinde başlayarak yabancılaşma olgusunu kavramsal bir boyutta ele almış, bu durumu deneysel çalışmalarla da destekleyerek ölçülebilir hale getirmişlerdir. Bu araştırmacıların en bilinen olanı Seeman, sosyolojik ve psikolojik araştırmaları ile ifade ettiği yabancılaşma kavramını beş temel boyutta ele almıştır (Seeman, 1959: 100). Bu boyutlar aşağıdaki gibi ifade edilebilir;

a-) Güçsüzlük: Bu kavram bireyin beklentilerinin şahsı tarafından belirlenememesi ve sonuçlara müdahil olmak için elinden bir şeyin gelmeyeceğini düşünmesi durumudur (Özçınar, 2011: 50). Diğer bir ifadeyle bu duygu kişinin yalnız başına bir işi gerçekleştiremeyeceğini de ifade etmektedir. Güçsüzlük halinde bireyler gelişmekte olan olayları yönetemediklerini hissederek, olumsuz bir ruh haline bürünürler. Dolayısıyla güçsüzlük hissi ile yaptıkları iş üzerinde hâkimiyet kuramadığını düşünen çalışanlar geleceği de kontrol edememe fikri ile baş başa kalmaktadırlar.

b-) Anlamsızlık: Çalışanın hangi doğrulara ve değerlere güvenmesi hususunda kararınca aydınlanamaması halidir (Tanrıverdi ve Kılıç, 2016: 3). Diğer bir ifadeyle anlamsızlık, bireye öğretilen doğrulara inanmaması ve bu doğruların kendisini nihai bir sonuca ulaştıramayacağı hissine bürünmesidir (Tolan, 1981: 71). Örgütlerde yaşanan anlamsızlık, amaçların bireysel rollerle çatışması halinde ortaya çıkmakta ve bütünleşmeye engel bir durum teşkil etmektedir. Çalışan sadece bireysel anlamda gerçekleştireceği iş hususunda bilgi sahibi olmakta, iş arkadaşlarının yapacağı işlerle ilgili düşüncesi bulunmamakta ve yaptığı işin çalıştığı örgüte ne derece katkı sağlayacağını bilmemektedir (Tanrıverdi ve Kılıç, 2016: 5).

c-) Kuralsızlık (Normsuzluk): Çalışan bireylerin hayatlarında onlara yön tayin edecek normlarının olmaması amaçsız hissetmelerine sebep olmaktadır. Bunun yanı sıra kendi normları ile çalıştıkları örgütün normlarının da benzer olması önem arz etmektedir. Dolayısıyla kuralsızlık, çalışanların örgütleri tarafından kabul görmeyen davranışları sadece hedeflerine ulaşabilmek için gerçekleştirmeleri anlamına gelmektedir. Bu durum çalışana çıkarıcılığa ve yalnızca kendi yararına olan işlere yönlendirmektedir (Kasap, 2021: 570). Kuralsızlık boyutunda yaşanan yabancılaşma, kurallara olan bağlılığın azalması sonucunda çalışanların düzensizlik, kargaşa, karamsarlık gibi duygular ile karşı karşıya gelmesi anlamını taşımaktadır (Eroğluer, 2020: 335). Toplumda ve bireyde değerlerin yoksunluğu, amaçların ve ülkülerin kaybolması neticesinde oluşan kuralsızlık, bu bireylerin kendilerini yönlendirecek değer ve ilkeleri bulamaması halinde içinde bulunduğu topluluğu dışlaması olarak açıklanmaktadır. Netice itibarıyla bireyler, içinde buldukları toplumda kuralları hiçe sayarak, amaçlarına ulaşmak adına etik dışı tüm yolları deneyebilirler.

d-) Yalıtılmışlık: Çalışanların kendi istekleriyle kendilerini buldukları çevreden uzaklaştırmaları, bir gruba dair aidiyet duygusu hissetmemeleri şeklinde kendini göstermektedir. Yalıtılmışlık duygusunda öncelikle çalışan, grubun kendisini istemediğini düşünür, akabinde kendi düşünceleri çerçevesinde grubu reddeder. Bu aşamadan sonra çalışan diğer çalışma arkadaşlarıyla ilişki kursa dahi bunu asgari müşterekte tutmaya çabalar. Gelişen bu soyutlanma hali kişinin psikolojik durumundan veya çevre şartlarından kaynaklanabilir (Kasap, 2021: 571).

e-) Kendine Yabancılaşma: Kendine yabancılaşan çalışan işinin iç faktörleriyle ilgilenmemekte, yalnızca para, güvenlik gibi dış faktörlerle meşgul olmaktadır. Her şeyden soğumuş bir birey, ne yaptığı işten zevk alacaktır ne de oynadığı toplumsal rollerden hoşnut kalacaktır (Özler ve Dirican, 2014: 300). Bu husus hayatlarında bir boşluk hissinin oluşumuna mahal verecektir. Yaptığı işi severek icra etmeyen çalışan, yapmak istedikleri ile işi arasında bir bağlantı kuramayacak ve başarıdan doğacak mutluluk duygusunu da tadamayacaktır (Mottaz, 1981: 552).

Örgütsel yabancılaşmanın beraberinde getirdiği neticeler iki kısımda incelenmektedir (Osin, 2015: 61);

a-) Davranışsal Neticeler: Toplumsal ilişkilerden uzak durmak, hayata karşı ilgisizlik, duyarsızlık, bencillik, teslimiyetçilik, kadercilik gibi olumsuz tutumlar davranışsal neticelerin birinci gurubunda yer almaktadır. İkinci grup ise, performans düşüşleri, örgüte karşı gelişen olumsuz tutumlar, çalışanın işinden gurur duymaması, sorumluluktan kaçınmak şeklinde sıralanabilir.

b-) Örgütsel Neticeler: Çalıştığı örgüte karşı yabancılaştığını hisseden bireylerde tükenmişlik, işine karşı doyumsuzluk, yaşam kalitesinde düşüşler baş göstermektedir. Mesleki tükenmişlik, çalışma hayatında kendini gösteren tutum ve davranışlardaki değişimlere bağlı fiziki ve duygusal yorgunluk halini ifade etmektedir. Tükenmişlik hali yapılan işten memnuniyetsizliğe, performans düşüşlerine, bireyin bulunduğu ortamlardan kendisini soyutlanmasına, duyarsızlaşmasına sebebiyet vermektedir (Maslach, 1985: 120).

Eğitim kurumlarında yabancılaşma olgusu öğretmenleri doğrudan etkileyen bir unsur olarak görülmeyle birlikte beraberinde işinden soğuma, ifa ettiği görevinin anlamsızlaşması, eğitimin sıkıcı bir hal alması gibi negatif sonuçları yaratmaktadır. Çalıştığı kuruma karşı yabancılaştığını hisseden bir öğretmen o kurumdan

dışlandığını, ayırımı tabi tutulduğunu düşünmektedir. Bu sebeple etkili bir eğitim-öğretim süreci için okul yöneticilerinin kurumları sağlıklı koşullara ulaştırması, örgütsel adaleti yerine getirmesi, tüm çalışanlara eşit haklar tanınması, bireylerin öz değerleri için farkındalık oluşturması gerekmektedir. Aksi bir durumda birey kendini ezilmiş, değersiz, yeteneksiz, işini zamanında bitiremeyen, bitkin, tükenmiş ve yorgun bir ruh hali içerisinde bulacaktır (Kasap, 2021: 571). Etkili ve verimli bir okul ortamı için yöneticilerin ve öğretmenlerin olumlu ilişkiler içerisinde olması şarttır.

2.2. Tükenmişlik

Günlük hayatta pek çok zorluk ile karşı karşıya kalan bireyler, yaşadıkları problemler çözüme kavuşmadığı takdirde kendilerini yetersiz ve bitkin hissetmektedirler (Brouwers ve Tomic, 2000: 248). Yaşanan bu olumsuzluğun neticesinde görevlerini isteksiz bir şekilde yerine getirmeye başlarlar.

Tükenmişlik kavramı ilk olarak Greene'nin 1961 yılındaki "Burn-Out Case" (Bir Tükenmişlik Olayı) romanında, yorgun ve kendini soyutlamış bir mimarın tasviriyle karşımıza çıkmaktadır (Kurtoğlu, 2011: 71, Tanrıverdi vd., 2018: 115). Akademik ve bilimsel anlamda bu kavramı ilk kullanan psikiyatrist Freudenberg, tükenmişliği "enerji, güç ve kaynaklarını gereğinden fazla kullanmaktan dolayı düşüş, tükeniş veya yorulma" şeklinde tanımlamıştır (Freudenberg, 1974: 162). Gürbüz ve Karapınar'a göre tükenmişlik, şevkin, idealizmin kaybı dolayısıyla gelişen stresli, çaresiz, kapana kısılmış bir ruh halidir (Gürbüz ve Karapınar, 2018: 271). Bu konudaki ilk araştırmaların, duygusal ve sosyal ilişki ağırlığı bulunan mesleklerde özellikle de sağlık sektörü ve eğitim sektörü (Alarcon, Eschleman ve Bowling, 2009: 257) çalışanlarında olduğu görülmektedir (Alarcon, vd., 2009: 257). Freudenberg'den sonra sosyal psikolog Maslach (1985), tükenmişliği akademik teori ve deneylerden ziyade, kişilerin iş yaşamında karşılaştıkları problemlerden doğan bir araştırma alanı olarak ifade etmiştir. Tükenmişliğin nedenlerini; kişilik yapısı, demografik farklar, kişisel beklentiler, duygusal kontrol, duygudaşlık, iş doyumunu, aşırı iş yükü, kontrol eksikliği, olumsuz örgütsel ilişkiler, rol belirsizliği ve çatışması, ödül eksikliği, plan-politikalar, kurumsal küçülme, iş güvenliğinin olmayışı, uzun mesai süreleri, örgüt kararlarına katılmama olarak belirtilebilir (Örücü ve Hasırcı, 2020: 74).

Tükenmişlik hissine kapılan bireyler bazı özellikler itibarıyla ruh hallerini ön plana çıkarabilirler (Akdemir, 2017: 23);

a-) Tükenmişlik hissine kapılan birey, evvelden bir psikolojik rahatsızlık göstermez. Bu durum daha uzun dönemde karşısına çıkabilir.

b-) Tükenmişlik hissine kapılan birey, bu duygu içerisinde olduğunu uzunca bir süre bilemez.

c-) Bireyin iş çevresi ile ilgili bir kavram olan tükenmişlik olgusu, duygusal anlamda tükenme, başarıda düşme, sinizm, duyarsız ruh hali gibi durumlarla kendini ön plana çıkarabilir.

c-) Tükenmişlik olgusunun ortaya çıkışında toplumsal kültürün bir etkisi olmamakla birlikte her toplumda ve meslek grubunda farklı karşılanmaktadır.

Maslach'a göre tükenmişlik; duygusal tükenmişlik, duyarsızlaşma ve kişisel başarı noksanlığı boyutlarına ayırarak, insanlarla yoğun ilişki içinde olan bireylerde sıkça karşılaşılan bir sendrom olarak tanımlanmaktadır (Maslach vd., 2001: 410);

a-) Duygusal Tükenme: Aşırı iş yükü ve iş yerinde yaşanan anlaşmazlıklar sonucu baş gösteren bu boyut sonucunda çalışanlar kendilerini bitkin, kullanılmış hissetmektedirler. Enerjilerini tekrar kazanmak için bir destek bulamazlar ve çalıştıkları örgütte eskisi gibi ilgili davranmadıklarını fark ederler (Örücü ve Hasırcı, 2020: 25). Yüz yüze iletişimin nispeten ağırlıkta olduğu örgütlerde bu durum duygusal tükenmişliğe kadar ulaşmaktadır (Çetin vd., 2011: 66). Duygu, ilgi ve güven kaybının yanı sıra sinirli bir ruh hali, kullanılmışlık, yorgunluk gibi negatif duyguları da içinde barındıran bu kavram aşırı iş yüküne maruz kalan çalışanlarda ortaya çıkmaktadır.

b-) Duyarsızlaşma: Hissiz ve aşırı öfkeli bir ruh halini ifade eden bu boyutta birey çevresine karşı umursamaz bir ruh hali takınmaktadır. İşini ve çevresini kontrol edemeyeceği kanısına varan birey mesafeli, umursamaz ve tabiri caizse robot gibi tavırlar sergilemeye başlamaktadır. Maslach'ın tükenmişlik tanımı bu açıklamaları doğrulamakla birlikte bireyde istek, azim kalmadığı takdirde çevresine karşı duyarsızlaşımını belirtmektedir (Maslach ve Goldberg, 1998: 71).

c-) Düşük Kişisel Başarı: Bireyin çalıştığı işte kendisini yetersiz hissetmesi olarak ifade edilen bu boyut beraberinde eleştirileri olumsuz algılama, diğerleri ile ilişkilerde başarısızlık, harcanan çabanın boşa gitmesi hissi, suçluluk duygusu kaynaklı iş motivasyonunun düşmesi gibi negatif etkileri getirmektedir (Örücü ve Hasırcı, 2020: 25). Tükenmişliğin bir neticesi olarak görülen bu boyut aslında diğer iki boyutun neticesi olarak da ifade edilmektedir. Bu ifadeye göre duygusal tükenme duyarsızlaşmaya neden olmakta ve beraberinde üretkenlikte düşüş, kendini yetersiz hissetme, moral düşüklüğü, öz saygıyı yitirme gibi durumları getirmektedir (Dinç, 2008: 69). Sonuç olarak birey yaşadığı bu olumsuz duyguların karşılığını ilişkilerinde azalma, tutumların olumsuzluk gibi geri dönüşlerle almaktadır (Akyürek, 2020: 40).

Tükenmişlik ile başa çıkabilme yollarını bireysel ve örgütsel yöntemler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Gündüz, 2005: 161);

a-) Bireysel Yöntemler: Tükenmişliği tanımak, kişinin ihtiyaç/beklentilerini bilmesi, stres yönetimi, işin zorluklarından haberdar olmak, iş beklentilerinin gerçekçi olması, zaman yönetimi, işe ara vermek, iş değiştirmek.

b-) Örgütsel Yöntemler: Çalışan seçiminin doğru yapılması, çalışanı güçlendirme, çatışma yönetimi, çalışma koşullarının iyileştirilmesi, performans değerlendirme – ödül sistemi, örgüt içi kararlara katılım, takım çalışmalarını destekleme, kariyer imkânı sunmak, örgütsel bağlılığa imkân sunmak, üst yönetim desteği sunmak, mesailerini kısaltmak, sosyal etkinlikler planlamak, örgüt içi iletişimi kuvvetlendirmek, adaletli terfi politikası.

Öğretmenlerin akademik, fiziksel performanslarına etki eden tükenmişlik sendromu, işlerinin getirdiği stresli durumların yarattığı tepkilerin bir sonucudur. Bu negatif vaziyetlerin oluşmasında fazla iş yükü, yönetici desteğinin eksikliği, hizmet süresi, yaş gibi faktörler sebep olarak gösterilmektedir. 30-40 yıl öncesine değin öğretmenler, eğitim-öğretim ile ilgili kararlarda söz sahibi olur iken, günümüzde etkinliklerinde azalma görülmeye başlanmıştır (Kıral, 2018: 929). Değişen eğitim politikaları, olumsuz şartlar öğretmenlerin hizmet niteliklerinde ve niceliklerinde deformasyonlara sebep olmakta, sağlıklarına da olumsuz etki etmektedir. Bu olumsuz etkiler, öğretmenlerin öğrencilerine, velilerine, yöneticilerine, işine karşı olumsuz duygular türetmesine neden olmaktadır (Belacastro, 1982: 1045).

Chenevey, Ewing ve Whittington özellikle öğretmenlik mesleğinde tükenmişliğin yüksek oranda hissedildiği, bu durumun sebeplerini tespit edebilmek için streslerinin ölçülmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu sayede öğretmenlerin yaşadıkları tükenmişliğe yol açan süreçlerin aydınlanabileceğini desteklemişlerdir (Chenevey, Ewing ve Whittington, 2008: 18).

2.3. Örgütsel Yabancılaşma ve Tükenmişlik İlişkisi

Yerli ve yabancı literatürde iki değişken arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok çalışma bulunmaktadır (Özler ve Dirican, 2014; Powell, 1994; Taboli, 2015; Kesen ve Pabuçcu, 2016; Tomei vd., 2011; Igodan ve Newscomb, 1986; Tuğrul ve Çelik, 2002; Yıldırım, 2000). Ancak bu çalışma, Covid-19 pandemi döneminde öğretmenlerin örgütsel yabancılaşma ve tükenmişlik düzeylerini araştıran ilk araştırma olacağı için önem taşımaktadır. Literatürden benzer veya zıt sonuçları taşıyan çalışmalardan örnekler aşağıda sunulmuştur;

Powell 'ın 1994 senesinde gerçekleştirdiği çalışma Wisconsin eyaletindeki 930 sosyal hizmet çalışanından 506'sına anketler uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizlerin neticesinde, yabancılaşmanın 4 alt boyutunun (kualite hariç), tükenmişlik ile ilişkisinin olduğu, kendine yabancılaşma ve anlamsızlık boyutlarının tükenmişlik ile daha kuvvetli korelasyona sahip olduğu belirlenmiştir (Powell, 1994: 230).

Özçınar'ın (2011) sigorta sektöründe çalışan 230 kişi ile gerçekleştirdiği tez çalışmasında, yabancılaşmanın alt kavramları ile tükenmişliğin alt kavramları arasında çift yönlü pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir. İşletmede çalışma sürelerine göre yabancılaşmanın anlamsızlık ve güçsüzlük boyutlarında farklılık olduğu; cinsiyete göre de yabancılaşmanın kualite boyutunda anlamlı farklılık olduğu görülmüştür (Özçınar, 2011: 66).

Donohue ve Nelson (2012) tarafından yapılan çalışma işe tutkunluk, yabancılaşma ve tükenmişlik arasındaki ilişkiye dair bir literatür taraması olarak gerçekleştirilmiştir. Yapılan literatür taramasında tükenmişlik ile örgütsel yabancılaşma arasında anlamlı ilişkilerin olduğu, örgütsel yabancılaşmanın tükenmişliği pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir (Donohue ve Nelson, 2012: 49).

Özler ve Dirican (2014) İstanbul'da bulunan bir sigorta şirketinde görev alan 230 kişi ile bir anket çalışması gerçekleştirmiştir. Yapılan analizlerin sonucunda örgütsel yabancılaşma yaşayan bireylerin tükenmişlik sendromuna yakalandıkları belirtilmiştir (Özler ve Dirican, 2014: 298).

Usul ve Altan (2014) Konya Eğitim ve Araştırma Hastanesi'nde çalışmakta olan 150 kişi ile sağlık sektöründe çalışanların örgütsel yabancılaşma ve tükenmişlik seviyeleri arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Yapılan analizlerin neticesine göre tükenmişliğin yabancılaşmanın göstergelerinden olduğu belirlenmiştir (Usul ve Altan, 2014: 6).

Yorulmaz, Altinkurt ve Yılmaz tarafından 2015 senesinde 303 öğretmene yapılan çalışmada, öğretmenlerin yabancılaşma düzeylerinin düşük olduğu, yabancılaşma düzeylerinin alt boyutlarından okula yabancılaşmanın en yüksek puanı aldığı, bunu sırasıyla güçsüzlük, izolasyon ve anlamsızlık boyutlarının takip ettiği belirlenmiştir (Yorulmaz vd., 2015: 39).

Osin (2015) tarafından gerçekleştirilen çalışma üniversite öğrencilerinin yabancılaşma ve tükenmişlik düzeylerini belirlemek amacıyla 395 öğrenci ile bir

anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizlere göre tükenmişlik düzeylerinin yabancılaşma hissini meydana getirdiği tespit edilmiştir (Osin, 2015: 62).

Taboli (2015), Kerman'daki üniversite çalışanlarının tükenmişlik seviyeleri ile örgütsel yabancılaşmaları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla 210 kişi ile bir anket çalışması gerçekleştirmiştir. 210 katılımcının 128'i düşük, 82'i yüksek tükenmişlik; bu katılımcıların 119'u düşük, 91'i yüksek işe bağlılık; bu katılımcıların 138'i düşük, 72'si yüksek örgütsel yabancılaşma gösterdiği belirlenmiştir (Taboli, 2015: 69).

Shehada ve Khafaje (2015)'in çalışması, örgütsel yabancılaşmanın kadın çalışanlarda erkeklerden daha çok örgüt içi yalıtılmışlık hissi yarattığını belirtmiştir. Güçsüzlük boyutunda, erkekler ve kadınlar eşit olduğu tasvir edilir iken, kuralsızlık boyutunda, erkeklerin kadınlardan daha duyarlı bir yapıda olduğu görülmüştür. Yabancılaşmanın alt boyutları ile çalışma koşulları boyutları (iş tutumları, dayanışma ve aidiyet) arasında ise, negatif bir korelasyon olduğu belirtilmiştir (Shehada ve Khafaje, 2015: 114).

Özkoç ve Kırıcı tarafından 2017 senesinde 476 turist rehberinden 220'si ile yapılan anket çalışmasında, tükenmişliğin bütün alt boyutları ile yabancılaşma arasında güçlü anlamlı bir ilişki, olduğu görülmüştür (Özkoç ve Kırıcı, 2017: 30).

Camadan, Çaylak, Yılmazlar, Yılmaz, Kara'nın (2017) Trabzon, Rize, Artvin illerinde görev yapan 203 psikolojik danışman üzerinde yaptığı çalışmada, tükenmişlikleri ile yabancılaşmaları arasında olumlu bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca öğretim düzeyinin, yabancılaşma ve tükenmişliği etkileyen bir faktör olmadığı; tükenmişliğin yabancılaşmanın yordayıcısı olduğu; yabancılaşmanın ise tükenmişliği anlamlı açıkladığı belirlenmiştir (Camadan vd., 2017: 1319).

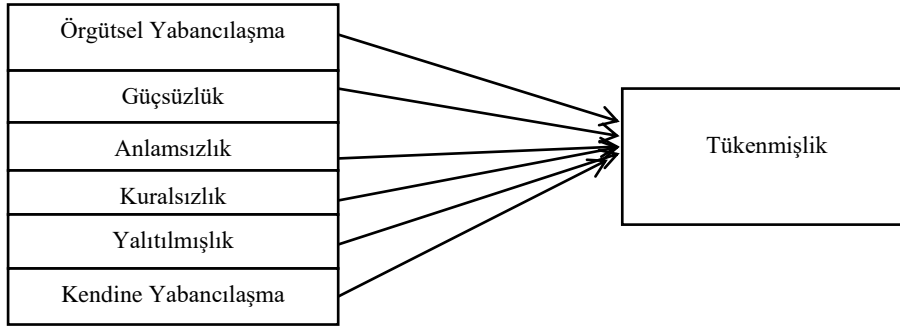
Kuh'un (2017) 411 acil sağlık çalışanına ulaşarak yaptığı "Denizli ili acil sağlık hizmetleri çalışanlarında iş yükü-kontrolü, işe yabancılaşma ve tükenmişlik sendromu arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi" adlı yüksek lisans tez çalışmasında, örgütsel yabancılaşmanın, tükenmişliğin duygusal tükenme, duyarsızlaşma, kişisel başarı hissi boyutlarını etkilediği görülmüştür (Kuh, 2017: 56).

Akyavuz (2020) tarafından yapılan çalışmada Kilis'te bir ortaokulda öğrenim gören 367 ortaöğretim öğrencisi ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizlerin neticesine göre öğrencilerin okula yönelik tükenmişlikleri ile okula yabancılaşma düzeyleri arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Akyavuz, 2020: 849).

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada iki değişken arasındaki ilişkilerin ortaya konulması amaçlandığı için araştırma ilişkisel tarama modelinde gerçekleştirilmiştir. İlişkisel tarama modeli iki veya daha çok değişken arasındaki etkileşimin yönünü tayin etmeyi amaçlamaktadır (Cohen, Manion ve Morrison, 2000).



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

3.2. Katılımcılar

Araştırmanın evrenini Balıkesir ilinin Gönen ilçesinde bulunan eğitim kurumlarında çalışan 400 öğretmen oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise bu ilçede çalışmakta olan 196 öğretmen oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleminin evreni temsil yeteneğine sahip olduğu ilgili geçmiş çalışmalarda yer alan minimum örneklem büyüklüğü hesaplama sonuçlarından anlaşılmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2018; Özçınar, 2011). Aşağıda yapılan hesaplama sonucunda (1) ve (2) nolu denklemlere göre örneklemin evreni temsil yeteneğine sahip olduğu tespit edilmiştir.

$$n = \frac{n_0}{1+n_0/N} \quad (1)$$

$$n_0 = \frac{t^2 \times s^2}{d^2} \quad (2)$$

N: Evren büyüklüğü

n: Örneklem büyüklüğü

t: Güven düzeyine karşılık gelen tablo z değeri (0,05 için 1.96, 0.01 için 2.58 ve 0.001 için 3.28)

s: Evren için tahmin edilen standart sapma

d: Kabul edilebilir sapma toleransı

Araştırmada güven düzeyi olarak %95 (alfa 0,05 için z tablosu değeri (t)=1,96), standart sapma değeri ise 0,5 (s) olarak alınmıştır (Gürbüz ve Şahin, 2017: 318).

$$n = \frac{384,16}{1+\frac{384,16}{400}} = 150 \quad (3)$$

$$n_0 = \frac{1.96^2 \times 0.5^2}{0.05^2} = 384,1 \quad (4)$$

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir;

Tablo 1. Demografik Bulgular

		Frekans	Yüzde
Yaşınız	20-25 yaş arası	12	6,1
	26-30 yaş arası	31	15,8
	31-35 yaş arası	41	20,9
	36-40 yaş arası	24	12,2
	40 yaş ve üstü	88	44,9
Cinsiyetiniz	Erkek	78	39,8
	Kadın	118	60,2
Medeni Durumunuz	Evli	155	79,1
	Bekâr	33	16,8
	Boşanmış	8	4,1
Haftalık Ders Yükünüz	1-10 saat	20	10,2
	11-20 saat	25	12,8
	21-30 saat	133	67,9
	31-40 saat	18	9,2
Sektörde Çalışma Süreniz	1 yıldan az	7	3,6
	1-3 yıl arası	11	5,6
	4-6 yıl arası	23	11,7
	7-9 yıl arası	19	9,7
	9 yıldan fazla	136	69,4
Kurumdaki Çalışma Süreniz	1 yıldan az	30	15,3
	1-3 yıl arası	53	27,0
	4-6 yıl arası	42	21,4
	7-9 yıl arası	24	12,2
	9 yıldan fazla	47	24,0
Aylık Geliriniz	2000-3000 TL	26	13,3
	3001-4000 TL	6	3,1
	4001-5000 TL	68	34,7
	5001-6000 TL	80	40,8
	6001 TL ve üstü	16	8,2

Tablo 1’de belirtilen katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili bilgiler ile aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır; Katılımcıların yaşlarının çoğunlukla 40 yaş ve üzeri olduğu (88 kişi, %44,9), ankete katılan öğretmenlerin %39,8’i erkek (78 kişi), %60,2’si kadındır (118 kişi). Medeni durumları çoğunlukla evli olarak belirlenmiştir (155 kişi, %79,1). Haftalık ders yükleri 21 ile 30 saat arası yoğunlukta seyretmekte olup (133 kişi, %67,9), sektörde 9 yıldan fazla tecrübeye sahip öğretmenlerin çoğunlukta olduğu görülmüştür (136 kişi, %69,4). Görev yaptıkları okullarda çalışma tecrübeleri 1 ile 3 yıl arasında seyretmektedir (53 kişi, %27). Katılımcıların gelirleri 5001 ile 6000 TL aralığında (80 kişi, %40,8) değişmektedir.

3.3. Araştırmanın Hipotezleri

Yöneticilerin çalışanlarının örgütsel yabancılaşma düzeylerini azaltma çabalarının onların tükenmişlik düzeylerini etkileyeceği düşüncesi ile hareket edilmiş ve araştırmanın hipotezleri sosyal değişim kuramına göre oluşturulmuştur. Sosyal

değişim kuramı, sosyal yapı içindeki aktörlerin birtakım beklentilerle ilişkilerini kurması ve devam ettirmesini ifade etmektedir. Bu sırada aktörlerin ilişkilerini açıklamada güç temel belirleyicidir. Buna göre aktörler arasındaki güç farklılıkları, aralarındaki ilişkileri istikrarsızlaştırmakta ve bu istikrarsızlık bağımlılığa neden olmaktadır. Bu nedenle bu kuramda bağımlılık önemlidir (Sözen ve Basım, 2020: 180).

H₁: Öğretmenlerin örgütsel yabancılaşıma eğilimleri tükenmişlik seviyelerini etkilemektedir.

H_{1a}: Örgütsel yabancılaşımanın alt boyutu olan güçsüzlük tükenmişliği etkiler.

H_{1b}: Örgütsel yabancılaşımanın alt boyutu olan anlamsızlık tükenmişliği etkiler.

H_{1c}: Örgütsel yabancılaşımanın alt boyutu olan kuralsızlık tükenmişliği etkiler.

H_{1d}: Örgütsel yabancılaşımanın alt boyutu olan yalıtılmışlık tükenmişliği etkiler.

H_{1e}: Örgütsel yabancılaşımanın alt boyutu olan kendine yabancılaşıma tükenmişliği etkiler.

3.4. Veri Toplama Araçları

Örgütsel Yabancılaşıma Ölçeği: Çalışanların örgütsel yabancılaşıma eğilimlerini ölçmek için Seeman tarafından 1967 yılında geliştirilen, Türkçe'ye Babür tarafından 2009 yılında çevrilen 25 soruluk "Örgütsel Yabancılaşıma Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçek güçsüzlük, anlamsızlık, kuralsızlık, yalıtılmışlık ve kendine yabancılaşıma olmak üzere beş boyuttan oluşmaktadır. Ölçek sorularının 1-5 arası güçsüzlük boyutunu, 6-10 arası anlamsızlık boyutunu, 11-15 arası kuralsızlık boyutunu, 16-20 arası yalıtılmışlık boyutunu ve 21-25 arası kendine yabancılaşıma boyutunu kapsamaktadır. Ölçeğin Cronbach Alfa katsayısı 0,935 olarak hesaplanmıştır.

Tükenmişlik Ölçeği: Çalışanların tükenmişlik seviyelerini ölçmek için 1981 yılında "The Measurement of Experienced Burnout" çalışması ile Maslach ve Jackson tarafından geliştirilen, İnce ve Şahin (2015) tarafından Türkçe'ye çevrilen "Tükenmişlik Ölçeği"nden faydalanılmıştır. Ölçek, duygusal tükenme, duyarsızlık, kişisel başarı noksanlığı olmak üzere üç alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçek sorularının 1 ile 9 arası duygusal tükenmeyi, 10 ile 17 arası duyarsızlaşmayı, 18 ile 22 arası düşük başarı hissi boyutunu oluşturmaktadır. Ölçeğin Cronbach Alfa katsayısı 0,882 olarak hesaplanmıştır.

Katılımcıların demografik özelliklerinin tespiti için yaş, cinsiyet, medeni durum, haftalık ders yükü, sektörde çalışma süresi, kurumda çalışma süresi, aylık gelir olmak üzere 7 soruluk demografik bilgiler anket formunun ilk bölümünde yöneltilmiştir.

Anket formundaki demografik sorular haricindeki ölçek maddeleri 5'li Likert ölçeğine göre ("1-Kesinlikle katılmıyorum", "2- Katılmıyorum", "3-Fikrim Yok, "4- Katılıyorum", "5-Kesinlikle katılıyorum") yapılandırılmıştır.

3.5. Veri Toplama Süreci

Araştırma öncesi Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulunun 05/11/2020 tarih ve 2020-6 toplantı kararıyla etik kurul onayı alınmıştır. Araştırmanın verileri anket yoluyla sağlanmıştır. Araştırma süresi 15/11/2020 ile 15/12/2020 arasında gerçekleştirilmiş olup 1 aydır. Çalışmanın evrenini Balıkesir'in Gönen ilçesindeki 20 eğitim kurumunda yer alan 400 öğretmen

oluşturmaktadır. Bu öğretmenler içinden rastgele ve gönüllü katılımcı olan 201 öğretmen örnekleminizi oluşturmaktadır. Anketin bazı bölümlerinde boşluklar bırakan 5 katılımcının anketi değerlendirmeye katılmayarak, 196 kişinin anketi geçerli sayılmıştır.

3.6. Araştırmanın Kısıtları

Bu çalışma sadece Balıkesir'in Gönen İlçesi'nde gerçekleştirilmiştir. Farklı il veya bölgelerde, daha geniş örneklem çerçevesinde ve farklı meslek gruplarında benzer çalışmaların yapılması, karşılaştırma açısından imkân sağlayacaktır. Yapılacak diğer çalışmaların nitel olması da önerilebilir. Bundan sonraki araştırmalarda öğretmenlerin görevlerine yabancılaşma seviyeleri ve tükenmişlik duygularına farklı değişkenlerin etkisi incelenebileceği gibi, farklı meslek gruplarında modelin test edilmesi araştırmacı ve uygulayıcılara faydalı sonuçlar üretebilecektir. Ayrıca çalışma pandemi şartları çerçevesinde bir model kurularak test edilmiştir. Sonraki çalışmalarda normal şartlarda öğretmenlerin veya farklı meslek gruplarının örgütsel yabancılaşma seviyeleri ve tükenmişlik duyguları test edilebilir ve yabancılaşma ile tükenmişliği azaltmak için modeller denenerek bilime ve uygulayıcılara katkı sağlanabilir.

4. Bulgular

Araştırmanın ölçeklerinden alınan normallik testi (basıklık ve çarpıklık değeri) sonuçları aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Tablo 2. Normallik Testi Sonuçları

	Basıklık	Çarpıklık
Örgütsel Yabancılaşma	1,085	,783
Tükenmişlik	-,088	,573
Güçsüzlük	,735	,425
Anlamsızlık	,881	,841
Kuralsızlık	,716	,600
Örgüt İçi Yalıtılmışlık	1,175	,856
Kendine Yabancılaşma	,245	,010
Duyarsızlaşma	1,114	1,093
Düşük Başarı Hissi	1,161	1,052
Duygusal Tükenme	,649	,030

Tablo 2'de belirtilen ölçekler ve alt boyutları için basıklık ve çarpıklık değerleri -1,5 ile +1,5 arasındadır. Bu sonuçlar verilerin normal dağıldığını göstermekte olup, daha sonraki aşamalarda korelasyon ve regresyon analizlerinin uygulanabileceğini ifade etmektedir.

Basıklık ve çarpıklık analizlerinin yanısıra Kolmogorov Smirnov testi de yapılmıştır. Test sonucunda bilimsel anlamlılık değeri (p) 0,05'ten küçük çıktığı için normal dağılım onaylanmamıştır. Fakat tek ölçüm tekniği Kolmogorov Smirnov değildir. Örneklem sayımız 30'un üzerinde olduğu için merkezi limit teoremine ve basıklık çarpıklık gibi merkezi eğilim ölçülerine göre dağılım normaldir (Gürbüz ve Şahin, 2017: 240). Bu nedenle parametrik analizler kullanılmıştır.

Tablo 3. Ölçeklere İlişkin Cronbach's Alfa ve Ortalama Değerleri

	Cronbach's Alfa	Örneklem Sayısı	Ortalama
Örgütsel Yabancılaşma	,935	196	2,1309
Tükenmişlik	,882	196	2,1078
Güçsüzlük	,798	196	2,1478
Anlamsızlık	,790	196	1,9551
Kuralsızlık	,792	196	2,1995
Örgüt İçi Yalıtılmışlık	,867	196	1,9362
Kendine Yabancılaşma	,727	196	2,4166
Duygusal Tükenme	,892	196	2,2966
Duyarsızlaşma	,813	196	1,7900
Düşük Başarı Hissi	,847	196	2,1575

Güvenilirlik, ölçüm araçlarının farklı zamanlarda, farklı yerlerde, aynı evren içinden seçilen farklı örnekleme uygulandığında, benzer sonuçlar vermesi olarak tanımlanmıştır. Bir başka ifadeyle, aynı ölçüm aracı ile farklı zamanlarda yapılan ölçüm sonuçları arasındaki tutarlılıktır. Güvenilirlik kısacası, ölçüm araçlarının ne kadar tutarlı ölçüm yaptığını ifade etmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 263).

Araştırmada kullanılan, 25 ifadeden oluşan örgütsel yabancılaşma ölçeği, 22 ifadeden oluşan tükenmişlik ölçeği kullanılmış olmakla birlikte soru listelerinin (anket formlarına verilen yanıtların) iç tutarlılığı ve güvenilirliğini ölçmek için Alfa (Alpha) katsayısı değerine bakılmıştır.

Araştırmada kullanılan Örgütsel Yabancılaşma Ölçeğinin güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) 0,935 olarak belirlenmiştir. Tükenmişlik Ölçeğine ait güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) 0,882 olarak belirlenmiştir.

Alpha katsayısı 0 ile 1 arasında değişen değerler almaktadır. Bu değer 1'e yaklaştıkça ölçek güvenilirliği artmaktadır. Güvenilirliği ölçmek adına hesaplanan Alpha katsayısı 0,40-0,60 arasında bir değer alıyorsa ölçek "düşük güvenilir"; bu katsayı 0,60-0,80 arasında bir değer alıyorsa ölçek "oldukça güvenilir"; 0,80-1,00 arasında bir değer alıyorsa "yüksek güvenilir" şeklinde ifade edilmiştir (Gürbüz ve Şahin, 2017: 162). Araştırmanın güvenilirlik analizi sonuçları yüksektir.

Tablo 4. Keşfedici Faktör Analizi KMO ve Bartlett's Testi (Örgütsel Yabancılaşma İçin)

KMO Değeri	,899
Yaklaşık Ki Kare Değeri	2626,249
Serbestlik Derecesi (df)	300
Anlamlılık (Sig.)	,000

Tablo 4'teki KMO değerinin ,899 olması, örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunu ifade etmektedir (en az 0,60 olmalı). Anlamlılık (Sig.) değerinin ,000 olması ($p < 0,05$) değişkenler arası ilişkilerin oluşturduğu matrisin faktör analizi için anlamlı olduğunu belirtmektedir.

Tablo 5. Keşfedici Faktör Analizi KMO ve Bartlett's Testi (Tükenmişlik İçin)

KMO Değeri	,888
Yaklaşık Ki Kare Değeri	2258,864
Serbestlik Derecesi (df)	210
Anlamlılık (Sig.)	,000

Tablo 5'teki KMO değerinin ,888 olması, örneklemin faktör analizi için yeterli olduğunu ifade etmektedir (en az 0,60 olmalı). Anlamlılık (Sig.) değerinin ,000 olması ($p<0,05$) değişkenler arası ilişkilerin oluşturduğu matrisin faktör analizi için anlamlı olduğunu belirtmektedir.

Araştırmanın gerçekleştirildiği okullarda görev yapmakta olan öğretmenlerin örgütsel yabancılaşma eğilimleri ile tükenmişlik seviyeleri arasındaki ilişkiler korelasyon analizi ile tespit edilmiştir.

Tablo 6. Örgütsel Yabancılaşma ve Tükenmişlik İlişisine Dair Korelasyon Analizi Bulguları

Değişkenler	(ÖY)	(T)
(ÖY) Örgütsel Yabancılaşma	1 ,000	
(T) Tükenmişlik	,690** ,000	1 ,000

N:196, $p^*<0,05$, $p^{}<0,01$**

Tablo 6'da uygulanan korelasyon analizinin bulgularına göre öğretmenlerin örgütsel yabancılaşma eğilimleri ile tükenmişlik seviyeleri arasında pozitif yönlü ve anlamlı ($r(196)=,690^{**}$, $p<0,001$) bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Değişkenler arasındaki pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı iki değişkenin birlikte değiştiğini belirtmektedir. Bu durumda örgütsel yabancılaşma eğilimleri ile tükenmişlik seviyeleri birlikte azalmakta veya birlikte artış göstermektedir denilebilir.

Araştırma Covid-19 sürecinde yapılmıştır. Bu süreçte yapılmış olması elde edilen sonucun anlamlılığını arttırmaktadır. Covid-19 öncesi dönemde yapılan benzer araştırmaların sonuçları ile karşılaştırma yapılarak muhtemel etkiler yorumlanmaya çalışılacaktır.

Tablo 7. Örgütsel Yabancılaşmanın ve Tükenmişlik Sendromunun Alt Boyutlarına İlişkin Korelasyon Analizi Bulguları

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	T1	T2	T3
Güçsüzlük (Y1)	1 -							
Anlamsızlık (Y2)	,712** ,000	1 -						
Kuralsızlık (Y3)	,608** ,000	,656** ,000	1 -					
Yahıtılmışlık (Y4)	,567** ,000	,680** ,000	,654** ,000	1 -				
Kendine Yabancılaşma (Y5)	,623** ,000	,634** ,000	,558** ,000	,573** ,000	1 -			
Duyusal Tükenme (T1)	,554** ,000	,568** ,000	,583** ,000	,571** ,000	,577** ,000	1 -		
Duyarsızlaşma (T2)	,545** ,000	,531** ,000	,556** ,000	,506** ,000	,497** ,000	,799** ,000	1 -	
Kişisel Başarı Eksikliği (T3)	,166* ,020	,226** ,001	,166* ,020	,254** ,000	,133 ,063	,071 ,322	,133 ,064	1 -

N:196, p* $<$ 0.05, p $<$ 0.01**

Bağımsız değişken: Yabancılaşma – Alt boyutları: Y1, Y2, Y3, Y4, Y5 / Bağımlı değişken: Tükenmişlik – Alt boyutları: T1, T2, T3

Tablo 7’de uygulanan çoklu korelasyon analizinin sonuçlarına göre; Örgütsel yabancılaşmanın bir alt boyutu olan güçsüzlük ile tükenmişliğin bir alt boyutu olan duygusal tükenme arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir ($r(196)=,554^{**}$, $p<0,001$). Güçsüzlük ile duyarsızlaşma arasında da pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r(196)=,545^{**}$, $p<0,001$). Güçsüzlük ile kişisel başarı eksikliği arasında ise pozitif yönlü ve anlamlı ilişkilerin olduğu belirlenmiştir ($r(196)=,166^*$, $p>0,05$). Örgütsel yabancılaşmanın bir alt boyutu olan anlamsızlık ile tükenmişliğin bir alt boyutu olan duygusal tükenme arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r(196)=,568^{**}$, $p<0,001$), duyarsızlaşma ile arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r(196)=,531^{**}$, $p<0,001$), kişisel başarı eksikliği ile arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r(196)=,583^{**}$, $p<0,001$) olduğu tespit edilmiştir. Örgütsel yabancılaşmanın bir alt boyutu olan kuralsızlık ile tükenmişliğin bir alt boyutu olan duygusal tükenme arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r(196)=,568^{**}$, $p<0,001$), duyarsızlaşma ile arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r(196)=,556^{**}$, $p<0,001$) ve kişisel başarı eksikliği ile arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r(196)=,166^*$, $p>0,05$) olduğu görülmüştür. Örgütsel yabancılaşmanın bir alt boyutu olan yalıtılmışlık ile tükenmişliğin bir alt boyutu olan duygusal tükenme arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r(196)=,571^{**}$, $p<0,001$), duyarsızlaşma ile arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r(196)=,506^{**}$, $p<0,001$), kişisel başarı eksikliği ile arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r(196)=,254^{**}$, $p<0,001$) olduğu görülmüştür. Örgütsel yabancılaşmanın bir alt boyutu olan kendine yabancılaşma ile tükenmişliğin bir alt boyutu olan duygusal tükenme arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r(196)=,577^{**}$, $p<0,001$), duyarsızlaşma ile arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r(196)=,497^{**}$, $p<0,001$) olduğu görülmüştür. Ancak tükenmişliğin bir diğer alt boyutu kişisel başarı eksikliği ile arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($r(196)=,133$, $p>0,001$).

Tablo 8. Regresyon Analizi Bulguları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	B	Std. Hata	β	t	p
Tükenmişlik	Örgütsel Yabancılaşma	,568	,043	,690	13,284	,000

F= 176,464
 $R^2 = ,476$
 Düzeltilmiş $R^2 = ,474$
 Tahmini Std. Hata= ,42040
 Anova= ,000

Tablo 8’deki regresyon analizinin sonucu incelendiğinde modelin tamamı için hesaplanmış p değerinin ($,000$) $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde olduğu ifade edilmektedir. Bu sonuca göre öğretmenlerin örgütsel yabancılaşma eğilimleri tükenmişlik seviyelerini etkilemektedir ($\beta = ,690$, $p<0,01$). Elde edilen bu sonuca göre H_1 hipotezi kabul olmuştur. Tablodaki R^2 değeri($0,476$) öğretmenlerin tükenmişlik seviyelerindeki %47’lik varyansın örgütsel yabancılaşma eğilimlerine bağlı olduğunu belirtmektedir.

Tablo 9. Çoklu Regresyon Analizi Bulguları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	B	Std. Hata	β	t	p	Tolerans
Tükenmişlik	Güçsüzlük	,097	,054	,145	1,799	,074	,425
	Anlamsızlık	,092	,066	,124	1,398	,164	,348
	Kuralsızlık	,126	,053	,183	2,362	,019	,459
	Yalıtılmışlık	,150	,050	,235	2,993	,003	,447
	Kendine Yabancılaşma	,100	,053	,139	1,886	,061	,508
F= 34,790							
R ² = ,478							
Düzeltilmiş R ² = ,464							
Tahmini Std. Hata= ,42415							
Anova= ,000							

Tablo 9'daki regresyon analizinin sonucuna göre;

Örgütsel yabancılaşmanın bir alt boyutu olan güçsüzlüğün tükenmişliği etkilemediği görülmektedir ($\beta = ,145$, $p > 0,01$). Elde edilen bu sonuca göre H_{1a} hipotezi reddedilmiştir. Örgütsel yabancılaşmanın bir alt boyutu olan anlamsızlığın tükenmişliği etkilemediği görülmektedir ($\beta = ,124$, $p > 0,01$). Elde edilen bu sonuca göre H_{1b} hipotezi reddedilmiştir. Örgütsel yabancılaşmanın bir alt boyutu olan kuralsızlığın tükenmişliği açıklamada anlamlı katkısının bulunduğu görülmektedir ($\beta = ,183$, $p < 0,01$). Elde edilen bu sonuca göre H_{1c} hipotezi kabul edilmiştir. Örgütsel yabancılaşmanın bir alt boyutu olan yalıtılmışlığın tükenmişliği açıklamada anlamlı katkısının bulunduğu görülmektedir ($\beta = ,235$, $p < 0,01$). Elde edilen bu sonuca göre H_{1d} hipotezi kabul edilmiştir. Örgütsel yabancılaşmanın bir alt boyutu olan kendine yabancılaşmanın tükenmişliği açıklamadığı belirlenmiştir ($\beta = ,139$, $p > 0,01$). Elde edilen bu sonuca göre H_{1e} hipotezi reddedilmiştir. Tablodaki R² değeri (,478) bağımlı değişken tükenmişlikteki varyansın ne kadarının bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını (%47) göstermektedir. Ayrıca Tolerans değerleri incelendiğinde (1-R²) değerinin tüm alt boyutlar için kritik değerden büyük olduğu görülmüştür; Güçsüzlük için; (1-R²)= ,425<0,522, Anlamsızlık için; (1-R²)= ,348<0,522, Kuralsızlık için; (1-R²)= ,459<0,522, Yalıtılmışlık için; (1-R²)= ,447<0,522, Kendine yabancılaşma için; (1-R²)= ,508<0,52. Tablodaki düzeltilmiş R² değerine göre tükenmişlik seviyesindeki %47'lik varyansın bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı görülmektedir.

Tablo 10. Hipotez Red/Kabul Tablosu

Hipotez	Kabul/Red
H₁ : Öğretmenlerin örgütsel yabancılaşma eğilimleri tükenmişlik seviyelerini etkilemektedir.	KABUL
H_{1a} : Örgütsel yabancılaşmanın alt boyutu olan güçsüzlük tükenmişliği etkiler.	RED
H_{1b} : Örgütsel yabancılaşmanın alt boyutu olan anlamsızlık tükenmişliği etkiler.	RED
H_{1c} : Örgütsel yabancılaşmanın alt boyutu olan kuralsızlık tükenmişliği etkiler.	KABUL
H_{1d} : Örgütsel yabancılaşmanın alt boyutu olan yalıtılmışlık tükenmişliği etkiler.	KABUL
H_{1e} : Örgütsel yabancılaşmanın alt boyutu olan kendine yabancılaşma tükenmişliği etkiler.	RED

5. Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Çalışma Covid-19 sürecinde yapılmış olduğu için sonuçların Covid-19 öncesi dönemde öğretmenlerde tükenmişlik ve yabancılaşma durumlarını ortaya koyan araştırmalarla karşılaştırılmasında yarar vardır. Araştırmanın analiz sonuçları incelendiğinde, örgütsel yabancılaşmanın alt boyutu olan güçsüzlüğün tükenmişliği etkilemediği görülmektedir. Regresyon analizinin bir diğer sonucu ise örgütsel yabancılaşmanın boyutu olan anlamsızlığın tükenmişliği etkilemediği yönündedir. Regresyon analizinin üçüncü sonucu ise kendine yabancılaşmanın tükenmişliği etkilediği yönündedir. Elde edilen bir diğer sonuç ise kuralsızlık boyutunun ve yalıtılmışlık boyutunun tükenmişliği etkilediği yönündedir. Kesen ve Pabuççu (2016) tarafından yapılan çalışmada güçsüzlük, anlamsızlık ve kendine yabancılaşma boyutlarının tükenmişliği etkilemediği, kuralsızlık ve yalıtılmışlık boyutlarının tükenmişliği etkilediği görülmüştür (Kesen ve Pabuççu, 2016: 1156). Bu çalışmanın sonuçları araştırmamızın sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Rabinowitz (1985: 11) klinik servislerde çalışmakta olan 105 işgören ile gerçekleştirdiği çalışmasında araştırmamızın sonuçları ile benzer neticeler elde etmiş ve işgörenlerin örgütsel yabancılaşma düzeyleri ile tükenmişlik duyguları arasında anlamlı ilişkilerin olduğunu, örgütsel yabancılaşmanın tükenmişliği etkilediğini tespit etmiştir. Celep (2008: 91) tarafından yapılan çalışma Kocaeli İzmit merkezde bulunan 405 ilköğretim öğretmeni ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında yapılan analizlerin sonucunda yabancılaşmanın anlamsızlık boyutunun tükenmişliği etkilemediği görülmüştür. Anlamsızlık boyutunun tükenmişliği etkilemediği sonucu çalışmamızdan elde edilen netice ile benzerlik göstermektedir. Elma (2003: 117) tarafından öğretmenlere yapılan çalışma da tükenmişliği yabancılaşmanın bir sonucu

olarak görmekte ve çalışmamızın sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Nitekim Duygulu (1991) tarafından tekstil işletmesi çalışanlarına yapılan çalışmada örgütsel yabancılaşmanın alt boyutu olan anlamsızlığın iş görenlerde tükenmişliğe neden olduğu belirlenmiştir. Araştırmamız kapsamında gerçekleştirilen regresyon analizi sonucunda anlamsızlık boyutunun tükenmişliği etkilemediği belirlenmiştir ve Duygulu (1991) çalışmasından elde edilen sonuç örneklem kapsamındaki sektörler farklı olsa dahi çalışmamız ile çelişmektedir. Pruski (1988) öğretmenlerde tükenmişliğe neden olan etkenin örgüt içi iletişim sıkıntıları, aşırı sınıf yükü, okul yönetimi ile ilgili problemler, okulun eğitsel iklim sorunlarının yol açtığı örgütsel yabancılaşma olduğunu ifade etmektedir. Pruski tarafından yapılan çalışma da araştırmamız ile benzer niteliktedir.

Araştırmamızın gerçekleştirildiği örneklem çerçevesinde tamamen uzaktan eğitim ile derslerin yapılması söz konusudur. Daha öncesinde yüzde yüz uzaktan eğitim uygulanmadığı anlaşılmıştır. Bu durum araştırma sürecimizin ilk aşamalarında örneklemimizde yer alan öğretmenlerle yapılan sözlü görüşmelerle tespit edilmiştir.

İş hayatında iş görenlerin verimlilikleri günümüz şartlarında önem kazanmıştır. Bu çerçevede memnuniyetin ve verimliliğin artırılabilmesi için iş görenlerin çalıştıkları kurumda uyumlu bir hayat sürmeleri gerekmektedir. Bu sebeple verimlilik ve memnuniyette artış sağlamak için öğretmenlerin duygusal durumlarını dikkate almak önemlidir (Wright ve Bonett, 1997: 494). Hangi kurum olursa olsun, verimlilik ve etkinliğin artmasında en önemli kaynak insandır (Taboli, 2015: 71). Ülkemizde bir milyona yakın öğretmen, bunların eğitim ve hizmet sunduğu yirmi milyona yakın öğrenci bulunmaktadır. Öğretmenlerdeki verimlilik ve etkinliğin düşmesi, etkileşimi yüksek sonuçlar ve zararlar doğuracaktır (Çelik ve Pesen, 2020: 358). Çalışmanın kavramsal çerçevesinde yabancılaşma ve tükenmişliğin sebepleri ve sonuçları benzerlik gösterirken, çözüm yolları bireysel ve örgütsel olarak sunulmuştur. Yabancılaşma ve tükenmişlik ile mücadelede elbette öncelikle hem bireysel hem de örgütsel olarak bu durumların farkında olmak önemlidir. Yapılan analizlerde öğretmenlerin çalıştıkları örgüte karşı yabancılaşmaları ve verimliliklerinde azalma yaşamalarındaki en önemli nedenin duygusal yönden tükenmişliğe maruz kalmaları olduğu söylenebilir. Covid-19 salgını kendi içerisinde belirsizlik ve karmaşaları barındırmaktadır. Böyle bir süreçte öğretmenlerin eğitim ve öğretimin en az kayıpla yaşanması için ellerinden gelen gayreti bireysel farklılıklardan bağımsız bir şekilde gösterirken tükenmişlik gibi bir duyguyu tecrübe etmeleri mümkün görünmektedir. İşe olan ilgi kaybı, online etkileşimin çoğu zaman sağlıklı biçimde kurulamaması, başarısızlık duygusu, öğretmen-öğrenci etkileşiminin istenen düzeyde olmaması, düşük güdülenme ve gösterilen çabaların yetersiz kalması, okul destek hizmetlerinin gerek akademik gerekse duygusal açıdan yeterince örgütlenmemiş oluşu gibi etkenler birleştiğinde öğretmenlerde çalıştığı kuruma karşı aidiyet duygusunu hissetmeme ve dolayısıyla yalıtılmışlık hissi yaratmaktadır. Yalıtılmışlık hissini yabancılaşma, örgüt kurallarına bağlılığın azalması ile süregelen normsuzluk ve tükenmişlik duygusu da izlemektedir.

Örgütsel yabancılaşmaya neden olan unsurlar şu şekilde sıralanabilir (Şimşek, 2006: 579);

- a-) Bireysel Faktörler: Kişisel özellikler, inanç ve değerler, demografik özellikler.
- b-) Çevresel Faktörler: Ekonomik durum, politik-hukuki durum, kültür, teknoloji, sanayileşme, kentleşme, sendikalar, kitle iletişim araçları.

c-) Örgütsel Faktörler: Yönetim şekli, tecrübeler, yetki devri, uzman personel, bilgi akışı, grup/örgüt özellikleri, üretim şekli, iş bölümü, çalışma koşulları, inanç ve tutumlardır.

Bu doğrultuda okul yöneticilerine öğretmenlerin okula yabancılaşma eğilimlerinin ve tükenmişliğin önüne geçebilmeleri için aşağıdaki öneriler verilebilir;

a-) Sosyal desteğin önemi vurgulanarak, okul ortamında öğretmenlerin düşüncelerini paylaşabilecekleri ortamlar hazırlanmalıdır. Eğitim-öğretim dönemi boyunca yapılan toplantılarda, etkinliklerde, seminerlerde öğretmenlerin duygu ve düşüncelerini rahatlıkla sergileyebilecekleri ortamlar yaratılmalıdır.

b-) Regresyon analizi sonucunda kuralsızlığın tükenmişliği etkilediği görülmektedir. Öğretmenlerin çalıştıkları kurumda işlerin başarıyla yürütülebilme yolunun kural dışı yollarla ilerlediğine inanmaları hem örgüte olan güveni azaltmakta hem de tükenmişliğe neden olmaktadır. Bu durumda adalet ve eşitlik algılarına zarar verebilecek her türlü uygulamaya engel olunması önem arz etmektedir. Bu hususla birlikte öğretmenlerde yaşanan tükenmişliğin en az seviyeye indirilmesi için özlük ve mali hakları iyileştirilmelidir.

c-) İşbirliği, ekip çalışması, yönetimin kararlarına katılım yaygınlaştırılmalıdır.

d-) Covid-19 pandemisi tükenmişlik nedenlerinden biri olarak kabul görebilmektedir. Dolayısıyla öğretmenlerin tükenmişlik durumlarının erken tanımlanması, önlenmesi ve başa çıkma yöntemleri pandemi döneminde kilit rol oynamaktadır. Stres yönetimi ve moral yönetimi bu durumda önem arz etmekte, tükenmiş öğretmenlerdense güçlü öğretmenlerle işletilecek bir sürecin daha etkili olabileceği görülmektedir.

e-) Sosyal paydaşlığın önemi vurgulanarak, taraflarca kabul edilen bir sosyal politika sunulmalıdır.

f-) Öğretmenlerin iş doyumlarının sağlanabilmesi için destekler sunulmalı ve böylece yaşanabilecek mesleki tükenmişliklerin önüne geçilebileceğinin bilincinde olunmalıdır.

g-) Milli Eğitim Bakanlığı dünyanın virüs ile mücadele ettiği bu sıkıntılı dönemlerde konuya daha özenle yaklaşmalı, öğretmenlerin örgütsel yapılanmalarını sağlamada yardımcı olmalı ve yaşam kalitelerini yükseltecek destekler sunulmalıdır.

h-) Okullarda yöneticiler tarafından destekleyici ve açık bir örgüt iklimi oluşturulmalıdır.

j-) Öğretmenlerin çalıştıkları kurum ile daha fazla birlik içerisinde olabilmeleri için yetki kullanımını ön planda tutan yönetim anlayışından uzak durmak ve özerk çalışma imkânları da tanımak şarttır.

l-) Kişisel ve örgütsel anlamda gerçekleştirilebilecek eğitimler yoluyla öğretmenlerin yaşadığı tükenmişlik indirgenebilir.

Referanslar

- Akdemir, B. (2017). *İnsan kaynakları yönetiminde güncel yaklaşımlar*. İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Akyavuz, E. (2020). Ortaöğretim öğrencilerinin okul tükenmişliği ve okula yabancılaşma algıları arasındaki ilişkisinin incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 28(2), 847-857.
- Akyürek, M. İ. (2020). Öğretmenlerde tükenmişlik. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 37, 35-47.
- Alarcon, G., Eschleman, K. J. and Bowling, N. A. (2009). Relationships between personality variables and burnout: A Meta-analysis, *Work & Stress*, 23(3), 244-263.
- Alparslan, A. M., Polatçı, S. ve Yastıoğlu, S. (2021). Covid-19 pandemisinin akademisyenliğe yabancılaşmaya etkisi üzerine bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 312-338.
- Atik, S. ve Özer, N. (2020). Lise öğrencilerinin öğretmene güvenleri ile akademik başarıları arasındaki ilişkide okula karşı tutum, okula yabancılaşma ve okul tükenmişliğinin doğrudan ve dolaylı rolü. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 45(202), 441-458.
- Başaran, İ.E. (1998). *Örgütsel davranış*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları.
- Belacastro, P.A. (1982). Burnout and its relationship to teachers somatic complaints and illnesses. *Psychological Reports*, 50, 1045-1046.
- Brouwers, A. ve Tomic, W. (2000). A longitudinal study of teacher burnout and perceived self-efficacy in classroom management. *Teaching and Teacher Education*, 16, 239-253.
- Camadan, F., Çaylak, B., Yılmazlar, O., Yılmaz, K., ve Kara, S. G. (2017). Psikolojik danışmanların yabancılaşmaları üzerinde öz yeterlik ve tükenmişliğin rolü. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(3), 1309-1330.
- Celep, B. (2008). *İlköğretim okulu öğretmenlerinin işe yabancılaşması*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Kocaeli.
- Chenevey, J. L., Ewing, J. C. ve Whittington, M. S. (2008). Teacher burnout and job satisfaction among agricultural education teachers. *Journal of Agricultural Education*, 1(3), 12-22.
- Çelik, A. ve Pesen, A. (2020). Ortaokul öğrencilerinin okul tükenmişliği, öğrenme sürecinde yardım istemeleri ve akademik başarıları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 351-362.
- Çetin, F. (2011). Örgütsel bağlılığın tükenmişlik ile ilişkisi: öğretmenler üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25, 61-70.
- Dean, D.G. (1961). Alienation: its meaning and measurement. *American Sociological Review*, 26(5), 753-758.
- Dinç, K. (2008). *Yardımcı mesleklerinde tükenmişlik sendromu*. (Dönem projesi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Donohue, W. ve Nelson, L. (2012). *Work engagement, burn-out, and alienation: linking new and old concepts of positive and negative work experiences*. Paper presented at 2012 BAM Annual Conference, Australia, 11-13 September 2012.

- Duygulu, E. (1991). *Örgütlerde teknoloji yabancılaşma ilişkisi ve yabancılaşmanın işgücü üzerindeki etkileri*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Elma, C. (2003). *İlköğretim okulu öğretmenlerinin işe yabancılaşması (Ankara ili örneği)*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Ankara.
- Eroğluer, K. (2020). Örgütsel vatandaşlık ve örgütsel yabancılaşma arasındaki ilişkide iş zenginleştirmenin aracılık etkisi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmalar Dergisi*, 15(21), 324-355.
- Ersoy, A. ve Utku, B.D. (2001). Konaklama işletmeleri muhasebe müdürlerinde tükenmişlik sendromu. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 1829, 43-50.
- Freudenberger, H. J. (1974). Staff burn-out. *Journal of Social Issues*, 30(1), 159-165.
- Fromm, E. (1991). *Freud düşüncesinin büyüklüğü ve sınırlılığı*. (Çev. A. Arıtan) İstanbul: Arıtan Yayınevi.
- Gökoğlan, K. (2010). *Kamu iç denetçilerinde tükenmişlik sendromu üzerine bir araştırma*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Gündüz, B. (1982). İlköğretim öğretmenlerinde tükenmişlik. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(1), 152-166.
- Gürbüz, H. ve Karapınar, M. (2014). Bankacılık sektöründe çalışanların tükenmişlik düzeylerinin Maslach kriterlerine göre ölçülmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(23), 267-278.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2017). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Igodan, O. C. ve Newcomb, L. H. (1986). Are you experiencing burnout. *Journal of extension*, 24(1), 29-32.
- Kasap, M. (2021). Örgütsel yabancılaşmayla sanal kaytarma arasındaki ilişki: Tekstil çalışanları üzerine bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 561-576.
- Kesen, M. ve Pabuçcu, H. (2016). Örgütsel muhalefet ve işe yabancılaşmanın duygusal tükenmişliğe etkisinin ANFIS Model ile incelenmesi. *Journal of International Social Research*, 9(42), 1552-1563.
- Kıral, B. (2018). Anadolu lisesi öğretmenlerinin tükenmişlik düzeylerinin çeşitli değişkenlerle ilişkisi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(6), 925-934.
- Kuh, M. (2017). *Denizli ili acil sağlık hizmetleri çalışanlarında iş yükü-kontrolü, işe yabancılaşma ve tükenmişlik sendromu arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi) Pamukkale Üniversitesi Tıp Fakültesi, Denizli.
- Kulualp, H. ve Sarı, Ö. (2019). Destekleme davranışı ve sosyal değişim teorisi kapsamında kırsal turizmin etkilerinin değerlendirilmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 655-678.
- Kurtoğlu, Ü. (2011). *An evaluation of ELT teachers' vocational burnout according to some variables*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars.
- Maslach, C. ve Jackson, S. E. (1985). The measurement of experienced burnout. *Journal of Occupational Behavior*, 2, 99-131.
- Maslach, C. and Goldberg, J. (1998). Prevention of burnout: New perspectives. *University of California*, 7, 63-74.

- Maslach, C., Schaufeli, W B. and Leiter, M P. (2001). Job burnout, *Annu. Rev. Psychol.*, 52, 397-422.
- Mottaz, C. J. (1987). An analysis of the relationship between work satisfaction and organizational commitment. *The Sociological Quarterly*, 28(4), 540-558.
- Osin, E. N. (2015). Alienation from study as a predictor of burnout in university students: The role of the educational environment characteristics. *Psychological Science and Education*, 20(4), 57-74.
- Örücü, E. ve Hasırcı, I. (2020). Duygusal emek algısının tükenmişlik seviyesine etkisi: Bandırma Belediyesi çalışanları üzerine bir araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 15(1), 245-276.
- Özçınar M. (2011). *Örgütlerde yabancılaşma ile tükenmişlik sendromu arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Özkoç, A. ve Kırıcı, E. (2017). Turist rehberlerinin tükenmişlik düzeylerinin işe yabancılaşma eğilimlerine etkisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14 (1), 20-32.
- Özler, N.D. ve Dirican, M. (2014), Örgütlerde yabancılaşma ile tükenmişlik sendromu arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 39, 291-310.
- Palta, A. (2018). Öğretmenlerin işe yabancılaşma düzeyleri ve yöneticilerinin liderlik stillerinin incelenmesi. *Ulakbilge Dergisi*, 6(31), 1670-1679.
- Powell, W. E. (1994). The relationship between feelings of alienation and burnout in social work. *Families in Society*, 75(4), 229-235.
- Pruski, W. M. (1998). A study on the effects block scheduling on teacher attitude and effectiveness. *The High School Journal*, 83(1), 35-43.
- Rabinowitz, K. R. (1985). Perceptions of organizational control and clinical social worker autonomy: Implications for conflict, organizational alienation and burnout. *Dissertation Abstracts International*, 46(3), 1-23.
- Seeman, M. (1959). On personal consequences of alienation in work. *American Sociological Review*, 31, 98-113.
- Seferoğlu, S. S., Yıldız, H. ve Yücel, Ü. (2014). Öğretmenlerde tükenmişlik: tükenmişliğin göstergeleri ve bu göstergelerin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Eğitim ve Bilim Dergisi*, 39(174), 348-364.
- Shehada, M. and Khafaje, N. (2015). The Manifestation of organizational alienation of employees and its impact on work conditions. *International Journal of Business and Social Science*, 6(2), 110-120.
- Şimşek, Ş., Çelik, A., Akgemci, T. ve Fettahlıoğlu T. (2006). Örgütlerde yabancılaşma yönetimi araştırması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 569-587.
- Taboli, H. (2015). Burnout, work engagement, work alienation as predictors of turnover intentions among universities employees in Kerman. *Life Science Journal*, 12(9), 67-74.
- Tanrıverdi, H. ve Kılıç, N. (2016). Algılanan örgütsel destek ve örgütsel yabancılaşma arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Hacettepe University Sociology Research E-Journal*, 1(1), 1-18.
- Tanrıverdi, H., Koçaslan, G. ve Taştan Osmanoglu, N. (2018). Psikolojik şiddet algısı, tükenmişlik sendromu ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki: Banka çalışanları üzerinde bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 25(1), 114-131.
- Tolan, B. (1981). *Çağdaş toplumun bunalımı anomi ve yabancılaşma*. Ankara: Toplum Bilimleri Araştırma Merkezi Yayınları.

- Tomei, G., Casale, T., Tomei, F., Nieto, H. A., Prenna, A., Schifano, M. P. ve Pimpinella, B. (2011). Alienation to burnout, psyche and the universe of technology, *Giornale italiano di Medicina del Lavoro ed Ergonomia*, 34, 400-409.
- Tuğrul, B. ve Çelik, E. (2002). Normal çocuklarla çalışan anaokulu öğretmenlerinde tükenmişlik. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(12), 1-11.
- Uşul, H. ve Atan, A. (2014). Sağlık sektöründe yabancılaşma düzeyi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(26), 1-10.
- Wright, T. and Bonett, D. (1997). The contributions of burnout to work performance. *Journal Of Organizational Behavior*, 18(5), 491-499.
- Yıldırım, V. (2000). *Genel işletmecilik 1-2*. Adapazarı: Değişim Yayınları.
- Yorulmaz, Y. I., Altinkurt, Y., ve Yılmaz, K. (2015). The relationship between teachers' occupational professionalism and organizational alienation. *Online Submission*, 4, 31-44.

BİREYLERİN SOSYAL REKLAMLARA YÖNELİK TUTUMLARI: COVID-19 SPOTLARININ SİNİR AĞI ANALİZİ

INDIVIDUALS' ATTITUDES TOWARDS SOCIAL ADVERTISING: NEURAL NETWORK ANALYSIS OF COVID-19 SPOTS

Alper YILMAZ⁽¹⁾, Mehmet ULAŞ⁽²⁾, Abuzer YEŞİL⁽³⁾

Öz: Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı tarafından Covid-19 pandemisi döneminde hazırlatılan sosyal reklam spotlarında sunucu ünlü birey ve sunucu uzman birey değişkenlerinin bireyler üzerindeki etkilerini, bireylerin sosyal reklam spotlarına yönelik tutumlarını ve davranışsal eğilimlerini incelemeyi konu edinmektedir. Çalışma “T.C Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlatılan ve Covid-19 Pandemisi döneminde yayımlanan “Maske, Mesafe ve Temizlik” mesajlarını vurgulayan sosyal reklam spotlarında sunucu ünlü ve sunucu uzman birey değişkenlerinin bireyler üzerindeki etkileri ve bireylerin sosyal reklam spotuna yönelik tutum ve davranış eğilimleri nedir?” temel sorunsalı üzerine oluşturulmuştur. Araştırmanın metodolojisi bağlamında nicel araştırma yöntemi deseninde ampirik bir deneysel çalışma yapılarak “Sosyal Reklam Spotlarına Yönelik Tepkiler Anketi” tekniğiyle bireylerin sosyal reklam spotlarına yönelik tepkilerinden oluşan nicel ham veri setine SPSS 25 paket programında yapay sinir ağı analizi yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre sosyal reklam spotlarında sunucu ünlü birey kullanımının sunucu uzman birey kullanımına göre yüksek düzeyde etkili olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Sosyal Reklam, Birey, Tutum, Sinir Ağı Analizi

Abstract: *In the social advertising spots prepared by the Ministry of Health of the Republic of Turkey during the Covid-19 pandemic, the presenter focuses on the effects of the variables of the famous individual and the server expert on individuals, the attitudes and behavioral tendencies of individuals towards social advertising spots. The study is based on the basic problematic of the effects of the variables of the famous presenter and the server expert individual variables on individuals and the individuals' attitudes and behavioral tendencies towards the social advertising spot in social advertising spots that emphasize the Mask, Distance and Cleaning messages, which were prepared by the Ministry of Health of the Republic of Turkey and published during the Covid-19 Pandemic period. In the context of the methodology of the research, an empirical experimental study was conducted in the design of the quantitative research method, and an Artificial Neural Network analysis was carried out in the SPSS 25 package program on the quantitative raw data set consisting of the reactions of individuals to social advertising spots with the Social Advertising Spots Questionnaire technique. According to the research results It has been observed that the use of famous presenter individuals in social advertisements is highly effective compared to the use of server expert individuals.*

Keywords: Covid-19, Public Service Ad, Individual, Attitude, Neural Network Analysis

JEL: M370

⁽¹⁾ İnönü Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü; alper.yilmaz@inonu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6602-3657

⁽²⁾ İnönü Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü; mehmet.ulas@inonu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-6131-7509

⁽³⁾ Malatya Turgut Özal Üniversitesi, Doğanşehir Vahap Küçük MYO, Büro Yönetimi ve Sekreterlik Bölümü; abuzer.yesil@ozal.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6163-3432

1. Giriş

Farkındalık oluşturarak bireylerde tutum ve davranış değişikliği oluşturma amacı güden sosyal reklam spotları 1980'li yıllardan itibaren Türkiye'de kullanılmaktadır (Öztürk, 2009: 217). Sosyal reklam spotları ile ilgili Türkiye'de yapılan sınırlı sayıda çalışma konuyu mesaj stratejileri, alıcı bireylerin algılamaları, görsel etkileri, halkla ilişkiler, propaganda ve spotların duygu, düşünce, tutum ve davranış üzerindeki etkileri gibi farklı yönleriyle irdelemektedir. Bir reklamın başarısının ölçülmesinde hedeflediği etkiyi üretip üretmediği önemli olduğundan reklam kahramanlarının reklam izleyenler üzerindeki etkisinin de incelenmesi gerekir. 2019 yılı sonundan günümüze dünya genelinde yaşanan Covid-19 pandemisi nedeniyle ülkelerin sağlık kurumlarının kamuoyuna dönük mesajları kritik önem kazanmaktadır. T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından Türkiye'de ilk vakanın tespit edildiği Mart 2020'den çalışmanın yapıldığı tarihe kadar 51 adet sosyal reklam spotu hazırlanmıştır. Ancak bu spotların etki düzeyine dönük bakanlıktan veri gelmesi söz konusu olmadığından bu konudaki akademik çalışmalar büyük önem kazanmaktadır. Çalışmada Covid-19 pandemisindeki sosyal reklam spotlarında sunucu ünlü birey ve sunucu uzman birey değişkenlerinin bireyler üzerindeki etkisi ve buna bağlı olarak bireylerin bu spotlara dönük tutumları ve davranışsal eğilimleri irdelenip yapay sinir ağı tekniğiyle analiz edilerek açıklanmıştır.

2. Sosyal Reklam Spotu

Reklam, insanları gönüllü olarak belirli bir düşünceye yönlendirmek, ürün ya da hizmete ve kuruluşa yönelik dikkat çekmek, bilgi vermek, belirli bir davranışta bulunmaya ikna etmek, tutumları değiştirmek ya da benimsemelerini sağlamak amacıyla bir ücret karşılığında kitle iletişim araçlarından yer ve zaman satın alarak yayımlanan duyurudur (Gülsoy, 1999: 9). Ürün ya da hizmet markasına ait bilgi TV reklamlarında görsel ve işitsel bileşenleri (1) ürün/hizmet sunumu, (2) gösterim, (3) problem çözümü, (4) yaşamdan kesit, (5) tanıklık, (6) hiciv, (7) kişileştirme, (8) hikâye anlatımı, (9) karşılaştırma ve (10) sunucu formatlarının değişken formatlarda kullanılmasıyla anlatılmaktadır (Aaker, Batra, & Myers, 1992: 383).

Bir bireyin ürün ya da hizmet markası hakkındaki bilgiyi kamera karşısında hedef kitleye anlatmasını içeren sunucu formatı; (1) satış temsilcisi sunucu, (2) tüketici sunucu, (3) otorite uzman sunucu ve (4) ünlü sunucu türlerinden oluşmaktadır. Satış temsilcisi sunucu olan ünlü bir oyuncu ya da ünsüz bir birey, şirketin ürün ya da hizmetlerine ait bilgiyi samimi ve otoriter bir şekilde hedef kitle izleyiciye anlatmaktadır. Tüketici sunucu birey, kişisel deneyimleri ile ürün ya da hizmeti empatik bir yaklaşımla tanık biçiminde anlatmaktadır. Otorite uzman sunucu uzmanlar, alanında tanınmalarıyla ve güvenilirlikleriyle ürün ya da hizmet hakkındaki kanaatlerini ifade etmektedir. Ünlü sunucu ise; reklamverenlerin ürün ya da hizmetlere yönelik dikkat çekmek ve ikna etmek amacıyla bireyler tarafından bilinen, sevilen ve saygınlığı olan ünlü bir birey ve izleyici arasında duygusal bağ kurma düşüncesine uygun olarak ürün ya da hizmetin mesajını hedef kitleye iletmektedir (Baldwin, 1989: 105). Sunucu bireyin bir kaynak olarak güvenilirliğinde fiziksel çekicilik, prestij ve benzerlik değişkenleri önemlidir. Sunucunun çekiciliği ile beğenilme ve ikna edici etki güçlü olmaktadır. Sunucunun prestiji; geçmiş başarılar, itibar, zenginlik, politik güç ve önemli bir sosyal referans grubundaki görünürlükten oluşmaktadır. Sunucunun benzerliği ise; tutum, davranış, deneyim, sosyal statü ya da yaşam tarzı ile izleyiciye benzer olarak sunulan bir kaynağın hem beğenmeyi hem de özdeşleşmeyi sağlamasıyla etkili olabilmesidir (Aaker, Batra, & Myers, 1992: 363).

Bununla birlikte sunucu bireyin bir kaynak olarak güvenilirliğinde çekicilik, güvenilirlik ve uzmanlık değişkenleri de önemli olmaktadır. Sunucunun çekiciliği; iletişim kaynağının fiziksel çekiciliği ile bireylerin önyargılarını etkileyerek tutum ve davranışlarda değişim sağlamasıdır. Sunucunun güveni; iletişim sürecinde dinleyicinin konuşmacıya ve mesaja olan güven derecesi ve kabul etme düzeyidir. Sunucunun uzmanlığı; iletişim kaynağının niteliği, yeterliliği ve eğitimi ile bireylerin tutum değişimi üzerinde olumlu etkide bulunur (Ohanian, 1990: 42). Reklamverenlerin reklam aracılığıyla farklı hedef kitlelere ulaşmaya çalışmaları zor olmakla birlikte reklam marka, doğrudan ya da dolaylı satış, kurumsal, etkileşimli ve kamu hizmeti amaçlarıyla yapılması sonucunda farklılaşmaktadır (Wells, Burnett, & Moriarty, 2003: 12). Bu bağlamda reklamlar genel amaçları bakımından (1) kâr amaçlı reklamlar, (2) kâr amaçsız reklamlar ve (3) sosyal reklamlar olarak sınıflandırılmaktadır (Tek & Özgül, 2005: 678). Sosyal reklam, bireylerin sosyal sorunlarını çözmek amacıyla gönüllü bireysel eylemlere teşvik etmeyi amaçlayan duyurular olarak açıklanmaktadır (Lynn, 1973: 673). Sosyal reklam spotları, sosyal sorunlara yönelik yapılması ve konu hakkındaki akademik çalışmaların yaygınlaşması nedeniyle (Özer & Özüpek, 2018: 185) önem kazanmaktadır. Kamusal iletişim kampanyalarının en sık kullanılan türü olan sosyal reklam; kamunun sosyal bir konuya yönelik tutum ve davranış değişikliklerini teşvik etmek ve ikna etmek amacıyla mesajların yayınlanmasıdır (Noar, 2006: 22). Sosyal reklam spotları, bireylerin tutumlarını değiştirmek amacıyla kamu ile ilişkili belirli bir konu hakkında bilgi ileten önemli bir iletişim kaynağıdır (Hsieh, Yen, Liu, & Lin, 1996: 103). Sosyal reklam duyuruları vatandaşların genelini ilgilendirdiği varsayılan sorunlar konusunda yapılmaktadır. Sosyal reklam spotları genel olarak toplumsal sorunlara ve çözümlerine yönelik sosyal farkındalığı arttırmayı ve halkın inanç, tutum ve davranışlarını etkilemeyi (O'Keefe & Reid, 1990: 67) ve bireylerin dikkatini insan hakları, bağımlılık, güvenlik, eğitim ve sağlık vb. büyük sosyal sorunlara çekmeyi amaçlamaktadır (Nureeva, 2015: 114). Sosyal reklam spotları; (1) yardıma muhtaç, sağlık sorunlarına karşı savunmasız bireylere yardım etmesini ve (2) halkın genellikle zaman ya da para baskısıyla diğer bireylere yardım etmesini amaçlamaktadır (Bagozzi & Moore, 1994: 56).

Sosyal reklam spotları ünlü bireyler (Ersan & Avşar, 2020) ya da ünsüz bireyler tarafından sunulabilmektedir. Sosyal reklam spotu sunucusunun çekiciliği ve güvenilirliği ikna edici iletişim sürecinde önemlidir (Petty, Wegener, & Fabrigar, 1997: 615). Bireyler, ünlü ve güvenilir bir birey tarafından sunulan ticari reklam spotuna (Yolaçan & Özeltürkay, 2018) ve sosyal reklam spotuna yönelik olumlu tutum ve davranış gösterebilmektedirler (Chan & Zhang, 2019). Genel olarak, sunucu bir kaynak olarak ne kadar inandırıcı olursa o kadar ikna edici olmaktadır. Sunucu ünlü bireyin birçok ürün ya da hizmet markasını tanıtmayı ve onaylamayı ikna edici gücün etkisini azaltmaktadır. Sunucu ile ürün ya da hizmet arasında mantıklı ve makul bir eşleşme olmalıdır. Sunucu ünlü bireyler genellikle yüksek oranda psikolojik ve sosyal risk bulunan durumlarda daha etkili olmaktadır (Joseph, 1982: 20).

3. Sosyal Reklam Spotuna Yönelik Tutum

Sosyal reklam spotları bireylerin konuya yönelik farkındalık göstermelerini sağlayarak tutum ve davranışlarını etkilemektedir. Sosyal reklam spotlarının medyada yayınlanma oranı ile etki gücü arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Kapsamlı kampanyalara bağlı olarak gerçekleştirilen sosyal reklam spotları, mantıksal bilgileri duygusal mesaj stratejisiyle bireylere ilettiğinde ve kamunun gündemi ve mutabık olduğu konularla ilişkili olan bilgileri ilettiğinde etkililikleri artmaktadır (O'Keefe &

Reid, 1990: 70). Bagozzi ve Moore (1994) sosyal reklam spotlarını ikna teorisi geliştirmek amacıyla ele aldıkları çalışma sonucunda olumsuz duygular, empati ve davranış arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ve empatiye göre olumsuz duyguların yardım etme davranışı üzerinde daha etkili olduğunu belirtmiştir. Jang ve diğerleri (2016) anket tekniğiyle “Sessiz Katil” adı sosyal reklam spotunun kalp-damar hastaları üzerindeki etkilerini araştırmış ve söz konusu spotun bireylerde tutum oluşturma ve davranışsal değişiklikler sağlama yönünde olumlu etkisini belirtmiştir. Henley, Ranganathan ve Gurtu (2018)’nin anket tekniğiyle yeni iletişim teknolojilerinin sosyal reklam spotları üzerindeki etkililiğini irdelemeleri neticesinde, yeni iletişim teknolojilerinin bireylerin etkileşimli sosyal reklam spotlarına yönelik tutum ve davranışsal niyetlerinde olumlu bir etkisinin olduğu görülmüştür.

Wang (2018) anket tekniğiyle AIDS sosyal reklam spotlarında bir kaynak olarak sunucunun bireyler üzerindeki etkisini ve bireylerin sunucunun ikna edici mesajlarına yönelik tepkilerini ele almış ve sosyal reklam spotu sunucusuyla özdeşleşen bireyin, kaynağa güvenmesi ve ikna edici mesajı kabul etmesi sonucunda tutum oluşumu ve davranış değişikliği gerçekleştirdiğini bulmuştur. Chan ve Zhang (2019) yüz yüze görüşme tekniğiyle hükümetin sosyal reklam spotunda ünlü kullanımını araştırmaları neticesinde sosyal reklam spotunda ünlü birey kullanımının bireylerin konuya yönelik farkındalığını arttırdığını, tutum oluşturdığını ve davranış değişikliklerini teşvik ettiğini bulmuştur. Sulatra ve Pratiwi (2020) göstergebilim tekniğiyle Covid-19 sosyal reklam afişlerinde bireylerin önlem almasının tedavi olmaktan daha iyi olduğu, pandemiyle mücadelede işbirlikçi, sorumlu ve iyimser olmanın belirtildiği ve hükümetin Covid-19 pandemisini vatandaşlarıyla birlikte yenebileceği mesajları vurgulanmıştır. Nurfebianing ve Mutia (2020) anket tekniğiyle sosyal medya mecrası Instagram’da Covid-19 sosyal reklam spotlarının etkililiğini ölçmüş ve bireylerin sosyal reklam spotuna yönelik dikkat, ilgi ve davranış tepkilerinin yüksek, bilgi arama ve paylaşma tepkilerinin düşük olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Göçmen ve Ayvaz’ın (2017) göstergebilim tekniğiyle Sağlık Bakanlığı ve paydaşları tarafından hazırlatılan sosyal reklam spotlarını ele alması sonucunda sosyal reklam spotlarının toplumsal sorunlara yönelik bireyleri mantıksal mesaj stratejileriyle bilgilendirmeyi, farkındalık oluşturmaya, tutum ve davranış geliştirmeyi sağladığı görülmüştür. Bütün ve arkadaşlarının (2018) ön test-son test uygulamasıyla Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı ve Türk Kanser Derneği sosyal reklam spotlarını incelemesi sonucunda bireylerin sosyal reklam spotlarına yönelik algılarının gerçekçi, akılda kalıcı ve etkili olduğu görülmüştür. Özbük ve Öz (2017) içerik analizi tekniğiyle Türkiye’de yayınlanan sosyal reklam spotlarını araştırdıkları çalışmada genellikle Bakanlıklar tarafından bir olay, durum ve etkinlik hakkında gerçek olaylara dayanarak müzikli bir şekilde duygusal mesaj stratejisiyle ikna etme ve davranış değişikliği oluşturmanın amaçlandığı görülürken, sosyal reklamlarda sunucu ünlü ve uzman birey kullanımının çok az olduğu ve ikna etme ve davranış değişikliği oluşturmada %20 etkili olduğu görülmüştür.

Çalışma özelinde T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlatılan Covid-19 sosyal reklam spotları ile ilişkili çalışmalar önem arz etmektedir. Canbazoglu’nun (2020) anket tekniğiyle Covid-19 pandemisi sosyal reklam spotlarının duygu, düşünce ve tutumlar üzerindeki etkililiğini irdelediği araştırmaya göre Koronavirüs sosyal reklam spotlarının bireyleri, mantıksal mesaj ve çekicilik stratejisiyle gerçek bilgiler vermesi ve endişe duygusu hissettirmesine rağmen ikna etmesi, sosyal reklam spotuna yönelik olumlu düşünce ve tutum oluşturmıştır. Yücel ve arkadaşlarının (2020)

nöropazarlama yaklaşımıyla Covid-19 pandemisi “14 gün ve 14 kural” sosyal reklam spotlarının görsel etkisini ele almaları neticesinde görsel uyarıların bireylerde farkındalık ve bilgilendirme yazılarının bilişsel tutum oluşturduğu görülmüştür. Yurttaş (2021) fenomenoloji tekniğiyle Covid-19 pandemisi sosyal reklam spotlarının dikkat çekme, tutum ve davranış değişikliği oluşturma üzerindeki etkililiğini araştırmış ve Koronavirüs sosyal reklam spotlarının mantıksal mesaj stratejisiyle bireyleri bilgilendirerek sosyal reklam spotuna yönelik bilişsel tutum gösterdiği bulunmuştur. Ersan ve Avşar (2020) ise göstergebilim tekniğiyle Covid-19 pandemisi sosyal reklam spotlarının ilettiği mesajları anlamsal incelemeleri sonucunda Koronavirüs “14 gün ve 14 kural” sosyal reklam spotlarının, Hekimoğlu sunucunun mantıksal ve Ali Vefa sunucunun duygusal mesaj stratejileriyle bireylerde bilişsel ve duyuşsal tutum oluşturmayı amaçladığı görülmüştür.

4. Sosyal Reklam Spotuna Yönelik Tutum

Dünyada ilk kez 29 Aralık 2019’da Çin’in Wuhan şehrinde ortaya çıkan virüsün, hastalardan alınan örneklerin incelenmesi sonucunda 7 Ocak 2020’de SARS (2002) ve MERS (2012) gibi Koronavirüs ailesinden olduğu belirlenmiştir. İnsandan insana bulaşan virüs, Çin dışında ilk 13 Ocak 2020’de Tayvan’da görülmüş ve iki ay içerisinde Asya kıtasından Avrupa ve Amerika kıtalarına yayılmıştır. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) 30 Ocak 2020’de küresel acil durum ilan etmiş, Uluslararası Virüs Taksonomi Komitesi de 11 Şubat 2020 tarihinde SARS-CoV-2 hastalığına Coronavirus Disease 2019 adını vermiştir. DSÖ 11 Mart 2020 tarihinde COVID-19 hastalığını “pandemi” olarak ilan etmiştir (Varol & Tokuç, 2020: 583).

Türkiye’de ilk vaka 10 Mart 2020 tarihinde Sağlık Bakanı Dr. Fahrettin Koca tarafından açıklanmıştır. Bakan Koca 29 Nisan 2020’de yaptığı basın açıklamasında ülkemizde COVID-19 konusunda ilk faaliyet olarak 10 Ocak 2020 tarihinde Sağlık Bakanlığı tarafından bir “Operasyon Merkezi” kurulduğunu ve konu ile ilgili bir Bilim Kurulu oluşturulduğunu ifade etmiştir. Bilim Kurulu 24 Ocak 2020’de COVID-19 süreciyle ilgili sağlık çalışanları için bir rehber çıkartırken, halkın sağlığı konusunda bir dizi önlemler ve kısıtlamalar belirlemiştir (Varol & Tokuç, 2020: 588). T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından pandemi önlemlerini halka duyurmak amacıyla hazırlatılan ve yayınlanan 51 sosyal reklam spotundan dördü incelenmiştir.

4.1. “Maske, Mesafe ve Temizlik. Bu Üç Tedbirde Birleşelim” Sosyal Reklam Spotu

T.C. Sağlık Bakanlığı “Maske, mesafe ve temizlik. Bu üç tedbirde birleşelim” sosyal reklam spotunda sunucu ünlü olarak Hekimoğlu dizi oyuncusu Timuçin Esen’i kullanmıştır. Amerikan yapımı House M. D. dizisinden uyarılma Hekimoğlu dizisi, medikal drama ve komedi türünde Türk televizyon dizisidir. 17 Aralık 2019’da ilk yayınına başlayan dizinin ana karakteri Dr. Ateş Hekimoğlu 40’lı yaşlarında, hiçbir ayrıntıyı gözünden kaçırmayan, hastalarla birebir iletişim kurmak yerine hastalıklara odaklanarak en karmaşık vakaları çözebilen tanı uzmanı başarılı bir doktordur. Dr. Hekimoğlu için yeni bir karmaşık vakanın, bulmaca çözmek gibi heyecan verici olması nedeniyle dizi yayınlandığı sürede reytinglerini arttırarak bir fenomene dönüşmüştür (Ersan & Avşar, 2020: 1341). Dr. Hekimoğlu agresif ve realist imajıyla “Maske, mesafe ve temizlik. Bu üç tedbirde birleşelim” adlı 1dk44sn’lik sosyal reklam spotunda bireysel ve sosyal alınması gereken “maske, mesafe ve temizlik” tedbirlerini iki kez vurgulamıştır.

4.2. “Maske, Mesafe ve Temizlik. Şimdi Tedbirde Birlik Olma Zamanı” Sosyal Reklam Spotu

T.C Sağlık Bakanlığı “Maske, mesafe ve temizlik. Şimdi tedbirde birlik olma zamanı” sosyal reklam spotunda sunucu ünlü olarak Mucize Doktor dizi oyuncusu Taner Ölmez’i kullanmıştır. Güney Kore yapımı Good Doctor dizisinden uyarlama Mucize Doktor dizisi, medikal drama türünde Türk televizyon dizisidir. 12 Eylül 2019’da ilk yayınına başlayan dizinin ana karakteri Dr. Ali Vefa ise 20’li yaşların ortasında, otistik savant sendromlu, deha nitelikli bir doktordur. Ali otizmlili olması nedeniyle babası tarafından evlatlıktan reddedilmiş ve ona sahip çıkan birkaç yaş büyük abisinin göçük altında kalması nedeniyle kimsesiz kalmıştır. Ali abisine bir söz vermiştir: “doktor olmak.” Ali hayatı ve eğitimi boyunca karşılaştığı engellere rağmen tıp fakültesini birincilikle bitirerek cerrahi asistanı olmuştur. Mucize Doktor dizisi de yayımlandığı sürede yükselen reytinglerle bir fenomen olmuştur (Ersan & Avşar, 2020: 1341). Doktor Ali Vefa sakın ve şefkatli imajıyla “Maske, mesafe ve temizlik. Şimdi tedbirde birlik olma zamanı” adlı 1dk16sn’lik sosyal reklam spotunda bireysel ve sosyal olarak alınması gereken “maske, mesafe ve temizlik” tedbirlerinin önemini iki kez vurgulamıştır.

4.3. “Yeni Koronavirüs Hastalığı-Maske” Sosyal Reklam Spotu

T.C Sağlık Bakanlığı “Yeni Koronavirüs Hastalığı-Maske” adlı 25sn’lik sosyal reklam spotunda sunucu uzman olarak bir erkek doktor kullanmıştır. Başında yeşil bone ve yüzünde beyaz maske takılı tahminen orta yaşlarda olan bir erkek doktorun ekranda sadece yeşil renkli gözleri görünmektedir. Sunucu uzman doktor doğrudan kameraya bakıp sosyal reklam kamu spotu izleyicisi bireye seslenerek “maske” tedbirinin önemini iki kez vurgulayarak anlatmıştır.

4.4. “Yeni Koronavirüs Hastalığı-Sosyal Mesafe” Sosyal Reklam Spotu

T.C Sağlık Bakanlığı “Yeni Koronavirüs Hastalığı-Maske” adlı 22 sn’lik sosyal reklam spotunda sunucu uzman olarak bir kadın doktor kullanmıştır. Başında beyaz bir bone, şeffaf bir siperlik maske, yüzünde beyaz maske takılı genç yaşlarda olan bir kadın hemşirenin ekranda sadece yeşil renkli gözleri görünmektedir. Sunucu uzman hemşire doğrudan kameraya bakıp sosyal reklam kamu spotu izleyicisi bireye seslenerek “sosyal mesafe” tedbirinin önemini bir kez vurgulayarak anlatmıştır.

5. Metodoloji

5.1. Araştırmanın Konusu, Amacı, Önemi ve Sınırlılıkları

Genellikle kâr amaçlı ticari reklamların bireyler üzerindeki etkileri araştırılırken, sosyal reklamların bireyler üzerindeki etkileri göz ardı edilmektedir (Lynn, 1973: 673). Dolayısıyla bu çalışma kurumsal reklam kampanyalarını ve stratejilerini değerlendirmeye yönelik bilgileri sistematik bir şekilde toplamak ve analiz etmek amacıyla reklam araştırmaları alanında yapılmaktadır. Bu bağlamda çalışma Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı tarafından Covid-19 pandemisi döneminde hazırlatılan sosyal reklam spotlarında sunucu ünlü birey ve sunucu uzman birey değişkenlerinin bireyler üzerindeki etkilerini, bireylerin sosyal reklam spotlarına yönelik tutumlarını ve davranışsal eğilimlerini incelemeyi konu edinmektedir. Çalışma sosyal reklam spotlarında sunucu ünlü birey ve uzman birey değişkenlerinin bireylerin sosyal reklama yönelik tutum ve davranışları üzerindeki etkilerini yapay sinir ağı tekniği analiziyle açıklamayı ve öngörmeyi amaçlamaktadır. Çalışma sosyal reklam spotlarının sunucu ünlü ve uzman birey değişkenlerinin bireylerin sosyal reklama

yönelik tutum ve davranışlarını inceleyen sınırlı sayıda çalışma olması ve metodolojik olarak elde edilen nicel ham veri setini sinir ağı analizi tekniğiyle analiz etmesi açılarından önemli olmaktadır. Çalışma teorik olarak reklam ve sosyal reklam literatürüyle kısıtlanırken, pratik olarak T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlatılan (1) “Maske, mesafe ve temizlik. Bu üç tedbirde birleşelim”, (2) “Maske, mesafe ve temizlik. Şimdi tedbirde birlik olma zamanı”, (3) “Yeni Koronavirüs Hastalığı-Maske” ve (4) “Yeni Koronavirüs Hastalığı-Sosyal Mesafe” sosyal reklam spotları ve SPSS programı sinir ağı analiziyle sınırlandırılmıştır.

5.2. Araştırmanın Problemi

Sosyal reklam spotlarında sunucu ünlü bireylerin genellikle yüksek oranda psikolojik ve sosyal risk bulunan durumlarda daha etkili olduğu (Joseph, 1982: 20), (Chan & Zhang, 2019: 13) iddia edilmesine rağmen, Türkiye’deki sosyal reklam spotlarında sunucu ünlü bireylerin ve sunucu uzman bireylerin sıklıkla kullanılmadığı görülmektedir (Özbük & Öz, 2017: 583). Bu bağlamda çalışmanın “T.C Sağlık Bakanlığı tarafından Covid-19 Pandemisi döneminde yayınlanan “Maske, Mesafe ve Temizlik” mesajlarını vurgulayan sosyal reklam spotlarında sunucu ünlü birey ve sunucu uzman birey değişkenlerinin bireyler üzerindeki etkileri ve bireylerin sosyal reklam spotuna yönelik tutum ve davranış eğilimleri nedir?” temel sorunsalı üzerine oluşturulan araştırmanın hipotezleri aşağıda oluşturulmuştur.

H1: Sunucu ünlü kullanılan sosyal reklam spotlarının bireylerin tutumsal tepkileri ve davranışsal eğilimleri üzerinde olumlu etkisi vardır.

H2: Sunucu uzman kullanılan sosyal reklam spotlarının bireylerin tutumsal tepkileri ve davranışsal eğilimleri üzerinde olumlu etkisi vardır.

H3: Sunucu ünlü kullanılan sosyal reklam spotlarının bireylerin tutumsal tepkileri ve davranışsal eğilimleri üzerinde sunucu uzman kullanılan sosyal reklam spotlarına göre daha fazla olumlu etkisi vardır.

5.3. Araştırmanın Yöntemi

Metodolojik yaklaşımlardan pozitivism, kantitatif veriler elde etmek amacıyla deney, anket ve istatistik yöntemlerini (Neuman, 2014: 97) kullanmaktadır. Pozitivist yaklaşıma dayanan deney yöntemi; bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki etkilerini kantitatif veri toplama tekniği olan anket tekniğiyle elde etmektedir (Neuman, 2014: 310). Reklam araştırmaları ise kantitatif veriler elde etmek amacıyla deney ve anket yöntemlerini (Arens & Schaefer, 2007: 163) kullanmaktadır. Araştırmanın metodolojisi bağlamında nicel araştırma yöntemi deseninde ampirik bir deneysel çalışma yapılarak “Sosyal Reklam Spotlarına Yönelik Tepkiler Anketi” tekniğiyle bireylerin sosyal reklam spotlarına yönelik tepkilerinden oluşan nicel ham veri setine SPSS 25 programında yapay sinir ağı analizi yapılmıştır.

5.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

5.4.1. Araştırmanın Deney Uyararı Evren ve Örneklemi

Olasılıklı örnekleme yöntemlerinden tabakalı örnekleme tekniği; sınırları belirlenmiş bir evrende alt tabakalar veya alt birim gruplarının var olduğu durumlarda kullanılan ve önemli olan, evren içindeki alt tabakaların varlığından yola çıkarak evren üzerinde çalışmayı (Neuman, 2014: 336) amaçlamaktadır. Araştırmanın deney uyararı evren ve örnekleme bağlamında; genel evren olarak sosyal reklam kamu spotları genel evreni içerisinden T.C. Sağlık Bakanlığı sosyal reklam kamu spotları evreni

hedeflenirken, örneklem olarak sunucu ünlü kullanılan (1) “Maske, mesafe ve temizlik. Bu üç tedbirde birleşelim” ve (2) “Maske, mesafe ve temizlik. Şimdi tedbirde birlik olma zamanı” sosyal reklam spotları ile sunucu uzman kullanılan (3) “Yeni Koronavirüs Hastalığı – Maske” ve (4) “Yeni Koronavirüs Hastalığı – Sosyal Mesafe” sosyal reklam kamu spotları belirlenmiştir.

5.4.2. Araştırmanın Katılımcı Evren ve Örneklemi

Araştırmada pozitivist yaklaşımla anket tekniği kullanılarak kantitatif veriler elde etmek amaçlanmıştır (Neuman, 2014: 97). Nicel araştırma yaklaşımının örneklem yöntemlerinden olasılık temelli örnekleme yönteminden basit seçkisiz örnekleme tekniğine göre (Yıldırım & Şimşek, 2018: 115) 100.000.000 kişiden oluşan bir evrende 384 kişilik örneklem %95 ($\alpha = 0.05$) kesinlik düzeylerinde güvenilir sonuçlar vermektedir. Bu bağlamda 161 erkek (38,8) ve 254 kadın (%61,2) olmak üzere toplam 415 katılımcı birey (%100) örneklem olarak seçilmiştir.

5.5. Araştırma Verileri

5.5.1. Araştırma Verilerinin Elde Edilmesi

Bireylerin sosyal reklam kamu spotlarına yönelik tutumsal tepkilerinin kaynak güvenilirliği Ohanian (1990) tarafından geliştirilen ölçek ile ölçülmüştür. Kaynağın güvenilirlik (credibility) ölçeği; çekicilik (attractiveness), inanılabilirlik (trustworthiness) ve uzmanlık (expertise) değişkenlerinden oluşmaktadır. Bireylerin sosyal reklam kamu spotlarına yönelik davranışsal tepkileri ise Zeithaml, Leonard ve Parasuraman (1996) tarafından geliştirilen ölçek ile ölçülmüştür. Bireyin davranışsal eğilimi belirlenen 10 ifadeli bileşenlerden oluşmaktadır. Anket formunda katılımcıların tutumsal tepkileri ve davranışsal eğilimleri 5’li Likert anlamsal farklılık ölçeği aracılığıyla ölçülmüştür. Ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik oranları $\alpha=0,80$ ile $0,90$ arasında değişmektedir (Ohanian, 1990), (Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1996). Nicel araştırma yöntemi deseninde anket tekniğiyle oluşturulan “Sosyal Reklam Spotlarına Yönelik Tepkiler Anketi” formunun birinci bölümü katılımcı bireylerin demografik özelliklerine yönelik soruları ve ikinci bölümünün dört alt bölümü T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan dört sosyal reklam spotuna yönelik tutumsal tepkileri ve davranışsal eğilimleri ölçen sorulardan oluşmaktadır.

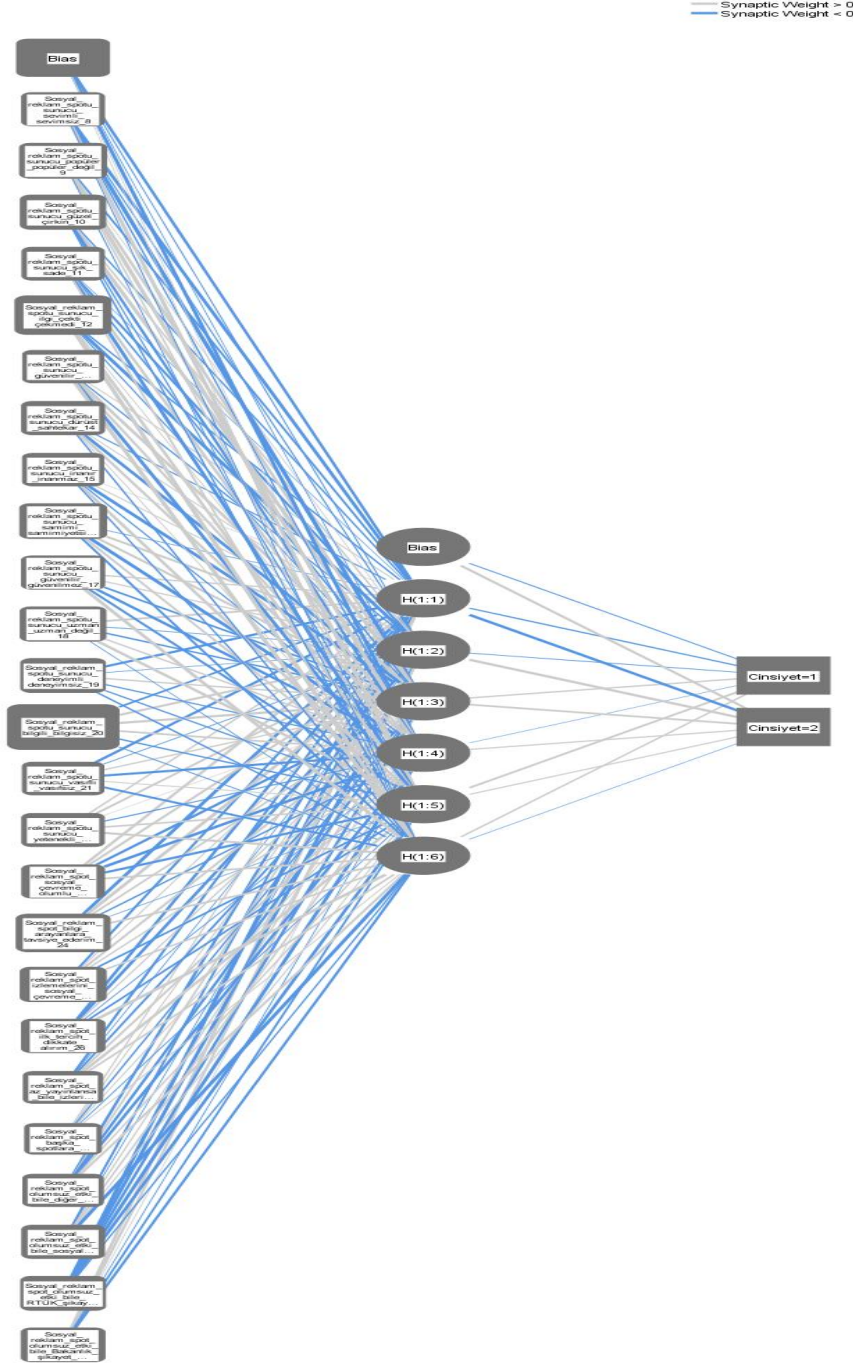
5.5.2. Araştırma Verilerinin Analiz Edilmesi

Yapay Sinir Ağı (YSA), sayıların sistematik ya da ardışık olarak düzenli bir şekilde birbirlerini takip ederek yenilenmesinden oluşan örüntüleri güçlü bir şekilde sınıflandırması ve tanınmasıyla bilimsel çalışmalarda tercih edilen bir yöntemdir (Widrow, Rumelhart, & Lehr, 1994: 94). Yapay Sinir Ağı, insan beyninin biyolojik sinir sistemi ağlarından sayısal simülasyon elde etmek amacıyla geliştirilmiş, birbirine bağlı nöronlardan oluşan dağıtık bilgi işleme sistemidir (Zhang, Patuwo, & Hu, 1998: 37). Yapay Sinir Ağı, girdi katmanı verileri öğrenmeyi gerçekleştirmek amacıyla örnekleme olabilecek hatalı verilerden doğru veriyi çıkarabilmesiyle ileriye yönelik genellenebilir öngörülerde bulunmaktadır (Zhang, Patuwo, & Hu, 1998: 36). Yapay Sinir Ağı (YSA) ele alınan problemleri çözmek, hipotezleri test etmek için örneklemlerden öğrenerek değişkenler arasındaki derin ilişkileri yakalayabilmektedir (Hornik, Stinchcombe, & White, 1989: 363). Bu bağlamda araştırmada bağımsız değişkenler olan tutumsal değişkenler çekicilik, güvenilirlik ve uzmanlık ile davranışsal eğilim değişkeni girdi katmanı parametreleri olarak ve bağımlı değişkenler olan cinsiyet değişkenleri çıktı katmanı parametreleri olarak belirlenmiş ve nicel ham veri setine SPSS 25 programında yapay sinir ağı analizi uygulanmıştır.

6. Bulgular

6.1. “Maske, Mesafe ve Temizlik. Bu Üç Tedbirde Birleşim” Sosyal Reklam Spotu Yapay Sinir Ağı Analizi Bulguları

Tablo 1: Sinir Ağı Modeli



Hidden layer activation function: Hyperbolic tangent
Output layer activation function: Softmax

Tablo 1. Parametrelerin hesaplanması, bias, girdi katmanı, gizli katman 1 ve çıktı katmanı verilerini göstermektedir. Bias, girdi katmanı bağımsız değişkenleri, gizli katman 1 ve altı adet node adında nöron ve çıktı katmanı bağımlı değişkenlerin parametrelerinin hesaplanmasını göstermektedir. Bias, sinir ağının verilerin temelini oluşturan kalıpları daha verimli bir şekilde öğrenmesine yardımcı olmak için gizli katmandaki nöronların bias katsayıları ve çıkış katmanındaki nöronlar için bias katsayıları sırasıyla belirlemiştir. Girdi katmanında bulunan 25 adet bağımsız değişken, gizli katman 1’ de bulunan altı adet nöronu hiperbolik tanjant aktivasyon fonksiyonuyla 0 eşik düzeyinin +1 üzerinde güçlü pozitif ve -1 altında güçlü negatif uyarmakta ve çıktı katmanındaki bağımlı değişkenleri etkilemektedir.

Tablo 2: Olay İşleme Özeti

		N	Percent
Sample	Training	277	%66,7
	Testing	138	%33,3
Valid		415	%100,0
Excluded		0	
Total		415	

Tablo 2. Olay işleme özeti, yapay sinir ağı, deney katılımcısı 161 erkek (%38,8) ve 254 kadın (%61,2) toplam 415 birey (%100) katılımcı verilerinin %66,7’sini (n=277 kişi) sinir ağını eğitim için, %33,3’ünü (n=138 kişi) sinir ağını test etmek için kullanılan verileri göstermektedir.

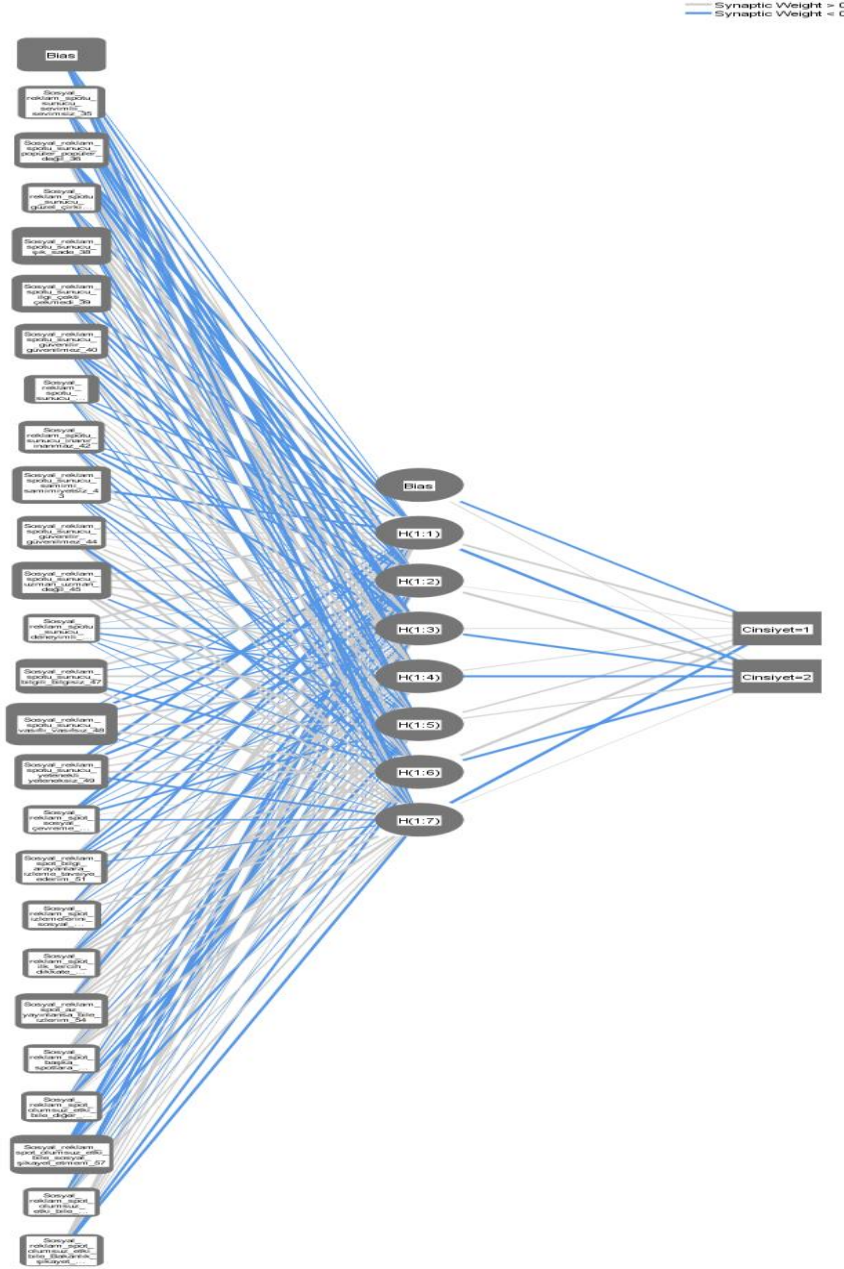
Tablo 3: Bağımsız Değişkenlerin Önemi

	Importance	Normalized Importance
İzlediğin sosyal reklam spotundaki sunucu bilgili mi yoksa bilgisiz mi?	.139	%100
İzlediğin sosyal reklam spotundaki sunucu ilgini çakti mi yoksa çekmedi mi?	.081	%58,5
İzlediğim sosyal reklam spotunu Covid-19 önlemleri hakkında bilgi arayan kişilere izlemeleri için tavsiye ederim.	.073	%52,3

Tablo 3. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki önemini göstermektedir. Bağımsız değişkenlerin önemi, her bağımsız değişken için bağımlı değişkeni tahmin etmede her bağımsız değişkenin ağırlığını %0.00 düşük katsayı ile %100 yüksek katsayı arasında değişen normalleştirilmiş bir önem katsayısı, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etki düzeyini göstermektedir (Aryadoust & Goh, 2014: 13). Tablo 3’e göre tutumsal olarak bireylerin izledikleri sosyal reklam spotundaki sunucu bilgili mi yoksa bilgisiz mi? bağımsız değişkeninden %100 etkilendikleri görülürken, izlediğin sosyal reklam spotundaki sunucu ilgini çakti mi yoksa çekmedi mi? bağımsız değişkeninden %58.5 etkilendikleri ve davranışsal olarak bireylerin izlediğim sosyal reklam spotunu Covid-19 önlemleri hakkında bilgi arayan kişilere izlemeleri için tavsiye ederim bağımsız değişkeninden %52.3 etkilendikleri görülmektedir.

6.2. “Maske, Mesafe ve Temizlik, Şimdi Tedbirde Birlik Olma Zamanı” Sosyal Reklam Spotu Yapay Sinir Ağı Analizi Bulguları

Tablo 4: Sinir Ağı Modeli



Tablo 4. Parametrelerin hesaplanması, bias, girdi katmanı, gizli katman 1 ve çıktı katmanı verilerini göstermektedir. Bias, girdi katmanı bağımsız değişkenleri, gizli katman 1 ve altı adet node adında nöron ve çıktı katmanı bağımlı değişkenlerin parametrelerinin hesaplanmasını göstermektedir. Bias, sinir ağının verilerin temelini oluşturan kalıpları daha verimli bir şekilde öğrenmesine yardımcı olmak için gizli katmandaki nöronların bias katsayıları ve çıkış katmanındaki nöronlar için bias katsayıları sırasıyla belirlemiştir. Girdi katmanında bulunan 25 adet bağımsız değişken, gizli katman 1’ de bulunan altı adet nöronu hiperbolik tanjant aktivasyon fonksiyonuyla 0 eşik düzeyinin +1 üzerinde güçlü pozitif ve -1 altında güçlü negatif uyarmakta ve çıktı katmanındaki bağımlı değişkenleri etkilemektedir.

Tablo 5: Olay İşleme Özeti

		N	Percent
Sample	Training	286	%68,9
	Testing	129	%31,1
Valid		415	%100,0
Excluded		0	
Total		415	

Tablo 5 Olay işleme özeti, yapay sinir ağı, deney katılımcısı 161 erkek (%38,8) ve 254 kadın (%61,2) toplam 415 birey (%100) katılımcı verilerinin %68,9’unu (n=286 kişi) sinir ağını eğitim için, %31,1’ini (n=129 kişi) sinir ağını test etmek için kullanılan verileri göstermektedir.

Tablo 6: Bağımsız Değişkenlerin Önemi

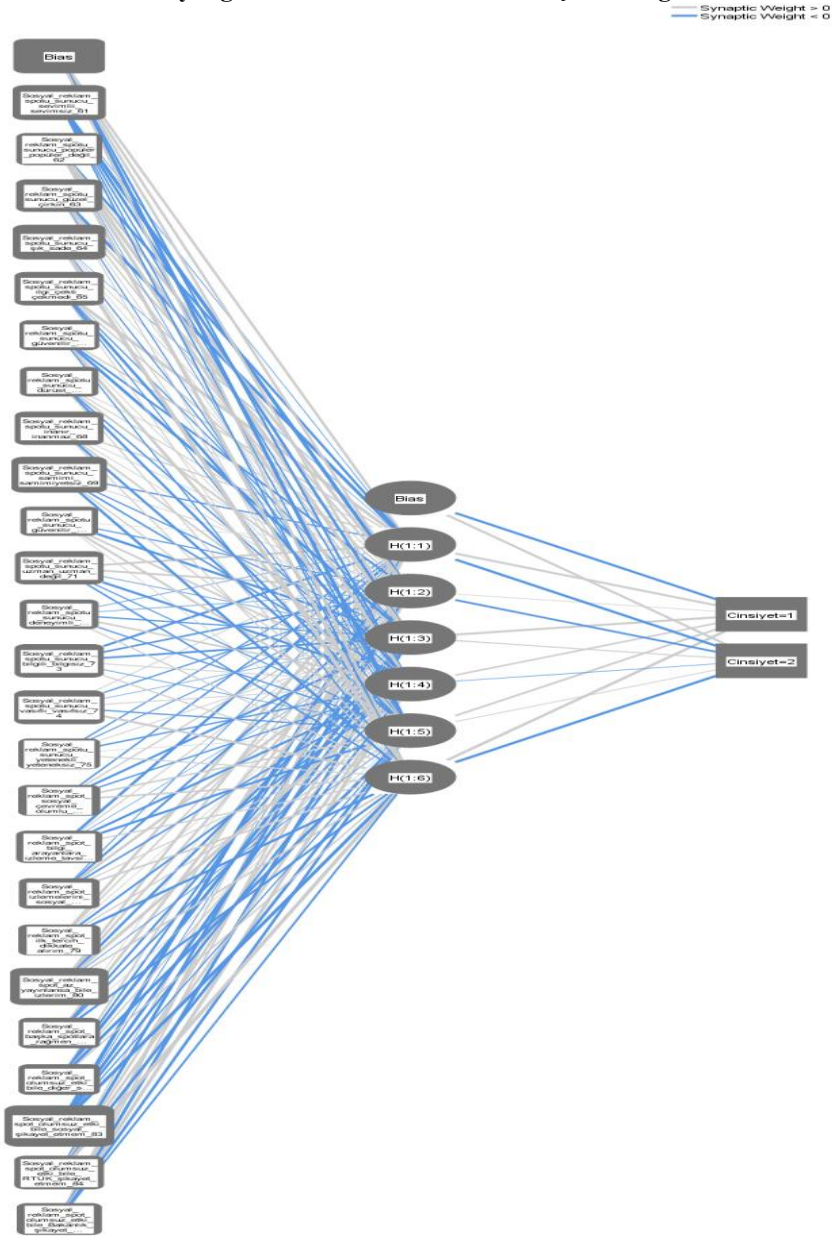
	Normalized Importance	Importance
İzlediğin sosyal reklam spotundaki sunucu vasıflı mı yoksa vasıfsız mı?	,080	%100,0
İzlediğin sosyal reklam spotundan olumsuz etkilensem bile sosyal çevreme şikâyet etmem.	,066	%81,5
İzlediğin sosyal reklam spotundaki sunucu ilgini çekti mi yoksa çekmedi mi?	,059	%73,4
İzlediğin sosyal reklam spotundaki sunucu şık yoksa sade mi?	,059	%73,1
İzlediğin sosyal reklam spotundaki sunucu uzman mı yoksa uzman değil mi?	,059	%72,9
İzlediğin sosyal reklam spotundaki sunucu samimi mi yoksa samimiyetsiz mi?	,058	%71,8
İzlediğin sosyal reklam spotundaki sunucu popüler mi yoksa popüler değil mi?	,050	%62,8

Tablo 6 Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki önemini göstermektedir. Bağımsız değişkenlerin önemi, her bağımsız değişken için bağımlı değişkeni tahmin etmede her bağımsız değişkenin ağırlığını %0.00 düşük katsayı ile %100 yüksek katsayı arasında değişen normalleştirilmiş bir önem katsayısı, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etki düzeyini göstermektedir (Aryadoust & Goh, 2014: 13). Tablo 6’ya göre tutumsal olarak bireylerin izledikleri sosyal reklam spotundaki sunucu ilgimi çekti mi yoksa çekmedi mi? bağımsız değişkeninden %73.4, izledikleri sosyal reklam spotundaki sunucu şık yoksa sade mi? bağımsız değişkeninden %73.1, izledikleri sosyal reklam spotundaki sunucu uzman mı yoksa uzman değil mi? bağımsız değişkeninden %72.9, izledikleri sosyal reklam spotundaki sunucu samimi mi yoksa samimiyetsiz mi? bağımsız değişkeninden %71.8 ve izledikleri sosyal reklam spotundaki sunucu popüler mi yoksa popüler değil mi? bağımsız değişkeninden %62.8, izledikleri sosyal reklam spotundaki sunucu vasıflı mı yoksa vasıfsız mı? bağımsız değişkeninden %100 etkilendikleri görülürken, davranışsal olarak bireylerin izledikleri sosyal reklam spotundan olumsuz etkilensem

bile sosyal çevreme şikâyet etmem bağımsız değişkeninden %81.5 etkilendikleri görülmektedir.

6.3. “Yeni Koronavirüs Hastalığı – Maske” Sosyal Reklam Spotu Yapay Sinir Ağı Analizi Bulguları

Tablo 7: Kaynağa Yönelik Tutum ve Davranış Sinir Ağı Modeli



Tablo 7. Parametrelerin hesaplanması, bias, girdi katmanı, gizli katman 1 ve çıktı katmanı verilerini göstermektedir. Bias, girdi katmanı bağımsız değişkenleri, gizli katman 1 ve altı adet node adında nöron ve çıktı katmanı bağımlı değişkenlerin parametrelerinin hesaplanmasını göstermektedir. Bias, sinir ağının verilerin temelini oluşturan kalıpları daha verimli bir şekilde öğrenmesine yardımcı olmak için gizli katmandaki nöronların bias katsayıları ve çıkış katmanındaki nöronlar için bias katsayıları sırasıyla belirlemiştir. Girdi katmanında bulunan 25 adet bağımsız değişken, gizli katman 1’ de bulunan altı adet nöronu hiperbolik tanjant aktivasyon fonksiyonuyla 0 eşik düzeyinin +1 üzerinde güçlü pozitif ve -1 altında güçlü negatif uyarmakta ve çıktı katmanındaki bağımlı değişkenleri etkilemektedir.

Tablo 8: Olay İşleme Özeti

		N	Percent
Sample	Training	299	%72,0
	Testing	116	%28,0
Valid		415	%100,0
Excluded		0	
Total		415	

Tablo 8 Olay işleme özeti, yapay sinir ağı, deney katılımcısı 161 erkek (%38,8) ve 254 kadın (%61,2) toplam 415 birey (%100) katılımcı verilerinin %72,0’ını (n=299 kişi) sinir ağını eğitim için, verilerin kalan %28,0’ini (n=116 kişi) sinir ağını test etmek için kullanılan verileri göstermektedir.

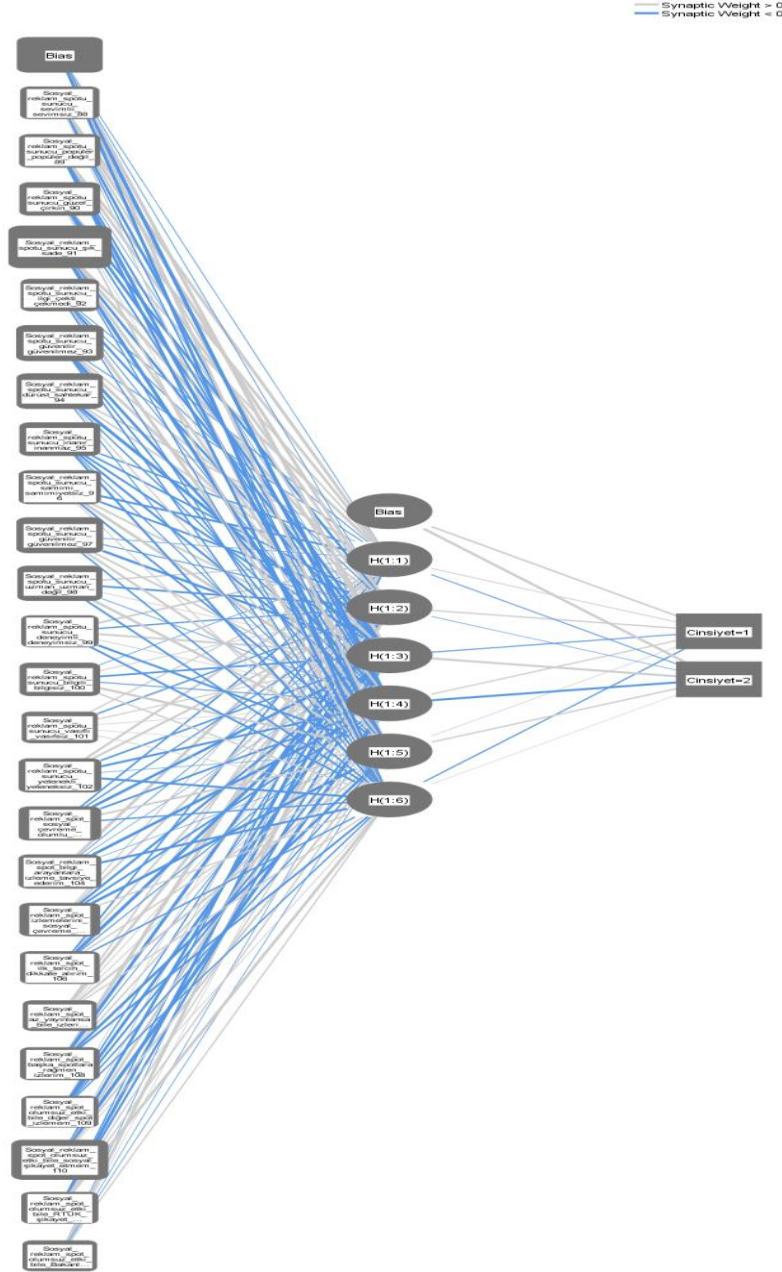
Tablo 9: Bağımsız Değişkenlerin Önemi

	Importance	Normalized Importance
İzlediğim sosyal reklam spotundan olumsuz etkilensem bile sosyal çevreme şikâyet etmem.	,109	%100,0
İzlediğim sosyal reklam spotu TV’de az yayınlansa bile izlemeye devam ederim.	,074	%68,1
İzlediğin sosyal reklam spotundaki sunucu samimi mi yoksa samimiyetsiz mi?	,066	%60,4
İzlediğin sosyal reklam spotundaki sunucu sevimli mi yoksa sevimsiz mi?	,058	%53,6
İzlediğin sosyal reklam spotundaki sunucu şık yoksa sade mi?	,057	%52,7

Tablo 9 Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki önemini göstermektedir. Bağımsız değişkenlerin önemi, her bağımsız değişken için bağımlı değişkeni tahmin etmede her bağımsız değişkenin ağırlığını %0.00 düşük katsayı ile %100 yüksek katsayı arasında değişen normalleştirilmiş bir önem katsayısı, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etki düzeyini göstermektedir (Aryadoust & Goh, 2014: 13). Tablo 9’a göre tutumsal olarak bireylerin izledikleri sosyal reklam spotundaki sunucu samimi mi yoksa samimiyetsiz mi? bağımsız değişkeninden %60,4, izledikleri sosyal reklam spotundaki sunucu sevimli mi yoksa sevimsiz mi? bağımsız değişkeninden %53,6 ve izledikleri sosyal reklam spotundaki sunucu şık yoksa sade mi? bağımsız değişkeninden %52,7 etkilendikleri görülürken, davranışsal olarak bireylerin izledikleri sosyal reklam spotundan olumsuz etkilensem bile sosyal çevreme şikâyet etmem bağımsız değişkeninden %100 ve izledikleri sosyal reklam spotu TV’de az yayınlansa bile izlemeye devam ederim bağımsız değişkeninden %68,1 etkilendikleri görülmektedir.

6.4. “Yeni Koronavirüs Hastalığı – Maske” Sosyal Reklam Spotu Yapay Sinir Ağı Analizi Bulguları

Tablo 10: Sinir Ağı Modeli



Tablo 10 Parametrelerin hesaplanması, bias, girdi katmanı, gizli katman 1 ve çıktı katmanı verilerini göstermektedir. Bias, girdi katmanı bağımsız değişkenleri, gizli katman 1 ve altı adet node adında nöron ve çıktı katmanı bağımlı değişkenlerin parametrelerinin hesaplanmasını göstermektedir. Bias, sinir ağının verilerin temelini oluşturan kalıpları daha verimli bir şekilde öğrenmesine yardımcı olmak için gizli katmandaki nöronların bias katsayıları ve çıkış katmanındaki nöronlar için bias katsayıları sırasıyla belirlemiştir. Girdi katmanında bulunan 25 adet bağımsız değişken, gizli katman 1’ de bulunan altı adet nöronu hiperbolik tanjant aktivasyon fonksiyonuyla 0 eşik düzeyinin +1 üzerinde güçlü pozitif ve -1 altında güçlü negatif uyarmakta ve çıktı katmanındaki bağımlı değişkenleri etkilemektedir.

Tablo 11: Olay İşleme Özeti

		N	Percent
Sample	Training	287	%69,2
	Testing	128	%30,8
Valid		415	%100,0
Excluded		0	
Total		415	

Tablo 11 Olay işleme özeti, yapay sinir ağı, deney katılımcısı 161 erkek (%38,8) ve 254 kadın (%61,2) toplam 415 birey (%100) katılımcı verilerinin %69,2’sini (n=287 kişi) sinir ağını eğitim için, verilerin kalan %30,8’ini (n=128 kişi) sinir ağını test etmek için kullanılan verileri göstermektedir.

Tablo 12: Bağımsız Değişkenlerin Önemi

	Importance	Normalized Importance
İzlediğin sosyal reklam spotundaki sunucu şık yoksa sade mi?	,104	%100,0
İzlediğin sosyal reklam spotundan olumsuz etkilensem bile sosyal çevreme şikâyet etmem.	,086	%82,1
İzlediğin sosyal reklam spotundaki sunucu güvenilir mi yoksa güvenilmez mi?	,056	%53,6
İzlediğin sosyal reklam spotundaki sunucu güvenilir mi yoksa güvenilmez mi?	,054	%51,8
İzlediğin sosyal reklam spotundaki sunucu dürüst mü yoksa sahtekâr mı?	,053	%50,6

Tablo 12 Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki önemini göstermektedir. Bağımsız değişkenlerin önemi, her bağımsız değişken için bağımlı değişkeni tahmin etmede her bağımsız değişkenin ağırlığını %0.00 düşük katsayı ile %100 yüksek katsayı arasında değişen normalleştirilmiş bir önem katsayısı, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etki düzeyini göstermektedir (Aryadoust & Goh, 2014: 13). Tablo 12’ye göre tutumsal olarak bireylerin izledikleri sosyal reklam spotundaki sunucu şık yoksa sade mi? bağımsız değişkeninden %100, izledikleri sosyal reklam spotundaki sunucu güvenilir mi yoksa güvenilmez mi? bağımsız değişkeninden %53.6, izledikleri sosyal reklam spotundaki sunucu güvenilir mi yoksa güvenilmez mi? bağımsız değişkeninden %51.8, izledikleri sosyal reklam spotundaki sunucu dürüst mü yoksa sahtekâr mı? bağımsız değişkeninden %50.6 etkilendikleri görülürken, davranışsal olarak bireylerin izledikleri sosyal reklam spotundan olumsuz etkilensem bile sosyal çevreme şikâyet etmem bağımsız değişkeninden %82.1 etkilendikleri görülmektedir.

7. Sonuç

“Maske, mesafe ve temizlik. Bu üç tedbirde birleşelim” sosyal reklam spotu sunucusu ünlü dizi karakteri Ateş Hekimoğlu, bireyler tarafından bilişsel olarak Covid-19 tedbirleriyle ilgili verdiği bilgilerle yüksek düzeyde (%100) bir uzman kabul edilmekte, duyuşsal olarak dizideki agresif ve realist imajlı karakteriyle ortalama düzeyde (%58,5) çekici bulunmakta ve davranışsal olarak tedbirlerle ilgili bilgilenmek isteyen diğer insanlara ortalama düzeyde (%52,3) önerme eğiliminde oldukları görülmüştür.

“Maske, mesafe ve temizlik. Şimdi tedbirde birlik olma zamanı” sosyal reklam spotu sunucusu ünlü dizi karakteri Ali Vefa ise, bireyler tarafından duyuşsal olarak dizideki sakin ve şefkatli imajlı karakteriyle yüksek düzeyde (%73.4) çekici, klasik ve spor giyim tarzının oluşturduğu görsel imajıyla yüksek düzeyde (%73.1) şık kabul edilmekte, Kore yapımı The Good Doctor (İyi Doktor) dizisinden Mucize Doktor adıyla uyarlanması ve ülkemizde ilk kez otizm konusunun ele alınarak dikkat çekilmesinden dolayı izlenme oranlarıyla elde ettiği reytingle ortalama düzeyde (%62.8) popüler bulunmakta, bilişsel olarak otistik savant sendromlu bir birey olmasına rağmen almış olduğu tıp eğitimi sonucunda deha nitelikli bir doktor olarak yüksek düzeyde (%100) vasıflı bulunmakta, Covid-19 tedbirleri hakkında verdiği bilgilerle yüksek düzeyde (%72.9) bir uzman kabul edilmekte, kaynak olarak yine dizideki samimi, sıcak kanlı, cana yakın ve sempatik tutum ve davranışlarıyla yüksek düzeyde (%71.8) güven vermekte ve davranışsal olarak sosyal reklam spotu ve sunucu değişkenlerinden olumsuz etkilenmelerine rağmen yüksek düzeyde (%81.5) bağlılık eğiliminde oldukları görülmüştür.

“Yeni Koronavirüs Hastalığı – Maske” sosyal reklam spotu sunucusu uzman erkek doktor, bireyler tarafından kaynak olarak uzman bir tıp doktoru olmasına rağmen ortalama düzeyde (%60.4) güven vermekte, duyuşsal olarak yeşil renkli gözleriyle doğrudan kameraya bakarak fakat aslında izleyicilerin gözlerinin içine onaylayıcı bakışları yöneltmesi, duygusal ses tonu ve samimi jest ve mimiklerle sempatik ve sevimli olmasına rağmen ortalama düzeyde (%53.6) çekici bulunmakta, doktor önlüğü giymesi ve maske takmasıyla ortalama düzeyde (52.7) şıklık yerine sade bulunmaktadır. Bireylerin davranışsal olarak sosyal reklam spotunun TV’de yayınlanma sıklığı azalmasına rağmen ortalama düzeyde (%68.1) izleme eğiliminde oldukları ve sosyal reklam spotu ve sunucu değişkenlerinden olumsuz etkilenmelerine rağmen yüksek düzeyde (%100) bağlılık eğiliminde oldukları görülmüştür.

“Yeni Koronavirüs Hastalığı – Sosyal Mesafe” sosyal reklam spotu sunucusu uzman kadın doktor ise, bireyler tarafından duyuşsal olarak tahminen genç yaşlarda olan bir kadın hemşirenin yumuşak ses tonunun rahatlatmasından ve yeşil renkli gözlerinin sağlığa gönderme yapmasından dolayı yüksek düzeyde (%100) çekici bulunmaktadır. Kaynak olarak başında beyaz bir bone, şeffaf bir siperlik maske ve yüzünde beyaz bir maske takılı olan bir kadın uzman doktor olmasına rağmen ortalama düzeyde (%53.6) güvenilmekte, (%51.8) güven telkin etmekte, sosyal mesafe kuralları hakkında verdiği bilgileri ve önemini vurgulamasına rağmen ortalama düzeyde (%50.6) dürüst bulunmaktadır. Bireylerin davranışsal olarak sosyal reklam spotu ve sunucu değişkenlerinden olumsuz etkilenmelerine rağmen yüksek düzeyde (%82.1) bağlılık eğiliminde oldukları görülmüştür. Çalışmanın temel sorunsalı bağlamında oluşturulan hipotezler test edilmiştir.

H1: “Sunucu ünlü kullanılan sosyal reklam spotlarının bireylerin tutumsal tepkileri ve davranışsal eğilimleri üzerinde olumlu etkisi vardır.” hipotezi “Maske, mesafe ve temizlik. Bu üç tedbirde birleşelim” sosyal reklam spotu sunucu ünlü Ateş Hekimoğlu ve “Maske, mesafe ve temizlik. Şimdi tedbirde birlik olma zamanı” sosyal reklam spotu sunucu ünlü Ali Vefa dizi karakterlerinin bireylerin duyuşsal ve bilişsel tutumları ile davranışsal eğilimleri üzerinde yüksek düzeyde olumlu etkisi olması nedeniyle kabul edilmiştir.

H2: “Sunucu uzman kullanılan sosyal reklam spotlarının bireylerin tutumsal tepkileri ve davranışsal eğilimleri üzerinde olumlu etkisi vardır.” hipotezi “Yeni Koronavirüs Hastalığı – Maske” sosyal reklam spotu sunucu uzman erkek doktor ve “Yeni Koronavirüs Hastalığı – Sosyal Mesafe” sosyal reklam spotu sunucu uzman kadın doktor karakterlerinin bireylerin duyuşsal ve bilişsel tutumları ile davranışsal eğilimleri üzerinde ortalama düzeyde olumlu etkisi olması nedeniyle kabul edilmiştir.

H3: “Sunucu ünlü kullanılan sosyal reklam spotlarının bireylerin tutumsal tepkileri ve davranışsal eğilimleri üzerinde sunucu uzman kullanılan sosyal reklam spotlarına göre daha fazla olumlu etkisi vardır.” hipotezi öncelikle H1 ve H2 hipotezlerinin kabul edilmesi ve sonrasında sunucu ünlü kullanılan sosyal reklam spotlarının, sunucu uzman kullanılan sosyal reklam spotlarına göre yüksek düzeyde olumlu etkililiğinden dolayı kabul edilmiştir.

Araştırma sonuçları Joseph (1982) ve Chan & Zhang (2019)’in sosyal reklam spotlarında sunucu ünlü bireylerin genellikle yüksek oranda psikolojik ve sosyal risk bulunan durumlarda daha etkili olduğu iddiasını doğrulamaktadır. Bu durum Özbük ve Öz (2017)’ün çalışmalarındaki Türkiye’deki sosyal reklam spotlarında sunucu ünlü bireylerin ve sunucu uzman bireylerin sıklıkla kullanılmadığı bulgusu dikkate alındığında gelecekte karşılaşılabilecek muhtemel risk ve kriz durumlarında sunucu ünlü bireylerin sosyal reklam spotlarında kullanılmasının bireyler üzerinde etkili olacağı görülmektedir. Bu bağlamda sunucu ünlü bireyin, sunucu uzman bireye göre yüksek düzeyde etkili olması nedeniyle, sosyal reklam spotlarında sunucu ünlü birey kullanımına önem ve öncelik verilmesi önerilebilir.

Referanslar

- Aaker, D. A., Batra, R. & Myers, J. G. (1992). *Advertising management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Arens, W. F. & Schaefer, D. H. (2007). *Essentials of contemporary advertising*. New York: McGraw-Hill.
- Aryadoust, V. & Goh, C. C. (2014). Predicting listening item difficulty with language complexity measures: A comparative data mining study. *CaMLA Working Papers*, 1-39.
- Bagozzi, R. P. & Moore, D. J. (1994). Public service advertisements: Emotions and empathy guide prosocial behavior. *Journal of Marketing*, 58(1), 56-70. doi:10.2307/1252251
- Baldwin, H. (1989). *How to create effective TV commercials* (2 b.). Chicago: NTC Business Books.
- Bütün, M., Selçuk, M., Akadal, E. & Gülseçen, S. (2018). Kamu spotlarının etkililiği üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 11(2), 273-291. doi:10.18094/josc.414493
- Canbazoglu, A. D. (2020). Türkiye’de Covid-19 yeni koronavirüs hastalığı vakasının ortaya çıktığı ve yayılmaya başladığı ilk günlerde yayınlanan kamu spotu ve

- reklamların izleyici üzerindeki etkisi. *Turkish Studies*, 15(6), 351-389. doi:10.7827/TurkishStudies.43904
- Chan, K., & Zhang, T. (2019). An exploratory study on perception of celebrity endorsement in public services advertising. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 16(1), 195-209. doi:10.1007/s12208-019-00225-3
- Ersan, M. & Avşar, Z. (2020). Sağlık bakanlığının koronavirüs (Covid-19) salgınına ilişkin hazırladığı kamu spotları üzerine göstergebilimsel bir analiz. *Ulakbilge - Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(54), 1336-1345. doi:10.7816/ulakbilge-08-54-07
- Göçmen, T. L. & Ayvaz, S. (2017). Kamu spotlarının göstergebilimsel yöntemle çözümlenmesi: Sağlık bakanlığı örneği. *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 25(2), 112-128.
- Gülsoy, T. (1999). *Reklam terimleri ve kavramları sözlüğü*. İstanbul: Adam Yayınları.
- Henley, W. H., Ranganathan, S. K. & Gurtu, A. (2018). Improving effectiveness of public service advertisements to prevent texting and driving of American youth. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 23(4). doi:10.1002/nvsm.1626
- Hornik, K., Stinchcombe, M. & White, H. (1989). Multilayer feedforward networks are universal approximators. *Neural Networks*, 2(5), 359-366. doi:10.1016/0893-6080(89)90020-8
- Hsieh, C. R., Yen, L. L., Liu, J. T. & Lin, C. J. (1996). Smoking, health knowledge, and anti-smoking campaigns: An empirical study in taiwan. *Journal of Health Economics*, 15(1), 87-104. doi:10.1016/0167-6296(95)00033-X
- Jang, J., Na, B. J., Lee, M. S., Seo, S., Sung, C., Kim, H. J. & Lee, J. Y. (2016). The effect of public service advertising on cardiovascular disease in korea. *Iran Journal of Public Health*, 45(8), 1029-1037.
- Joseph, B. W. (1982). The credibility of physically attractive communicators: A review. *Journal of Advertising*, 11(1), 15-24.
- Lynn, J. R. (1973). Perception of public service advertising: Source, message and receiver effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 50(4), 673-689. doi:10.1177/107769907305000407
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7 b.). Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Noar, S. M. (2006). A 10-year retrospective of research in health mass media campaigns: Where do we go from here? *Journal of Health Communication*, 11(1), 21-42. doi:10.1080/10810730500461059
- Nureeva, M. R. (2015). Comparative analysis of public service advertising regulation in Russian Federation and european countries. *Journal of Institutional Studies*, 7(1), 112-137. doi:10.17835/2076-6297.2015.7.1.112-137
- Nurfebiaraning, S. & Mutia, L. (2020). Analysis of audience response to public service advertisement about Covid-19 in Instagram. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 510(1), 24-30. doi:10.2991/assehr.k.201219.004
- Ohanian, R. (1990). Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness. *Journal of Advertising*, 19(3), 39-52. doi:10.1080/00913367.1990.10673191
- O'Keefe, G. J. & Reid, K. (1990). The uses and effects of public service advertising. *Public Relations Research Annual*, 2(1-4), 67-91. doi:10.1207/s1532754xjpr0201-4_3

- Özbük, M. Y. & Öz, Y. (2017). Türkiye’de yayınlanmış olan kamu spotlarının içerik analizi yöntemi ile incelenmesi. *Business and Economics Research Journal*, 8(3), 575-589. doi:10.20409/berj.2017.67
- Özer, D. & Özüpek, M. N. (2018). Sigara karşıtı kamu spotlarının bireyler üzerindeki etkisinin nörogörüntüleme yöntemiyle tespit edilmesi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 183-215. doi:10.26466/opus.412027
- Öztürk, M. C. (2009). Sosyal boyutlu reklamlar. Ş. Yavuz (Ed.), *Reklamın toplumsal yansımaları ve yeni reklam biçimleri içinde* (217-236. ss.). İstanbul; Ütopya Yayınları.
- Petty, R. E., Wegener, D. T. & Fabrigar, L. R. (1997). Attitudes and attitude change. *Annual Review of Psychology*, 48(1), 609-647. doi:10.1146/annurev.psych.48.1.609
- Sulatra, I. & Pratiwi, D. P. (2020). The ideology within Covid-19 public service advertisements: A semiotic approach. *Humanis*, 24(4), 350-363. doi:10.24843/JH.2020.v24.i04.p02
- Tek, Ö. B. & Özgül, E. (2005). *Modern pazarlama ilkeleri: Uygulamalı yönetsel yaklaşım*. İzmir: Birleşik Matbaacılık.
- Varol, G. & Tokuç, B. (2020). Halk sağlığı boyutuyla Türkiye’de Covid-19 pandemisinin değerlendirilmesi. *Namık Kemal Tıp Dergisi*, 8(3), 579-594. doi:10.37696/nkmj.776032
- Wang, X. (2018). Responses to hiv public service announcements: The mediating role of attitude toward the ad and source identification. *Intercultural Communication Studies*, 27(1), 114-124.
- Wells, W., Burnett, J. & Moriarty, S. (2003). *Advertising principles & practice* (6 b.). New Jersey: Prentice Hall.
- Widrow, B., Rumelhart, D. E. & Lehr, M. A. (1994). Neural networks: Applications in industry, business and science. *Communications of the ACM*, 37(3), 93-105. doi:10.1145/175247.175257
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (11 b.). Ankara: Seçkin Akademik ve Mesleki Yayınlar.
- Yolaçan, Z. B. & Özeltürkay, E. Y. (2018). Televizyon reklamlarında ünlü kullanımı: Kaynağın çekiciliği, güvenilirliği ve uzmanlığının bireylerin davranışsal niyetleri (Olumlu aap ve marka bağımlılığı) üzerindeki etkisi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 4(2), 231-252.
- Yurttaş, Ö. U. (2021). Covid-19 pandemisi ve kamu spotu reklamları üzerine bir inceleme. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC*, 11(1), 213-231. doi:10.7456/11101100/012
- Yücel, N., Yücel, A., Gündüz, K. & İnan, M. (2020). Korona virüs riskine karşı 14 kural” kamu spotunun eye-tracking ile analizi. *Turkish Studies*, 15(6), 979-999. doi:10.7827/TurkishStudies.44402
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L. & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46. doi:10.1177/002224299606000203
- Zhang, G., Patuwo, B. E. & Hu, M. Y. (1998). Forecasting with artificial neural networks: The state of the art. *International Journal of Forecasting*, 14(1), 35-62. doi:10.1016/S0169-2070(97)00044-7

COVID-19 KRİZİ VE DEMOKRASİ: ULUSLARARASI POLİTİK-EKONOMİ BAĞLAMINDA BİR İNCELEME^(*)

THE COVID-19 CRISIS AND DEMOCRACY: AN INVESTIGATION IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL POLITICAL-ECONOMY

Orhan CENGİZ⁽¹⁾

Öz: 21. yüzyılın en büyük krizlerinden birisi olan Covid-19, kısa süre içerisinde geniş kapsamlı etkilere yol açmıştır. Bu gelişmelerin yaşandığı ortamda krizin ortaya çıkardığı en kritik hususlardan birisi, ulus-devletlerin neoliberal küreselleşme çağında önemli aktörler olduğudur. Ulus-devletlerin rollerinin artması, Covid-19 ile demokrasi arasındaki önemli bir ilişkiyi ortaya çıkarmıştır. Bu ilişkide iki nokta çok önemli hâle gelmiştir. Bunlardan birincisi, gelişmiş demokrasiler olarak nitelendirilen birçok yerde krizin yönetilmesinde başarısız olunması, buna karşılık demokratik yönetim unsurlarının daha zayıf olduğu ülkelerde nispeten başarılı sonuçların elde edilmesidir. İkinci olarak, Covid-19 krizinin etkilerinin azaltılması için karar alma sürecinde demokratik ilkelere uzaklaşılmasına yol açan uygulamaların artış göstermesidir. Bu çalışmada, demokrasi-otoriterlik ikilemine yol açan Covid-19 uygulamalarının ve Covid-19 sonrası küresel demokrasilerin geleceğinin politik ekonomi bağlamında incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada veri ve kaynaklara erişilebilirlik kısıtı altında karşılaştırmalı bir analiz yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada ulaşılan sonuçlar şu şekilde özetlenebilir: i) Politik rejimler, ülkelerin Covid-19 ile mücadeledeki performansını ölçmede net bir bakış açısı sunmamaktadır; ii) Bunun yanında Covid-19, küresel ölçekte demokrasinin dönüşümüne yol açacak pek çok dinamiği de ortaya çıkarmıştır.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Demokrasi, Politik Rejimler, Ulus-devlet

Abstract: *The Covid-19, one of the biggest crises of the 21st century, has caused wide-ranging effects in a short time. One of the most critical aspects of the crisis in the environment of these developments is that nation-states are significant actors in the era of neoliberal globalization. The increasing role of nation-states has revealed an essential relationship between the Covid-19 and democracy. Two points become crucial in this relationship. The first is the failure to manage the crisis in many countries characterized as developed democracies, while relatively successful results are achieved in countries where democratic governance factors are weaker. Secondly, there is an increase in the practices that lead to moving away from democratic principles in the decision-making process to reduce the impacts of the Covid-19 crisis. In this study, it is aimed to examine the applications of the Covid-19 that led to the democracy-authoritarian dichotomy and the future of global democracies after the Covid-19 in the context of political economics. A comparative analysis method is used in the study under the constraint of accessibility to data and resources. The results obtained in the study can be summarized as follows: i) Political systems do not provide a clear perspective in measuring the performance of countries in the fight against the Covid-19; ii) In addition, the Covid-19 has revealed many dynamics that will lead to the transformation of democracy on a global scale.*

Keywords: Covid-19, Democracy, Political Regimes, Nation-state

JEL: F50, H12

^(*) Bu çalışma 24-25 Ağustos 2021 tarihleri arasında düzenlenen Uluslararası Avrasya Ekonomileri Konferansı'nda sunulan "Covid-19 Krizi ve Demokrasi: Uluslararası Politik-Ekonomi Bağlamında Bir İnceleme" başlıklı özet metnin genişletilmiş halidir.

⁽¹⁾ Çukurova Üniversitesi, Pozantı MYO, Muhasebe ve Vergi Bölümü; ocengiz@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1883-4754

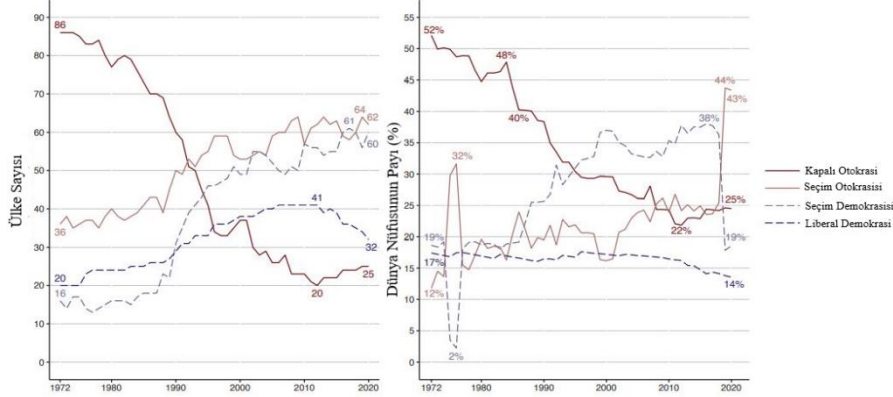
Geliş/Received: 27-10-2021; Kabul/Accepted: 12-03-2022

1. Giriş

21. yüzyılda yaşanan en büyük küresel krizlerden birisi olan Covid-19, daha önceki yüzyıllarda yaşanan pandemilerin birçoğundan daha az ölümcül olmasına rağmen; yarattığı etkilerin kapsamının çok geniş olması nedeniyle ayrı bir öneme sahiptir. Bireylerin gündelik yaşamlarını etkileyen ölümlere, hastalıklara, ekonomik faaliyetlerin yavaşlamasına, sınırların kapatılmasına kadar birçok farklı sonuçlara yol açmıştır. 2008 küresel finans krizine benzer biçimde, neoliberal piyasa sisteminin işleyişinden kaynaklanan krizin yarattığı olumsuzlukların ortadan kaldırılmasında ulus-devletler önemli roller üstlenmektedir. Kriz, tüm dünyada ulus-devletlerin rollerinin ne kadar önemli olduğunu yeniden gün yüzüne çıkarmıştır.

Devletlerin Covid-19 ile mücadelede başarılarının ilişkilendirildiği unsurlardan birisi rejim türü olmuştur. Bu tartışmaların çıkış noktasını en gelişmiş liberal demokrasiye sahip ülkelerin başarısızlığı karşısında, otoriter eğilimlerin olduğu ülkelerin daha başarılı olmaları oluşturmaktadır. Dolayısıyla Covid-19, sadece süper ve büyük güçler arasındaki ilişkileri şekillendirmekle kalmamakta, aynı zamanda ulusal düzeyde demokrasi ve yönetim mekanizmalarını da dönüştürmektedir. Kriz, birçok ülkede demokrasinin hâlihazırda tehdit altında olduğu döneme denk gelmiştir. Kamu sektörünün daha verimsiz olduğu ve kurumsal yönetimin yozlaştığı yerlerde Covid-19 krizi, kaynakların daha fazla kötüye kullanılmasına davetiye çıkarmaktadır (Kamali-Chirani ve Khalid, 2020: 4).

Tarihsel örnekler dikkate alındığında pandemilerin yarattığı etkilerin ciddi kısıtlamaları beraberinde getirdiği görülmektedir. Örneğin kolera salgını sırasında İtalya’da toplum üzerinde ciddi baskı uygulanmıştır. Benzer biçimde, 20. yüzyılın başlarında ortaya çıkan İspanyol Gribi sırasında salgınla başa çıkabilmek için dünyanın birçok yerinde hükümetler, bireylerin ekonomik ve sivil özgürlüklerini kısıtlayan eylemlere başvurmuştur (Trein, 2020: 2).



Kaynak: Alizada vd., 2021.

Şekil 1. Rejim türlerine göre ülke sayısı ve dünya nüfusunun payı (%)

Dünyada rejim türlerinin sayısı ve dünya nüfusunun rejim türlerine göre dağılımı Şekil 1’de gösterilmektedir. 1970-2020 yılları arasında kapsayan 50 yıllık periyotta dünyanın göreceli olarak daha demokratik hâle geldiğini söylemek mümkündür. 1970’lerde otokrasi ile yönetilen ülkelerin sayısı 112 (86 ülke kapalı otokrasi, 36 ülke seçim otokrasisi) iken, dünya nüfusunun %64’ü otokrasi ile yönetilen ülkelerde yaşamaktaydı. Kapalı otokrasilerin sayısı, 2013 yılına kadar çok keskin biçimde

düşmüştür. 2020 yılı itibarıyla kapalı otokraside sahip ülke sayısı 25'tir. Buna karşılık seçimli otokrasilerin sayısı da ciddi biçimde artış göstermiştir. Bu yönetim türü, 1972'den günümüze kadar olan dönemde yaklaşık iki katına çıkmıştır. Farklı büyüklüklere sahip ülkelerin, bu kategoriye girip çıkmasıyla rejim türlerine göre dünya nüfusunun payı değişmiştir (Alizada vd., 2021: 14). Foa, Klassen, Slade, Rand ve Collins (2020), 1973-2020 dönemini ele alarak Batı Avrupa ülkeleri için 50 yıllık, dünyanın geri kalan ülkeleri için 25 yıllık süreyi kapsayan ve 3.500 ulusal araştırmaya dayanan çalışmalarında demokrasiden duyulan memnuniyetsizlik derecesine ilişkin çarpıcı sonuçlar ortaya koymuşlardır. Buna göre 1990'larda Kuzey Amerika, Latin Amerika, Avrupa, Afrika, Orta Doğu, Asya ve Avustralasya'da halkın çoğunluğu ülkelerinin demokrasiden memnun iken, 2020 yılına gelindiğinde ülkelerindeki demokrasiden memnun olmayanların oranı yaklaşık %10 artarak, %47,9'dan %57,5'e yükselmiştir. Bu memnuniyetsizliğin en yüksek olduğu yerler ise Kuzey Amerika, Güney Avrupa, Latin Amerika ve Sahra Altı Afrika olmuştur. Leandro ve Ruiz (2021), iktisat literatüründe demokratik durgunluk olarak bilinen durumun geri planında yatan sebeplerin konjonktürel olmaktan ziyade yapısal olduğu göz önüne alındığında, demokratik gerileme kavramının kullanılmasının doğru olacağını vurgulamaktadır. Günümüzde büyük ölçüde demokratik olan; fakat aynı zamanda büyük hoşnutsuzlukların arttığı dünyada ortaya çıkan en temel soru, demokrasilerin Covid-19 kriziyle başa çıkıp çıkamayacağı ve böylece meşruiyetlerini ve süreklilik beklentilerini güçlendirip güçlendiremeyeceğidir. Bu durum, otokratik rejimlerin krize karşı mücadelede demokratik rejimlere sahip diğer ülkelere göre daha başarılı olduğuna dair artan kamuoyu algısıyla daha da ilgili hâle gelmektedir.

Küresel açıdan demokrasinin zayıflamaya başladığı dönemde yaşanan Covid-19 krizinin demokrasiyle olan ilişkisinin ele alınması, çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışma esas olarak iki önemli noktada literatüre katkı sunmayı hedeflemektedir. Birincisi, Covid-19'a yönelik geliştirilen politikaların başarısının politik rejimler çerçevesinde incelenmesidir. İkincisi, Covid-19'un yol açtığı yıkıcı tablonun ortadan kaldırılması için uygulanan önleyici ve kısıtlayıcı tedbirlerin demokratik yönetim açısından incelenmesidir. Çalışmada şu kronoloji takip edilmiştir: Giriş bölümünde, konunun önemi açıklanmıştır. İkinci bölümde, Covid-19 ile politik rejimler arasında ilişkiyi ortaya koyan yaklaşımlar ve ülkelerin Covid-19 sürecinde uyguladıkları önlemler ele alınmıştır. Üçüncü bölümde, Covid-19 sonrası küresel demokrasinin geleceği tartışılmıştır. Son bölümde ise politika çıkarımları ortaya konulmuştur.

2. Covid-19 Krizi ile Politik Rejimler İlişkisine Yönelik Tartışmalar

Demokrasilerin beklenmedik afetlere otoriter rejimlerden daha iyi tepki verdiği genel kabul görmektedir. Demokrasilerde karar vericiler, vatandaşlara ve diğer kurumlara hesap verme sorumluluğuna tabi olduğundan kriz dönemlerindeki politikalarının daha başarılı olmasına ve performanslarını iyileştirmeye özen göstermek zorunda kalmaktadır. Buna karşılık, otoriter rejimlerin yöneticileri, halktan baskı görebilecekleri kurumsal mekanizmalara sahip olmadıklarından olumsuzlukları önleme stratejilerini önemsemeyebilmektedir. Bu da demokrasilerden daha kötü performans sergilemelerine yol açmaktadır (Petersen, 2020: 6). Covid-19'a karşı verilen tepkiler, kamusal alanı önemli ölçüde etkilemiştir; fakat politik rejimlere bağlı olarak farklı sonuçlar doğurmuştur. Hükümetler birçok noktada Covid-19 ile mücadelede, çeşitli politikaları ve yasal düzenlemeleri

parlamento onayı olmaksızın yürürlüğe koyma seçeneğini benimsemiştir. Bazı ülkeler, sınırların tamamen kapatılması ve zorunlu izolasyon gibi daha kısıtlayıcı önlemler alırken; diğerleri bireysel özgürlüklere, sorumluluklara ve ekonomik istikrara öncelik vermiştir. Bu yaklaşımlardaki farklılığın arkasındaki temel itici güç ise ideolojidir. Diğer taraftan Covid-19 salgını, hükümetlerin küresel bir salgınla mücadele etme kapasitelerinin ve/veya arzularının dünya genelinde nasıl farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Bu, kriz döneminde değerler sistemine karşı ideolojik kutuplaşmanın nasıl bir rol oynadığı sorusunu gündeme getirmiştir (Elstub, Liu ve Lühiste, 2020: 431-432).

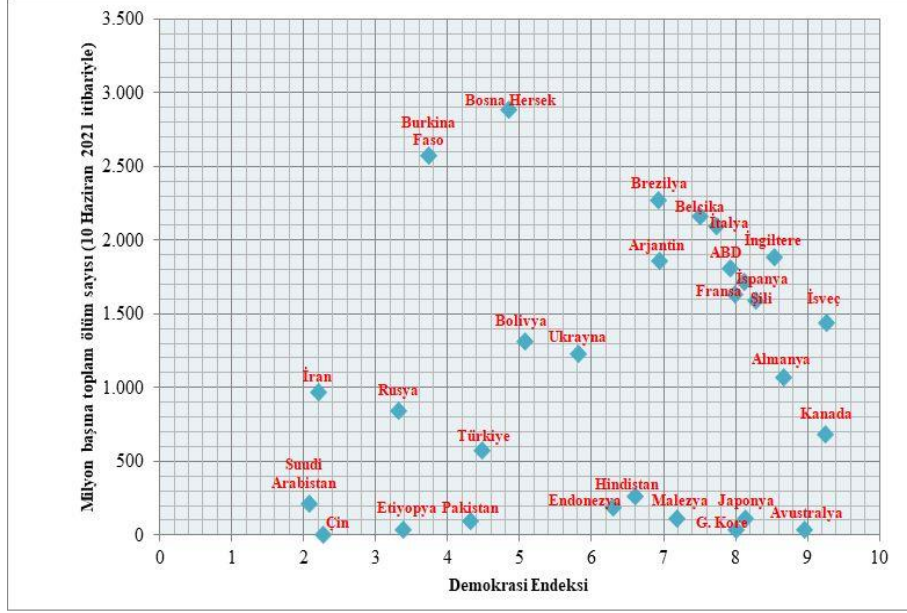
Covid-19'un etkisi, ülkelerin siyasi ve ekonomik kurumlarının performansına bağlı olarak değişkenlik göstermekte ve liberal demokrasilerin bireylerin sağlığını korumada başarısız olduğu eleştirisinin artmasına neden olmaktadır. Otokratik rejimler, daha hızlı ve güçlü hareket etme imkânına sahip olmalarından dolayı kaynakları etkin biçimde harekete geçirebilmektedir. Buna karşılık şeffaflığın olmaması ve katı uygulamaların varlığı, ciddi sonuçlara yol açmaktadır. Krizin yol açtığı etkiler, vatandaşların daha temkinli davranmaya sevk edilmesi amacıyla manipüle edilmesine, medyanın ve dezenformasyonun kontrol altına alınmasına yol açarak ülkeleri daha savunmasız hâle getirebilmektedir (Karabulut, Zimmermann, Bilgin ve Doker, 2021: 1).

2.1. Covid-19 Kaynaklı Ölümler ve Politik Rejimler Arasındaki İlişki

Covid-19 gibi olağanüstü koşulların yaşandığı durumlarda demokratik ve otoriter rejimlerin benimsediği uygulamalar güvenilirlik ile yakından ilişkilidir. Sosyal düzeni tehdit eden sağlık krizi karşısında düzenleyici kredi olgusu, karar vericilerin politikalarının seyrini etkilemektedir.

Demokratik ve otoriter yönetimlerde düzenleyici kredi etkisinin farklılığı, Covid-19 ile mücadelenin gidişatını önemli biçimde etkilemiştir. Otokratik rejimlerde, yürütme organının olağanüstü düzenlemeleri ve yaptırımları yürürlüğe koymasını sağlayacak mekanizmalar daha kolay uygulanmaktadır. Böylelikle otoriter rejimlerde sosyal düzenin ve disiplinin sağlanmasına yönelik düzenleyici kredinin güçlü etkisi söz konusudur. Liberal demokrasiye sahip ülkelerde ise yürütme organının karar verme sürecini uzatan, yasama ve yargı gibi bağımsız kurumların varlığı söz konusudur. Otoriter rejimlerin aksine, bireyci tipteki sosyal ve politik bilinç, düzenleyici kredinin etkisini zayıflatmaktadır. Olağanüstü durumlarda toplum sağlığının korunması için özgürlüklerin kısıtlanması, otoriter rejimlerdeki gibi uygulanmamaktadır (Brzechczyn, 2020: 88-89).

Covid-19 ile mücadeledeki başarının politik rejimlerle ilişkilendirilmesinde öne çıkan iki önemli husus söz konusudur. İlk olarak AB gibi gelişmiş demokratik kurumlara sahip ülkelerin birçoğunda, krizin yönetilmesinde başarısız olunmasıdır. Birlik içerisinde krize yönelik ortak politika geliştirmede yaşanan anlaşmazlıklar, en temel tıbbi ürünlerde dışa bağımlılığın ortaya çıkması karşısında, Çin ve Rusya'nın AB ülkelerine yönelik yardımda bulunması tartışmaları artırmıştır. İkinci olarak, ABD'nin de tıpkı AB ülkelerinin birçoğunda yaşandığı gibi Covid-19'u kontrol etmede başarısız olması ve Çin'in bu süreçte göreceli olarak daha fazla kontrol gücünü elinde bulundurmasıdır.



Kaynak: Our World in Data (2021a) ve The Economist (2021) verilerinden yararlanarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 2. Covid-19 kaynaklı ölümler ve demokrasi ilişkisi

Covid-19 nedeniyle yaşanan ölümlerin politik rejimlerle olan ilişkisi Şekil 2’de gösterilmiştir. Dikey ekseninde milyon kişi başına gerçekleşen ölüm sayısı yer alırken, yatay ekseninde 2020 yılı itibarıyla Küresel Demokrasi Endeksi (*Global Democracy Index*) yer almaktadır. Şekilde dikkat çeken ilk nokta, yüksek demokrasi endeksine sahip ülkelerde ölüm sayılarının yüksek olmasıdır. Birleşik Krallık, ABD, İtalya, İspanya, Fransa, Belçika başta olmak üzere gelişmiş demokratik kurumlara sahip ülkelerde krizin etkileri çok derin olmuştur. Bununla birlikte Avustralya ve Japonya gibi yüksek demokrasi endeksine sahip ülkelerde ise ölüm oranları düşük seviyededir. Diğer taraftan Çin, Suudi Arabistan, Pakistan ve Etiyopya gibi düşük demokrasi değerlerine sahip ülkelerde ölüm sayıları düşük seviyededir. Yine benzer biçimde Burkina Faso, Bosna Hersek, İran ve Bolivya gibi düşük demokrasi endeksine sahip ülkelerde ölüm oranları yüksek seviyelerde gerçekleşmiştir.

Tablo 1. Covid-19 ile mücadelede ihtiyari mali önlemlerin GSYİH içerisindeki payı (%)

Ülkeler	İlave Harcamalar ve Vazgeçilen Gelirler	Kaynak, Krediler ve Garantiler	Demokrasi Endeksi
Gelişmiş Ülkeler			
Danimarka	5,1	13,6	9,15
Finlandiya	2,5	7,5	9,20
İspanya	7,6	14,4	8,12
Güney Kore	4,5	10,2	8,01
İsviçre	7,3	6,2	8,83
İtalya	8,5	35,3	7,74
Belçika	8,0	11,8	7,51
Fransa	7,6	15,6	7,99
Almanya	11,01	27,8	8,67
Kanada	14,6	4,0	9,24
ABD	25,5	2,4	7,92
İngiltere	16,2	16,1	8,54
Yükselen Ekonomiler			
Meksika	0,7	1,2	6,07
Türkiye	1,9	9,4	4,48
Suudi Arabistan	2,2	0,8	2,08
Rusya	4,3	1,5	3,31
Hindistan	3,3	5,1	6,61
Çin	4,8	1,3	2,27
Peru	7,3	11,4	6,53
Polonya	7,8	5,4	6,85
Brezilya	8,8	6,2	6,92
Düşük Gelirli Ülkeler			
Vietnam	1,4	0,5	2,94
Etiyopya	2,5	0,6	3,38
Özbekistan	4,4	1,3	2,12
Honduras	2,3	2,1	5,36

Kaynak: İhtiyari mali politikalar verisi IMF (2021), demokrasi endeksi ise The Economist (2021) veri tabanından alınmıştır.

Not: Mali önlemler 17 Mart 2021 itibarıyla oluşan değerleri ifade etmektedir.

Diğer perspektiften ele alındığında Covid-19'un yol açtığı olumsuzluklarla mücadelede alınan ekonomik tedbirlerin politik rejimlerle ilişkisi incelendiğinde Tablo 1'de görüleceği üzere, demokratik ülkeler daha fazla kaynak ayırmıştır. Örneğin, ABD GSYİH'nin %25,5'i kadar harcama yapmış; %2,4'ü kadar kredi ve kredi garantisi sağlamıştır. AB ülkeleri içerisindeki durum incelendiğinde orada da yüksek düzeyde mali önlemlerin benimsendiği görülmektedir. Almanya, İtalya, İspanya ve Belçika gibi ülkeler en fazla kaynak ayıran ülkeler konumundadır. Buna karşılık otoriter ülkelerin, GSYİH'ye oranı açısından daha az kaynak ayırdıklarını söylemek mümkündür. Çin, GSYİH'nin %4,8'i kadar harcama yapıp; %1,3'ü kadar kredi ve kredi garantisi sağlarken; Rusya aynı dönemde GSYİH'nin %4,3'ü kadar mali harcama gerçekleştirmiş ve %1,5'i kadar kredi ve kredi garantisi sağlamıştır.

Çin'in, krizin kontrol altına alınmasını sağlamak için benimsediği mekanizma, başarılı sonuçlar alınmasını sağlamıştır. Demokrasilerde bu tür karar alma sürecinin olmaması, liberal demokratik ülkelerin başarısız olduğu anlamına gelmemelidir. Almanya, Japonya ve Güney Kore örneklerinde gözlemlendiği gibi liberal ülkelerin de başarılı oldukları görülmektedir. Fakat bu ülkelerde sürecin yönetimi otokratik araçlarla değil, devletin kurumsal kapasitesinin varlığı ve bunun işleyişiyle sağlanmıştır (Atlı, 2020: 57).

Çin'in Covid-19'a verdiği nihai tepkinin etkili olması, Çin'in otokratik yönetiminden mi, yoksa Çin'in toplumsal başka özelliğinden mi kaynakladığına ilişkin sorular, benzer otokratik rejimlerden elde edilen kanıtlarla birlikte değerlendirildiğinde, mevcut rejimin katı önlemleri almasıyla ilişkilendirilmektedir. Otoriter rejimler, virüsün yayılmasını kontrol etmede oldukça hızlı olmakla birlikte, virüs ile ilgili bilgileri bastırmada da etkili olmaktadır. Vietnam ve Singapur'da hükümetler, Covid-19 tehdidine güçlü bir tepki vermiştir. Örneğin Vietnam, Çin ile sınır kapılarını pandeminin başlangıcında kapatmıştır. Singapur'da ise virüs, çok kapsamlı izleme ve temaslı takibi yoluyla kontrol altına alınmıştır. Rusya gibi diğer otoriter rejimlerde krizin görmezden gelinmesi ve sorumluluğun yerel yönetimlere bırakılması gibi uygulamalar da öne çıkmıştır (Stasavage, 2020: E4-E6).

Liberal demokratik ülkeler açısından incelendiğinde ABD'de dönemin başkanı Donald Trump'ın virüsü küçümseyici ve dikkate almayan tavırları nedeniyle çok kötü bir tablo ortaya çıkmıştır. Federal hükümetlerin erken ve agresif biçimde krize tepki verme kapasiteleri mevcutken ABD demokrasisinin yapısında var olan gücün dağıtılması, beklenen politikaların uygulanmasını güçleştirmiştir. Güney Kore, Tayvan ve Almanya gibi bazı demokratik ülkeler, test ve temaslı izlemeyi çok erken uygulaması nedeniyle virüsle mücadelede çok daha başarılı olmuşlardır (Stasavage, 2020).

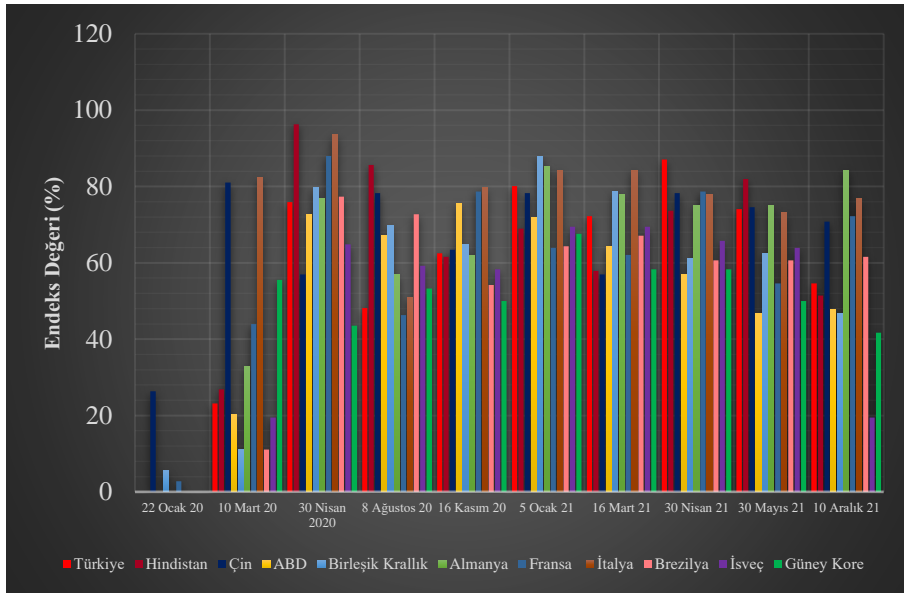
Güney Kore ve Tayvan özelinde ele alındığında merkezi karar alma yapısı yanında, daha da önemlisi daha önceki dönemlerde yaşadıkları SARS ve MERS salgınlarından dersler çıkarmaları ve bu tür salgınları önlemeye yönelik yatırım yapmaları etkili olmuştur. Tayvan, Güney Kore ve Almanya gibi ülkelerin erken önlem almaları, otoriter rejimlerdeki uygulamalara gerek kalmadan salgının kontrol altına alınabileceğini göstermesi açısından önemli sonuçlara işaret etmektedir. Buna karşılık Fransa, İtalya, İspanya ve Birleşik Krallık gibi yerlerde başlangıçtan itibaren gerekli önemin gösterilmemesi, daha sonraki süreçte çok yüksek maliyetlerle ülke genelinde karantina uygulanmasını zorunlu hâle getirmiştir. Dolayısıyla ortaya konulan çerçeve, demokratik hükümetlerin Covid-19 ile mücadelede kaçınılmaz olarak otoriter hükümetlerden daha kötü performans sergilediği anlamına

gelmediğidir (Stasavage, 2020). Bu nedenle politik rejimlerin, salgının yönetiminde sağlıklı bir gösterge olmadığını da düşünülmektedir. Gerek otoriterliğin gerekse de demokrasinin hem başarılı hem başarısız olduğu ülke örneklerini gözlemek mümkündür (Belin ve De Maio, 2020: 6). Politik rejimlerin, Covid-19 ölümleri üzerindeki doğrudan ve net etkisini ölçmek için kişi başı gelir, dışa açıklık derecesi, sağlık sisteminin yapısı, demografik ve coğrafi faktörlerin de dikkate alınması gerekmektedir (Jaishankar, 2020: 26-27).

2.2. Covid-19 Sürecinde Demokratik Mekanizmaları ve Hakları İhlal Ettiği İddia Edilen Önlemler

Krizlerle başa çıkma noktasında siyasi kararların yol açtığı sonuçlar değişkenlik göstermektedir. Demokrasilerde ise iki önemli durum tekrerr etmektedir. Bunlardan ilki, kriz dönemlerinde demokrasinin karar alma sürecinde diğer sistemlere kıyasla daha fazla tıkanmalarla karşı karşıya kalmasıdır. İkinci olarak siyasi kararları, toplumun genel refahının aleyhine yol açacak şekilde manipüle edebilecek çıkar gruplarının varlığıdır. Siyasi nedenler, devletin politika geliştirme kapasitesinden daha farklı anlamlara gelmektedir (Leandro ve Ruiz, 2021).

Ülkelerin gelişmişlik seviyesi ile politika geliştirme kapasitesi arasındaki belirgin ilişkiyi teyit eden geniş bir ampirik literatür söz konusudur. Bunun yanında, aynı gelişmişlik seviyesine sahip ülkelerin bile kamusal politikaları uygulama kapasitesi farklılık göstermektedir. Çünkü ülkelerin sahip olduğu sosyo-kültürel unsurlar, bu farklılığın önemli sebeplerinden birisi olabilmektedir. Kamusal politikalar ne kadar verimli olursa olsun, bireyciliğe karşı önyargının var olduğu toplumlarda kolektif koordinasyon gerektiren politikalar istenilen düzeyde başarılı olamayabilmektedir. Dolayısıyla Covid-19 gibi kolektif dayanışma gerektiren bir kriz ortamında krize yönelik geliştirilen politikaların demokrasinin gerilemesini nasıl etkileyeceği, devletlerin kurumsal kapasiteleri, siyasi faktörler ve sosyo-kültürel faktörler arasındaki ilişkiye bağlı olmaktadır (Leandro ve Ruiz, 2021).



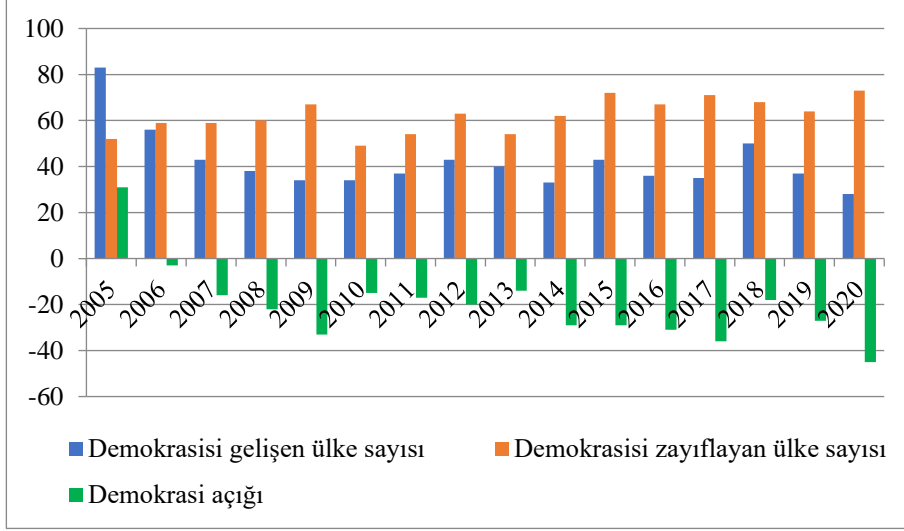
Kaynak: Hale vd., 2021; Our World in Data, 2021b.

Şekil 3. Covid-19 sıklık endeksi

Covid-19'un hızla yayılması karşısında, ülkeler olağanüstü önlemler almıştır. Okulların kapatılması, seyahat kısıtlamaları, halka açık toplantıların yasaklanması, sağlık kuruluşlarına acil finansal destek sağlanması, temaslı takibinin yapılması ve sağlık sistemlerinin güçlendirilmesi gibi önlemler en çok öne çıkanlar olmuştur. Alınan kamusal önlemlerin sıklık derecesini ölçmek için Hale vd. (2021) tarafından Oxford Covid-19 Hükümet Müdahale İzleyicisi (The Oxford Covid-19 Government Response Tracker-OxCGRT), diğer adıyla Covid-19 Sıklık Endeksi (Covid-19 Stringency Index) hesaplanmaktadır. Okulların ve iş yerlerinin kapanması, seyahat kısıtlaması başta olmak üzere dokuz gösterge dikkate alınarak hesaplanan endeks, 0 ila 100 arasında değer almaktadır. Endeksin artması, ülkelerin Covid-19'a karşı daha sıkı önlemler aldığını ifade etmektedir (Our World in Data, 2021b). Seçilmiş ülkelerin Ocak 2020'nin başlarından 10 Aralık 2021 arası dönemde aldıkları önlemlerin sıklık derecesinin yer aldığı Şekil 3 esasında rejim türü fark etmeksizin önemli derecede katı önlemler aldığını göstermektedir. Bu dönemde alınan önlemler esnasında, demokratik yönetişimin ve hakların ihlal edildiği öne sürülmektedir (Repucci ve Slipowitz, 2020; Alizada vd., 2021).

Freedom House, 192 ülkeyi ele alarak incelediği raporda, Covid-19 krizinin küresel çapta demokrasi açısından da bir kriz haline geldiğini belirtmektedir. Rapora göre 80 ülkede demokrasi ve insan haklarının durumu daha da kötüleşmiştir. Ortaya çıkan sonuç, sadece 80 ülkede demokrasinin zayıflamasıyla sınırlı değildir. Ağırlıklı olarak demokrasi mücadelesi veren ülkelerde durum daha ciddi sonuçlara işaret etmektedir. Çünkü bu ülkelerde gücün manipüle edilmesi, zayıf kurumsal yapıya sahip ülkelerde durum daha da kötüleşmektedir. Dolayısıyla küresel açıdan krizin yönetilmesi ve kontrol altına alınmasında demokrasinin zayıfladığı ortaya çıkmaktadır. Örneğin, araştırmaya katılanların %62'si ulusal hükümetlerin verdiği bilgilerin güvenilirliğinden şüphe etmektedir. Salgın bağlamında 91 ülkede haber medyasına yönelik yeni ve artan kısıtlamalar ortaya çıkmıştır. Seçimlerin yapıldığı 22 ülkenin 7'sinde seçim tarihi değiştirilmiş ve bunların 4'ünde Covid-19 gerekçesiyle seçim kuralları değiştirilmiştir. 59 ülkede virüse karşı tepkilerde şiddet olayları yaşanmıştır. Araştırmaya katılanların %25'i etnik ve dini azınlıklara yönelik kısıtlamaların olduğunu belirtmiştir (Repucci ve Slipowitz, 2020). İlerleyen dönemlerde Covid-19'un seçimler üzerindeki etkisi daha da artmıştır. 21 Şubat 2020-31 Aralık 2021 tarihleri arasında dünya genelinde en az 80 ülke ve bölge, Covid-19 nedeniyle ulusal ve yerel seçimleri ertelemiştir. Bunların en az 42'sini ise ulusal seçimler ve referandumlar oluşturmaktadır (International IDEA, 2022).

Varieties of Democracy [V-Dem], 2021 Demokrasi Raporu'nda ise en az 95 ülkenin pandemi sürecinde orta veya büyük ölçekli ihlaller gerçekleştirdiğini belirtmektedir. 40 otokratik ve 23 demokratik ülkede orta düzeyde ihlaller yaşanırken; 23 otokratik ve 9 demokratik ülkede büyük ihlaller ortaya çıkmıştır (Alizada vd., 2021).



Kaynak: Repucci ve Slipowitz, 2021.

Şekil 4. Demokrasi açığının seyri: 2005-2020

Covid-19 sürecinde yaşanan demokratik aşınmanın etkisiyle demokrasi açığı¹ son 15 yılın en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Krizin etkisi yayıldıkça olumsuzlukların azaltılması için hayata geçirilen kısıtlamalar ve diğer önlemler, birçok ülkede demokratik yönetişimin zayıflamasına yol açmıştır. Özellikle Covid-19 sürecinde ortaya çıkan demokratik ihlaller, 2020 yılında küresel demokrasinin ciddi biçimde zayıflamasına neden olmuştur. Şekil 4'te gösterildiği gibi 2006 yılından itibaren küresel demokrasi zayıflamaya başlamıştır. 2006 yılında -3 olan demokrasi açığı 2020 yılında -45 ile zirveye ulaşmıştır (Repucci ve Slipowitz, 2021). Bu çerçevede demokrasinin krizle birlikte hangi politikalar neticesinde zayıfladığı önem kazanmaktadır. Aşağıdaki Tablo 2'de demokrasiyi ve insan haklarını ihlal eden örnekler yer verilmektedir.

¹ Demokrasi açığı, demokrasisi iyileşen ülke sayısından demokrasisi zayıflayan ülke sayısının çıkarılmasıyla elde edilmektedir (Repucci ve Slipowitz, 2021).

Tablo 2. Covid-19 Sürecinde Demokrasiyi ve İnsan Haklarını İhlal Ettiği İddia Edilen Önlemler

Ülkeler	Uygulamalar
El Salvador	Karantina emirlerini ihlal iddiasıyla Mart 2020'de 1.200'den fazla kişi keyfi olarak tutuklanmıştır. Yüksek Mahkeme, bu tutuklamaları haksız bulmuştur.
Honduras	Hükümet, pandemi hakkında yanlış bilgilerin yayılmasına karşı hareket etme gerekçesiyle ifade özgürlüğüne kısıtlamalar getiren kararname yayınlamıştır.
Venezuela	Sars-Cov-2 virüsünden önce ülke; gıda kıtlığı ve temel ürünler, tıbbi malzeme eksikliği, yüksek enflasyon ve mali açıklarla karakterize edilen insani bir kriz yaşamıştır. Covid-19 ile birlikte petrol fiyatlarında düşüş yaşanmasıyla Venezuela, Covid-19 ile mücadelede en hazırlıksız ülke olmuştur. Virüs hakkındaki tüm bilgiler sansürlenmiş, gerçek vakalar gizlenmiş ve resmi istatistiklere itiraz eden gazeteciler, muhalefet liderleri ve aktivistler tutuklanmış, Mart (2020) ayından itibaren ise protestolar yasaklanmıştır.
Brezilya	Devlet Başkanı Jair Bolsonaro, krizi görmezden gelerek sosyal etkileşimleri teşvik eden tutumları benimsemiştir. Bolsonaro, virüsün yol açtığı olumsuzlukları azaltmak için hazırlanan yardım tasarısının bir kısmını veto etmiştir. Brezilya Yüksek Mahkemesi, Jair Bolsonaro'nun anti-demokratik eğilimlerini kısıtlamış ve hükümetin sağlık yasalarını yürürlüğe koymasına gerektiğine karar vermiştir. Başkanın, tüm önlemleri ve tıbbi tavsiyeleri dikkate almadığı ve eyalet valileriyle iş birliği yapmadığı için pandemi sürecinde üç sağlık bakanı istifa etmiştir.
Polonya	10 Mayıs 2020'de yapılması planlanan Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Andrzej Duda, salgın nedeniyle posta yoluyla oylama fikrinde ısrar etmiş ve diğer adayların kampanyasına izin verilmemiştir. Yargı bağımsızlığına yönelik saldırı olarak adlandırılan bu durum, ulusal ve uluslararası alanda iyi karşılanmamıştır. Sonunda, iktidar koalisyonundan liderlerin anlaşması sonucunda onaylama yapılmamıştır. Parlamentoda oylama ve demokratik kurumlarla istişare olmaksızın alınan kararlar, Polonya'nın konsolide demokrasiden yarı konsolide demokrasiye düşürülmesine yol açan bir durum olarak nitelendirilmiştir. Pandemiyle ilgili hükümetin gerçeklere dayanmayan açıklamalar yaptığı halkın yarısı tarafından kabul görmektedir. Halkın %56'sı ülkedeki medyanın virüs hakkında bildirdiğine güvenmektedir.
Macaristan	Başbakan Viktor Orbán'ın pandemi sürecince ülkeyi karanname ile yönetme yetkisi istemesi, parlamento tarafından onaylanmıştır. Orbán, yalan haber suçlamasıyla sosyal medyada görüşlerini ifade eden kişilerin tutuklanmasına yol açan katı bir yönetim sergilemiştir.
Sırbistan	Hükümet, otoriter karantina kuralları ve sokağa çıkma yasağı gibi çok sert önlemler getirmiştir. En dikkat çeken nokta, virüsün yayılmasına katkıda buldukları gerekçesiyle mülteci kamplarındaki hareketliliğe aşırı kısıtlamalar getirilmesidir.

İsrail	Benjamin Netanyahu'nun, yolsuzluk ve güveni kötüye kullanmakla suçlandığı ortamda, İsrail uzun süre hükümetin kurulamaması nedeniyle siyasi karışıklık içindeyken; İsrailliler, dayatılan anti-demokratik pandemi politikalarını ve sokağa çıkma yasağının yol açtığı mali kayıpları protesto etmiştir.
Rusya	Covid-19 ile mücadelede ön safta olan bazı doktorlar, ülkenin Covid-19'a yönelik politikalarını eleştirdikleri için ilginç biçimde hastane penceresinden düşmüştür. Pandeminin yönetiminde resmi politikaları eleştirerek gerçek dışı haberler yaydığı düşünülenlere para cezası verme veya hapse atma yetkisi veren kararnameler çıkarılmıştır.
Hindistan	Narendra Modi, pandemi krizini Müslümanlara karşı mücadelesini genişletmek ve özellikle Keşmir nüfusuna baskı yapmak için kullanmıştır. 2019'un sonunda aşırı milliyetçi hükümet, Müslümanlar hariç, komşu ülkelerden azınlıkların hızlı vatandaşlık başvurusunda bulunmalarına izin veren Vatandaşlık Değişikliği Yasasını kabul etmiştir. Erzak ve ilaç almaya gidenler hapse atılmıştır. Gazeteciler suçlanmış ve sağlık personeli şiddete maruz kalmıştır. Sosyal mesafeyi koruyacak kaynakları olmayan yoksul kesim ve Müslümanlar, virüsü yaymakla suçlanmış. Karantina nedeniyle yüz binlerce çocuk, tüberküloz tedavileri de dâhil olmak üzere rutin hayati aşılarından mahrum kalmıştır. Salgın Hindistan için insani bir krize dönüşmüştür. Benzer biçimde Yeni Delhi'de Müslümanlar, 'süper yayıcılar' olarak suçlanmış ve nefret kampanyasına maruz kalmıştır.
ABD	Covid-19, ABD'nin demokratik kurumlarındaki çatlakları derinleştirmiştir. ABD'de sadece ölü sayısı dünyada en yüksek seviyelere çıkmakla kalmamış, aynı zamanda pandemi kritik bir seçim yılında meydana geldiği için toplum sağlığı politize hâle gelmiştir. Trump yönetimi, pandemi ile ilgili bir birçok yanlış bilgi ağı oluşturduğu için sert bir şekilde eleştirilmiştir. Trump, basın toplantıları ve sosyal medya paylaşımlarında çoğu kez virüsün ciddiyetini küçümsemiş, muhalefetteki eyalet valilerini sosyal mesafe gibi önlemler uyguladıkları için eleştirmiş, bilimsel olmayan tedavileri ve yanlış sağlık istatistiklerini kamuoyuna açıklamış, virüsün yakında ortadan kalkacağını iddia etmiş ve bulaşma yayılırken bile kısıtlamaların kaldırılması için baskı yapmaya devam etmiştir. Trump'ın iddialarına açıkça karşı çıkan üst düzey halk sağlığı uzmanları marjinalleştirilmiştir. Mart ve Temmuz 2020 arasında ABD makamları, ABD ve uluslararası hukukun izin verdiği şekilde refakatsiz küçükler dâhil sığınma başvurusunda bulunanları, yetkisiz sınır geçişleri yaptıkları iddiasıyla tutuklu 40.000'den fazla kişiyi hızlıca sınır dışı etmek için acil sağlık yönergesi kullanmıştır. Bu politikalar, Trump yönetiminin pandemiyi yasal süreçleri bir kenara bırakarak sığınmacılar ve göçmenler üzerindeki baskısını yoğunlaştırmak için bir araç olarak kullandığına dair endişeleri artırmıştır.
Kosta Rika	Hâlihazırda marjinalleştirilmiş Nikaragualı göçmenler ve tarım sektöründe çalışan mültecilere, Covid-19'un yayılmasına katkıda buldukları suçlaması yapılmıştır.

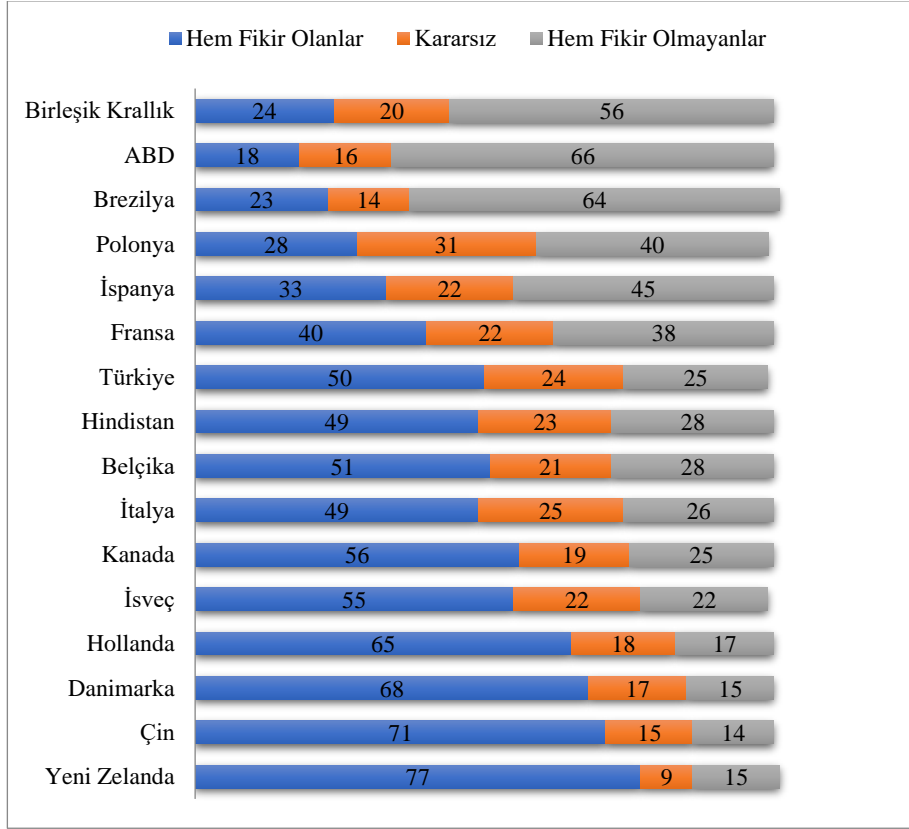
Sri Lanka	Otoriter eğilimler hızlandırılmış ve pandemiyle ilgili resmi politikaları eleştiren herkesin tutuklanmasını emreden, bağımsız raporlamayı ve olumsuz konuşmayı kontrol etme çabaları benimsenmiştir. Erken seçim çağrısı yapılmış, ancak salgın hızlandıkça ertelenmiştir. Bu da ulusal yasama meclisini anayasal sürenin ötesinde devre dışı bırakarak, yürütme gücü üzerindeki kontrolleri zayıflatmıştır. Sağlık endişeleri, özellikle Müslüman nüfusa karşı insan hakları ihlallerinin bahanesi olarak kullanılmıştır. Hindistan'da Müslümanlara yönelik suçlayıcı tutum ve davranışlar, burada da ortaya çıkmıştır. Müslümanlar, bazı hükümet üyeleri tarafından 'süper yayıcılar' olarak muamele görmüştür. Ayrıca, dini geleneklere ve Dünya Sağlık Örgütü'nün cenaze törenlerinin kabul edilebilir olduğunu belirten tavsiyelerine rağmen, Sri Lankalı Müslümanlara, virüs nedeniyle ölenleri yakmaları emredilmiştir.
Karadağ	Karadağ'da hükümet, herhangi bir dini protesto toplantısını, özellikle de Sırp Ortodoks Kilisesi üyelerinin toplantılarını, virüsü yaymaya ve iktidar rejimini baltalamaya yönelik açık ve kasıtlı girişim olarak nitelendirmiştir.
Malezya	Hükümet, mültecilere Covid-19 testlerine girmeleri için herhangi bir eylemde bulunmayacağını vaat etmesine rağmen; daha sonra sınır dışı edilmek üzere birçok kişiyi tutuklamış ve gözaltına almıştır.
Çin	Çin hükümeti, verdiği virüs ile ilgili bilgileri sansürlemiş ve salgın hakkında haber yapan gazetecileri gözaltına almıştır.
Cezayir	Protestoların bastırılması için toplanma özgürlüğü kısıtlanmıştır. Covid-19 pandemisinin etkileri azaldıktan sonra bile bu uygulamalar yürürlükte kalmaya devam etmiştir.

Kaynak: Caratas, Spătariu ve Gheorghiu (2020); Repucci ve Slipowitz (2020); Brown, Brechenmacher ve Carothers (2020); Youngs ve Panchulidze (2020); Repucci ve Slipowitz (2021)'den yararlanarak oluşturulmuştur.

Tablo 2'den görüleceği üzere Covid-19 sürecinde rejim türü fark etmeksizin farklı türlerde anti-demokratik eğilimler ortaya çıkmıştır. Demokratik ve otokratik rejimler, çoğunlukla benzer türde acil durum önlemleri uygulamalarına rağmen; acil durum önlemlerinin her ülkede siyaset için çok farklı sonuçları ortaya çıkmıştır. Yüksek demokratik işleyişe sahip ülkelerde, kısıtlayıcı önlemler önemli düzeyde endişe kaynağı haline gelmektedir; fakat bu önlemler anayasal sınırlara genel itibarıyla bağlı kalmaktadır. Çünkü kısıtlamaların uygulanmasında parlamento desteği söz konusu olmaktadır. Hibrit rejimlerde veya kırılğan demokrasilerde endişeler daha büyüktür. Acil durum kısıtlamalarının sert olduğu durumlarda kurumlar ve çoğulculuk zayıflayabilmektedir. Kısıtlayıcı rejimlerde hükümetler, pandemiye siyasi alanı sınırlamak ve mevcut olan eğilimleri derinleştirmek için daha fazla kullanma yoluna gidebilmektedir (Youngs ve Panchulidze, 2020: 14).

Pek çok ülkede pandemi, demokratik alan için potansiyel olarak dramatik etkilerle dünya çapında yürütme gücünün hızlı bir şekilde genişlemesine yol açmaktadır. Liberal demokrasinin zayıf olduğu yerlerde kontrol ve dengelerin zayıflaması, hesap verebilirlik mekanizmalarının aşındırılması kolaylaşmıştır. Macaristan'da, Viktor Orbán'ın herhangi bir parlamento denetimi olmaksızın süresiz olarak kararnameyle yönetmesine izin verilmesi, Filipinler'de parlamentonun, Başkan Rodrigo Duterte'ye hemen hemen sınırsız acil durum yetkileri veren bir yasa çıkarması en

dikkat çeken örneklerdir. Bunun yanında bazı ülkelerde krize yönelik acil durum yetkileri, vatandaşların temel haklarını kısıtlamak için kullanılmaktadır. Özellikle virüs hakkında yanlış bilgi ile mücadele çerçevesinde ifade özgürlüğü ve medya üzerindeki kontrol artmaktadır (Brown vd., 2020).



Kaynak: Leandro ve Ruiz, 2021.

Not: Şekil, Covid-19 ile ilgili konularda tavsiyelerinin politikacılar tarafından dikkate alındığını düşünen bilim insanlarının yüzdesini (%) ifade etmektedir.

Şekil 5. Covid-19 ile ilgili politikacılar tarafından bilimsel tavsiyelerin dikkate alınma oranı

Diğer taraftan bilimsel tavsiyelerin öneminin çok hayati olduğu ortamda politikacıların bunlara uyma derecesi, en liberal ülkelerde bile düşük kalmıştır. Şekil 5 incelendiğinde bu durum belirgin biçimde görülmektedir. Örneğin, ABD’de bilim insanlarının sadece %18’i fikirlerinin dikkate alındığını düşünmektedir. %66’sı ise dikkate alınmadığını düşünmektedir. Türkiye’de danışılan bilim insanlarının %50’si fikirlerinin dikkate alındığını %25’i ise alınmadığını ifade etmektedir. İsveç, İspanya, Fransa, İtalya gibi gelişmiş AB ülkelerinde bu oran düşük seviyededir.

Buradan hareket edildiğinde 2021 yılının başından itibaren Avrupa ülkelerinin birçoğunda Covid-19’un ikinci ve üçüncü dalgası başlamıştır. Gelişmiş demokrasiye sahip ülkeler, Covid-19 karşısında bireysel özgürlükleri korumada göreceli olarak daha başarılı olsa da, bunun virüsün yayılması pahasına gerçekleştiği tartışmalarını beraberinde getirmiştir. Esasında kısa vadede demokratik ülkeler, krizi kontrol altına almada başarısız olsa da orta ve uzun vadede Covid-19’un yayılmasını engellemede

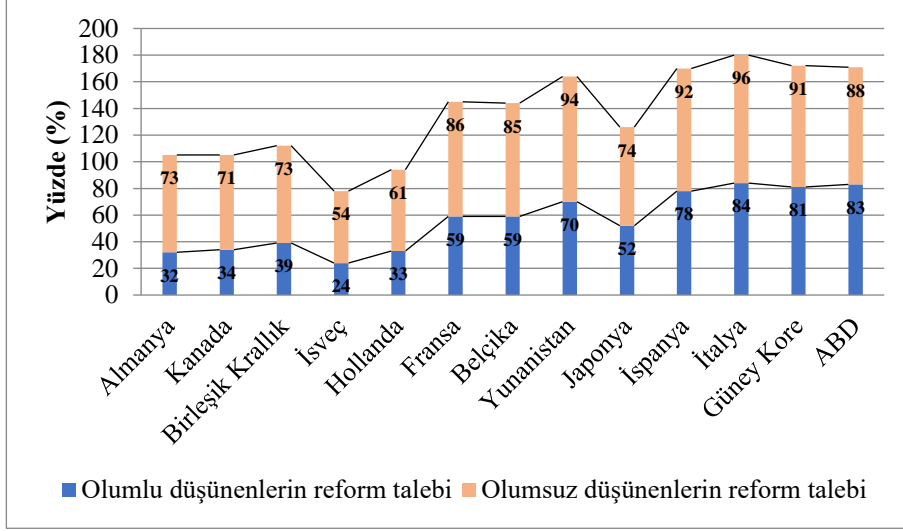
başarılı olabilmektedir. Daha önce yaşanan bu tür krizlerle mücadelede alınan dersler, şeffaflık, toplumsal motivasyonu güçlü tutma ve krizi engellemeye yönelik ortaya konulan imajı destekleyecek kolaylaştırıcı ortamın inşası yoluyla başarılı sonuçlar alınmaktadır (Engler vd., 2021: 1096).

3. Kriz Sonrası Dönemde Küresel Demokrasinin Geleceği

Covid-19 sonrası bir dünyada, demokratik sistemlerin ve otoriter rejimlerin krizle mücadeledeki performanslarından hareketle uluslararası düzenin geleceğinin biçimlenmesi yüksek bir ihtimaldir. Yeni dönemdeki yapılanma, II. Dünya Savaşı sonrasında galip ülkelerin diğer ülkelerin fikirlerini almadan dayattıkları sistemden farklı olacaktır. Her ne kadar ABD ve AB ülkeleri gibi gelişmiş politik sistemlerine sahip olmasalar da Çin, Singapur, Suudi Arabistan, Birleşik Arap Emirlikleri ve Tayvan gibi ülkeler, daha düşük ölüm oranlarıyla krizi kontrol etmede demokratik ülkelere göre daha başarılı bir performans göstermişlerdir. Yeni bir uluslararası düzenin yaratılmasında demokratik sistemlerle totaliter sistemlerin sahip olduğu farklı mekanizmaların varlığı dikkate alındığında, serbest piyasa ekonomisi ile politik totalitarizm arasındaki dengenin yeniden göz önüne alınması gerekmektedir (Sharfuddin, 2020: 255). Diğer taraftan şu husus gözden kaçırılmamalıdır: Covid-19 krizi, küresel bir kriz olmasından dolayı rejim türlerine göre ülkelerin bireysel olarak geliştirdikleri politikaların başarısı sınırlı düzeyde kalmakta ve krizin bütüncül anlamda çözümünü sağlamamaktadır. Bu çerçevede Covid-19 krizi, küresel kamu malları kategorisinde düşünüldüğünde tek başına ulusal hükümetlerin çözebilecekleri bir sorun değildir. Dolayısıyla ülkelerarası iş birliği, sivil toplum kuruluşlarının ve uluslararası kuruluşların desteği krizin küresel ölçekte çözümünde oldukça önemlidir (Brown ve Susskind, 2020: S68).

Covid-19 krizi, ekonomik ve politik açıdan düalistik bir yapı ortaya çıkarmıştır. Politik açıdan ele alındığında, 2008 krizi sonrasında yükselen aşırı milliyetçi akımların etkisini sürdürdüğü ortamda, devletin hemen hemen bütün alanlarda yeniden güçlü konumuna gelmesi, baskıcı sistemlerin alanlarının genişlemesine yol açabilir. Dolayısıyla, Covid-19'un sağlık ve ekonomik sonuçları yanında yol açabileceği diğer kritik sonuç, otoriter yönetimlerin etkisini demokratik alanlara doğru genişletmesidir. Ekonomik açıdan ise Covid-19, neoliberal kapitalizmin esas karakterini sağlık kriziyle başa çıkamamasında kendisini göstermiştir. Krizin yıkıcı etkileri yanında eşitsizliğin artması, çevre tahribatı ve yüksek işsizlik gibi problemlerin varlığıyla neoliberal kapitalizmin başarısızlığı, işlevsel demokrasinin yeniden konumlandırılması ve kapitalizmde aksayan ekonomik ve demokratik kurguya karşı politikaların geliştirilmesi açısından bir hareket noktası olabilir (Singh, 2020: 5-6). Kleinfeld (2020), gelişmiş demokrasilerin krizin yönetilmesinde ortak tavır takınmamaları halinde küresel ekonominin canlanmasının zaman alacağını ve küresel ekonomideki güçlenmenin, Çin tarafından sağlanması halinde küresel sistemin otoriterliğe evrileceğine dikkat çekmektedir.

Pew Research Center'in (2021) yaptığı çalışmada, Covid-19'a yönelik geliştirilen politikalar bağlamında politik reform taleplerine yönelik ortaya konulan sonuçlar dikkate değerdir. En fazla göze çarpan husus; Covid-19 krizinin küresel çapta bireyleri ve toplumları etkilemesi yanında, özellikle yüksek refah seviyesine sahip gelişmiş ekonomilerde demokrasiye ve politik reform ihtiyacına yönelik güçlü bir eğilimi ortaya çıkarmasıdır.



Kaynak: Pew Research Center, 2021.

Şekil 6. Covid-19 politikalarını olumlu/olumsuz bulanların demokratik ve politik reform talebi

Ülkelerin Covid-19 kriziyle mücadelede geliştirdikleri politikaları olumlu veya olumsuz bulan bireyler, ekonomik ve sağlık sisteminde reform yapılması gerektiğini vurgulamakla birlikte, aynı zamanda demokrasinin işleyişine yönelik olarak da güçlü bir talep dile getirmektedir. Şekil 6 incelendiğinde, örneğin Almanya'da Covid-19'a yönelik olarak geliştirilen politikaları başarılı bulanların %32'si politik sistemde büyük değişiklikler yapılması gerektiğini düşünürken, Covid-19 politikalarını başarısız bulanların %73'ü politik sistemde önemli değişiklikler yapılması gerektiğini belirtmektedir. Ülkeler özelinde sonuçlar değişmekle birlikte, özellikle Fransa, Belçika, Yunanistan, Japonya, İspanya, İtalya, Güney Kore ve ABD'de Covid-19 politikalarını başarılı bulanların bile çok önemli bir kısmı demokratik reform ihtiyacının gerekliliğini ifade etmektedir. İtalya'da krize yönelik geliştirilen hamleleri yeterli bulanların %84'ü, ABD'de %83'ü, Güney Kore'de %81'i, İspanya'da %78'i, Yunanistan'da %70'i, Fransa ve Belçika'da ise %59'u demokratik reformların yapılması gerektiğini belirtmektedir.

Dolayısıyla yüksek refah seviyesine sahip ülkeler başta olmak üzere dünyanın birçok yerinde demokrasinin zayıflamasından duyulan memnuniyetsizlik, küresel demokrasinin düşüşte olduğu dönemde ortaya çıkan Covid-19 kriziyle birlikte daha da artmıştır. Bunun önemli nedenlerinden birisi, Covid-19'un popülizmin ve milliyetçiliğin yükselişini hızlandırmasıdır. Fukuyama'ya (2020: 28) göre Covid-19 ile birlikte artan popülist eğilimler, uluslararası çatışma olasılığını da artırmaktadır. Yine benzer çizgide Diamond (2020), Covid-19 krizinin otokrasiyi cesaretlendirdiğini savunmaktadır. Buna karşılık, Covid-19 krizinin demokratik sistemleri zayıflatarak otoriterliği güçlendirdiğini savunmanın yanıltıcı olabileceğini ileri süren görüşler de söz konusudur. Her ne kadar kriz, demokratik yönetimlerde çeşitli zafiyetler ortaya çıkarsa da demokrasinin güçlenmesi için fırsatlar da sunmaktadır; i) Uzmanların rolünü güçlendirerek, hesap verilebilirliği zayıflatabilmesi; ii) Popülist liderlerin krizde, dışlayıcı söylemlerinin güçlenmesi ve bunun kurumsal kapasiteyi zayıflatma aracı olarak kullanılabilmesi; iii) Liderlerin parlamentoyu ve toplumu zayıflatmak adına olağanüstü hal yetkilerini

kullanabilmeleri gibi hususlar, demokrasiye yönelik ortaya çıkan zorluklar olarak görülürken buna karşılık, Covid-19 sürecinde i) Basın yoluyla hükümetin politikalarının sorgulanabilmesi; ii) Yargı gücünün önlemlere karşı anayasal hakları ve kurumsal güvenceyi sağlaması; iii) Şeffaflığın daha fazla talep edilmesi ve denetim gücünün artırılması gibi hususlar demokratik yönetimin güçlenmesi için ortaya çıkan fırsatlardır (Guasti, 2020: 48-49). Hâlihazırda demokratik açıdan gerileme yaşayan ülkelerde krizin ani ve uzun vadeli etkileri farklılaşacaktır. Acil durum önlemlerinin hayata geçirilmesi otokratik rejimlere kısa vadede kendi ideolojilerini güçlendirme imkânı verse de uzun vadede krizin demokratik rejimlerden ziyade otokratik rejimlere etkisi (özellikle ekonomik) negatif olabilecektir (Rapeli ve Saikkonen, 2020: 30). Frey, Chen ve Presidente (2020), otokratik ve demokratik ülkelerin krize verdikleri tepkiyi ölçtükleri ampirik çalışmanın sonuçlarından hareketle demokratik durgunluğun beklenmediğini ifade etmektedirler. Salgınla mücadelede otokrasiler, daha katı kısıtlamalar getirmesine rağmen; demokrasilerin seyahat ve bireylerin hareketliliğine yönelik kısıtlamaları daha etkili olmuştur. Diğer yandan özellikle şeffaflığın eksik olması otokratik rejimlerin aleyhine sonuçlar yaratmıştır².

Covid-19 krizinin tüm dünyada yarattığı etkinin kapsamı çok geniş olmuştur. Covid-19 sonrası dönemde demokrasilerin nasıl şekilleneceği veya otokrasilerin konumunun nasıl olacağına dair çok farklı görüşlerin ve analizlerin varlığı söz konusudur. Esasında Covid-19 sonrasındaki dünya için demokrasilerin geleceği, bir yanda demokrasinin 'kalesi' olarak görülen ABD diğer yanda, 'otoriter' bir yönetim anlayışına sahip olduğu belirtilen Çin arasındaki mücadeleye etrafında şekillenmektedir. Bu tartışmaları şiddetlendiren konu ise kriz döneminde ekonomik açıdan dünya ekonomisinin neredeyse tamamı daralma yaşarken, Çin'in büyümeye devam etmesidir. 2020 yılında dünya ekonomisinin %3,3 ve ABD'nin %3,5 daraldığı küresel ortamda, Çin ekonomisi %2,3 büyüme kaydetmiştir (IMF, 2022). Küresel ekonomide kazanılan üstünlüğün ABD'nin liderliğini zayıflatarak, Çin'in yeni düzende liderlik rolünü üstleneceği fikri, Covid-19 sonrası küresel sistemde demokrasi-otokrazi ikileminin tartışılacağını göstermektedir.

Çin, uzun yıllar boyunca düşük işgücü maliyetinin sunduğu avantajın etkisiyle ihracata dayalı büyüme stratejiyle küresel ekonomide önemli bir konuma gelmiştir. Fakat Çin ekonomisi, nüfusun giderek yaşlanması nedeniyle bu avantajını kaybetme riskiyle karşı karşıyadır. 1966'da %2,8 olan nüfusun büyüme oranı 2020 yılında %0,2'ye gerilemiştir. Aynı dönemde 65 yaş üstü nüfusun toplam nüfus içerisindeki payı ise %3,5'ten %12'ye yükselmiştir (World Bank, 2022). Nüfusun giderek yaşlanması işgücü arzının azalmasına, dolayısıyla işgücü ücretlerinin ve maliyetlerinin artmasına yol açarak Çin'in uluslararası rekabetteki avantajını kaybetmesine yol açabilir. Buna ilave olarak nüfusun yaşlanmasıyla emeklilik ve sosyal güvenlik sistemi üzerinde baskılar yükselme eğilimine girmektedir (Jiang, 2018: 1026-1027; Mao, Lu, Fan ve Wu, 2020).

Gelinen noktada demokrasinin küresel sistemdeki konumunun çok net bir biçimde ne olacağını kestirmek oldukça güçtür. Nasıl ki 2008 küresel finans krizi, popülizmin yükselmesine yol açıyorsa, Covid-19 krizi de gelişmiş liberal demokratik kurumlara sahip ülkelerin gerek çok başarılı performans gösterememeleri gerekse de

² Ampirik literatürde politik rejimler ile Covid-19 performansı arasındaki ilişkiyi ele alan çalışmalar farklı sonuçlar ortaya koymaktadır. EK kısmında yer alan Tablo A1'de bu sonuçlar özetlenmektedir.

dayanışma ve ortak politikalar üretme yaşadıkları anlaşmazlıkların etkisiyle, demokratik rejimlerin cezbedici özelliğini kaybedeceği konjonktüre yol açabilir. Bunun yanında birçok ülke örneğinde görüldüğü gibi liberal demokrasiyle yönetilen ülkelerin otoriter eğilimlere girişmesi, bahsedilen durumu daha da hızlandırabilir.

Covid-19 krizinin demokrasiyi küresel açıdan sekteye uğratmasının olumsuz yolu, toplumların demokratik modele olan güveninin azalmasıdır. ABD gibi demokratik ülkelerin krizi kontrol altına almaya çalışırken yaşadıkları başarısızlık karşısında, Çin gibi otokratik ülkeler, krizin etkilerini azaltmak için gerek politik gerekse de medyadaki tutumlarını genişletmek için daha kararlı adımlar atmıştır. Kuşkusuz, demokratik rejimlerde de krizle mücadelede başarılı olan ülkeler söz konusudur; fakat Covid-19 krizinin liberal kurumlara yönelik iyimserliği aşındırması uzak bir ihtimal değildir. İspanya örneğinde ele alındığında teknokratik yönetim talebinin arttığı gözlenmektedir. Bununla beraber krizin başlangıcından itibaren hükümetlerin verimliliğinin demokrasiden uzaklaşma pahasına gerçekleştiğini ortaya koyan kanıtların varlığı ve liberal kurumlara yönelik değişen tutumlar, küresel demokrasiyi zayıflatan hususlardır (Ruiz, 2021).

Lamond (2020), Covid-19 krizinin küresel etkilere sahip olmasından dolayı, büyük güçlerin aralarındaki etkili iş birliği çerçevesinde olumlu sonuçların alınabileceğini; fakat mevcut küresel eğilimlerin devam etmesi halinde krizin büyük jeopolitik rekabete yol açarak, küresel dengeleri değiştirebileceğine dikkat çekmektedir.

4. Sonuç ve Değerlendirme

2008 küresel finans krizinden sonraki süreçte popülizmin yükselişi; demokrasi, insan hakları, göçmen politikaları, iklim ve çevre kurallarına kadar bir dizi alanda, küresel düzenin işleyişinde birtakım değişiklikler meydana getirmiştir. En gelişmiş liberal ekonomiler bile devlete kurtarıcı olarak sarılmak zorunda kalmıştır. Sadece küresel ekonomi açısından değil, politik açıdan da yaşanan dönüşümler ABD ve AB gibi gelişmiş yerlerde ciddi sonuçlara yol açmıştır. AB'nin Euro bölgesinin büyük kısmında borç krizi sadece ekonomik alanla sınırlı kalmamış, birliğin geleceğinin sorgulanmasına yol açan süreci de başlatmıştır.

2019 yılının sonunda ortaya çıkan ve 21. yüzyılın en büyük küresel krizlerinden birisi olan Covid-19, birçok açıdan küresel ekonomi-politiği değiştirecek ve dönüştürecek eğilimleri ortaya çıkarmıştır. Krize karşı verilen ani tepkiler ve kısıtlayıcı önlemler, yeni tartışmaları öne çıkarmıştır. Bu tartışmalar, demokratik ve otoriter rejimlerden hangisinin toplum sağlığını önlemede daha başarılı olduğu ve alınan kısıtlayıcı önlemlerin uygulanması sırasında demokratik hakların ihlal edilip edilmediği çerçevesinde ilerlemiştir. İlk açıdan ele alındığında, krizin başlangıcında özellikle Avrupa ülkelerinin gelişmiş bölgelerinde İtalya, Fransa, Birleşik Krallık ve İspanya başta olmak üzere birçok yerde olumsuz etkilerin belirgin biçimde fark edilmesi ve en temel tıbbi ekipmanlara erişimde bile yaşanan sorunlar ortadayken, ABD'de de benzer eğilimler kendisini göstermiştir. Buna karşılık otoriter rejimlerde hızlı karar alma ve önlemleri ivedilikle uygulama gibi avantajlar, otoriter ülkelerin daha başarılı olduğu algısının güçlenmesine yol açmıştır. Oysa daha yakından incelendiğinde bunun doğru olmadığı görülmektedir. Her iki rejim türünde de başarılı ve başarısız örnekleri görmek mümkündür. Covid-19, liderlerin güçlerini merkezileştirme, karşıt görüşleri bastırma, medyayı kontrol altına alma ve bireysel özgürlükleri kısıtlama gibi demokratik olmayan uygulamalara yol açmasına rağmen, bu durum Covid-19'un doğrudan anti-demokratik uygulamalara yol açmasından ziyade politika otoritelerinin Covid-19'u kullanarak araçsallaştırmasından

kaynaklanmaktadır (Torreblanca, 2020: 140). Bu bağlamda teorik ve ampirik literatürden hareketle Covid-19 kriz ile mücadelede başarının, sadece ve doğrudan politik rejimlerle ilişkilendirilmesi şu aşamada sağlıklı görünmemektedir. Fakat demokratik kurumların geliştiği ülkelerde hesap verilebilirlik, ifade özgürlüğü ve şeffaflık gibi unsurların varlığı halkın taleplerinin daha fazla dikkate alınmasını sağladığı için politika yapıcılarını, krizlerin etkilerini daha fazla önemsemeye zorlamaktadır.

Bütünsel açıdan değerlendirildiğinde Covid-19 krizi ekonomik, politik, sosyal ve teknolojik açıdan geniş çaplı etkiler meydana getirmiştir. Uluslararası kamuoyunda ülkelerin bireysel çapta krize verdikleri tepkilerin yeterliliği sorgulanırken, Covid-19 pandemisi gibi küresel krizlerin küresel koordinasyonla çözüme kavuşturabileceği gerçeği gözden kaçırılmamalıdır. Çünkü küreselleşme ile birlikte dünyanın birbirine bağımlılığının ve ihtiyacının yüksek olduğu küresel sistemde iklim krizi, ekonomik kriz, yoksulluk, eşitsizlik ve sağlık krizi gibi küresel problemler küresel çözümleri gerektirmektedir. En temel düzeydeki temizlik ürünlerine, tıbbi ekipmana ve aşıya ulaşamayan milyonlarca insanın varlığı dikkate alındığında Covid-19 krizi, daha kapsayıcı küresel sistemin gerekliliğini yeniden düşünmek için önemli bir fırsat sunabilir. Dolayısıyla ülkelerin Covid-19 krizini yönetme başarısını sahip oldukları politik rejimlerin yapısına ve türüne indirgeyerek değerlendirmek, makro ölçekte bazı hususların gözden kaçmasına yol açabilecektir. Bu nedenle Covid-19 krizinin çözümü, tekil düzeyde demokrasi-otokrasi ikileminden ziyade küresel demokrasinin güçlendirilmesine daha fazla bağlıdır.

Referanslar

- Alizada, N., Cole, R., Gastaldi, L., Grahn, S., Hellmeier, S., Kolvani, P., Lachapelle, J., Lührmann, A., Maerz, S. F. ve Pillai, S. (2021). Autocratization turns viral. *Democracy Report 2021*. University of Gothenburg: V-Dem Institute.
- Annaka, S. (2021a). Good democratic governance can combat COVID-19-excess mortality analysis. *APSA Preprints*. doi: 10.33774/apsa-2021-18k5x-v4
- Annaka, S. (2021b). An empirical analysis of political regimes in the COVID-19 pandemic: Is democracy inferior to authoritarianism?. *Japan Foreign Policy Forum, No. 66*.
- Atlı, A. (2020). Covid-19 küreselleşmenin sonunu mu getirecek?. Ufuk Ulutaş (Der.), *Covid-19 sonrası küresel sistem: Eski sorunlar, yeni trendler* içinde (54-57. ss.). Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı Stratejik Araştırmalar Merkezi.
- Bayerlein, M., Boese, V. A., Gates, S., Kamin, K. ve Murshed, S. M. (2021). Populism and COVID-19: How populist governments (mis)handle the pandemic, *Kiel Working Paper, No. 2192, Kiel Institute for the World Economy (IfW)*, 1-44.
- Belin, C. ve De Maio, G. (2020). Democracy after coronavirus: Five challenges for the 2020s. *Brookings Report*, 1-14.
- Brown, F. Z., Brechenmacher, S. ve Carothers, T. (2020). How will the coronavirus reshape democracy and governance globally?. *Carnegie*. Erişim adresi <https://carnegieendowment.org/2020/04/06/how-will-coronavirus-reshapedemocracy-and-governance-globally-pub-81470>
- Brown, G. ve Susskind, D. (2020). International cooperation during the COVID-19 pandemic. *Oxford Review of Economic Policy*, 36(S1), S64-S76.
- Brzechczyn, K. (2020). The coronavirus in liberal and illiberal democracies and the future of the globalized world. *Society Register*, 4(2), 83-94.

- Bunyavejchewin, P. ve Sirichuanjun, K. (2021). How regime type and governance quality affect policy responses to COVID-19: A preliminary analysis. *Heliyon*, 7(e06349). doi: 10.1016/j.heliyon.2021.e06349
- Caratas, M. A., Spătariu, E. C. ve Gheorghiu, G. (2020). Does Covid-19 threaten global democracy?. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*, 1, 44-49.
- Cepaluni, G., Dorsch, M. T. ve Branyiczki, R. (2021). Political regimes and deaths in the early stages of the COVID-19 pandemic. *Journal of Public Finance and Public Choice*, 1-27.
- Cepaluni, G., Dorsch, M. T. ve Dzebo, S. (2021). Populism, political regimes, and COVID-19 deaths. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3816398>
- Diamond, L. (2020). Democracy versus the pandemic: The coronavirus is emboldening autocrats the world over. *Foreign Affairs*. Erişim adresi <https://www.foreignaffairs.com/articles/world/2020-06-13/democracy-versus-pandemic>
- Elstub, S., Liu, S. J. S. ve Lühiste, M. (2020). Coronavirus and representative democracy. *Representation*, 56(4), 431-434.
- Engler, S., Brunner, P., Loviat, R., Abou-Chadi, T., Leemann, L., Glaser, A. ve Kübler, D. (2021). Democracy in times of the pandemic: Explaining the variation of Covid-19 policies across European democracies. *West European Politics*, 44(5-6), 1077-1102. DOI: 10.1080/01402382.2021.1900669.
- Foa, R. S., Klassen, A., Slade, M., Rand, A. ve Collins, R. (2020). *The global satisfaction with democracy report 2020*. Cambridge, United Kingdom: Centre for the Future of Democracy.
- Frey, C. B., Chen, C. ve Presidente, G. (2020). Democracy, culture, and contagion: Political regimes and countries responsiveness to Covid-19. *Covid Economics*, 18, 222-238.
- Fukuyama, F. (2020). The pandemic and political order. *Foreign Affairs*, 99(4), 26-32.
- Guasti, P. (2020). The impact of the Covid-19 pandemic in central and eastern Europe: The rise of autocracy and democratic resilience. *Democratic Theory*, 7(2), 47-60.
- Hale, T., Angrist, N., Goldszmidt, R., Kira, B., Petherick, A., Phillips, T. Webster, S., Cameron-Blake, E., Hallas, L., Majumdar, S. ve Tatlow, H. (2021). A global panel database of pandemic policies (Oxford COVID-19 Government Response Tracker). *Nature Human Behaviour*, 529-538.
- IMF (2021, April). *World economic outlook: Managing divergent recoveries*. Washington, DC: International Monetary Fund.
- IMF (2022, January). *World economic outlook update: Rising caseloads, a disrupted recovery, and higher inflation*. Washington, DC: International Monetary Fund,
- International IDEA (2022). Global overview of COVID-19: Impact on elections. Erişim adresi <https://www.idea.int/news-media/multimedia-reports/global-overview-covid-19-impact-elections>
- Jaishankar, D. (2020). What does Covid-19 tell us about democracy vs authoritarianism?. Aarshi Tirkey (Ed.), *Uncharted territory: Emerging world order post Covid-19* içinde (23-27. ss.). New Delhi: ORF and Global Policy Journal.
- Jiang, N. (2018). The influence of population aging on chinese economy. Wang Jing, Xin Ning ve Zhou Huiyu (Ed.), *Proceedings of the 2018 8th*

- International Conference on Management, Education and Information (MEICI 2018)* içinde (1025-1030. ss.). Atlantis Press.
- Kamali-Chirani, F. ve Khalid, I. S. (2020). Covid-19 and change in global political order. *Sustainable Development Policy Institute Policy Review*, 1-13.
- Karabulut, G., Zimmermann, K. F., Bilgin, M. H. ve Doker, A. C. (2021). Democracy and Covid-19 outcomes. *Economics Letters*, 203(109840), 1-4.
- Kleinfeld, R. (2020). Do authoritarian or democratic countries handle pandemics better?. *Carnegie*. Erişim adresi <https://carnegieendowment.org/2020/03/31/do-authoritarian-or-democratic-countries-handle-pandemics-better-pub-81404>
- Lamond, J. (2020). Authoritarian regimes seek to take advantage of the coronavirus pandemic. *Center for American Progress*. Erişim adresi <https://www.americanprogress.org/issues/security/news/2020/04/06/482715/authoritarian-regimes-seek-take-advantage-coronavirus-pandemic/>
- Leandro, Á. ve Ruiz, Á. (2021). Democracy and Covid-19: The decisive moment. *Dossier: Democracies in times of pandemic. CaixaBank Research, Monthly Report Number 453*.
- Mao, G., Lu, F., Fan, X. ve Wu, D. (2020). China's ageing population: The present situation and prospects. Jacques Poot ve Matthew Roskrug (Ed.), *Population change and impacts in Asia and the Pacific* içinde (269-287. ss.). Springer: Singapore.
- Matuszak, P. (2021). Democracy and COVID-19 outcomes revisited. Erişim adresi https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3929738
- McMann, K. M. ve Tisch, D. (2021). Democratic regimes and epidemic deaths. *University of Gothenburg, The Varieties of Democracy Institute, Working Paper, No. 126*, 1-78.
- Our World in Data (2021a). Coronavirus (Covid-19) deaths. Erişim adresi <https://ourworldindata.org/covid-deaths>
- Our World in Data (2021b). Covid-19: Stringency index. Erişim adresi <https://ourworldindata.org/grapher/covid-stringency-index>
- Petersen, G. (2020). Democracy, authoritarianism, and Covid-19 pandemic management: The case of SARS-CoV-2 Testing. *APSA Preprints*. doi: 10.33774/apsa-2020-wbhfk-v2, 1-32.
- Pew Research Center (2021). Citizens in advanced economies want significant changes to their political systems. Erişim adresi <https://www.pewresearch.org/global/2021/10/21/citizens-in-advanced-economies-want-significant-changes-to-their-political-systems/>
- Rapeli, L. ve Saikkonen, I. (2020). How will the Covid-19 pandemic affect democracy?. *Democratic Theory*, 7(2), 25-32. doi: 10.3167/dt.2020.070204.
- Repucci, S. ve Slipowitz, A. (2020). Democracy under lockdown: The impact of Covid-19 on the global struggle for freedom. *Freedom House Report*.
- Repucci, S. ve Slipowitz, A. (2021). Freedom in the world 2021: Democracy under siege. *Freedom House Report*.
- Ruiz, J. (2021). A last stand for freedom: Global democracy and Covid-19. *Harvard Political Review*. Erişim adresi <https://harvardpolitics.com/a-last-stand-for-freedom-global-democracy-and-covid-19/>
- Sharfuddin, S. (2020). The world after Covid-19. *The Round Table*, 109(3), 247-257. DOI: 10.1080/00358533.2020.1760498.

- Singh, P. (2020). Beyond the Covid-19 pandemic: Gauging neoliberal capitalism and the unipolar world order. *International Critical Thought*, 10(4), 635-654. DOI: 10.1080/21598282.2020.1869995.
- Stasavage, D. (2020). Democracy, autocracy, and emergency threats: Lessons for Covid-19 from the last thousand years. *International Organization 74 Supplement*, E1-E17.
- The Economist (2021). Global democracy has a very bad year. Erişim adresi <https://www.economist.com/graphic-detail/2021/02/02/global-democracy-has-a-very-bad-year>
- Torreblanca, J. I. (2020). Covid-19'un etkileri. Ufuk Ulutaş (Ed.), *Covid-19 sonrası dünya: İşbirliği mi rekabet mi?* içinde (138-140. ss.). Stratejik Araştırmalar Merkezi & Antalya Diplomasi Forumu Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı Stratejik Araştırmalar Merkezi.
- Trein, P. (2020). The paradox of prevention: Authoritarian past and liberal democracy in times of crisis. *Available at SSRN 3625523*, 1-7.
- World Bank (2022). World development indicator. Erişim adresi <https://data.worldbank.org/>
- Youngs, R. ve Panchulidze, E. (2020). Global democracy & Covid-19: Upgrading international support. Erişim adresi <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/globaldemocracy-and-covid-19.pdf>

EK.**Tablo A1. Politik rejimler ile Covid-19 vakaları ve ölümleri arasındaki ilişkiyi ölçen ampirik çalışmalar**

Çalışma	Ülke Grubu	Yöntem	Bulgular
Frey vd. (2020)	111 Ülke	Panel En Küçük Kareler (EKK)	Demokratik ülkelerde vaka sayısı iki katına çıktığında sıkılaştırma önlemleri %7 artmaktadır. Otokratik ülkelerde sıkılaştırma önlemleri demokratik ülkelere göre %17 daha fazladır. Bireylerin hareketliliğinin kısıtlanmasında ise demokratik ülkeler, otokratik ülkelere göre %20 daha başarılıdır.
Cepaluni, Dorsch ve Branyiczki (2021)	106 Ülke	Panel En Küçük Kareler (EKK)/İki Aşamalı EKK	Covid-19 pandemisinin başlangıç aşamasında (ilk 100 günde) demokratik ülkelerde ölümler daha erken ve yüksek sayıda gerçekleşmiştir.
Cepaluni, Dorsch ve Dzebo (2021)	160 Ülke	Panel En Küçük Kareler (EKK)	Tüm örneklem grubu açısından ele alındığında popülizm ile Covid-19 ölümleri arasında pozitif bir ilişki vardır. Buna karşılık, popülizmin Covid-19 kaynaklı ölümler üzerindeki etkisi demokratik ülkelerde daha azdır. Bunun yanında demokrasinin daha az geliştiği ülkelerde, sol popülizm ve anti-elit popülizm daha fazla olumsuz sonuçlara yol açmaktadır.
Bunyavejchewin ve Sirichuanjun (2021)	36 Ülke	Çapraz Tablolama Analizi, Korelasyon Analizi, Lineer Regresyon Analizi	Rejim türü ve demokratik yönetişimin Covid-19 ile mücadele üzerinde önemli etkisi olmasına rağmen, bulgular güçlü bir biçimde demokrasinin pandemiyle mücadelede olumlu sonuçlar verdiği anlamına gelmemektedir.
Karabulut vd. (2021)	99 Ülke	Panel En Küçük Kareler (EKK)	Demokratik ülkelerde vaka sayısı yüksek olmasına rağmen, ölüm oranları düşük seviyededir.
Annaka (2021a)	78 Ülke	Negatif Binom Regresyonu, Panel En Küçük Kareler (EKK)	Hükümetin etkili kararlar aldığı demokratik ülkeler, Covid-19 vakalarını ve ölümlerini azaltmada daha başarılıdır.
Annaka (2021b)	120 Ülke	Panel En Küçük Kareler (EKK)	Otokratik ülkelerin Covid-19 krizini daha başarılı yönettiği iddialarının tersine, verilerin şeffaflığı ve diğer faktörler dikkate alındığında otokratik rejimler, krizi yönetme

			konusunda demokrasilerden daha başarılı değildir.
Tablo A1'in devamı Bayerlein, Boese, Gates, Kamin ve Murshed (2021)	42 Ülke	Panel En Küçük Kareler (EKK)	Popülist ülkelerde Covid-19 kaynaklı ölüm oranları, popülist olmayan ülkelerdeki ölüm oranından %10 daha yüksektir.
McMann ve Tisch (2021)	115-179 Ülke Arasında Değişmekte	Panel En Küçük Kareler (EKK)	Tarihsel açıdan ele alındığında (1900-2019 arası dönem) demokrasiler, diğer rejim türlerine göre pandemi kaynaklı ölümleri %70 oranında azaltmaktadır.
Matuszak (2021)	85 Ülke	Panel En Küçük Kareler (EKK)	Demokratik ülkeler, aşırı ölüm oranlarını azaltmada daha başarılı iken, Covid-19 ölümleri açısından politik rejimler arasındaki farklılık ortadan kalmaktadır.

COVID-19 PANDEMİ DÖNEMİNDE VAKA SAYILARI, DÖVİZ KURU VE VIX ENDEKSİNİN GELİŞMEKTE OLAN PİYASALAR ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BİST 100 ENDEKSİ ÜZERİNE BİR ANALİZ (*)

*THE NUMBER OF CASES, EXCHANGE RATE AND THE EFFECT OF VIX
INDEX ON EMERGING MARKETS DURING THE COVID-19 PANDEMİC
PERİOD: AN ANALYSIS ON BIST 100 INDEX*

Özgür Ömer ERSİN⁽¹⁾, Tuğçe ACAR⁽²⁾, Özgür KIYAK⁽³⁾

Öz: Çalışmada, pandemi sürecinin ve özellikle vaka sayılarındaki değişimlerin döviz kurları ve küresel riskin yerel borsa getirilerine etki ediş sürecine yansımalarının incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla döviz kuru ve VIX endeksine ek olarak aktif vakalar ve yeni vakaların Türkiye'deki BİST100 hisse senedi endeksi üzerindeki etkileri araştırılmıştır. GARCH, GJR, TGARCH ve doğrusal olmayan GARCH modellerinden elde edilen ampirik bulgular, Türkiye'de pandeminin ilan edildiğı 11.3.2020'den başlayarak ve 11.5.2021'de sona eren günlük serileri kapsayan bir örneklemin kullanılmasıyla anlamlı sonuçlar ortaya koymaktadır. Elde edilen ampirik bulgular doğrultusunda, negatif ve pozitif haber şoklarının Türkiye'de borsada ciddi etkilere sahip olduğuna işaret etmektedir. Elde edilen bulgular, BIST 100 getirileri üzerinde Covid-19 vaka sayılarındaki artışların negatif etkilerine ek olarak, özellikle nominal Dolar/TL artışlarının önemli negatif etkileri olduğunu ortaya koymakta, uluslararası finansal riskin bir göstergesi olarak alınan VIX'teki artışların da Türkiye'deki finansal getiriler üzerindeki negatif etkilerine işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: COVID-19, Uluslararası Finansal Piyasalar, Zaman Serileri Analizi

Abstract: *The study aims at the investigation of the pandemic and its effects on the way the exchange rates and global risk influences an emerging stock market. For this purpose, the effects of the active cases and the new cases are utilized in addition to the exchange rates and the VIX index on the BIST100 stock index in Turkey are investigated. By using a sample that covers daily series to starting from 11.3.2020, the day of declaration of the pandemic in Turkey, and that ends at 11.5.2021, the empirical findings obtained from GARCH, GJR, TGARCH, and nonlinear GARCH models suggest significant. According to the empirical findings, the negative and positive news shocks have important effects on the stock market in Turkey. The empirical findings reveal that in addition to the negative impacts of the Covid-19 cases on the BIST100 daily returns in Turkey, the nominal Dolar/TL exchange rate increases have a strong negative effect on the stock market. Further, empirical findings also point at the negative effects of the inclines in the VIX index, considered as a proxy representing the international financial risk.*

Keywords: COVID-19, International Financial Markets, Time Series Analysis

JEL: C40, G14, G15

(*) Bu çalışma Uluslararası 13. Avrasya Ekonomileri Konferansı'nda sunulan özet bildirden üretilmiştir.

(1) Beykent Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü; ozgurersin@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9177-2780

(2) Beykent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü; tugceacar@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9223-0089

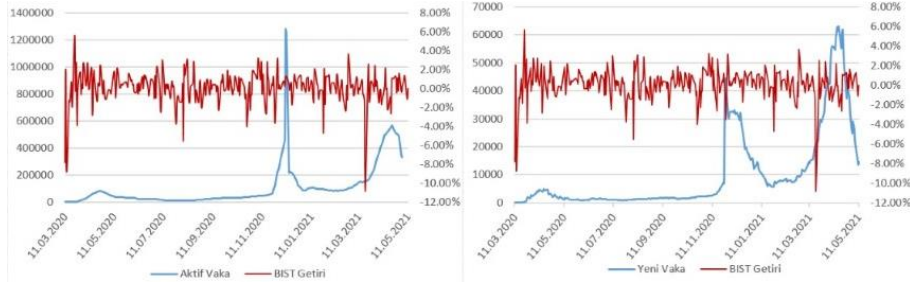
(3) Beykent Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü; ozgurkiyak@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7287-3204

Geliş/Received: 28-10-2021; Kabul/Accepted: 01-01-2022

1. Giriş

Endemik bulaşıcı hastalıklar, zaman içinde ve coğrafi alanda oldukça çeşitlilik ve değişkenlik göstererek ülke ekonomileri üzerinde ve finans piyasalarında önemli etkileri olabilen olaylardır. Bu doğrultuda tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi ise Ocak 2020 itibarıyla tüm dünyanın dikkatini üzerine çekmiştir. İlk olarak Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan salgını, ortaya çıkışından kısa bir süre sonra Dünya Sağlık Örgütü halk sağlığı acil durumu olarak ilan etmiştir. Dünyanın dört bir yanındaki hükümetler sosyal mesafe kuralları, halkı bilinçlendirme programları, karantina politikaları ve gelir destek paketleri gibi acil durum eylemleri içeren önlemler oluşturmuştur. Buna rağmen salgının yayılması önlenememiş ve bu durumdan küresel bazda ülkeler ciddi ölçüde etkilenmiş ve günümüzde de etkilenmeye devam etmektedir. Türkiye'de de ilk vakanın görüldüğü tarih olan 11 Mart 2020'de Dünya Sağlık Örgütü (WHO), COVID-19 salgınının küresel bir pandemi olduğunu resmen ilan etmiştir. 18 Mayıs 2021 itibarıyla teyit edilen vaka sayısı 4,8 milyonun biraz üzerinde ve yaklaşık 86.000 yeni ölümle rakamlar yüksek kalmaya devam etmektedir (WHO, 2021). Salgının belirgin ekonomik etkileri olmuştur. Kısa vadede, birçok ülke katı karantina politikaları benimsediğinden, ekonomik faaliyetler önemli ölçüde sınırlandırılmış ve kitlesel işsizlik baş göstermiştir. 2020'nin ilk çeyreğinde pandeminin çeşitli ekonomik etkilerine ek olarak finans piyasaları bağlamındaki etkilerinin yatırımcılar tarafından "Siyah Kuğu" olarak da adlandırıldığı dikkat çeken bir diğer husustur (AlAli, 2020: 76). Dünya Sağlık Örgütü'nün küresel salgına ilişkin resmi duyurusu sonrasında, dünya çapında finans piyasalarında düşüş yaşanmaya başlamıştır (Zhang, vd., 2020: 2). Bir örnek olarak verilirse, ABD hisse senedi piyasasının yaklaşık %75'ini kapsayan S&P 500, 19 Şubat 2020'de en yüksek noktasına (3386,15) ulaşmış, ancak bir ay içinde %30'un üzerinde bir düşüşle 23 Mart 2020'de 2237,40'a kadar gerilerken, Türkiye'de 21 Ocak 2020'de Bist100 ise 1235.56 seviyelerinde iken, ilk resmi vakanın ilanını takip eden hafta içinde 23 Mart 2020'de %31.8'lik bir düşüş ile 842.46'e kadar gerilemiştir. Ekonomistler arasında pandemiye bağlı küresel ekonomik durgunluğa ilişkin fikir birliği, borsa oynaklığının birincil belirleyicisi olarak değerlendirilmekte ve bunun 21. yüzyılın en büyük borsa çöküşüne yol açabileceği belirtilmektedir (Ruiz Estrada, 2020: 19). Öte yandan yatırımcıların finansal piyasalardaki geleceğin bilinmezliği karşısındaki arayışları volatilité endekslerinin oluşturulmasına yol açmıştır. Bu doğrultuda oluşturulan volatilité endeksi (VIX) finansal piyasaların geleceği ve karşılaşılabilecek belirsizliklerle ilgili bilgi sağlayan ve piyasalarda korku derecesini temsil eden önemli bir göstergedir (Telçeken, vd., 2019: 204). Dolayısıyla volatilité riskinden korunmak noktasında da pandemi sürecinin etkisinin finansal piyasalar açısından incelenmesi önem teşkil etmektedir. Bu süreçte Türkiye ekonomisi açısından bakıldığında önemli yatırım araçları olan borsa endekslerinde ve döviz kurundaki dalgalanmaların etkisinin ele alınması da politika oluşturma süreçleri açısından önem arz etmektedir.

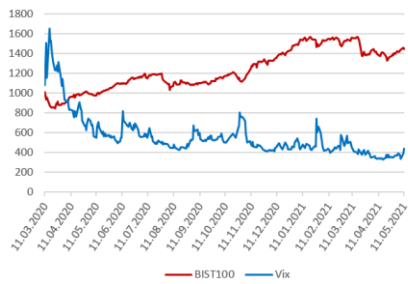
Bu noktada dünyadaki sayısız ülkeye benzer şekilde, vakaların artışı ile Türkiye ekonomisinin de olumsuz etkilendiği bilinmektedir. Bu doğrultuda aşağıda yer alan Şekil 1 ve 2'de çeşitli pandemi göstergeleri ile BIST100 endeksi günlük getiri oranlarının izlediği patika ilk resmi vaka tarihi olan 11.3.2020'den 11.05.2021 tarihine kadar olan dönem için verilmiş olup, pandeminin ilk 3 dalgasını kapsadığı söylenebilmektedir. Bu bağlamda, Şekil 1 ve 2'de pandemi göstergesi olarak sırasıyla Türkiye'deki aktif Covid-19 vaka sayısı ve günlük yeni enfekte olan vaka sayıları yer almaktadır.



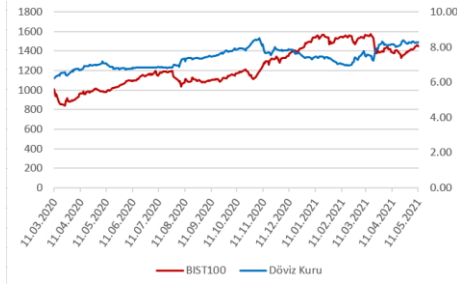
**Şekil 1. BİST100 Getiri ile Covid-19
Günlük Aktif Vaka İlişkisi**

**Şekil 2. BİST100 Getiri ile Covid-19
Günlük Yeni Vaka İlişkisi**

Şekil 1 ve 2’de Covid-19 günlük aktif vaka sayısının (halen enfekte olan hasta sayısı) ve Covid-19 günlük yeni vaka sayısının BİST100 endeks getirisi ile birlikte değişimi incelendiğinde, BİST100 günlük getirilerinde, ilk resmi vaka tarihini takip eden günlerde yüksek dalgalanmalar yaşandığı, yeni vaka sayısının ve aktif vaka sayısının yükseldiği Nisan 2020 ve azalışa geçtiği Mayıs 2020’ye kadarki dönemde dalgalanmaların – takibindeki düşük vaka sayılarının yaşandığı Temmuz ve Ağustos yaz dönemlerine nazaran – daha fazla olduğu ancak yazla doğru azalarak devam ettiği, yaz sonunda da aktif vaka sayılarının artmaya başlaması ile dalgalanmaların arttığı görülmektedir. Şekillerde dikkat çeken önemli bir husus, özellikle Eylül 2021 ve takibinde gerçekleşen vaka sayılarında yaşanan güçlü tırmanış döneminde BİST100 getirilerindeki dalgalanmanın da dikkat çekici olduğu görülmektedir. Nitekim aktif vaka sayısının pik noktası olan Ocak 2021 başına doğru gelinirken BİST100 getirilerindeki dalgalanmaların yüksekliği, özellikle yeni vaka sayısındaki artışların yaşandığı bu dönemde dikkat çekmektedir. Günlük yeni vaka sayılarının en yüksek değerlere ulaştığı 3. dalganın yaşandığı Ocak - Nisan 2021 döneminde BİST100 getirilerinde en yüksek günlük düşüşün yaşandığı da dikkat çeken bir diğer unsurdur.



Şekil 3. BİST100 ile VIX İlişkisi



**Şekil 4. BİST100 ile Döviz Kuru
İlişkisi**

Şekil 3’te, ilgili dönemde günlük VIX ve BİST100 endeksleri, Şekil 4’te ise nominal dolar/TL kuru ve BİST100 endeksi verilmektedir. Şekillerde, yatırımcı korkusu olarak da literatürde değinilen ve çalışmamızda bir risk proksi değişkeni olarak alınan VIX’in pandeminin ilk döneminde çok yükseldiği, bu dönemde BİST100’ün de en düşük seviyede olduğu görülmektedir. VIX endeksinin en yüksek seviyeye ulaştığı 16 Mart 2021 tarihinde BİST100 endeksinde günlük düşüş %8 civarındadır. Dolar/TL

kurunun da ilk dalgada bir artış trendi içinde olduğu, Haziran 2020’de vaka sayılarının azaldığı ve açılma politikalarının uygulandığı dönemde düşüş ve ardından yatay bir seyir izlediği, önceki grafiklerde dikkat çeken 2. ve 3. dalga dönemlerinde BIST100’de düşüşlerin dikkat çekmesine ek olarak, TL’nin bu dönemde dolar karşısındaki değer kaybının da dikkat çektiği şekillerde öne çıkmaktadır. Salgının belirtilen çeşitli gelişmiş ve gelişmekte olan finans piyasaları üzerindeki günlük getiriler haricinde günlük koşullu volatilité üzerindeki etkileri de bazı çalışmalarda ortaya konan bir diğer unsurdur (Ali, vd., 2020; Zhang, vd., 2020).

Çalışmada, pandemi sürecinin ve özellikle vaka sayılarındaki değişimlerin, Dolar/TL döviz kuru ve küresel riskin yerel borsa getirileri üzerindeki yansımalarının etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Veri setinde gözlem sayısının artırılması amacıyla günlük verilerden hareket edilmiştir. Buna ilaveten Türkiye’de pandemi sürecinin ilan edildiği 11.3.2020 tarihinin başlangıç noktası seçildiği çalışmamızda, analiz edilen dönemde, Dolar/TL döviz kuru ve küresel finansal riske ilişkin bir gösterge değişken olarak modellere dahil edilecek olan VIX endeksinin BIST100 üzerindeki etkilerinin incelenmesi hedeflenmiştir. Modellerde, değinilen bu değişkenler haricinde, Türkiye’de Şekil 1 ve 2’de de gösterilmiş olan iki farklı salgın göstergesi olan aktif vaka sayısı ve yeni vaka sayılarının da açıklayıcı kısma eklenmesi söz konusudur. Değinilen modellerde, ilgili pandemi göstergeleri eşanlı değil tekil olarak modellere dahil edilerek 2 farklı model grubu ile BIST100 getirilerinin modellendiği çalışmada, belirtilen bu değişkenler modellerin koşullu ortalama denklemlerine dahil edilmiş, koşullu varyans ise çeşitli GARCH ailesi modelleri ile modellenerek, modellerin açıklayıcı gücünün artıp artmadığına ilişkin bulgular elde edilmek istenmiştir. Bu hedef doğrultusunda çalışmada, koşullu varyansın modellenmesine ilişkin geleneksel modeller içerisinde GARCH, GJRTGARCH ve NGARCH modelleri kullanılarak Bist100 endeksi getirilerinin volatilitésinin modellenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada bu aşamada bulgulara ilişkin bir öngörü sunulursa, günlük BIST100 getirileri üzerinde pandemi göstergelerine ek olarak Dolar/TL artışlarının negatif etkileri farklı modellerden hareketle istatistiksel olarak reddedilememekte, VIX endeksindeki artışların da negatif etkilerinin farklı modeller kapsamında reddedilemediği, bu bağlamda, ilgili pandemi örnekleminde vaka sayısı artışlarına ek olarak finans piyasalarında yatırımcı korkusu olarak da ifade edilen ve uluslararası bir risk göstergesi olarak modellere dahil edilen VIX’teki artışların da önemli etkilere sahip olduğu bir diğer bulgudur.

Çalışmanın bir sonraki bölümü olan ikinci bölümde literatür taraması yer almakta olup, ekonometrik metodoloji üçüncü bölümde anlatılmıştır. Ekonometrik bulgular dördüncü bölümde verilmiştir. Çalışma sonuç bölümüyle sonlanmaktadır.

2. Literatür

COVID-19 salgın sürecinin ekonomik sonuçlarını öngörmenin yanı sıra ekonomik ve sosyal etkisini vurgulayan çalışmalar politika oluşturma sürecinde büyük önem arz etmektedir. Dolayısıyla içinde bulunulan bu sürecin doğrudan veya dolaylı olarak finansal piyasalar ve kurumlar üzerindeki olası etkilerinin değerlendirilmesi açısından bu bölümde konu ile ilgili çalışmalar kısaca özetlenmiştir.

Sharif vd. (2020) dalgacık tabanlı granger nedenellik analizi kullanarak yapmış olduğu çalışmada; ABD’de Covid vaka sayılarının borsa, petrol fiyatları, ekonomik

politika belirsizliği ve jeopolitik risklerin etkisi incelenmiştir. Elde ettiği sonuçlara göre; Covid-19'un bahsi geçen değişkenler üzerinde etkisini tespit etmiştir. Buna ek olarak; kısa dönemde ekonomiyi jeopolitik riskten daha çok ekonomik politika belirsizliğinin etkilediği sonucu öne çıkmıştır.

Akhtaruzzaman vd. (2020) DCC-GARCH yöntemini kullanarak yapmış olduğu çalışmada, pandemi salgını sürecinde Çin ve G7 ülkeleri arasında finansal ve finansal olmayan şirketler aracılığıyla finansal bulaşmanın nasıl gerçekleştiğini incelemektedirler. Çalışmayı pandemi salgını öncesi ve pandemi salgını dönemi olarak iki ayrı döneme ayırmışlardır. İlgili yöntemin bulgularına göre; pandemi döneminde Çin ve G7 ülkelerinin finansal ve finansal olmayan şirketlerin pay senedi getirileri arasındaki dinamik koşullu korelasyon önemli seviyede yükselmiştir ve finansal firmaların, finansal bulaşma aktarımındaki rolleri daha yüksek olup salgının bu firmalar üzerinde yaratmış olduğu olumsuz etkilerin maliyeti de daha fazladır. Ayrıca salgın döneminde Çin ve Japonya'nın pay senedi piyasasındaki volatilitate artışı G7 ülkelerinin pay senedi piyasasının volatilitatesini etkilemiştir.

Singh vd. (2020) çalışmada, Covid-19 pandemi sürecinin G-20 ülkelerinin borsaları üzerindeki etkisini incelemiş olup; ortaya çıkan salgının gelecekteki belirsizliğe yol açması sebebiyle dünya genelinde borsalarda panik satışı ortamı yarattığı ve borsalarda negatif getirilere neden olduğu tespit etmiştir.

Onali (2020) tarafından GARCH modeli kullanılarak yapılan araştırmada, Covid-19 vaka ve ölümlerinin ABD borsalarına etkisi incelenmiştir. Çalışmanın bulgularına göre; ABD dahil olmak üzere pandemiden oldukça fazla etkilenen ülkelerdeki (Çin, İtalya, İspanya, İngiltere, İran ve Fransa) günlük vaka ve ölümlerin, Çin'de açıklanan vaka sayısı dışında ABD pay senedi getirileri üzerinde önemli bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

Gherghina vd. (2020) çalışmada, 31 Aralık 2019'dan 20 Nisan 2020'ye kadar sekiz ülkede (Romanya, Çin, Birleşik Krallık, Almanya, Fransa, İtalya, Amerika Birleşik Devletleri ve İspanya) pandemi vaka ve ölüm sayılarının ilgili borsaların ortalama günlük performansı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Yapılan Granger'in nedensellik testini ve ARDL sınır testi sonucunda, Çin'de meydana gelen yeni ölümlerin Romanya borsası ve 10 yıllık tahvilleri üzerinde hem kısa hem de uzun dönemde bir etki tespit edilememiştir. Buna karşın; İtalya'da meydana gelen vaka sayılarının Romanya borsasını kısa vadede olumsuz etkilediği tespit edilmiştir.

Al-Awadhi vd. (2020) panel regresyon yöntemini kullanarak 10 Ocak 2020 - 16 Mart 2020 dönemini kapsayan Çin'de meydana gelen Covid-19 kaynaklı vaka ve ölümler ile Çin borsası pay senedi getirisini incelemiş olduğu çalışmada, değişkenler arasındaki ilişkinin negatif olduğunu saptamıştır.

Kayral ve Tandoğan (2020) CCC-GARCH modelini kullanarak yapmış olduğu çalışmada Borsa İstanbul endeksi, dolar, euro ve altın fiyatlarına ait getiri ve volatiliteleri üzerinde Covid-19 pandemisinin etkisini incelemişlerdir. İlgili çalışmada Covid-19 vakaları dışsal değişken olarak tanımlanmış ve analiz sonuçlarına göre; BIST100 endeksi dışındaki tüm yatırım araçlarının en az bir farklı finansal aracının bir dönem önceki getirisinden etkilendiği tespit edilmiştir. Dolar ve Euro para birimleri arasında, Dolar'dan Euro'ya doğru pozitif oynaklık yayılımı bulunurken; pandemi sürecinde finansal araçlar arasındaki yayılım sınırlı düzeyde olmuştur. Ayrıca Türkiye ile ABD arasındaki 2018 yılında yaşanan politik krizin yüksek

yayıma neden olduğu gözlemlenmiştir. Buna ek olarak; vaka sayısının analize konu olan değişkenlerin volatilitelerini artırdığı da tespit edilmiştir.

Kartal vd. (2020) pandeminin BIST100 endeksi üzerinde hangi faktörlerin etkili olduğunu makine öğrenmesi yöntemini kullanarak inceledikleri çalışmada, pandemi öncesi dönemde yabancı yatırımcı miktarı, CDS primleri, devlet tahvili faiz oranları, MSCI gelişmekte olan piyasalar endeksi ve VIX endeksinin BIST100 endeksini önemli ölçüde etkilerken; pandemi döneminde ise; MSCI gelişmekte olan piyasa endeksi, yabancı yatırımcıların hisse senedi piyasasındaki elde tutma tutarı, TCMB tarafından tutulan menkul kıymet tutarı, VIX endeksi ve hisse senedi piyasası işlem hacminin BIST100 endeksi üzerinde önemli unsurlar olduğu tespit edilmiştir.

Topcu ve Güllal (2020) çalışmasında 10 Mart – 30 Nisan 2020 döneminde Covid-19'un 26 adet gelişmekte olan borsalar üzerindeki etkisini, döviz kuru, petrol şokları ve enfeksiyon oranı değişkenlerini Driscoll-Kraay tahmininden yararlanarak analiz etmiştir. Analizin sonuçlarına göre; pandeminin gelişmekte olan borsalar üzerindeki negatif etkisi zaman içerisinde azalmıştır. Söz konusu etkinin azalmasında, hükümetlerin almış olduğu önlemler ve destek paketleri etkili olmuştur.

Gülhan (2020) Covid-19 pandemisinin BIST100'e etkisini ölçmek amacıyla Johansen eşbütünleşme ve hata düzeltme modellerini çalışmasında uygulamıştır. Uygulanan analiz sonucunda; hem kısa hem de uzun dönemde seçilen değişkenler ile BIST100 endeksi anlamlı ilişkiler olduğu gözlemlenmiştir.

Albulescu (2021) çalışmasında, 10 Mart 2020 - 15 Mayıs 2020 döneminde Covid-19 kaynaklı yeni vaka ve ölüm oranları ile ilgili resmi açıklamaların ABD finansal piyasalarındaki oynaklık üzerindeki etkisini EKK ve kısıtlanmış EKK araştırmıştır. Araştırma bulgularına göre; yeni vakaların ve ölüm oranındaki artışların S&P 500 endeksinin volatilitelerini arttırdığını tespit etmiştir.

Alzyadat ve Asfoura (2021) Covid-19 salgınının Suudi Arabistan borsası üzerindeki etkisini 15 Mart 2020 ve 10 Ağustos 2020 dönemini ele alarak incelemiştir. Söz konusu çalışmada; VAR ve ARCH modelleri kullanılmış ve bunun sonucunda pandeminin borsa getirileri üzerinde olumsuz etkisi doğrulanmıştır. Ayrıca; borsanın pandeminin ortaya çıktığı ilk dönemlerinde olumsuz ve güçlü tepki verdiği, ardından söz konusu tepkinin azaldığı gözlemlenmiştir. Bununla birlikte; Suudi Arabistan hükümetinin almış olduğu kararlar ve teşvik paketi uygulamaları, Covid-19 pandemisinin borsa üzerindeki etkisini hafifletmede önemli rol oynamıştır.

Zhang ve Hamori (2021) çalışmasında Covid-19 pandemisinin ham petrol piyasası ile ABD, Japonya ve Almanya borsası arasındaki getiri ve volatiliteleri yayılımını VAR modelinden elde edilen tahmin hatası varyans ayrıştırmaları ve VAR modeline dayalı frekans bağlantılığı yaklaşımı ile analiz etmiştir. Elde ettiği sonuçlara göre; getiri yayılımının kısa vadede gerçekleşirken, oynaklık yayılımı ise uzun vadede gerçekleşmiştir. Ayrıca; çalışmada COVID-19'un petrol ve hisse senedi piyasaları üzerindeki etkisinin 2008 Finansal krizindeki durumu aştığını ortaya koymuşlardır.

Fakhfekh vd. (2021) Tunus Borsa endeksinin Covid-19 salgın öncesi ve sırasındaki volatilitelerini EGARCH, FIGARCH, FIEGARCH ve TGARCH modellerini kullanarak yapmış olduğu çalışmada; tüm serilerde volatilitenin kalıcı olduğunu tespit etmişlerdir. Buna ek olarak; inşaat ve gıda sektörlerinin getiri oynaklıkları önemsiz bir asimetrik etkiye sahipken, finans ve bankacılık sektörlerinde getiri oynaklıklarının görece olarak pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Abuzayed vd. (2021) ülkelerin Morgan Stanley Capital International (MSCI) endeksleriyle ölçülen küresel hisse senedi piyasası ile 14 ülkeye özgü hisse senedi piyasasının günlük kapanış fiyat endekslerini ele almışlardır. Söz konusu çalışmada, küresel borsa ile pandemiden etkilenen büyük ülke borsaları arasındaki sistemik risk yayılması üzerindeki kısa vadeli etkilerini analiz etmek için, pandemi öncesi ve pandemi dönemini incelemiştir. Yapılan analizler sonucunda; küresel borsa ile bireysel borsalar arasındaki sistemik risk bulaşmasının pandemi salgını sırasında yoğunlaştığını ortaya koymaktadır.

3. Veri Seti ve Yöntem

Covid-19 pandemi sürecinde vaka sayıları, Dolar/TL döviz kuru ve VIX'in BIST100 getirileri üzerindeki etkilerinin incelenip değerlendirildiği çalışmada finansal verilerde sıklıkla kullanılan çeşitli geleneksel GARCH modellerinden hareket edilmiştir. Analizde kullanılan veri seti ve yöntem aşağıda anlatılmıştır.

3.1. Veri

Covid-19 pandemi sürecinin ve özellikle vaka sayılarındaki değişimlerin, döviz kuru ve küresel riskin yerel borsa getirileri üzerindeki yansımalarının etkisinin incelenip değerlendirildiği çalışmada; 11 Mart 2020 ve 11 Mayıs 2021 dönem aralığındaki veriler kullanılmıştır. Çalışmada iki farklı pandemi değişkeni kullanılmıştır. Türkiye'deki Covid-19 günlük aktif vaka sayısı (*lac*) ve Covid-19 günlük yeni vaka sayısı (*lnc*) değişkenleri Dünya Sağlık Örgütü (WHO) veri tabanından ve Our World in Data web sayfasından derlenmiştir. BIST100 endeksi (*lbist*) ve nominal Dolar/TL kuru (*ldk*) TCMB EVDS veri tabanından alınmıştır. S&P 500 endeksi opsiyon fiyatlarından hareketle hesaplanarak yayınlanan VIX endeksi (*lvix*) Chicago Opsiyon Borsası (CBOE) veri tabanından elde edilmiştir. Çalışmada kullanılan tüm değişkenlerin doğal logaritması alınmış olup, ileride gerçekleştirilen birim kök testleri çerçevesinde ilgili düzey serilerin durağan bulunmaması ve 1. dereceden entegre bulunması durumunda birinci farkları alınarak hareket edilmiştir. Birinci fark durağan serilerde fark alma operatörü geleneksel şekilde Δ olarak gösterilecektir. Logaritma işlemi sonrası birinci farkı alınarak durağanlaşan serilerin günlük yüzdesel getirilere karşılık gelecektir.

3.2. Ekonometrik Metodoloji

Finansal serilerde volatilitenin modellenmesine yönelik birçok farklı ekonometrik yaklaşım söz konusu olmakla beraber GARCH ailesi modelleri bu modeller içerisinde temel teşkil etmektedir. GARCH modelleri hem belirsizliğin hem de finansal varlık getirilerindeki riskin modellenmesi ihtiyacı sonucunda finansal piyasalarda önemli uygulama alanları bulmuştur (Bildirici ve Ersin 2009: 7355). GARCH ailesi modellerinin finansal varlık getirilerinin en önemli üç özelliğini yakalamaya yönelik çözümler sunduğu ifade edilebilmektedir. Özellikle günlük ve daha yüksek frekanslı finansal zaman serilerinde gözlemlenen bu özellikler sırasıyla volatilitenin kümelenme özelliği, oynaklığın geçmiş getiri şoklarına asimetric ilişki özelliği (Engle ve Ng, 1993; Glosten, vd., 1993, Nelson, 1991, Nelson, 1992) ve doğrusal olmama özelliği (Klaassen, 2002; Kramer, 2006; Bildirici ve Ersin, 2014) olarak ele alınmaktadır. Engle (1982) ARCH modeli ve Bollerslev (1986) GARCH modeli finansal piyasalarda birçok önemli uygulama alanına sahip olup birçok farklı modelin geliştirilmesinde temel teşkil etmiştir. GARCH modellerinde gerçekte koşullu varyansın modellenmesi öne çıkmakla beraber, koşullu ortalama denklemlerinde yer alan parametre tahminleri ve tahmincilerinin tutarlılık özellikleri

heteroskedastisiteden etkilenebildiğinden, koşullu varyansın modellenmesi koşullu ortalama denklemleri için önem taşımaktadır.

Bu doğrultuda, çalışmada tahmin edilen temel koşullu ortalama model bir dinamik kendinden dağıtımlı gecikme modeli yapısında şu şekilde tanımlanmaktadır,

$$dlbist_t = \phi_0 + \phi_1 dldk_t + \phi_2 dldk_{t-1} + \phi_3 dlvix_{t-1} + \phi_4 dlvix_{t-2} + \phi_5 dlvix_{t-3} + \phi_6 x_{t-1} + \varepsilon_t \quad (1a)$$

Modelde, x_{t-1} pandemi değişkenini ifade ederken, $dldk_t$ ve $dldk_{t-1}$ t vr t-1 gününde Dolar/TL döviz kuru günlük % değişimini, $dlvix_t$, $dlvix_{t-1}$ ve $dlvix_{t-2}$ ABD VIX endeksi günlük % değişimlerini, $dlbist_t$ ise Türkiye’de BIST100 endeksi günlük % değişimlerini ifade etmektedir. Modelde belirtilmiş olan gecikme uzunluklarının seçiminde BIC bilgi kriterinden yararlanılmakta olup, otoregresif terimler modele dahil edilememiştir. Pandemi değişkeni seti x_{t-1} ise bir gün önceki günlük aktif vaka sayısı % değişimi ($dlac_{t-1}$) ve günlük yeni vaka sayısı % değişimi ($dlnc_{t-1}$) serilerinden oluşmaktadır. Her iki pandemi göstergesi seride aynı anda modellere eklenememekte olup, tek başlarına ayrı ayrı iki model grubunda modele dahil edilmektedir. Dolayısıyla, çalışmada temel teşkil eden iki adet koşullu ortalama denklemi,

$$dlbist_t = \phi_0 + \phi_1 dldk_t + \phi_2 dldk_{t-1} + \phi_3 dlvix_{t-1} + \phi_4 dlvix_{t-2} + \phi_5 dlvix_{t-3} + \phi_6 dlac_{t-1} + \varepsilon_t \quad (1b)$$

$$dlbist_t = \phi_0 + \phi_1 dldk_t + \phi_2 dldk_{t-1} + \phi_3 dlvix_{t-1} + \phi_4 dlvix_{t-2} + \phi_5 dlvix_{t-3} + \phi_6 dlnc_{t-1} + \varepsilon_t \quad (1c)$$

şeklinde tanımlanmaktadır. Modellerin kalıntılarında heteroskedastisite çeşitli testler ile reddedilemediğinden, denklemler Newey-West yöntemi ile heteroskedastisiteye karşı dirençli standart hatalar ile tahmin edilebilmektedir. Modellerin kalıntılarında ARCH tipi heteroskedastisitenin reddedilemediği durumda, koşullu varyans sürecinin modellenmesinde çeşitli GARCH modelleri kullanılabilir. Nitekim Engle (1982) ve Bollerslev (1986) tarafından da gösterildiği gibi, bağımlı değişken $dlbist_t$ ’in modellenmesinde heteroskedastisite sebebi parametre tahmincilerinin sapmasızlık özellikleri yönünde hareket edecekleri varsayımı şüphesiz ekonometrik analizlerde önem taşımaktadır.

3.2.1. ARCH Modeli

Denklem (1a)’da yer alan koşullu ortalama modelinde kalıntıların zamana göre koşullu varyansı sabit olmadığında, Engle (1982)’dan hareketle kalıntıların izlediği süreç,

$$\varepsilon_t = \sigma_t z_t \quad (2)$$

olarak gerçekte bir normal dağılımlı z serisi ile etkileşimde olan zamana göre değişen standart sapmadan oluşabilmektedir. z_t sıfır koşullu ortalamalı ve birim varyanslı bağımsız özdeş dağılımlı beyaz parazit sürecidir ve zamanxa göre değişen koşullu standart sapma süreci ile σ_t ile çarpımsal bir yapıdadır (Nelson, 1991: 358). Engle’in Nobel ödülünün temelini teşkil eden Engle (1982) ARCH modelinin p’inci mertebeden gösterimi,

$$\sigma_t^2 = \omega + \sum_{i=1}^p \alpha_i \sigma_{t-i}^2 z_{t-i}^2 \quad \text{veya} \quad \sigma_t^2 = \omega + \sum_{i=1}^p \alpha_i \varepsilon_{t-i}^2 \quad (3)$$

şeklindedir (Engle, 1982; Nelson, 1991).

3.2.2. GARCH Modeli

Denklemler (3)'e, GARCH terimlerinin de eklenmesi ile Bollerslev (1986) GARCH(p,q) koşullu varyans süreci,

$$\sigma_t^2 = \omega + \sum_{i=1}^p \alpha_i \varepsilon_{t-i}^2 + \sum_{j=1}^q \beta_j \sigma_{t-j}^2 \quad (4)$$

elde edilir (Nelson, 1991: 348). Modelde α_i ve β_j ARCH ve GARCH terimlerinin parametreleridir. Model sıklıkla 1. mertebelerden tahmin edilmektedir ve bu çalışmada da GARCH(1,1) modelinden hareket edilecektir. GARCH(1,1) modelinde α ve β non-negatif olma kısıtına sahiptir ve stabilite koşulu ise $\alpha + \beta < 1$ parametrelerin toplamının birden küçük olması durumunda oluşmaktadır (Bollerslev, 1986: 308). [GARCH modeli literatürde sıklıkla GARCH(1,1) yapısında tahmin edilmekte, birçok uygulamada koşullu varyansı modellemede etkin olduğu görülmektedir. Bu çalışmada da p ve q benzer şekilde 1 alınarak GARCH(1,1) modelinden hareket edilecektir. Modellerin nonlineer ANN modelleri ile tahmin başarısının geliştirilmesi için Bildirici ve Ersin (2009), rejim geçişli modellere genelleştirilmesi için Bildirici ve Ersin (2014) MS-ARIMA-GARCH-NN modelleri incelenebilir.]

3.2.3. GJR Modeli

Glosten, Jaganathan and Runkle (GJR) (1993) tarafından geliştirilen GJR modelinde bir gösterge fonksiyonu $I(\cdot)$ ile negatif ve pozitif haber şoklarının modele dahil edilmesi söz konusudur,

$$\sigma_t^2 = \alpha + \sum_{i=1}^p \beta_i \varepsilon_{t-i}^2 + \sum_{j=1}^q \gamma_j \sigma_{t-j}^2 + \sum_{k=1}^i \phi_k I_{t-k} \varepsilon_{t-k}^2 \quad (5)$$

Modelde, $I_{t-k} (\varepsilon_{t-k} < 0) = 1$ olmakta, negatif şoklara göre ARCH teriminin farklılaşması ile sonuçlanmaktadır (Glosten vd., 1993).

3.2.4. TGARCH Modeli

GARCH modeli için belirtilen non-negativite koşulunun terkedildiği ve eşik etkisinin modele dahil edildiği Zakoian (1994) eşik GARCH (TGARCH) modeli şu şekildedir,

$$\sigma_t^y = \alpha_0 + \sum_{i=1}^q \alpha_i^+ \varepsilon_{t-i}^+ - \alpha_i^- \varepsilon_{t-i}^- + \sum_{j=1}^p \beta_j^+ \sigma_{t-j}^+ - \beta_j^- \sigma_{t-j}^- \quad (6)$$

TGARCH modeli gerçekte bir kesikli fonksiyon ile modellenen nonlineer GARCH süreci takip etmektedir (Rabemananjara ve Zakoian, 1993: 34).

3.2.5. NGARCH Modeli

Nonlinear GARCH modeli Higgins ve Bera (1992) tarafından şu şekilde tanımlanmaktadır:

$$\sigma_t^2 = \left[\varphi_0 (\sigma^2)^\delta + \sum_{i=1}^p \varphi_i (\varepsilon_{t-i}^2)^\delta \right]^{1/\delta} \quad (7)$$

modelde $\sigma^2 > 0$, tüm $i=1,2,\dots,p$ için $\varphi_i \geq 0$ ve $\delta > 0$ olarak pozitif tanımlıdır.

Parametre toplamı ise $\sum_{i=0}^p \varphi_i = 1$ olarak kısıtlıdır. Denklem (7), $\delta=1$ için Denklem

(3)'te yer alan Engle (1982) ARCH modeline; $\delta=0$ için ise Geweke (1986) log – ARCH modeline dönüşebilmektedir (Higgins ve Bera, 1992: 139). Belirtilen modellerin öngörü başarılarının özellikle uzun dönemlerde çok kısıtlı olması sonucunda, öngörü başarısının artırılması için çeşitli yaklaşımların kullanıldığı modeller söz konusudur. Çalışmada uzun dönemli öngörü başarısına odaklanılmamış, sadece bir adım sonrası öngörülerine yoğunlaşmıştır. Bu sebeple modeller gelecek öngörülerini bakımından karşılaştırılmamakta, çalışmada çok değişkenli bir yapıda örneklem içi pandemi dönemine yoğunlaşmaktadır.

4. Ampirik Bulgular

Zaman serisi analizlerinde durağanlık kavramı oldukça önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır ve zaman serisinde seriyi üreten sürecin istatistiksel özelliklerinin zamana göre değişmemesini ifade etmektedir. Bu doğrultuda değişkenlerin betimleyici istatistik ve durağanlık sınamalarına ilişkin sonuçlar aşağıda yer almaktadır:

Tablo 1. Betimleyici İstatistikler

1. Düzey seriler					
	<i>lbist</i>	<i>ldk</i>	<i>lvix</i>	<i>lac</i>	<i>lnc</i>
<i>Ort.</i>	7.104	1.996	3.288	10.734	8.216
<i>Med.</i>	7.074	1.998	3.238	10.697	7.7981
<i>Maks.</i>	7.359	2.142	4.415	14.063	11.052
<i>Min.</i>	6.736	1.825	2.788	0.000	0.000
<i>Std.S.</i>	0.166	0.071	0.306	1.715	1.632
<i>Çarp.</i>	-0.092	0.051	1.260	-2.500	-0.995
<i>Bas.</i>	1.969	2.067	4.947	15.56	7.2484
<i>JB</i>	13.929	11.198	128.873	2324.04	279.69
	[0.001]	[0.004]	[0.000]	[0.000]	[0.000]
<i>ARCH(1-5)</i>	1299.0***	975.9***	1057.9***	383.16***	418.38***
	[0.000]	[0.000]	[0.000]	[0.000]	[0.000]
<i>ARCH(1-10)</i>	2188.6***	1408.0***	1546.7***	404.40***	440.34***
	[0.000]	[0.000]	[0.000]	[0.000]	[0.000]
<i>ARCH(1-20)</i>	3170.1***	1644.6***	1785.6***	405.10***	440.91***
	[0.000]	[0.000]	[0.000]	[0.000]	[0.000]
<i>ARCH(1-30)</i>	3572.8***	1658.8***	1820.2***	405.55***	443.80
	[0.000]	[0.000]	[0.000]	[0.000]	[0.000]
1. Fark seriler					
	$\Delta lbist$	Δldk	$\Delta lvix$	Δlac	Δlnc
<i>Ort.</i>	0.001	0.001	-0.003	0.041	0.031
<i>Med.</i>	0.002	0.001	-0.012	0.010	0.011
<i>Maks.</i>	0.058	0.078	0.480	2.219	1.665
<i>Min.</i>	-0.103	-0.055	-0.266	-1.751	-0.506
<i>Std.S.</i>	0.016	0.0103	0.081	0.228	0.205
<i>Çarp.</i>	-1.830	0.703	1.695	3.082	3.530
<i>Bas.</i>	12.877	16.046	10.730	49.684	25.005
<i>JB</i>	1410.05	2188.15	905.41	28178.99	6787.60
	[0.000]	[0.000]	[0.000]	[0.000]	[0.000]
<i>ARCH(1-5)</i>	11.47**	11.83**[0.037]	15.25***	49.40***	39.72***
	[0.043]		[0.009]	[0.000]	[0.000]
<i>ARCH(1-10)</i>	16.51*	24.21***	16.67*	51.58***	46.98***
	[0.086]	[0.007]	[0.082]	[0.000]	[0.000]
<i>ARCH(1-20)</i>	18.88	25.21	17.659	51.814***	47.51***
	[0.53]	[0.194]	[0.610]	[0.000]	[0.000]
<i>ARCH(1-30)</i>	20.37	27.33	27.16	51.99***	47.81***
	[0.906]	[0.606]	[0.615]	[0.008]	[0.002]

Not: Tablolarda ilk beş sütunda doğal logaritmik düzey serilere ilişkin istatistikler, son beş sütunda ise doğal logaritmik 1. fark serilere ilişkin istatistikler verilmiştir. Δ farkları ifade eder. JB Jarque-Berra normallik testidir. Örneklem 11.3.2021 (ilk resmi vaka) – 11.5.2021'dir. ARCH-LM(p) testi olup $p=10, 20$ ve 30 için sınanmıştır. Olasılık değerleri köşeli parantez içindedir.

Tablo 2. Birim Kök ve Durağanlık Testleri

1. Düzey seriler					
	<i>lbist</i>	<i>ldk</i>	<i>lvix</i>	<i>lac</i>	<i>lnc</i>
<i>ADF</i>	-0.9001 (p=0, s)	-1.5810 (p=9, s)	-3.2979 (p=5, s)	-2.7689 (p=8, s+t)	-3.4160 (p=7, s+t)
<i>PP</i>	-0.9502 (bg=6, s)	-1.8963 (bg=4, s)	-2.5318 (bg=12, s)	1.3561 (bg=5, s)	-0.8416 (bg=7, s)
<i>KPSS</i>	1.8738 (bg=14, s)	1.3359 (bg=14, s)	1.4452 (bg=14, s)	1.3367 (bg=14, s)	1.6051 (bg=14, s)
2. Fark seriler					
	$\Delta lbist$	Δldk	$\Delta lvix$	Δlac	Δlnc
<i>ADF</i>	-18.7914*** (p=0 s)	-6.8585*** (p=8, s)	-5.4908*** (p=9, s)	-8.6281*** (p=4, s)	-6.4397*** (p=6, s)
<i>PP</i>	-18.7242*** (bg=4, n)	-16.3322*** (bg=0, s)	-24.4590*** (bg=16, s)	-10.5918*** (bg=10, s+t)	-12.2688*** (bg=12, s)
<i>KPSS</i>	0.0783*** (bg=6, s)	0.1094*** (bg=3, s)	0.0444*** (bg=18, s+t)	0.2954*** (bg=12, s)	0.3799*** (bg=12, s)

Not: ADF ve PP testlerinde boş hipotezi serinin birim kök süreci izlediği; KPSS’de ise durağan olduğudur. ADF ve PP testlerinde MacKinnon kritik tau değerleri sabitsiz ve trendsiz durum için %1,%5, %10 anlamlılık düzeylerinde sırasıyla -2.57, -1.94, -1.62; sabitli ve trendsiz durumda -3.45, -2.87, -2.57; sabitli ve trendli durumda -3.99, -3.42, -3.14’tür. KPSS testinde sabitli trendsiz durumda kritik değerler sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerinde 0.74, 0.46, 0.35; sabitli ve trendli durumda ise 0.22, 0.15, 0.12’dir. *, ** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir. ADF testinde optimum gecikme uzunluğu p olup AIC bilgi kriteri ile seçilirken, PP testinde bant genişliği bg olarak kısaltılmış Bartlett kerneli ve Newey-West bandgenişliği yöntemi ile seçilmiştir. p, bant genişliği bg olup parantez içinde verilmiştir. ADF ve PP testleri öncelikle sabit ve trend varsayımı ile test edilmiş, trend istatistiksel olarak geleneksel düzeylerde anlamsız bulunması durumunda testten çıkartılarak sabitli testler gerçekleştirilmiş, sabit terimi de anlamsız ise çıkartılarak sabitsiz ve trendsiz test istatistiği gerçekleştirilerek raporlanmıştır. Bu bağlamda, istatistiksel olarak anlamlılık çerçevesinde belirlenen test tipleri yine parantez içerisinde n, s ve t ile belirtilmiştir. s: sabit, t: trend, n: sabitsiz, trendsizdir.

Durağanlık sınamalarına bakıldığında bütün test sonuçlarına göre değişkenlerin düzey değerlerde durağan olmadığı ve birinci farkta durağan oldukları tespit edilmiştir. Çalışmanın takip eden kısmında ampirik analizler 3 aşamada gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada, serilerin heteroskedastik yapısından da hareket edilerek öncelikle Dolar/TL döviz kurları, VIX ve iki farklı pandemi göstergesinde gerçekleşen değişimlerin BIST100 endeksi getileri üzerindeki etkileri çeşitli GARCH modelleri ile modellenmiştir. Tahmin edilen ARCH, GARCH modelleri geleneksel modeller olup, GJR ve TGARCH ise yine geleneksel olmakla beraber negatif ve pozitif haberlerin etkilerini bir eşik etkisi yapısı ile modele dahil etmesi sebebiyle farklılaşmaktadır. Nonlinear GARCHK modeli ise bir diğer nonlinear GARCH modeli olup özellikle negatif ve pozitif haber şoklarının volatiliteye yansımaları bakımından asimetrik özelliklerin modellendiği bir diğer modeldir. Modellerde DLAC ve DLNC pandemi göstergeleri ayrı ayrı modellere dahil edildiğinden, ilgili GARCH modelleri iki farklı grupta tahmin edilmiştir. Modellerde, pandemide vaka sayıları gece açıklandığından ve bu süreçte borsalar kapalı olduğundan, ilgili değişkenlerin birinci gecikmelerinin modellere dahil edilmesinin doğru olacağı düşünülmüştür. Buna ilaveten pandemi göstergelerinde yüksek artışların bir gün sonraki borsa açılışlarına yansıtacağı varsayılmıştır. Dolar/TL döviz kuru

(DLDK)'nın aynı günde etki etmesi borsa ve döviz piyasalarının açık olduğu saatler bakımından daha uyumludur. Bu sebeple t ve $t-1$ dönemlerinin modele eklenmesi ile $t-1$ döneminde dövizdeki değişimlerin, t dönemindeki borsa getirileri hakkında istatistiksel olarak bilgi alınabildiği görünürken, daha yüksek gecikme uzunluklarında ise istatistiksel olarak parametrelerin anlamlı bulunmaması söz konusu olmuştur. VIX değişkeni ise, ABD ve TR'deki borsaların açık olma saatleri ve veri yayınlanma takvimi bakımından düşünülerek, VIX'in $t-1$ günlük değerinin t döneminde BIST100 üzerine yansiyabileceği kabul edilmiştir. Bu bağlamda, VIX'in t dönemindeki değerinin modele eklenmesi istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar verse de iktisadi olarak mantıklı bulunmadığından, VIX, modellerde açıklayıcı kısma eklenmemiştir. Tüm modellerde iktisadi değişkenler koşullu ortalama kısımlarında yer almakta ve koşullu olasılık denklemi içinde bulunmamaktadır. Dolayısıyla, tahmin edilen GARCH modellerinin kalıntılardaki farklı tipteki heteroskedastisiteyi kontrol ettiği ve iktisadi değişkenlere ilişkin parametrelerin özellikle tahmincilerin etkinliğinin sağlanması yönünde hareket edildiği söylenebilmektedir. Bulgular Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3. GARCH Model Grubu 1 Tahmin Sonuçları

Pandemi değişkeni: DLAC (günlük aktif vaka sayısı)						
Bağımlı değişken :DLBIST						
Katsayılar:	Doğrusal regresyon	ARCH	GARCH	GJR	TGARCH	NGARCHK
DLDK _t	-0.735*** (0.134)	-0.731*** (0.062)	-0.759*** (0.071)	-0.730*** (0.057)	-0.680*** (0.060)	-0.695*** (0.055)
DLDK _{t-1}	0.155* (0.082)	0.124* (0.076)	0.157** (0.080)	0.103* (0.070)	0.100* (0.071)	0.085* (0.067)
DLVIX _{t-1}	-0.001 (0.010)	0.005* (0.011)*	-0.001* (0.010)	0.001* (0.011)	0.002* (0.011)	0.001* (0.011)
DLVIX _{t-2}	-0.027** (0.013)	-0.024*** (0.009)	-0.022** (0.010)	-0.021** (0.009)	-0.022*** 0.008	-0.020** (0.009)
DLVIX _{t-3}	-0.011 (0.008)	-0.012* (0.011)	-0.007* (0.010)	-0.007* (0.010)	-0.010* (0.009)	-0.010* (0.009)
DLAct-1	-0.0071** (0.003)	-0.005** (0.002)	-0.006* (0.004)	-0.006** (0.002)	-0.005** (0.002)	-0.005** (0.002)
SABİT	0.002** (0.001)	0.002** (0.001)	0.002** (0.0009)	0.0009*** (0.00008)	0.002** (0.001)	0.00005* (0.00002)
ARCH	-	0.394*** (0.129)	0.096** (.044)	0.184** (0.077)	-	-
GARCH	-	-	0.795*** (0.084)	0.783*** 0.091	-	0.799*** (0.070)
TARCH	-	-	-	-0.167** (0.075)	-	-
ABARCH	-	-	-	-	0.191*** (0.056)	-
ATARCH	-	-	-	-	-0.156** (0.051)	-
SDGARCH	-	-	-	-	0.783*** (0.080)	-
NARCH	-	-	-	-	-	0.094** (0.045)
NARCH_K	-	-	-	-	-	0.011*** (0.005)
Diagnostik Test Sonuçları						
LL	885.13	892.91	888.60	896.91	898.95	898.84
AIC	-1756.25	-1767.82	-1759.20	-1771.83	-1775.89	-1775.68
BIC	-1730.28	-1734.43	-1725.81	-1731.01	-1735.08	-1734.86
Q(1)	0.24 [0.6276]	0.31 [0.5779]	0.64 [0.4249]	0.43 [0.5122]	0.29 [0.5877]	0.35 [0.5542]
Q(1-2)	0.82 [0.6626]	0.86 [0.6480]	1.36 [0.5053]	1.15 [0.5633]	0.96 [0.6193]	1.09 [0.5806]
Q(1-5)	2.15 [0.8284]	1.20 [0.9444]	1.68 [0.8912]	1.47 [0.9166]	1.23 [0.9421]	1.39 [0.9258]
ARCH-LM(1)	5.29** [0.0215]	4.70** [0.0301]	2.92* [0.0870]	3.76* [0.0525]	3.33* [0.0681]	3.18* [0.0746]
ARCH-LM(1-2)	5.39* [0.0670]	9.09** [0.0106]	0.17 [0.9175]	2.05 [0.3590]	1.43[[0.4905]	1.22 [0.5438]
ARCH-LM(1-5)	6.16 [0.2900]	11.53** [0.0418]	2.26 [0.8117]	4.39 [0.4947]	4.58 [0.4694]	2.08 [0.8380]

Not: *, ** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir. Karşılaştırma amacıyla tahmin edilen doğrusal model Newey-West yöntemi ile tahmin edilmiş, modelde heteroskedastisiteye karşı dirençli standart hatalar raporlanmıştır. Modellerde ortak gecikme uzunluğu Schwarz ve Hannan-Quinn bilgi kriterleri ile 0, Akaike bilgi kriteri ile 2

olarak belirlenmektedir. Modellerde parsimoni prensibi sebebi ile gecikme uzunluğu 0 olarak alınmıştır. Gecikme uzunluğunun 0 alınması ile diagnostik testler ile model kalıntıları incelendiğinde, %5 anlamlılık düzeyinde, Q-LR otokorelasyon testi kalıntılarda otokorelasyon olmadığına işaret ederken, 1. dereceden ARCH tipi heteroskedastisite Model 1 ve 2 için geleneksel %5 anlamlılık düzeyinde reddedilememektedir. 2. ve 5. dereceden ARCH-LM testi sonuçları yine bu iki model için ARCH tipi heteroskedastisitenin reddedilmesi ile sonuçlanmaktadır. Diğer modellerde için 1. derece ARCH etkisi %5 düzeyinde reddedilirken, sadece %10 düzeyinde kabul edilebilmekte, 2. ve 5. dereceden ARCH etkisi ise tüm düzeylerde tüm modeller için reddedilmektedir.

Tablo 3'ün değerlendirilmesinde ilk aşamada pandemi değişkeninin DLAC alındığı model grubu 1 incelenecektir. Tabloda yer alan lineer model Newey-West standart sapmalarını içeren doğrusal bir model olup GARCH terimlerinin eklenmemesi ile elde edilen parametrelerde gerçekleşecek olası tutarsızlığın tayini için bir temel teşkil etmektedir. Öte yandan, Newey-West EKK yönteminin belli ölçüde heteroskedastisite kaynaklı sapmaları düzelttiği de unutulmamalıdır.

Model grubu 1 kendi içerisinde değerlendirildiğinde, döviz kuru parametre tahminlerinin -0.759 ve +0.157 arasında değiştiği, DLAC değişkeni parametrelerinin -0.005 ve -0.007 aralığında değiştiği ve ilgili tüm parametrelerin istatistiksel olarak geleneksel anlamlılık düzeylerinde anlamlı olduğu görülmektedir. VIX değişkenlerinin parametreleri ise ilk 3 günlük gecikmeleri ile modele eklenmiş, çeşitli gecikme uzunlukları içinde t-2 gecikmesi için tüm modellerde anlamlı bulunmuştur. Sonuçlar çerçevesinde, DLAC volatilité model grubu 1 için döviz kurlarındaki %1'lik bir artışın BİST100 getirilerinde, modele göre ufak farklılaşmalar ile beraber, %0.70 civarında bir negatif etkiye sahip olduğu, dolayısıyla dolar/TL kurundaki atışların BİST100 getirilerine negatif etkileri gerçekleştiği söylenebilmektedir. Pandemi göstergesi olarak modele dahil edilen bir gün önceki aktif vaka sayılarının günlük büyüme oranını ifade eden $DLAC_{t-1}$ 'in katsayısının tüm modellerde istatistiksel olarak anlamlı olup -0.005 ile -0.007 arasında değiştiği görülmektedir. Günlük aktif vaka sayılarındaki %1'lik bir artışın gerçekleştiği günün takibindeki borsa işlem gününde BİST100 getirilerinin %0.005 azalması ile sonuçlandığı, dolayısıyla %10'luk bir artışın ise BİST100 getirilerinde %0.05'lik bir azalışla sonuçlandığı ilgili dönem için söylenebilmektedir.

Modellerin değerlendirilmesinde şüphesiz modelin veri setine uyumunun en yüksek olduğu model veya modellerin temel alınması önem taşıyacaktır. Karşılaştırmaya temel teşkil edecek olan (baseline modelidir) Newey-West modeli birinci sütunda verilmiştir. Temel modelin takibinde tahmin edilen volatilité modellerine geçiş sonrasında, AIC ve BIC değerlerinin önemli ölçüde düştüğü dikkat çekmekte olup, koşullu volatilité modellerinin tahmin edilmesi ile modellerde uyumunun iyiliğinin arttığı dikkat çekmektedir. Volatilité modelleri içerisinde ise ARCH ve GARCH modeli temel modeller olarak alınır, takibinde tahmin edilen ve eşik etkisi ile asimetric haber şoklarını dikkate alan GJR, TGARCH ve Nonlinear GARCH modellerine geçildiğinde BIC değerleri bağlamında modellerin uyum iyiliği yükselmektedir.

ARCH ve GARCH modellerinde BIC bilgi kriteri değerleri sırasıyla -1734.43 ve -1725.81 olarak hesaplanmıştır. Her iki modelde birinci sütunda yer alan basit regresyona karşın modelin veri setine uyumu bakımından daha başarılıdır. Nonlineeriteyi dikkate alan GJR, TGARCH ve nonlinear GARCH modelleri için BIC bilgi kriteri ise sırasıyla -1731.01, -1735.08, -1734.86 olarak hesaplanmakta olup,

nonlineer volatilité modelleri ile uyumun iyiliğine ilişkin iyileşmenin arttığına işaret etmektedir. Dolayısıyla, BIST100 endeksindeki volatilitenin örnekleme dahil edilen pandemi dönemi için negatif ve pozitif şokların ve eşik etkilerinin dikkate alınması önem taşımaktadır. Üç nonlineer volatilité modeli için de nonlineer terimlere ilişkin katsayılar %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bulunmaktadır. Bir istisna ise TGARCH modelinde TGARCH katsayısının %10 anlamlılık düzeyinde anlamlı olması olsa da modelin BIC bilgi kriteri, geleneksel regresyon modeli ve geleneksel ARCH ve GARCH modeli karşısında iyileşmeye işaret etmesidir. Parametrelerin istatistiksel olarak anlamlı bulunmaları ve model uyum iyiliği ölçütleri bir bütün olarak değerlendirilirse, BIST100 endeksi getirileri volatilitésinin negatif ve pozitif haber şoklarına verdiği asimetrik tepkinin reddedilmediği ve pandemi dönemi bakımından dikkate alınması gerektiği sonucuna varılmaktadır. Bu modeller içerisinde GJR, TGARCH ve nonlineer GARCHK modelleri kendi içlerinde bilgi kriterleri bağlamında değerlendirildiğinde ise, en düşük, diğer bir ifade ile en negatif BIC değerinin -1735.08 değeri ile TGARCH modeli ile elde edildiği görülmektedir. İlgili model çerçevesinde sırasıyla dolar/TL döviz kurlarındaki t döneminde %1'lik bir artış sonrasında BIST100 getirileri aynı gün içinde %-0.68 azalmakta; günlük aktif vaka sayısında t-1'de gerçekleşen %1'lik bir artış BIST100 getirilerinde t döneminde %0.005'lik bir azalışla sonuçlanmaktadır. Uluslararası yatırımcı korkusu veya finansal riskin bir proksisi olduğunun varsayılmasından hareketle modele dahil edilmiş olan VIX endeksinde bir önceki günde gerçekleşen %1'lik bir artışın Türkiye'de BIST100 getirilerinde bir sonraki günde %0.022'lik bir azalışla sonuçlandığı söylenebilmektedir.

Tablo 4. GARCH Model Grubu Tahmin Sonuçları

Pandemi değişkeni: DLNC (günlük yeni vaka artış oranı)						
Bağımlı değişken :DLBİST						
Katsayılar:	Lineer	ARCH	GARCH	GJR	TGARCH	NGARCHK
DLDK _t	-0.718*** (0.137)	-0.716*** (0.062)	-0.755*** (0.539)	-0.735*** (0.072)	-0.709*** (0.058)	-0.723*** (0.053)
DLDK _{t-1}	0.146* (0.080)	0.130* (0.074)	0.137* (0.076)	0.120* (0.079)	0.122* (0.072)	0.108* (0.069)
DLVIX _{t-1}	-0.001 (0.010)	0.004* (0.011)	0.002* (0.011)	0.002* (0.010)	0.004* (0.010)	0.001* (0.010)
DLVIX _{t-2}	-0.024** (0.012)	-0.023*** (0.008)	-0.015* (0.009)	-0.016* (0.009)	-0.017** (0.008)	-0.015* (0.009)
DLVIX _{t-3}	-0.011 (0.008)	-0.011* (0.011)	-0.003* (0.010)	-0.004* (0.009)	-0.006* (0.009)	-0.005* (0.009)
DLNC _{t-1}	-0.014** (0.006)	-0.013*** (0.002)	-0.017*** (0.003)	-0.015*** (0.004)	-0.014*** (0.002)	-0.014*** (0.002)
SABİT	0.002** (0.001)	0.0002** (0.0001)	0.0001** (0.00005)	0.0001** (0.0008)	0.0001* (0.001)	0.000009** (0.000004)
ARCH	-	0.310** (0.127)	0.138** (0.061)	0.181** (0.71)	-	-
GARCH	-	-	0.744*** (0.095)	0.772*** (0.080)	-	0.800*** (8.541)
TARCH	-	-	-	-0.128* (0.075)	-	-
ABARCH	-	-	-	-	0.184** (0.058)	-
ATARCH	-	-	-	-	-0.119** (0.052)	-
SDGARCH	-	-	-	-	0.777*** (0.089)	-
NARCH	-	-	-	-	-	0.105** (0.049)
NARCH_K	-	-	-	-	-	0.007* (0.004)
Diagnostik Test Sonuçları						
LL	890.60	896.02	900.13	901.70	902.94	902.85
AIC	-1767.20	-1774.04	-1780.27	-1781.39	-1783.88	-1783.71
BIC	-1741.23	-1740.64	-1743.17	-1740.58	-1743.06	-1742.90
Q(1)	0.07 [0.7985]	0.70 [0.4015]	1.06 [0.3029]	0.91 [0.3389]	0.77 [0.3811]	0.86 [0.3522]
Q(1-2)	1.57 [0.4563]	2.24 [0.3255]	3.58 [0.1668]	3.06 [0.2167]	2.73 [0.2555]	2.93 [0.2310]
Q(1-5)	3.57 [0.6128]	2.71 [0.7442]	4.43 [0.4893]	3.70 [0.5938]	3.29 [0.6561]	3.51 [0.6220]
ARCH-LM(1)	3.65* [0.0561]	3.61* [0.0575]	2.92* [0.0872]	2.84* [0.0920]	2.72* [0.0991]	2.68 [0.1018]
ARCH-LM(1-2)	10.81** [0.0045]	6.54** [0.0381]	0.95 [0.6233]	1.88 [0.3906]	1.28 [0.5276]	1.17 [0.5559]
ARCH-LM(1-5)	11.84 [0.0370]	7.09 [0.2139]	4.15 [0.5280]	5.37 [0.3727]	5.91 [0.3156]	4.069 [0.5395]

Not: Modellerde gecikme uzunluğu, Tablo 3'teki modeller ile benzer yapıda SIC ve HQ bilgi kriterleri ile 0, AIC bilgi kriteri ile 2 olarak belirlenmektedir. Parsimoni prensibi bağlamında gecikme uzunluğu 0 alınmıştır. Q-LR test sonuçları tüm modellerde kalıntıların 1., 2. ve 5. dereceden otokorelasyona sahip olmadığına işaret etmektedir. 1. dereceden ARCH tipi heteroskedastisite testleri doğrusal regresyon ve ARCH modeli için %5 anlamlılık düzeyinde kabul edilmektedir. 2. derece ARCH etkisinin test edildiği testlerde ise lineer ve ARCH modelinin kalıntılarda ARCH etkisini kontrol edemediği sonucuna ulaşılrken, takibindeki modeller için ise kontrol edildiği görülmüştür. 5. dereceden ARCH etkisinin test edilmesi

sonucunda ise tüm modeller için 5. Dereceden ARCH tipi heteroskedastisite reddedilmektedir. GARCH, GJR, TGARCH, NGARCHK modellerinde ise test edilen tüm dereceler için %5 anlamlılık düzeyinde ARCH etkileri reddedilmektedir. *, ** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir. Karşılaştırma amacıyla tahmin edilen doğrusal model Newey-West yöntemi ile tahmin edilmiş, modelde heteroskedastisiteye karşı dirençli standart hatalar raporlanmıştır.

Tablo 4 incelendiğinde sonraki aşamada pandemi değişkeninin DLNC (günlük yeni vaka sayısı) alındığı model grubu 2 karşımıza çıkmaktadır. Model grubu 2 benzer şekilde kendi içerisinde değerlendirildiğinde, döviz kuru parametre tahminlerinin -0.709 ve -0.755 arasında değiştiği, günlük yeni vaka sayısı olan DLNC değişkeni parametrelerinin -0.013 ve -0.017 aralığında değiştiği ve ilgili tüm parametrelerin çoğunluğunun istatistiksel olarak geleneksel anlamlılık düzeylerinde anlamlı olduğu görülmektedir. Sonuçlar ele alındığında, DLNC volatilité model grubu 2 için döviz kurlarındaki %1'lik bir artışın BİST100 getirilerinde %0.72 civarında bir negatif etkiye sahip olduğu, dolayısıyla dolar/TL kurundaki artışların BİST100 getirilerine negatif etkilerin bu model grubu için de gerçekleştiği söylenebilmektedir. Pandemi göstergesi olarak modele dahil edilen bir gün önceki yeni vaka sayılarının günlük büyüme oranını ifade eden $DLNC_{t-1}$ 'in katsayısının tüm modellerde istatistiksel olarak anlamlı olup -0.01 ile -0.02 arasında değiştiği görülmektedir. Günlük yeni vaka sayılarında %1'lik bir artışın gerçekleştiği günü takibindeki borsa işlem gününde BİST100 getirilerinin %0.01 azalması ile sonuçlandığı, ilgili dönem için %10'luk bir artışta BİST100 getirilerinde %0.1'lik bir azalışla sonuçlandığı söylenebilmektedir.

Modellerin değerlendirilmesinde yine veri setine uyumunun en yüksek olduğu temel modelin takibinde tahmin edilen volatilité modellerine geçiş sonrasında, AIC ve BIC değerlerindeki düşüş dikkat çekmekte olup, bu model için de koşullu volatilité modellerinin tahmin edilmesi ile modellerde uyumunun iyiliğinin arttığı dikkat çekmektedir.

ARCH ve GARCH modellerinde BIC bilgi kriteri değerleri sırasıyla -1740.64 ve -1743.17 olarak hesaplanmıştır. GARCH modelin birinci sütunda yer alan basit regresyona karşın modelin veri setine uyumu bakımından daha başarılı olduğu dikkat çekmektedir. Nonlineeriteyi dikkate alan GJR, TGARCH ve Nonlinear GARCHK modelleri için BIC bilgi kriteri ise sırasıyla -1740.58, -1743.06, -1742.90 olarak hesaplanmaktadır. Bu bağlamda BIC kriteri bakımından GARCH modeli en iyi uyuma sahip olmakla beraber AIC kriterine göre ise nonlinear volatilité modelleri ile uyumun iyiliğine ilişkin iyileşmenin sağlandığı görülmektedir. Üç nonlinear volatilité modeli için de nonlinear terimlere ilişkin katsayılar %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bulunmaktadır. Bir istisna ise GJR modelinde TARCH katsayısının %10 anlamlılık düzeyinde anlamlı olması olsa da modelin AIC bilgi kriteri, geleneksel regresyon modeli ve geleneksel ARCH ve GARCH modeli karşısında iyileşmeye işaret etmektedir. Öte yandan sonuçlarda pandemiye ilişkin kullanılan gözlem sayısının nisbi olarak düşük olmasının rol oynayabileceği unutulmamalıdır. Tahmin edilen model çerçevesinde BİST100 endeksi getirileri volatilitésinin negatif ve pozitif haber şoklarına verdiği asimetrik tepkinin reddedilmediği ve pandemi dönemi bakımından dikkate alınması gerektiği sonucuna varılmaktadır. Bu modeller içerisinde GJR, TGARCH ve nonlinear GARCHK modelleri kendi içlerinde bilgi kriterleri bağlamında değerlendirildiğinde ise, en düşük, diğer bir ifade ile en negatif BIC değerinin -1743.06 değer ile TGARCH modeli ile elde edildiği görülmektedir. İlgili model çerçevesinde sırasıyla dolar/TL döviz kurlarındaki t döneminde %1'lik bir artış sonrasında BİST100 getirileri aynı gün içinde %-0.71 azalmakta; günlük yeni vaka

sayısında t-1'de gerçekleşen %1'lik bir artış BIST100 getirilerinde t döneminde %0.01'lik bir azalışla sonuçlanmaktadır. VIX endeksinde ise bir önceki günde gerçekleşen %1'lik bir artışın Türkiye'de BIST100 getirilerinde bir sonraki günde %0.017'lik bir azalışla sonuçlandığı söylenebilmektedir.

5. Sonuç

Çalışmada, COVID-19 pandemi sürecinde vaka sayılarına ilişkin iki gösterge olarak ele alınan aktif vaka sayısı ve günlük vaka sayılarına ek olarak nominal Dolar/TL döviz kuru ve küresel riskin yerel borsa getirileri üzerindeki yansımalarının etkisinin incelenmesi hedefi doğrultusunda bir gösterge olarak seçilen VIX endeksinin BIST100 endeksi getirileri üzerindeki etkilerinin modellenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda, Türkiye'de ilk resmi Covid-19 vakasının kaydedildiği 11.3.2020 tarihi ile 11.5.2021 tarihi arasında karşılık gelen ve iş günlerinin dahil edildiği günlük gözlemlerden oluşan bir veri setinden hareket edilmiş, BIST100 günlük getirilerinin izlediği heteroskedastik sürecin dikkate alınması ile, tahmin edilen modellerde koşullu varyans denklemlerinde ARCH, GARCH, GJR, TGARCH ve Nonlinear NGARCH modelleri temel alınmıştır.

Pandemi değişkeninin günlük aktif vaka sayısı alındığı modellerde elde edilen bulgular bir gün önceki aktif vaka sayıları artışlarında %1'lik bir artış sonucunda BIST100 getirilerindeki negatif etkilerinin reddedilemediği; nominal Dolar / TL kurundaki artışların BIST100 getirileri üzerinde ciddi negatif etkileri bulunduğu; bir uluslararası risk göstergesi olarak ele alınan VIX'te gerçekleşen artışların da negatif etkilerinin öne çıktığı bulgularına ulaşılmaktadır. İlgili bu bulgular, pandemi değişkeninin günlük yeni vaka artış hızı olarak alındığı ikinci grup modeller ile de teyit edilmektedir. Tahmin edilen modeller AIC ve BIC istatistikleri bağlamında değerlendirildiğinde, tahmin edilen ARCH-GARCH ailesi modellerinin temel modele göre uyumun iyiliği bağlamında iyileşmeye işaret ettiği söylenebilmektedir. Koşullu volatilitenin modellendiği modeller kendi içlerinde karşılaştırıldığında, eşik etkisi ve asimetric haber şoklarını dikkate alan GJR, TGARCH ve Nonlinear GARCH modellerine geçilmesi ile BIC istatistikleri bağlamında modellerde uyum iyiliği yükseldiği gözlenmiştir. Pandemi değişkeninin günlük yeni vaka sayısı alındığı modeller için elde edilen sonuçlarda nominal Dolar/TL döviz kurundaki %1'lik bir artışın BIST100 getirilerinde, modele göre ufak farklılaşmalar ile beraber, %0.72 civarında bir negatif etkiye sahip olduğu söylenebilmektedir. Bir gün önceki yeni vaka sayıları günlük artış hızına ilişkin parametreler tüm modellerde istatistiksel olarak anlamlı olup -0.01 ile -0.02 arasında değişmektedir.

Modeller değerlendirildiğinde, nonlineeriteyi dikkate alan modeller içerisinde özellikle TARARCH modelinin öne çıktığı, bu çerçevede eşik etkileri ve asimetric haber şoklarının modellenmesinin önemli olduğu sonuçlarına varılmaktadır.

Çalışmada elde edilen ampirik bulgular ışığında, Türkiye'de de, Singh vd. (2020), Albulescu (2021) ve Alzyadat ve Asfoura (2021)'nin sırasıyla G20, ABD ve Suudi Arabistan borsaları için elde ettiği ile benzer şekilde, Covid-19'un finansal getiriler üzerindeki ciddi negatif etkilerinin reddedilemediği görülmüştür. Buna ek olarak, pandemi döneminde nominal Dolar/TL artışları ve VIX'in de negatif etkilerinin reddedilemediği sonuçlarına ulaşılırken, bu değişkenler içerisinde özellikle nominal Dolar/TL döviz kurunun borsa üzerindeki negatif etkisinin önemli boyutta olduğu parametre tahminlerinin nispi büyüklüğü ve işaretleri bağlamında söylenebilmektedir. Buna ilaveten, uluslararası yatırımcı risk algısının bir ölçütü olarak modele dahil edilen VIX endeksinin Türkiye'de BIST100 getirileri üzerindeki negatif etkilerinin istatistiksel olarak reddedilememesi, pandemi döneminde, uluslararası finansal

piyasalarda gerçekleşen risk artışlarının da Türkiye’de BIST100 endeksi getirileri üzerinde negatif etkilere sahip olduğuna işaret etmektedir.

Çalışmada pandemi serilerinin modellere dışsal eklendiği unutulmamalıdır. Bu bağlamda, ilişkinin yönünün, vaka sayısının artması ile borsayı doğrudan düşürücü bir etkisinden ziyade, vaka artışları ile belirsizliğin artmasına ilişkin etkileri bağlamında değerlendirilmesi söz konusudur. Nitekim, vaka sayılarındaki artışların iş ortamını ve beklentileri olumsuz etkilediği ve bunun sonucunda vaka artışının borsa üzerinde negatif etkilerine ilişkin önemli bulgular elde edilmiştir.

Çalışmada, aşılamanın modellere dahil edilememesinde, gözlem sayısı rol oynamıştır. Gelecek çalışmalarda gözlem sayısının da artması sonrasında aşılama oranlarının da modellere dahil edilmesi ve yine gözlem sayısının artması ile, çeşitli doğrusal olmayan modellerin de kullanılması önem taşıyacaktır.

Referanslar

- Abuzayed, B., Bouri, E., Al-Fayoumi, N., Jalkh, N. (2021). Systemic risk spillover across global and country stock markets during the COVID-19 pandemic. *Economic Analysis and Policy*, 71, 180-197.
- Akhtaruzzaman, M., Boubaker, S., Sensoy, A. (2021). Financial contagion during COVID-19 crisis. *Finance Research Letters*, 38, 101604.
- AlAli, M. S. (2020). Risk velocity and financial markets performance: Measuring the early effect of COVID-19 pandemic on major stock markets performance. *International Journal of Economic and Financial Research*. 6(4), 76-81.
- Albulescu, C. T. (2021). COVID-19 and the United States financial markets volatility. *Finance Research Letters*, 38, 101699.
- Ali, M., Alam, N., Rizvi, S. A. R. (2020). Coronavirus (COVID-19)—An epidemic or pandemic for financial markets. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 27, 100341.
- Alzyadat, J. A., Asfoura, E. (2021). The effect of COVID-19 pandemic on stock market: An empirical study in Saudi Arabia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 913-921.
- Al-Awadhi, A. M., Alsaifi, K., Al-Awadhi, A., Alhammedi, S. (2020). Death and contagious infectious diseases: Impact of the COVID-19 virus on stock market returns. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 27, 100326.
- Bildirici, M., Ersin, Ö.Ö. (2009). Improving forecasts of GARCH family models with the artificial neural networks: An application to the daily returns in Istanbul stock exchange. *Expert Systems with Applications*, 36(4), 7355-7362.
- Bildirici M. E., Ersin Ö.Ö. (2014). Modeling markov switching ARMA-GARCH neural networks models and an application to forecasting stock returns. *The Scientific World Journal*, 1-21.
- Bollerslev, T. (1986). Generalized autoregressive conditional heteroskedasticity. *Journal of Econometrics*, 31, 307-327.
- Engle, R.F., Ng., V.K. (1993). Measuring and testing the impact of news on volatility. *Journal of Finance*, 48, 1749-1778
- Engle, R. (1982). Autoregressive conditional heteroscedasticity with estimates of the variance of United Kingdom inflation. *Econometrica*, 50(4), 987-1007.
- Fakhfekh, M., Jeribi, A., Ben Salem, M. (2021). Volatility dynamics of the Tunisian stock market before and during the COVID-19 outbreak: Evidence from the GARCH family models. *International Journal of Finance & Economics*, 1-14. <https://doi.org/10.1002/ijfe.2499>

- Geweke, J. (1986). Modelling the persistence of conditional variances: A comment. *Econometric Reviews*, 5, 57-61.
- Gherghina, Ş. C., Armeanu, D. Ş., Joldeş, C. C. (2020). Stock market reactions to Covid-19 pandemic outbreak: Quantitative evidence from ARDL bounds tests and granger causality analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(18), 6729.
- Glosten, L. R., Jagannathan, R., Runkle, D. E. (1993). On the relation between the expected value and the volatility of the nominal excess return on stocks. *Journal of Finance*, 48, 1779-1801
- Gülhan, Ü. (2020). Covid-19 pandemisine BIST 100 reaksiyonu: Ekonometrik bir analiz. *Electronic Turkish Studies*, 15(4), 497-509.
- Higgins, M. L., Bera, A. K. (1992). A class of nonlinear ARCH models. *International Economic Review*, 33, 137-158
- Kartal, M. T., Depren, Ö., ve Depren, S. K. (2020). The determinants of main stock exchange index changes in emerging countries: Evidence from Turkey in COVID-19 pandemic age. *Quantitative Finance and Economics*, 4(4), 526-541.
- Kayral, İ. E., Tandoğan, N. Ş. (2020). BİST100, döviz kurları ve altının getiri ve volatilitesinde COVID-19 etkisi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19, 687-701.
- Klaassen F. (2002). Improving GARCH volatility forecasts with regime-switching GARCH. *Empirical Economics*, 27, 363-394.
- Kramer, W. (2006). *Long memory with Markov-switching GARCH*. Working papers 6, Business and Social Statistics Department, University Dortmund.
- Nelson, D. (1992). Filtering and forecasting with misspecified ARCH models I: Getting the right variance with the wrong model. *Journal of Econometrics*, 52, 61-90.
- Nelson, D. (1991). Conditional heteroskedasticity in asset returns: A new approach. *Econometrica*, 59(2), 347-370
- Onali, E. (2020). Covid-19 and stock market volatility. *SSRN Electron Journal*, 37, 1-10.
- Rabemananjara, R., Zakoian, J. (1993). Threshold Arch models and asymmetries in volatility. *Journal of Applied Econometrics*, 8(1), 31-49.
- Ruiz, E., Mario, A., Koutronas, E. ve Lee, M. (2020). Staggression: The economic and financial impact of COVID-19 pandemic. *Contemporary Economics* 15(1), 19-33.
- Sharif, A., Aloui, C., Yarovaya, L. (2020). COVID-19 Pandemic, oil prices, stock market, geopolitical risk and policy uncertainty nexus in the US economy: Fresh evidence from the wavelet-based approach. *International Review of Financial Analysis*, 70, 1-9.
- Singh, B., Dhall, R., Narang, S., Rawat, S. (2020). The outbreak of COVID-19 and stock market responses: An event study and panel data analysis for G-20 countries. *Global Business Review*, 1-26.
- Telçeken, N., Topçu, M., Kadioğlu, E. (2019). Volatilite endeksleri: Gelişimi, türleri, uygulamaları ve trvix önerisi. *Ekonomi, Politika & Finans Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 204-228.
- Topcu, M., Gulal, O. S. (2020). The impact of COVID-19 on emerging stock markets. *Finance Research Letters*, 36, 101691.
- Zakoian, J. M. (1994). Threshold heteroskedastic models. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 18(5), 931-955.

- Zhang, D., Hu, M., Ji, Q. (2020). Financial markets under the global pandemic of COVID-19. *Financial Research Letters*, 30, 1-6.
- Zhang, W., Hamori, S. (2021). Crude oil market and stock markets during the COVID-19 pandemic: Evidence from the US, Japan, and Germany, *International Review of Financial Analysis*, 74, 1-13.
- World Health Organization. (2021). COVID-2019 situation reports. Erişim adresi <https://www.who.int/publications/m/item/weekly-epidemiological-update-on-covid-19--18-may-2021>.

**PANDEMİ VE DÜNYA EKONOMİSİNDE YENİ ARAYIŞLAR
ÇERÇEVESİNDE BÖLGESEL KAPSAMLI EKONOMİK
ORTAKLIK ANLAŞMASI VE AVRUPA BİRLİĞİ-ÇİN
KAPSAMLI YATIRIM ANLAŞMASI: BİR EKONOMİ-
POLİTİK TAHLİL**

**REGIONAL COMPREHENSIVE ECONOMIC PARTNERSHIP AGREEMENT
AND THE EUROPEAN UNION-CHINA COMPREHENSIVE AGREEMENT
ON INVESTMENT WITHIN THE FRAMEWORK OF NEW SEARCHES IN
PANDEMIC AND THE WORLD ECONOMY: AN ECONOMY-POLITICAL
ANALYSIS**

İsmail Hakkı İŞCAN⁽¹⁾, Fatma UZUNSES⁽²⁾

Öz: Asya-Pasifik bölgesinden Çin dâhil on ASEAN ülkesi ve bölge dışı beş ülke arasında dünyanın en büyük serbest ticaret anlaşması olarak görülen Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması 15 Kasım 2020'de imzalanmıştır. Diğer taraftan Avrupa Birliği (AB) ve Çin, uluslararası ticarete çok önemli iki ülkedir. Çin ve Avrupa günde ortalama 1 milyar Euro'nun üzerinde ticaret yapmaktadırlar. 30 Aralık 2020'de imzalanan AB-Çin Kapsamlı Yatırım Anlaşması taraflara, pazarlarını birbirlerine açma fırsatı tanımakta ve anlaşma ile Çin tarafı AB'ye oldukça geniş tavizler vermektedir. Sonuç olarak Çin ile diğer Asya ülkeleri ve AB arasında gerçekleşen anlaşmalar, pandemi dönemindeki belirsizliğin ekonomik maliyetini azaltma yönüyle önem arz etmektedir. Ayrıca anlaşmalar ile Çin'in Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'ne alternatif ticari ortaklık temini, AB'nin ise büyüyen Asya pazarında ABD'ye yönelik alternatif ticari alan yaratma amaçlarının olduğunu söylemek mümkündür. Çalışmada elde edilen bulgulardan bir diğeri de bu süreçte ABD'nin yeni yönetiminin dünya ticaretindeki olası daralmaya ve Çin ve/veya AB rekabetine karşı alacağı tavrının da piyasalar açısından önemli olduğu bir beklenti yarattığı yönündedir.

Anahtar Kelimeler: RCEP, CAI, Çin, Avrupa Birliği, Pandemi

Abstract: The Regional Comprehensive Economic Partnership Agreement (RCEP), which is seen as the world's largest free trade agreement among ten ASEAN countries from the Asia-Pacific region and five non-regional countries, was signed on November 15, 2020. On the other hand, the European Union (EU) and China are the two most important countries in international trade. China and Europe trade on average over 1 billion Euros per day. The EU-China Comprehensive Agreement on Investment (CAI), signed on December 30, 2020, has provided the parties with the opportunity to open their markets to each other, and the Chinese side has granted quite extensive concessions to the EU. As a result of the pandemic period, China's joint ventures with Asian countries and the EU are important for both parties in terms of reducing the economic cost of uncertainty. It is possible to say that with the agreements, China aims to provide alternative commercial partnerships to the United States of America (USA), and the EU aims to create an alternative commercial space vis a vis the USA in the growing Asian market. Also the new administration of the USA will take a stand against the possible contraction in world trade and the competition from China and / or the EU.

Keywords: RCEP, CAI, China, EU, Pandemic

JEL: F13, F15, F53

⁽¹⁾ Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisadî ve İdarî Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, ismailhakkı.iscan@bilecik.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2786-4928

⁽²⁾ Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Osmaneli Meslek Yüksekokulu, Dış Ticaret Bölümü; fatma.uzunes@bilecik.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3429-3350

1. Giriş

Pandemi döneminde gerçekleşen belirsizliklerin ekonomik alanda da kendini gösterdiği 2020 yılında dünya ekonomisinde meydana gelen daralmanın pandemi sonrası dönemde nasıl bir toparlanma izleyeceği endişe ve merak konusudur. Öyle ki IMF, Çin hariç gelişmekte olan ülkelerdeki kişi başına gelirin, 2020-2022 yılları arasında salgın öncesi dönemden (2019 yılı) %20 daha düşük olacağını öngörmektedir. Gelişmiş ülkelerde ise bu kaybın %11 gibi daha düşük düzeyde gerçekleşeceği beklenmektedir. Bu, pandemi başladığından beri 95 milyona yakın insanın aşırı yoksulluk eşiğinin altına düşmesi, 80 milyondan fazla insanın ise yetersiz beslenmesi anlamına gelmektedir (IMF, 2021a).

Son on yıl içerisinde Asya-Pasifik bölgesinde atılan adımlarla gerçekleştirilen anlaşmaların, bölgede ticaret yönetimini yeniden şekillendirmede ve bölge bazlı serbest ticaret alanını açık ve kapsayıcı bir şekilde harekete geçirmede etkili olacağı tahmin edilmektedir. Ancak çok uzun olmasa da başlangıcından bu yana Asya ekonomik entegrasyonunun yönleri çarpıcı bir biçimde değişikliğe uğramıştır. Bunda Trump yönetiminin uluslararası ekonomide takındığı tavır ile beklenmedik bir şekilde gelişen Covid-19 küresel salgını nedeniyle oluşan pandemi şartları etkili olmuştur.

Bu yeni şartlarla bölgede oluşan ittifaklar daha çok Doğu Asya bölge ülkelerinin karşılıklı bağımlılığına odaklanan bir biçim almıştır. Diğer taraftan gelişmeler sektörel çıkarların desteklenmesini ve Çin rekabeti korkusunu birleştirerek ABD ile birlikte Hindistan'ı bu vizyondan uzaklaşmaya yöneltirken Avrupa için son derece avantajlı bir ortam oluşturmuştur.

Bu çalışmanın amaçlarından birisi, pandemi dönemindeki uluslararası ekonomik gelişmeler dikkate alınarak Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması (The Regional Comprehensive Economic Partnership-RCEP) ve AB-Çin Kapsamlı Yatırım Anlaşması (Comprehensive Agreement on Investment-CAI)'nın sağlık alanındaki belirsizliklerin devam etmesi durumunda dünya ekonomisindeki muhtemel daralmaya yönelik olumsuz senaryolarla ne kadar ilgili olduğunu ortaya koymaktır. Bir diğeri, genelde Asya'nın özelde Çin'in Dünya ticaretinde artan rolü göz önünde tutularak yakın dönemde uluslararası ekonomik ilişkilerdeki belirleyiciliğini anlamaya çalışmaktır. Nihayet halen dünya üretiminde ve ticaretinde lider ülke konumundaki ABD'nin yeni yönetiminin dış ticaret politikaları üzerindeki belirleyiciliğini de dikkate alarak bu iki anlaşma kapsamında tavrının ne olacağına yönelik ekonomi-politik öngörülerde bulunmaktadır.

Çalışmada amaca uygun literatür ile konu hakkında AB ve çeşitli uluslararası finans ve ticaret örgütlerinin istatistiklerine ve raporlarına yönelik tarama yöntemi kullanılmıştır. Bu doğrultuda çalışmada izleyen bölümde RCEP'in kapsamı, anlaşmanın imza aşamasına gelinceye kadar gerçekleşen gelişmeler ve anlaşmanın üye ülkeler ve dünya ekonomisi için ifade ettiği anlam üzerinde durulmuştur. Söz konusu anlaşma ile ilgili gelecek beklentilerinin yer aldığı üçüncü bölümde ise anlaşmanın Asya Bölgesi ve Batılı ülke ekonomileri için potansiyel etkileri ele alınmıştır. Aynı doğrultuda dördüncü bölümde CAI'nın kapsamı, AB ve Çin açısından ticari ve siyasi anlam ve değeri, beşinci bölümde beklentiler başlığı altında da anlaşma ile ilgili tarafların gelecekte elde edebilecekleri muhtemel siyasi ve ekonomik kazanımlar ile karşılaçıkları riskler incelenmiştir. Sonuç bölümünde her

iki anlaşma ile ilgili elde edilen bulgu ve bilgiler, çalışmanın amacı doğrultusunda değerlendirilmiştir.

2. Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması'nın Kapsamı

On beş ülkeyi kapsayan bir serbest ticaret anlaşması (STA) olan RCEP, 2019 yılı verileri ile küresel gayri safi yurt içi hâsıla (GSYİH)'nin %30'unu oluşturmaktadır (UNCTAD, 2020: 1), dünya nüfusunun ise yaklaşık üçte birini temsil etmektedir. Yüksek, orta ve düşük gelirli ülkelerin bir karışımını içeren ticaret anlaşması Bali'deki 2011 ASEAN (Association of Southeast Asian Nations) Zirvesi'nde tasarlanırken (Ho, 2020), müzakereleri resmen Kamboçya'daki 2012 ASEAN Zirvesi sırasında başlatılmıştır. Anlaşma, onu Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği (ASEAN) üyesi (Brunei, Kamboçya, Endonezya, Laos, Malezya, Myanmar, Filipinler, Singapur, Tayland ve Vietnam) beşi ise diğer ülkelerden (Çin, Japonya, Güney Kore, Avustralya ve Yeni Zelanda) olmak üzere 15 ülkenin katılımıyla 15 Kasım 2020 tarihinde imzalanmış (CNA, 2020; Aljazeera, 2020; Wong, 2020) ve 30 Aralık 2018'de yürürlüğe giren TPP-11 olarak da bilinen Kapsamlı ve Aşamalı Trans-Pasifik Ortaklığı Anlaşması (Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership - CPTPP) ile birlikte bir başka büyük STA olarak ortaya çıkmıştır. Anlaşmanın yürürlüğe girmesi için en az altı ASEAN ülkesi ve üç ASEAN dışı ülke tarafından onaylanması gerekmektedir. Şu ana kadar anlaşmayı onaylayan ASEAN üyesi ülkelerden Brunei, Kamboçya, Laos, Singapur, Tayland ve Vietnam, ASEAN dışı diğer ülkelerden de Çin ve Japonya'dır. Son olarak Avustralya ve Yeni Zelanda'nın da anlaşmayı imzalamasıyla anlaşmanın 1 Ocak 2022'den itibaren yürürlüğe girmesi kesinleşmiştir (Lee, 2021).

CPTPP, başlangıçta Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Başkanı Barack Obama'nın "Asya'ya dönüş" stratejisinin önemli bir bileşeni olan Trans-Pasifik Ortaklığı (TPP - Trans-Pacific Partnership) olarak doğmuş ve ABD'yi dışlayan RCEP'e karşı güçlü bir alternatif olarak görülmüştür (Ho, 2020; Vurdu, 2021). Zira TPP, ABD açısından Asya merkezli ticari ve jeopolitik çıkarların sürdürülebilmesi için stratejik bir değere sahiptir. Anlaşmaya dahil ülke ekonomileri, 2012 yılı rakamları ile küresel ekonominin %40'ını oluşturmaktadır (Hufbauer, 2013: 11; Vurdu, 2021). Ayrıca anlaşma ülke sayısı ve ticaret akışı açısından da ABD'nin tamamladığı en büyük anlaşma özelliğindedir. 2015 yılında ABD'nin anlaşmaya dahil ülkelerle olan ticareti yaklaşık 1,5 trilyon doların üstündedir (Vurdu, 2021).

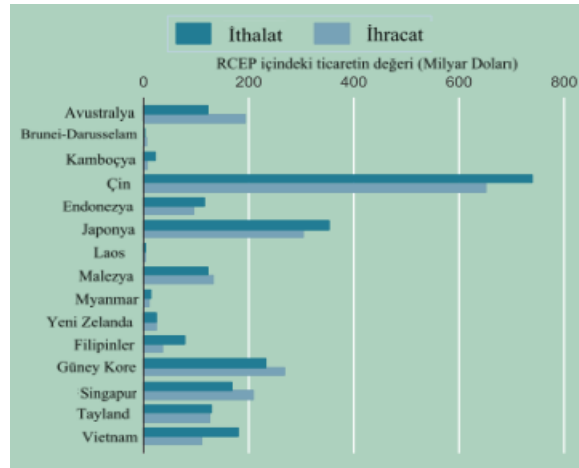
ABD Başkanı Trump'ın Başkan olarak ilk icraatlarından birisi anlaşmadan çekilmek olmuştur. Sonrasında TPP'den evrilen CPTPP, 2018 yılında yedisi RCEP'de olan 11 ülke (RCEP üyesi CPTPP üyeleri; Avustralya, Brunei, Japonya, Malezya, Yeni Zelanda, Singapur ve Vietnam, diğer CPTPP üyeleri ise Kanada, Şili, Meksika ve Peru) arasında kurulmuştur. CPTPP, tarifelerin daha fazla kaldırılmasını ve RCEP'in aksine, çalışma ve çevre standartlarına ilişkin önemli ve kapsayıcı hükümleri içermektedir (Ho, 2020).

RCEP, Asya'daki en büyük dört ekonomiden üçü olan Çin, Japonya ve Güney Kore ekonomileri arasındaki ilk serbest ticaret anlaşması ve Çin'i de içeren ilk çok taraflı serbest ticaret anlaşmasıdır (Zhou, 2020). Hem CPTPP hem de RCEP, Pasifik Okyanusu'nu kapsayan çok daha büyük bir serbest ticaret vizyonunun yapı taşları olarak görülebilir. 15 üyeli RCEP, Asya'daki en büyük ekonomik güce sahip üç ülke yanında Laos ve Kamboçya gibi daha az gelişmiş ekonomileri de içerir. Bu yapısı ile RCEP, bünyesindeki zengin ülkeler arasındaki ticaret yoğunlaşmasına ilişkin endişeleri hafifletirken yeni ticaret alanlarında uygun politikaları da teşvik edecektir.

Öyle ki, Petri ve Plummer'in yaptıkları gelecek simülasyonlarında 2030 yılında hem CPTPP ve hem de RCEP'in küresel geliri toplam 333 milyar dolar arttıracığı tahmininde bulunmaktadır. (Petri ve Plummer; 2020a: 4,13; Petri ve Plummer; 2020b).

Hindistan, yerel endüstrisine ilişkin endişeler ve başta Çin olmak üzere üye ülkelerle olan ticaret açıklarını artırma potansiyeli nedeniyle müzakere sürecinde Kasım 2019'da Anlaşmayı imzalamayı reddetmiştir. Ancak Hindistan Şubat 2020'de Bali'de gerçekleşen gayri resmi toplantılara katılarak Anlaşmadan tamamen kopmadığını göstermiş, RCEP üye ülkelerinin ürün menşei kurallarının aşılmasına karşı yeterli korumanın, ticaret uygulamalarında yeterli şeffaflığın sağlanması durumunda ve tarife dışı engeller kaldırıldığı takdirde katılımı için açık kapı bıraktığını deklare etmiştir (Tani, 2020). Hindistan'ın kararı, pazar büyüklüğü göz önüne alındığında Anlaşmaya yönelik ağır bir darbe olmasına rağmen, diğer 15 ülke müzakerelere devam etmeyi kabul etmiş ve Hindistan'ın yeniden katılması için kapının açık kalacağını açıklamışlardır (Zhou, 2020). Japonya, kısmen Çin'in bölgedeki etkisinin daha da büyük olacağı endişesi nedeniyle Hindistan'ın müzakerelerde ve Anlaşma içerisinde kalmasından yana bir politika izlemektedir (Kyodo, 2020).

CPTPP'de olduğu gibi RCEP'te henüz tüm konuların ele alındığı tam bir anlaşma metni olmamakla birlikte 20 konu başlığı yayınlanmış ve içerikleri geniş ölçüde anlaşılmıştır (ATC, 2017). Buna göre üyeler arasında mevcut serbest ticaret anlaşmaları üzerine inşa edilen RCEP Anlaşması, Asya-Pasifik genelinde ekonomik bağları genişletecek ve derinleştirecek, mal ve hizmet ticaretini ve yabancı yatırım akışını kolaylaştıracak ve e-ticaret ve fikri mülkiyet hakları gibi alanlarda korumaları artıracaktır (Ng, 2020). Bu çerçevede RCEP, anlamlı kapsam ve etkileri olan büyük bir anlaşma olacaktır. Belirgin bir şekilde, bölgesel tedarik zincirlerine katılan üreticilere elverişli menşei kuralları sunacak, pazara erişim hükümleri ile düzenleyici politikalar için ortak referans koşulları belirleyecek ve en çok tercih edilen ülke muamelesini yeni sektörlere genişletecektir (Petri ve Plummer, 2020a: 6-9).

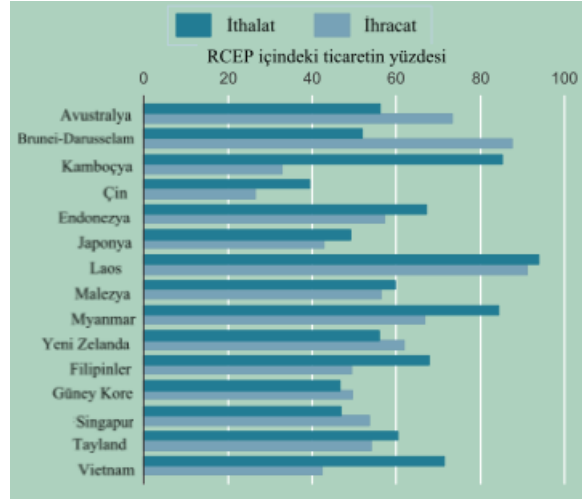


Kaynak: UNCTAD, 2020:1

Şekil 1. RCEP İçi Ticaret (2019-Milyar Dolar)

Birkaç az gelişmiş ülkenin var olmasının yanında RCEP ekonomileri 2019 yılı küresel GSYİH'nın yaklaşık %30'unu temsil etmektedir. Çok daha önemlisi Çin tüm RCEP üye ülkelerinin GSYİH'nın %48'ini Japonya ise %19'unu oluşturmaktadır (UNCTAD, 2020: 1). Dünya Ticaret Örgütü'ne göre 2019 yılında dünya ticaret hacmi 19.051 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir (WTO, 2020: 10). Aynı yıl RCEP üyeleri arasındaki ticaret hacmi ise 2,5 trilyon dolardır. Bu miktar küresel ticaretin yaklaşık %13'üne karşılık gelmektedir. Şekil-1'de de gösterildiği gibi çoğu diğer RCEP üyeleriyle olan mal ticaretinin yaklaşık 750 milyar dolarlık ithalat ve 650 milyar dolarlık ihracat Çin ile ilgilidir. Japonya ise yaklaşık 380 milyar dolar ithalat ve 360 milyar dolar ihracatla ikinci sıradadır (UNCTAD, 2020: 1).

RCEP Anlaşmasının bölge bazlı en önemli özelliği, Doğu Asya'daki birden fazla ve çakışan STA'lar arasında, kuralları uyumlu hale getirme ve ticari işlemleri kolaylaştırma potansiyeline sahip olmasıdır. Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Müzakerelerine Yönelik Yol Gösterici İlkeler ve Hedefler başlıklı belgenin (ASEAN, 2021:1) 2. maddesi, RCEP'in katılımcı ülkelerin ticari koşullarını tanıırken, mevcut STA'lar üzerinde önemli iyileştirmelerle daha geniş ve derin bir etkileşime sahip olacağı vurgulanmaktadır. Aynı belgenin 4. maddesinde ise anlaşmanın katılımcı ülkelerin farklı gelişmişlik düzeylerini göz önünde bulundurarak, mevcut STA'lar ile tutarlı olarak, özel ve farklı muameleye ilişkin hükümler de dâhil olmak üzere uygun esneklik biçimlerini ve ayrıca en az gelişmiş ASEAN Üye Devletleri için ek esneklikleri içereceği ifade edilmektedir. Örneğin Japonya'nın RCEP üyelerinin çoğu ile STA'ları vardır. Ticaret ortaklığının çok taraflı yönü, bireysel ticaret anlaşmalarının farklı kural ve düzenlemelerini uyumlu hale getirebilecek potansiyelidir. Anlaşmanın yürürlüğe girmesinden sonraki 20 yıl içerisinde, taraflar arasındaki ithalat tarifelerinin % 90'ını kaldırması ve bölge içindeki mal ve hizmetler için pazara erişimi iyileştirmesi öngörülmektedir (Ho, 2020).



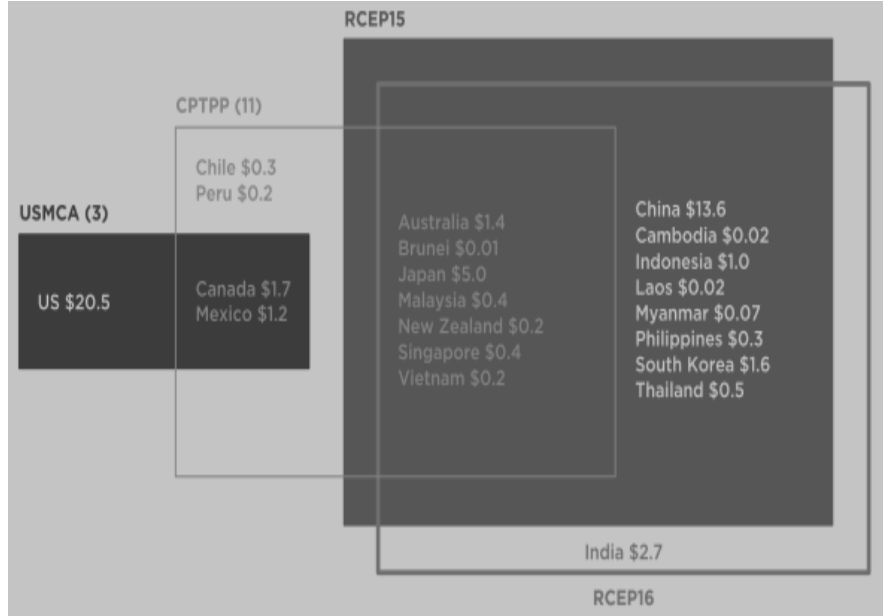
Kaynak: UNCTAD, 2020:2

Şekil 2. Üye Ülkelerin Toplam Ticaretinde RCEP İçi Ticaretin Payı (2019-%)

Şekil-2’de üye ülkelerin toplam dış ticaretlerinde RCEP içi ticaretin payına bakıldığında entegrasyona dahil ülke ekonomilerinin ticari açıdan zaten birbirleriyle bütünleşik oldukları görülebilir. Genel olarak, RCEP üyelerinin toplam ticaretinde RCEP içi ticaretin payı %40 civarındadır. Değer açısından daha az katkıda bulunsa da, daha küçük üye ülkelerin ticareti nispeten daha fazla RCEP’e bağımlıdır. Örneğin Brunei, Myanmar ve Lao, dış ticaretlerinin %70’inden fazlasını diğer RCEP üyeleriyle yapmaktadırlar. Buna karşılık, Çin’in RCEP ülkeleriyle ticareti çok daha mütevazıdır. Çin ihracatında RCEP üyesi ülkelerin payı %25 iken ithalatında üye ülkelerin payı %40’tır.

Peterson Enstitüsü için yapılan bir çalışmada hesaplanabilir bir genel denge modeli kullanılarak elde edilen analizde CPTPP ve RCEP’in 2030 yılında küresel milli gelirleri sırasıyla yıllık 147 milyar dolar ve 186 milyar dolar artıracığı ortaya konmaktadır. Çalışmada bu etkiler, pandemi öncesi ve ABD - Çin ticaret savaşı bağlamında simüle edilmekte ve bu etkilerin pandemi ile birlikte daha da olası görüldüğü de ifade edilmektedir. Çalışma ile ABD-Çin ticaret savaşının 2030 yılına kadar yıllık 301 milyar dolara yükselen küresel kayıplara neden olacağı hesaplanırken CPTPP ile RCEP anlaşmalarının, ticaret savaşının küresel etkilerini sadece ABD ve Çin için değil küresel olarak dengeleyeceğini, ticaret savaşının RCEP’i daha değerli kıldığını, üyeleri arasındaki ticareti 428 milyar dolar arttırırken üye olmayanlar arasındaki ticareti 48 milyar dolar azaltacağı hesaplanmaktadır. Dolayısıyla ABD-Çin arasındaki bir ticaret savaşı olasılığı, RCEP Anlaşmasının sonuçlandırılması için istek ve teşvikleri arttırmaktadır (Petri ve Plummer, 2020a: 4). Şu halde RCEP Anlaşması, Doğu Asya ticaret maliyetlerini düşürerek Doğu Asya ve ABD ekonomilerinin ayrışmasını hızlandıracaktır. Anlaşma dolayısıyla yaşanan değişimler, bölgesel bağları 1990’lardaki kurumsal düzenlemelere yaklaştırırken Çin, Japonya ve Güney Kore arasında daha fazla işbirliğini teşvik etmekte ve Anlaşmaya taraf olan ülkelere büyük ekonomik ve siyasi faydalar sağlamaktadır. Ancak Anlaşma dışı kalan ABD ve Hindistan için de aynı grupta kayıplar getirmektedir.

Doğu Asya’da her biri farklı seviyelerde ve her üçünün de ABD’yi ve hem de Hindistan’ı dışlayan üç büyük STA (CPTPP, RCEP ve CAI) ile Çin ve Japonya ticaret, yatırım ve altyapı için bu bölgede kural koyma sürecine hakim olmak amacıyla bölgedeki belli başlı ülkelerle bağlarını geliştirmek için aktif bir şekilde çaba sarf etmektedirler. Bu nedenle bu ülkeler aynı zamanda RCEP’i sonuçlandırmak için de ellerinden gelenin en iyisini yapmaktadırlar. Bu da Çin ve Japonya’yı bölgeye hakim olma ve bölgeyi ABD’ye bağımlı olmaktan çıkaracak bir güç elde etme yolunda önemli bir konuma taşımakta iken ABD ve Hindistan için ise büyük siyasi ve ekonomik kayıpları beraberinde getirmektedir.



Kaynak: Petri ve Plummer, 2020a: 3.

Şekil 3. ABD, Asya ve Pasifik Bölgelerini İçeren Bölgesel Ticari Gruplar (2018 GSYİH - Trilyon Dolar)

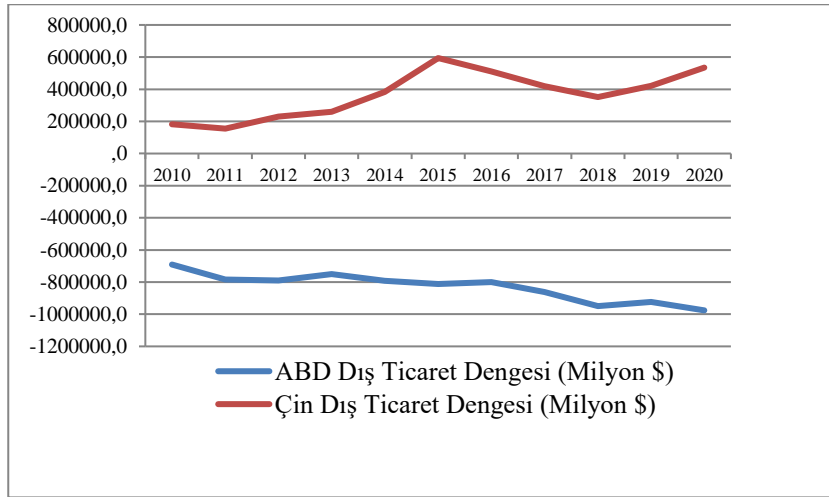
Dünya Bankası verilerine göre 2018 yılı dünya GSYİH'sı 86.251 trilyon dolardır (WB, 2022). Şekil 3'de ABD ve Asya-Pasifik bölge ülkelerinin aynı yıl GSYİH'ları dikkate alınarak oluşan veya oluşması muhtemel ticari grupların ekonomik güçleri gösterilmektedir. Şekilde verilen rakamlar, Hindistan dışı 15 üyeli RCEP üyelerinin toplam üretim hacimlerinin 24,72 trilyon doları, ABD dışı CPTPP üyelerinin toplam üretim hacimlerinin ise 11,01 trilyon doları bulduğunu göstermektedir. Diğer taraftan ABD'nin 20,5 trilyon dolarlık, Hindistan'ın ise 2,7 trilyon dolarlık üretim hacimleriyle bölgesel ve küresel ölçekteki ticarete ne denli katkı sağlayacakları da şekilden anlaşılmaktadır.

Bu verilerle, ABD'yi içine alan bir Trans-Pasifik Ortaklığının, RCEP'e karşı güçlü bir alternatif olacağını ve Hindistan'ı da içine alan bir RCEP'in de Çin'i dengeleyerek bölgede güçlü bir ticari ittifakın oluşmasına katkıda bulunacağını söylemek mümkündür. Doğu Asya, Batı'dan daha dinamiktir. Bölgeden yönünü çeviren bir ABD için bu durum hem ekonomik ve hem de stratejik olarak önemli bir eksen değişikliği anlamına gelecektir.

3. Trans-Pasifik Ortaklığı Özelinde ABD'nin Uzak Doğu Ticaret Politikası

1980'lerin ikinci yarısında doğrudan yabancı yatırımlarda eşi görülmemiş bir artışla birlikte bilgi ve iletişim teknolojisinde yaşanan gelişmeler, dünya ekonomisinde küreselleşme olarak adlandırılan ve ülkeler arasındaki karşılıklı bağımlılığı arttıran yeni bir aşamayı başlatmıştır (Ostry, 1998: 13). Bu gelişmelerle birlikte küresel ekonomik ve ticari ilişkileri kolaylaştıran ülkeler, uluslararası ticarete pazar gücünü elde etmek için ticaretin önündeki engelleri azaltmaya başlamışlardır.

2008 yılı küresel kriz öncesi 1980-2008 döneminde dünya üretim, tüketim ve ticaretinde, önemli artışlar yaşanmıştır. Milli gelir ve yabancı sermaye yatırımlarında da olumlu gelişmelerin yaşandığı bu dönemde 1982 yılında dünya genelinde 579 milyar dolar olan yabancı sermaye yatırım tutarı 2008 yılında 28 kat düzeyinde artışla 16 trilyonu aşmıştır. Ancak bu dönemde uygulanan neo-liberal politikalar ABD ekonomisinde olumlu sonuçlara yol açmamıştır. Bu dönemde birçok ABD'li şirketin Çin'de üretim tesisi kurma yoluna gitmesi, Çin'in dünyanın yeni üretim ve ticaret merkezi haline dönüşmesini sağlarken ABD'nin dış ticaret tablosunda bozulmalara neden olmuştur. Ancak 2008 küresel kriz sonrası ABD'nin yürüttüğü genişletici parasal politikalar Asya bölgesine kayan üretim ve ticaretin ABD'ye yönelmesinde etkili olmuştur (Şanlı ve Ateş, 2020: 77).



Kaynak: WTO, 2021. (Tablo 58-59 verilerinden elde edilmiştir.)

Şekil 4. ABD ve Çin Dış Ticaret Dengesi 2010-2020 (Milyon dolar)

Şekil 4'de 2010-2020 yılları arasında ABD ve Çin'in ihracat-ithalat farklılığından oluşan dış ticaret bilançosu dengesi gösterilmektedir. Dünya Ticaret Örgütü verilerine bakıldığında bu dönemde Çin'in dış ticaret dengesi hep pozitif, ABD'nin ise sürekli negatif bir pozisyondadır. Aslında verilere göre 1990 yılı ve sonrasında Çin, dış ticarete ABD'ye karşı sürekli fazla veren ülke konumundadır. Bunda Çin'in uyguladığı reform ve yeni ekonomik anlayış etkili olurken yabancı yatırımlardaki artışın da Çin'i üretim ve ticarete avantajlı bir duruma getirdiği söylenebilir.

Çin'in yıllık büyüme oranları, özellikle 1990'ların başından bu yana olağanüstü bir şekilde yüksek bir eğilim sergilerken, ülke yoksulluk düzeylerinde de önemli azalmalar kaydetmiştir. Yabancı sermaye girişleri ile Çin hükümeti, verimli bir şekilde seçici sanayi ve ticaret politikalarını, işgücü maliyeti avantajı yaratan çok büyük bir nüfusla birlikte gerçekleştirmiştir. Bu şekilde Çin, son on yıllarda hızla küresel ekonominin en rekabetçi üretim merkezlerinden biri haline gelmiştir. Rekabet avantajları ve bunu takip eden üretken faaliyetlerdeki başarısı, Çin'i cari işlemler dengesindeki dikkate değer fazlalarla, dünyanın en hızlı yükselen finansal aktörlerinden biri haline getirmiştir. Bu belirgin başarının arkasında, Çin hükümetinin benimsediği ve uyguladığı ihracata dayalı büyüme modeli başrol

oyunamıştır. Çin, on yıllardır hızla büyüyen ekonomisinin büyüklüğünün yanı sıra, ihracat ve ithalat hacmi açısından da önde gelen ülkelerden biri haline gelmiştir. Çin'in son yıllarda dünya ekonomisinde üstlendiği hakim konumu, onun uluslararası ticarete önde gelen bir aktör olarak yükselişiyle doğrudan ilişkilidir (Özçelik, 2018: 96).

1990'lı yıllarla birlikte Çin ekonomisinin ucuz üretim talebine cevap veren üretim anlayışı, büyük oranda yabancı sermayeyi kendisine çekmiş, böylelikle Çin'in küresel ticarettten aldığı pay da artmaya başlamıştır. 1948'den 2021 yılına kadar gerçekleşen ihracat ve ithalat rakamlarının verildiği Tablo1'e bakıldığında, 1983 yılında 1.838 milyar dolar olan dünya ihracat hacminin %11,2'si ABD tarafından karşılanırken Çin'in aynı yıl toplam dünya ihracat hacminden aldığı pay %1,2 gibi çok düşük bir orandır. Dünya ithalat rakamı aynı yıl 1,883 milyar dolar düzeyindedir. 1983 yılı ABD'nin %14,3 olan dünya ithalat hacminden aldığı payın Çin için karşılığı sadece %1,1'dir. Ancak sonraki yıllarda Çin'in dünya ticaret hacminden aldığı pay özellikle ihracatta ABD aleyhine büyümektedir. Nitekim 2021 yılına gelindiğinde yaklaşık 17 trilyon dolar olan toplam dünya ihracat miktarının %8,4'ünü ABD karşılarken Çin, %15,2 gibi önemli bir ihracat potansiyeline sahip konuma gelmiştir. Keza ithalatta da 17,3 trilyon dolarlık toplam dünya ithalat rakamının %13,9'unu ABD, %11,8'ini ise Çin gerçekleştirmektedir (WTO, 2021).

Tablo 1: Dünya Mal İhracat ve İthalatı

	1948	1953	1963	1973	1983	1993	2003	2021	
Dünya Mal İhracatı	Dünya (Milyar \$)	59	84	157	579	1.838	3.688	7.382	17.070
	Yüzdeler Pay (%)								
	ABD	21,6	14,6	14,3	12,2	11,2	12,6	9,8	8,4
	Çin	0,9	1,2	1,3	1,0	1,2	2,5	5,9	15,2
Dünya Mal İthalatı	Dünya (Milyar \$)	62	85	164	594	1.883	3.805	7.599	17.376
	Yüzdeler Pay (%)								
	ABD	13,0	13,9	11,4	12,4	14,3	15,9	17,1	13,9
	Çin	0,6	1,6	0,9	0,9	1,1	2,7	5,4	11,8

Kaynak: WTO, 2021. (Table-A4 ve A5'den elde edilmiştir)

Ticaret savaşlarını birçok kez başlatarak korumacılık yönünde ekonomisine yön vermeye çalışan ABD, Smoot-Hawley Tarife Yasası olarak bilinen ilk ticaret savaşını başlatan yasayı 1930 yılında yürürlüğe koymuş, uluslararası ekonomik iklime hatırı sayılır gerginlikler ekleyerek, Amerikan işletmeler ve çiftçileri korumak adına ithalat vergilerini gündeme getirmiştir. Yasa, ortalama tarife oranlarını %20 oranında arttırarak, izleyen yılda ithalatın %66, ihracatın ise %61 oranında azalmasına neden olmuştur. Bu müdahale sonrası ABD, tarihinde Başkan Donald Trump'un son müdahalesi ile birlikte yedi kez daha dış ticarete ithalata karşı olağan üstü önlemler olarak dış ticarete korumacı eğilimlerini sürdürmüştür (Desjardins, 2018).

II. Dünya Savaşı sonrası uygulanan Bretton Woods sistemi ve beraberinde kurulan finansal kurumlar sayesinde dünya ticaretinde serbestleşme eğilimleri, azaltılan gümrük tarifeleri ile artarak devam etmiştir. Bu bağlamda, Genel Tarifeler ve Ticaret Anlaşması (GATT) ve onun halefi olan Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ), güçlü, zengin ve liberal bir uluslararası toplum yaratmanın yolunu açmıştır. Ayrıca bu dönemin bir diğer özelliği ikili ve bölgesel ticari ilişkilerin kurulmasında ve geliştirilmesinde önemli ilerlemelerin kaydedilmesidir. Buna göre serbest ticaret anlaşmaları gibi ikili ve bölgesel ticaret anlaşmaları, üye ülkeler arasındaki tarifeleri, kota ve tarife dışı engelleri ortadan kaldırmış ve böylece üye ülkelerin ticari avantajlar elde edebilmesine ve ekonomik çıkarlarını koruyabilmesine imkan sağlamıştır. 1990'lı yıllarla birlikte genelde Asya ülkelerinin ve özelde de Çin'in dünya üretim ve ticaretindeki yükselişi, ABD'nin uluslararası ticarete rekabet gücünü kaybetmesine neden olmaya başlamıştır. Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği (ASEAN) ve Çin tarafından gerçekleştirilen önemli sayıda serbest ticaret anlaşması, ABD'yi küresel ticaret kurallarını yeniden tanımlayabilecek ve yapacağı anlaşmalarla uluslararası ticaret alanındaki rekabetçi konumunu güçlendirecek yeni alanlar oluşturmaya yöneltmiştir.

TPP müzakereleri, Brunei, Şili, Yeni Zelanda ve Singapur'dan oluşan küçük bir Pasifik Kıyısı ülkeler grubu arasında 2005 yılında imzalanan ticaret anlaşmasına dayanmaktadır. ABD 2008 yılında müzakerelere katılma niyetini açıklamış ve eski Başkan George W. Bush Avustralya, Vietnam ve Peru'nun katılımına da öncülük ederek konu hakkındaki görüşmeleri, 2008 yılının Mart ayında, kendi görev süresinin sonuna doğru abartısız bir şekilde başlatmıştır. Görüşmeler ilerledikçe müzakereler, Kanada, Japonya, Malezya ve Meksika'yı da kapsayacak şekilde genişlemiş; grup toplamda 12 ülkelik bir ortaklık haline gelmiştir (Vurdu, 2021). 2012 yılı rakamları ile TPP-12, dünya GSYİH'sının neredeyse %40'ını ve küresel ihracatın %25'ini temsil etmektedir (Hufbauer, 2013: 11).

Bununla birlikte Anlaşmanın vücut bulmasında asıl aktör, Kasım 2009'da ABD'yi "*geniş tabanlı üyeliğe ve 21. yüzyıl ticaretine layık yüksek standartlara sahip olacak bir bölgesel anlaşma*" yaratmak üzere Asya-Pasifik ülkeleriyle birlikte çalışmaya kendini adayan Başkan Barack Obama'dır. TPP, Asya'daki ABD siyasi-ekonomik ayak izini güçlendirmek ve Çin dolayısıyla siyasi veya ekonomik olarak dezavantajlı olmaktan kurtulmak için Obama'nın seçtiği politikanın bir ürünüdür. Başkan Obama'yı bu konuda harekete geçiren temel husus, Çin'in dünya üretiminde geldiği nokta ve hızlı ekonomik büyümesi, yüksek ölçüdeki döviz birikimi, ABD imalat şirketlerine ve ABD'nin dünya ticaret ve finans sistemlerindeki liderliğine meydan okumasıdır (Hufbauer, 2013: 2-3).

Katılımcı ülkeler Ekim 2015'te anlaşmaya varmış 2016 yılında ise anlaşmayı imzalamışlardır. Ancak 2016 yılı başkanlık kampanyası sırasında hem Cumhuriyetçi hem de Demokrat adayların hedefi haline gelen anlaşma ABD Kongresi tarafından hiçbir zaman onaylanmamıştır. Trump, 2017 yılında görevdeki ilk gününde TPP'den resmen çekildiğini deklare etmiş, Çin ürünlerine yönelik yeni ABD tarifeleri de Temmuz 2018'den itibaren yürürlüğe girmiştir. Çin'in de karşılık vermesi ile 2018 yılından itibaren başlayan ticaret savaşları ile tarifelerdeki artışlar, enerji, imalat sanayi ve tarım sektörü üzerinden gerçekleştirilmiştir. İmalat sanayiinde ABD 256 milyar dolarlık, Çin 70 milyar dolarlık ürüne ek ithalat vergisi koyarken, tarımda ABD 5 milyar dolar, Çin 20 milyar dolar değerinde ürüne, enerji ithalatına yönelik olarak ise ABD 1 milyar dolar, Çin ise 4 milyar dolar değerinde ürüne ek gümrük tarifesi uygulamaya başlamışlardır. Böylelikle iki ülke arasında tarife artışlarından

etkilenen ticaret toplam ticaretin %54'ünü bulmuştur (Şanlı ve Ateş, 2020: 87). Yapılan tarife artış oranları, tarife artırımı önleminin başladığı 24 Eylül 2018'den 1 Eylül 2019 arası dönemde ABD'nin Çin'den yaptığı ithalatta %2,6'dan %17,5'e, Çin'in ABD'den yaptığı ithalatta ise %6,2'den %16,4'e yükseltilmesi şeklinde gerçekleşmiştir (Bekkers ve Schroeter, 2020: 3).

Ticaret savaşlarının etkileri ile ilgili 2018 yılı her iki ülkenin ihracat ve ithalatındaki yıllık değişime bakıldığında ihracatta ABD ve Çin %4,1 ile aynı oranda, ithalatta ABD %5,2 Çin %6,4 oranında büyüme kaydetmiştir (WTO, 2020: 78). 2019 yılında ABD hem ihracatta ve hem de ithalatta aynı oranda -%05 küçülme yaşamıştır. Aynı yıl Çin ihracatta %2 büyüme gerçekleştirmiş ithalatta ise herhangi bir değişim söz konusu olmamıştır. 2020 yılında ise her iki ülke arasındaki ayrışma Çin lehine gerçekleşmiştir. 2020 yılında ABD ihracatında -%10,3 oranında ithalatında ise -%3,9 oranında daralma meydana gelmiştir. Çin ise aynı yıl %2,4 oranında ihracatında %4,4 ithalatında büyüme kaydetmiştir (WTO, 2021: 54). İki ülke arasındaki mal ticaretinde büyüme rakamları ticaret savaşlarının etkisinin hissedildiği 2019 yılında hem ABD ve hem de Çin tarafında görülmekte ancak 2020 yılı özellikle ABD dış ticaretinde önemli oranda bir daralmanın yaşandığı tespit edilmektedir. Ticarete yaşanan bu gerilim 2020 yılında pandeminin de etkisiyle dünya ekonomisinin %-4 düzeyinde bir kayıp yaşamasına neden olmuştur (WTO, 2021: 54).

2019 yılının sonunda iki ülke, açıklanan tarife artışlarının bir kısmını iptal ederek ve tarifelerde daha önce yapılan bazı artışları geri alarak bir ateşkes üzerinde anlaşmaya varmışlardır. 5 Aralık 2019'da tarife artışlarının kapsamının genişletilmesi düşüncesi ile ortalama tarifeleri %24,4'e çıkaracak karar, ateşkes nedeniyle uygulanmamıştır. Ticari ateşkes, 15 Ocak 2020'de imzalanan Birinci Aşama (Faz 1) Anlaşması, ABD'nin Çin'den yaptığı ithalatta tarifeleri %16'ya indirmektedir (Bekkers ve Schroeter, 2020: 3-4). İmzalanan anlaşma iki ülke arasında başlayan yeni sürecin ilk aşaması olarak değerlendirilmekte, bu aşamada çözülemeyen veya gündeme alınmayan konular ise (henüz gündemi ve tarihi belli olmayan) ikinci aşamada ele alınacağı ifade edilmektedir (Yıldızoğlu, 2020).

ABD'nin yeni Başkanı Joe Biden'ın, ABD'nin Çin ile "aşırı rekabet" içinde olduğu beyanına bağlı olarak Çin ile girişilen ticaret savaşlarına ihtiyatla yaklaşmakta olduğu anlaşılmaktadır. Ancak Biden yönetiminin hala somut bir bölgesel ekonomik veya ticaret politikası ortaya koymadığı da bir gerçektir. Trump yönetiminin Trans-Pasifik Ortaklığından çekildiğinden bu yana ABD, yetersizlik, isteksizlik veya her ikisi nedeniyle uygulanabilir bir alternatif politika üretememiştir (Grossman, 2021). ABD'nin Asya bölgesi ile ilgili en önemli eksikliği, bugüne kadar bölge için yürütülen stratejilerin askeri odaklı olmasıdır. Elbette Obama'nın yeni bir ABD-Asya ticaret anlaşması olan TPP'nin müzakere edilmesine yönelik girişimi, bu durumun bir istisnasıdır (Jackson, 2021). Üstelik Trans-Pasifik Ortaklığı için Kapsamlı ve Aşamalı Anlaşma olarak yeniden adlandırılan halef ticaret anlaşması, ABD'yi hariç tutmakta, ancak birçok Güneydoğu Asya ülkesini kapsamına almaktadır. Çin de Avustralya, Japonya, Yeni Zelanda, Güney Kore ve 10 ASEAN ülkesinin üyesi olduğu ASEAN lideri RCEP'e katılmıştır. Bir blok olarak RCEP 2019 yılında küresel GSYİH'nin yaklaşık üçte birini oluştururken Pekin, Güneydoğu Asya'nın ihtiyaçlarına çok uygun küresel bir yatırım ve altyapı programı olan "Tek Kuşak ve Tek Yol Girişimi" aracılığıyla ekonomik gücünü de güçlendirmektedir. Washington yeni yönetiminin, bu inisiyatife veya daha genel olarak Çin'in Asya

ülkeleri üzerindeki kaçınılmaz ekonomik çekimine karşı koyacak gerçekçi fikirleri henüz ortaya koymuş değildir (Grossman, 2021).

4. Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması'ndan Beklentiler

Doğu Asya'da imzalanan bu içe dönük anlaşmaların aslında başlangıçta bölge ülkelerinin istediği gibi olmadığı vurgulanmalıdır. Çoğu üye, RCEP'te Hindistan ile ve CPTPP'nin öncülü TPP'de ABD ile çalışarak küresel erişimlerini sınırlamak yerine genişletmeyi düşlediler. Doğu Asya'daki tarihsel gerilimler, bu kadar geniş ve küresel ilişkileri bölgedeki birçok ülke için politik olarak çekici hale getirmiştir. Ancak, bu hedefler Hindistan ve ABD'deki milliyetçi liderler tarafından yenilgiye uğratılmış ve her iki girişimin üyeliğini ağırlıklı olarak bölgesel bırakmıştır (Petri ve Plummer, 2020a: 1-4).

Bölgede var olan diğer STA'lara göre (özellikle CPTPP ile karşılaştırıldığında) RCEP, ASEAN odaklı olmakla, üyeleri arasında Kamboçya, Laos ve Myanmar gibi bir dizi en az gelişmiş ülkenin yer almasıyla, hız ve kapsamı itibarıyla daha az iddialı olmasıyla, müzakerelerde uluslararası ticaretle ilgili sorunları tartışacak çalışma gruplarından yoksun olması ve üyelerinin halihazırda ortaklığın ticaret üzerindeki genel etkisini azaltabilecek bir dizi ikili ve alt-bölgesel STA'larda bulunması nedenleriyle eleştirilmektedir (Terada, 2018: 1). Ayrıca Anlaşma bölge içi ticarete giren ürünlerin %80-90'ı üzerindeki tarifeleri kaldırmayı öngörüyor olsa da, geçiş döneminde bu mallar için tarifelerin tamamen kaldırılmayacağı anlaşılmaktadır. Ayrıca, RCEP'in hemen hemen tüm bölümlerinde çeşitli ülkeler için kapsamlı esneklikler bulunmakta olduğu belirtilmekte, sınır ötesi engeller konusunda CPTPP'nin gerisinde kalacağı ve fikri mülkiyet hakları konusunda da çoğu üyenin Dünya Ticaret Örgütü ve diğer uluslararası anlaşmalarla zaten kabul ettiği hükümlere çok az şey katıyor olacağı tahmin edilmektedir. Anlaşmaya yatırımcı-devlet anlaşmazlığının çözümüne ilişkin hükümlerin dahil edileceği beklenmekte, ayrıca Anlaşmanın emek, çevre veya devlete ait işletmelerle ilgili bölümlerinin olmayacağı, elektronik ticaret ile ilgili bir bölüm içerecek olsa da hükümlerinin elektronik aktarımlarda gümrük vergilerini kısıtlamayacağı tahmin edilmektedir (Petri ve Plummer, 2020a: 6). Ancak tüm bu olumsuzluklara rağmen, üye ülkelerin RCEP ile ilgili müzakerelerin sonuçlandırılması için bu denli hızlı hareket etmeleri önemli değerlendirmeleri beraberinde getirmektedir (Terada, 2018: 1).

Bu noktada RCEP'in dünyanın en büyük iki ekonomisi olan Çin ile ABD arasında süregelen ticaret savaşının ortasında, Asya'da dünyanın en büyük ekonomik ticaret alanını kurmak için ekonomik önemde ve stratejik değerinde bir atak olduğunu belirtmek gerekir. Çin ile ABD arasında devam eden uluslararası ticaret anlaşmazlığı RCEP'in yürürlüğe girmesinde önemli bir nedendir. Aslında, uzun süredir durdurulan müzakerelerin hızlandırılması, önceki ABD yönetiminin korumacı politikalarına ilişkin endişeden kaynaklı olduğu söylenebilir (Terada, 2018, 2). ABD'yi içine almayan RCEP'in, Washington ve Pekin arasındaki süregelen ticaret savaşında üyeleri arasındaki ticarete ve yatırımlarda büyük fırsatlar sunacağı üye ülke yetkililerinin verdiği demeçlerle de ifade edilmektedir. Anlaşma imzalandığında, Çin Başbakanı Li Keçiang anlaşmayı çok taraflılığın ve serbest ticaretin bir zaferi olarak ilan etmiş (Wong, 2020), Singapur Başbakanı Lee Hsien Loong da anlaşmayı bölge için önemli bir adım ve serbest ticaret ve ekonomik

karşılıklı bağımlılığa verilen desteğin bir işareti olarak nitelendirmiştir (FT, 2020). Malezya'nın Uluslararası Ticaret ve Sanayi Bakanlığı genel sekreter yardımcısı Datuk Seri Norazman Ayob, Malezya'nın RCEP Anlaşmasını 2021 yılının sonuna kadar onaylamayı planladığını söylerken, Anlaşmanın en önemli yararının geniş pazar erişimi ve tedarik zincirine entegrasyon olduğunu, böylece Malezya şirketlerinin özellikle KOBİ'lerin, ihtiyaç duydukları parça veya hammaddeler ve ihraç etmek istedikleri ürünler için küresel tedarik zincirlerine ulaşmalarını kolaylaştıracağını belirtmektedir (Kamel, 2021). Yine Singapur Ticaret ve Sanayi Bakanı Chan Chun Sing'inin Anlaşma ile ilgili yaptığı değerlendirmede RCEP'in, pandemiden çıkan dünyada Asya ekonomilerinin yeniden inşa edilmesinde ve zorlukların üstesinden gelinmesinde güçlü bir temel sağlayacağını ifade etmiştir (MTI, 2020). Ayrıca ASEAN genel sekreteri Lim Jock Hoi, RCEP'in piyasaları dinamik tutup Covid-19 kriziyle başa çıkan işletmeler için çok ihtiyaç duyulan öngörülebilirlik ve istikrarı sağlayacağını ifade ederken anlaşmanın imzalanmasının ticaretin pandemi sonrası toparlanma çabalarına katkısına olan güveninin bir göstergesi olduğunun altını çizmektedir (Ng, 2020).

RCEP'in on beş üyesinden yedisi CPTPP üyesidir ve böyle ikili üyeliğe sahip ülkeler için CPTPP ve RCEP'in etkisi tamamlayıcı olacaktır. Yani hem RCEP ve hem de CPTPP üyesi olan ülkeler RCEP'in başarısı ile ilgili eleştirilere karşılık vermek ve anlaşma dahilinde daha yüksek standartlar geliştirmek adına birlikte hareket edebilirler. Bu durum elbette RCEP'in başarısı için son derece pozitif bir etki demektir. Diğer taraftan ticaret grubundaki en büyük iki ekonomi olan Çin ve Japonya arasındaki daha yakın bir ilişki, Çin'in ABD ile ABD'nin her iki anlaşmanın dışında kalmasıyla artan geriliminin etkisini hafifletmeye yardımcı olabilir niteliktedir.

Pratik açıdan RCEP'in yürürlüğe girmesi, daha ucuz işgücü ve yüksek teknoloji bilgi birikiminin bir araya gelmesiyle en büyük iki Asya pazarı arasındaki ekonomik bağları daha da güçlendirecektir. Gerçekten de Japonya'nın, önceki ABD Başkanı Trump'ın ticaret politikasıyla başa çıkma çabalarında Çin'e bir yardım teklifini temsil eden RCEP'in daha erken yürürlüğe girmesi için (aslında tuhaf bir şekilde) taviz vermeye hazır hale geldiği gözlemlenebilir. Japonya, Çin'in küresel ve bölgesel ekonomik girişimlerine karşı temkinli ve eleştirel görüşlerini korumuş olsa da, Trump'ın otomotiv sektörü gibi temel ürünlere yönelik artan tarifelerle radikal korumacılık politikasının, Japonya'yı bölgesel bir ekonomik düzen inşa etmek için Çin ile çalışma olasılığını alternatif bir yol olarak değerlendirmeye yönelttiği anlaşılmaktadır (Terada, 2018: 2-3). Bu stratejik ve ekonomik bakış, Başbakan Shinzo Abe'nin Ekim 2018'de Pekin'e yaptığı ziyaretin önünü açarak ilişkileri bu yöne yönlendirmiş ve Çin-Japonya ilişkilerinde rekabetten ziyade yeni bir iş birliği dönemi olasılığının yüksek sesle ilan edilmesini sağlamıştır (Xinhuanet, 2020).

RCEP'in tüm Doğu Asya'daki imalat sektörünün tedarik zinciri ağlarını kapsayacak şekilde kurgulanması, Anlaşmanın ABD'ye yönelik olumsuz etkileri olup olmayacağını önemli bir husus haline getirmektedir. Örneğin Anlaşma dâhilinde derinleştirilen bölge içi ticaret sayesinde Çin dahil tüm bölgeye ihraç edilen imalat bileşenlerine uygulanan tarifeler ortadan kaldırılacak veya büyük ölçüde azaltılmış olacaktır. Böylelikle Çin'in ABD'ye karşı maliyet açısından daha rekabetçi bir ihracat gücü elde etmesi sağlanmış olacaktır. Bu durum ABD ürünlerini, bölge içi ticarete göre uygulanacak yüksek tarifelere bağlı olarak pahalılaştıracağı ve ABD'nin bölgeye yönelik ihracatını olumsuz etkileyeceği için Asya pazarının ABD'ye olan bağımlılığını azaltacaktır (Terada, 2018: 4). Bu şartlar altında RCEP,

Doğu Asya ticaret maliyetlerini düşürerek, Doğu Asya ve ABD ekonomilerinin ayrışmasını hızlandıracaktır. RCEP ile hem ekonomik ve hem de bölgedeki stratejik etkileri açısından kaybedenlerin ise ABD ve Hindistan olacağı muhtemeldir.

Diğer taraftan, RCEP Anlaşmasına taraf olan çoğu ülkenin dış siyasette ve ticarete ABD'nin partneri olması, bu ülkelerin Çin ile daha yakın ekonomik ilişkiler içinde bulunmasını sağlayacağı için Anlaşmanın Çin'e ABD'ye karşı bu ülkeler üzerinde stratejik bir üstünlük sağlayabileceği bir imkan yaratabilir. Bu noktada ABD'nin TPP'ye dönüyor olması durumunda bölgede Japonya'nın ve diğer bölge devletlerinin ekonomik çıkarlarını Çin'e yönlendirmelerinin önüne geçecek, bölgede kural belirleme sürecine ABD'yi de söz sahibi kılabilecektir (Terada, 2018: 4).

Pandemi döneminde oluşan uluslararası politikalar, küresel karşılıklı bağımlılığı tehdit eden ve içe kapalı bir özellik göstermektedir. Bilim ve ekonomi mantığı, çok daha derin bir iş birliğini savunmaktadır. Zira bu, pandeminin sonunu hızlandıracığı gibi olumsuz etkilerini de hafifletecektir (Brown, 2020). Pandeminin neden olduğu aksama, uluslararası ticarete güven sorununu gündeme katmış, ABD ve Çin arasındaki ekonomik bağların zayıflaması sonucunu türeten politikalar da küresel ekonomik daralma beklentisini daha da belirginleştirmiştir. Sonuç olarak Trans-Pasifik ortaklıkta oluşan çatlaklar, pandemi ile mücadelede ve sonrası hızlı bir ekonomik toparlanmada dünyayı tehlikeye atabilir. Zira bölgede Anlaşma düzeyinde ayrışma ve küresel ölçekte gerçekleşen ticari çatışmanın en büyük etkisi, ticaret politikasına ilişkin belirsizliklerden kaynaklanmaktadır. Olası ABD-Çin ticaret savaşı ve pandemiye yönelik milliyetçi tepkiler, küresel ekonomik ilişkileri yeniden şekillendirmekle kalmayarak dünyayı olası ekonomik kayıplarla karşı karşıya bırakacaktır. Bu çalışmada ele alınan ve Peterson Enstitüsü için yapılan araştırmada hesaplanabilir bir genel denge modeli kullanılarak elde edilen analizde ve öngöründe ABD ve Çin arasındaki ticaret savaşı 2030 yılına kadar yıllık 301 milyar dolara yükselen büyük küresel kayıplara neden olmaktadır. Bu doğrultuda yapılan birçok çalışmada da aynı düzeyde olmasa da çeşitli küresel kayıplar hesaplanabilmektedir (Petri ve Plummer, 2020a: 14)

RCEP Anlaşmasının imzalanmasından önceki yakın süreçte yapılan görüşmelerde, Covid-19 pandemisinin ekonomik etkilerinin, anlaşmayı sonuçlandırmak için motive edici bir faktör olduğu vurgulanmıştır. Ağustos 2020'de Bakanlar düzeyinde gerçekleştirilen çevrimiçi görüşmeler sonrasında yayınlanan ortak bildiri de anlaşmanın imzalanmasının ticari güveni artıracığı ve bölgenin açık, kapsayıcı ve kurallara dayalı çok taraflı bir ticaret sistemine desteğini göstereceği belirtilmiştir. Ortak bildiri de Anlaşmanın pandemi sonrası toparlanma çabalarında bölgesel ve küresel ekonominin büyümesine ve istikrarına katkıda bulunmada oynayabileceği rolün önemine vurgu yapılmıştır (Ho, 2020).

Pandeminin tam etkisinin belirsizliği ve bunun bir süre daha devam edeceği ancak pandemi sonrası kalıcı artçı şokların da kaçınılmaz olduğu belirtilebilir. Uluslararası Para Fonu (IMF) raporunda, yükselen ve gelişmekte olan Asya'daki ekonomik büyümenin 2019 yılında %5,4'ten 2020 yılında-%0,9'a ve ABD'de ise bunun neredeyse iki katı oranında %2,2'den %-3,5'e düştüğü ifade edilmektedir (IMF, 2021b: 6).

Şu halde RCEP ile ilgili gelişmelere, amaca dair yapılan açıklamalara ve uygulamalara bakıldığında, başlangıçta Anlaşma ile ilgili bölge ülkelerinin en önemli beklentisinin küresel erişimlerini arttırmak olduğu anlaşılmaktadır. Ancak özellikle Trump'lı ABD yönetiminin “*önce Amerika*” sloganı ile birçok alanda

oluşturduğu milliyetçi yaklaşımın ticarete de yansıdığı ve Çin'e yönelik uygulamaya koyduğu ticari kısıtlamaları dolayısıyla bu girişimin bölgesel kaldığı söylenebilir. Anlaşma ile bölge ülkeleri ABD'ye karşı ülkesel güçlerini birleştirerek bölgesel bir güç gösterisinde bulunmayı ve pandemi sonrası uluslararası ticarete muhtemel bir daralmayı yine bölgesel bir güç olarak aşmayı amaçlamaktadırlar. Bu duruma ek olarak Hindistan'ın sektörel bazda olumsuz etkileneceğine dair argümanları ile son anda Kasım 2019'da RCEP Anlaşmasından çekildiğini beyan etmesi, ABD-Çin ticaret savaşına ve pandemiye karşı bölgedeki milliyetçi tepkilerin küresel ekonomik ilişkileri yeniden şekillendirdiğini göstermesi açısından dikkat çekicidir.

Bu şartlar altından ABD ve/veya Hindistan'ın hızla Anlaşmalara dahil olmasını beklemek veya tam tersine kalıcı olarak uzak durmalarını beklemek için hiçbir sebep de görünmemektedir. Gerek CPTPP ve gerekse RCEP, üye ülkelerle oluşturduğu sinerji ile yollarına devam etmektedir. Zamanla, bölge Anlaşmalarının genişlemesi ve derinleşmesi beklenebilir. RCEP, tipik ASEAN merkezli anlaşmalarda olduğu gibi, işbirliği olgunlaştıkça yeni kurallar ekleyebilir ve bazı RCEP ekonomileri de CPTPP ile birlikte hareket edebilirler. Her iki anlaşma da Asya-Pasifik'te bölgesel ekonomik entegrasyonu derinleştirecek ve Çin'in bölgesel rolünü önemli ölçüde güçlendirecektir.

15 üye ülkeli RCEP, üyelik ve uyumlu standartlarda önemli ölçüde örtüşen, zaman içinde ülkeleri politikaları yükseltmeye ve daha derin ortaklıklar için CPTPP tarzı kurallara geçmeye teşvik edecek olan tarihi bir girişimdir. Bu arada, bu anlaşmaların işlenmesi için akıllıca bir liderliğe ihtiyaç duyulacaktır. Çin, Japonya ve bölgedeki diğer ülkeler arasında yeni bir işbirliği seviyesi, entegre ve pazar odaklı bir bölgesel ekonomi için gerekli olacaktır. Ancak böylece bölge dışı küresel aktörlerle rekabet edilebileceği ve pandemi dolayısıyla gelecekle ilgili oluşan ekonomik belirsizliğin önüne geçilebileceği Anlaşma dahilindeki ülkelerin temel bakış açısını belirlemektedir.

5. Avrupa Birliği-Çin Kapsamlı Yatırım Anlaşması'nın Kapsamı

2010 – 2020 yılları arasında Avrupa Birliği (AB)'den Çin'e gerçekleşen doğrudan yabancı yatırım akışı 140 milyar Euro'nun üzerindedir. Diğer taraftan aynı dönemde Çin'in AB'ye yönelik doğrudan yabancı yatırım miktarı ise neredeyse 120 milyar Euro civarındadır. AB'nin Çin'deki doğrudan yabancı yatırım miktarının, Çin ekonomisinin büyüklüğü ve potansiyeli düşünüldüğünde nispeten mütevazı kaldığı söylenebilir. Ancak küresel rekabet gücü ve AB endüstrisinin gelecekteki büyümesi açısından oldukça önemli olan CAI ile AB yatırımcılarının, hızla büyüyen 1,4 milyarlık bir tüketici pazarına daha iyi erişmeleri sağlanmış olacaktır (EC, 2020a). Tablo-2 ve Tablo-3'de görüldüğü gibi AB ile Çin arasında 2018-2020 yılları arasında gerçekleşen mal ticaretinde AB'nin sürekli açık verdiği, 2017-2019 yılları arasında hizmet ticaret rakamları ise az da olsa AB'nin ticari fazla verdiği görülmektedir.

Tablo 2: AB-Çin Mal Ticareti (Milyar Euro)

Yıl	AB ithalatı	AB ihracatı	Denge
2018	342,6	188	-154,7
2019	363	198,2	-164,7
2020	383,4	202,6	-180,8

Kaynak: (EC, 2021a)

Tablo 3: AB-Çin Hizmet Ticareti (Milyar Euro)

Yıl	AB ithalatı	AB ihracatı	Denge
2017	29,6	41,4	11,8
2018	30,8	47,9	17,1
2019	32,8	52,5	19,7

Kaynak: (EC, 2021a)

Çin ve AB arasındaki dış ticarete yönelik temel bazı özellikleri 2020 yılı işlemlerine bakarak şu şekilde belirlemek mümkündür (EC, 2021b);

- Çin, AB'nin en büyük ithalat kaynağı ve ikinci en büyük ihracat pazarıdır.
- AB'nin Çin'den yaptığı başlıca ithalat kalemleri sanayi ve tüketim malları, makine ve teçhizat, ayakkabı ve giyim üzerinedir.
- AB'nin Çin'e yaptığı başlıca ihracat kalemleri ise makine ve teçhizat, motorlu taşıtlar, uçak ve kimyasallardır.

Çin pazarına erişimde mütekabiliyet eksikliği ve Çin'deki AB yatırımcıları için eşit bir rekabet alanının olmaması, son yıllarda AB-Çin yatırım ilişkileri için büyük zorluklar yaratmış ve her iki taraf arasında kapsamlı bir yatırım anlaşması müzakeresi düşünülmüştür. CAI müzakereleri, AB'nin 2009'da Lizbon Antlaşması'nın yürürlüğe girmesinden önce imzalanan ve süresi dolmuş 25 ikili yatırım anlaşmasının yerini alarak AB-Çin yatırım bağları için tek tip bir yasal çerçeve oluşturmayı amaçlamaktadır.

AB ile Çin arasında Ekim 2013'ten bu yana müzakere edilen CAI, 30 Aralık 2020'de prensipte kabul edilmiştir. Anlaşma, Çin Devlet Başkanı Xi Jinping ile Avrupa Komisyonu Başkanı von der Leyen, Avrupa Konseyi Başkanı Charles Michel ve AB Konseyi Başkanlığı adına Almanya Şansölyesi Angela Merkel ile Fransa Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron arasında yapılan görüşmenin ardından gerçekleştirilmiştir (EC, 2020b). Ancak 2021 yılında Anlaşmanın onay süreci ile ilgili somut herhangi bir adım atılmamıştır.

Doğrudan yabancı yatırımlarla ilgili Çin'in şimdiye kadar üçüncü bir ülkeyle yaptığı en iddialı anlaşma olacak olan CAI, teknoloji transferine karşı kurallara ek olarak kamu işletmelerine yönelik yükümlülüklerle sübvansiyonlar için kapsamlı şeffaflık kuralları ve sürdürülebilir kalkınma ile ilgili taahhütleri yerine getiren bir kapsama sahiptir (EC, 2020a). AB şirketlerinin Çin'deki toplam yatırımlarının yarısından fazlası imalat sektörüne (otomotiv sektörü %28, temel mallar sektörü %22) yapılmaktadır. Anlaşma ile Çin, AB yatırımları açısından en önemli sektör konumundaki imalat alanında önemli taahhütlerde bulunmaktadır (EC, 2020b).

Bu haliyle Anlaşma Çin'de daha iyi bir rekabet alanı oluşumuna ve bu alan içinde Çin'in AB şirketlerine adil muamele sağlamayı taahhüt etmektedir. AB şirketlerinin pazara giriş koşullarını Çin'in iç politikasından bağımsız hale getiren Anlaşma, taahhütlerin ihlali durumunda AB'nin CAI'deki uyuşmazlık çözüm mekanizmasına başvurmasına izin vermektedir. Genel itibarıyla Çin'in daha önce taahhüt ettiklerinden çok daha iddialı bir kapsama sahip olan Anlaşma, enerji, tarım, balıkçılık ve kamu hizmetleri alanlarında AB hassasiyetlerinin tümünü korumaktadır (EC, 2020a).

Çin Anlaşma kapsamında belirlenen sektörlere AB şirketlerinin erişimini engelleyemeyecek veya yeni ayrımcı uygulamalar getiremeyecek olduğundan, Avrupalı işletmeler, Çin'de operasyonları için kesinlik ve öngörülebilirlik kazanacaktır. Ayrıca Çin Anlaşma ile iklim değişikliğine ilişkin Paris Anlaşması'nı ve Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) Sözleşme hükümlerini etkin bir şekilde uygulamayı kabul etmekte, ILO'nun zorla çalıştırmaya ilişkin temel Sözleşmelerini onaylamak için de sürekli çaba göstermeyi Anlaşma ile taahhüt etmektedir. Varılan Anlaşma ile her iki taraf, yatırım koruması ve yatırım anlaşmazlığının çözümüne ilişkin müzakereleri 2 yıl içinde tamamlamayı taahhüt etmektedirler. Ortak amaç, modernize edilmiş koruma standartları ve Çok Taraflı Yatırım Mahkemesi konusunda Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Hukuku Komisyonu (UNCITRAL) bağlamında üstlenilen çalışmaları dikkate alan bir uyuşmazlık çözümü için çalışmaktır. AB'nin bu noktada hedefi, mevcut AB üyesi devletlerin Çin ile olan İkili Yatırım Anlaşmalarını modernize etmek ve iyileştirmektir. AB Konseyi ve Avrupa Parlamentosu tarafından onaya sunulmadan önce, her iki taraf da hukuksal olarak gözden geçirilmesi ve tercüme edilmesi gereken kısımlar üzerinde müzakerelerde bulunmakta ve anlaşma metnine son halini vermek için çalışmaktadırlar (EC, 2020b).

Müzakerelerle prensipte uzlaşıldığı ve sürecin ilk adımının atıldığı 30 Aralık 2020 tarihli toplantıda Avrupa Komisyonu Başkanı Ursula von der Leyen; Anlaşmanın Çin ile AB ilişkilerinde değerlere dayalı ticaret anlayışında önemli bir dönüm noktası olduğunu, Anlaşmanın Avrupalı yatırımcılar için Çin pazarına eşit görülmemiş bir erişim sağlayarak AB işletmelerinin büyümesini ve istihdam yaratmasını sağlayacağını, ayrıca Çin'i sürdürülebilirlik, şeffaflık ve ayrımcılık yapmama konusunda iddialı ilkelere bağlayacağını ve bu çerçevede Avrupa ile Çin arasındaki ekonomik ilişkileri yeniden dengeleyeceğini belirtmiştir (EC, 2020b). Diğer taraftan AB Komisyonu'nun ekonomik konulardan sorumlu başkan yardımcısı Valdis Dombrovskis Anlaşmanın Çin'in üçüncü bir ülke ile şimdiye kadar üzerinde anlaşmaya vardığı ve pazara erişim, eşit şartlar ve sürdürülebilir kalkınma konularındaki en iddialı sonuç olduğunu, Avrupa'nın Çin ile ilgili tüm sorunları için "her derde deva" olmasa da, bir takım zorlukların çözümü noktasında yardımcı olacağını ifade etmektedir (Bloomberg, 2021).

6. Avrupa Birliği-Çin Kapsamlı Yatırım Anlaşması'ndan Beklentiler

Anlaşma metninin AB Parlamentosu tarafından onaylanma gerekliliğinin birtakım zorlukları ve sorunları da beraberinde getireceği tahmin edilebilir. Örneğin AB üyesi Polonya'nın Dışişleri Bakanı'nın "*iyi ve dengeli bir anlaşma erken anlaşmadan daha iyidir*" sözleri kimi AB üyesi ülkelerin anlaşmaya bakışını ortaya koyması adına önemlidir. Çin'in ABD ile olan özellikle ticari ilişkilerinde yaşadığı sorunlar ve insan hakları sicilindeki memnuniyetsizlikler Parlamentodaki onay sürecini olumsuz yönde etkileyebilecek önemli hususlardandır. ABD yeni yönetiminin Avrupa'ya AB'nin anlaşmaya temkinli yaklaşması gerektiğini işaret eden açıklamaları yine bu kısımda göz önüne alınması gereken diğer bir husustur (Elmer, 2020).

Anlaşma ABD'nin yeni yönetimince, Çin ile ABD arasında bu dönemde elde edilecek kazanımlar için bir engel oluşturacağı öngörülmektedir. Avrupa'nın Çin konusunda ABD ile koordine olması gerektiğini belirten Başkan Joe Biden'ın Ulusal Güvenlik Danışmanı Jake Sullivan, Biden döneminin AB ile Çin'e karşı ortak tutum geliştirilmesini beklemeden AB'nin Anlaşmayı kabul etmesini eleştirmektedir (Bloomberg, 2021).

Diğer taraftan AB'nin uluslararası ticarete ve siyasette ABD'ye bağımlı hareket etmekten duyduğu rahatsızlığı, AB Komisyonu'nun ekonomik konulardan sorumlu başkan yardımcısı Valdis Dombrovskis'nin ifadeleri dile getirmektedir. Dombrovskis, CAI'nin AB şirketlerine muhtemel ABD-Çin ticari yakınlaşması ile ortaya çıkabilecek dezavantajlı durumu önleyeceğini hem AB'nin ve hem de ABD'nin Çin ile ticari anlaşmalar yapmasının AB ile ABD arasındaki işbirliğine engel olmadığını belirtmektedir (Brunsden v.d., 2020). Dolayısıyla AB-Çin arasındaki Anlaşmanın, transatlantik ilişkileri canlandırma çabalarını tehlikeye atarak ABD ile AB'yi karşı karşıya getireceği söylenebilir.

Çin'in böyle bir Anlaşma ile elde ettiği kazanımların belki de en önemlisi, ABD'nin gerek Trump döneminde uyguladığı ve gerekse henüz belirli olmamakla birlikte Biden dönemi Çin'e yönelik muhtemel ticari ve/veya siyasi kısıtlamalara karşı hareket alanını genişletmek, kendisine karşı kurulacak siyasi-ticari ittifakların etkisini azaltabilmektir. Bu doğrultuda Çin'in CAI ile elde ettiği en önemli avantaj AB ile gerçekleştirdiği ittifaktır. Üstelik CAI, Biden'in AB'ye Transatlantik ittifakın oluşması gereğini ifade eden dolaylı çağrısına rağmen gerçekleşmektedir. Bu noktada Çin'in bu anlaşma ile elde ettiği kazanımın ticari olduğundan daha çok siyasi ağırlıkta olduğunu göstermektedir.

7. Sonuç

Pandemi döneminin belirsizliklerin yoğun olarak yaşandığı 2020 yılından sonra bu dönemin dünya ekonomisinde meydana getireceği muhtemel daraltıcı etkilerin hangi düzeyde gerçekleşeceği ve sonrasında nasıl bir toparlanma izleyeceği endişe ve merak konusudur. Yukarıda yer alan verilerden, pandemi döneminde gelişmiş ülkelerde nispeten daha az olmakla birlikte Çin haricindeki gelişmekte olan ülkelerde gelir düzeyinde önemli kayıpların yaşanacağı ve bu dönemin işsizlik gibi hem ekonomik ve hem de toplumsal maliyetinin oldukça yüksek düzeyli gerçekleşeceği anlaşılmaktadır.

Diğer taraftan pandemi nedeniyle uluslararası ticarete yaşanan güven sorunu, ABD Trump dönemi yönetiminin Çin ile yaşattığı sorunlar ve iki ülke arasındaki ekonomik bağların zayıflaması sonucunu türeten politikalar da küresel ekonomik daralma beklentisini daha da belirginleştirmiştir. Dolayısıyla Trans-Pasifik ortaklıkta oluşan sorunlar, pandemi ile mücadelede ve sonrası hızlı bir ekonomik toparlanmada dünyayı tehlikeye atabilecektir.

Çalışmanın temel çerçevesi dünya ekonomisinde yaşanan bu durum karşısında Çin'in ilki (çoğunluğu) Asya-Pasifik ülkeleri ile ikincisi AB ile kuracağı ticari ortaklıkların kapsamı ve uluslararası ticarete olası etkileri üzerinedir. Bu sınırlılık doğrultusunda ele alınan ilk anlaşma, Asya-Pasifik bölgesinden on ASEAN ülkesi ve diğer beş ülkenin taraf olduğu dünyanın en büyük serbest ticaret anlaşması olarak görülen RCEP'tir. Anlaşma 15 Kasım 2020'de imzalanmış ve yürürlüğe için gerekli imzaların tamamlanması ile de 2022 yılı başında yürürlüğe girmesinin önu açılmıştır. Dünyada pandemi sonrası küresel ekonomik daralma beklentisi, anlaşma sürecinin hızlanmasında etkili olmuştur. Zira anlaşmaya taraf olan ülkelerin dünya nüfusu içerisindeki oranı ve küresel gayri safi yurt içi hasıla içerisindeki payı dikkate alındığında, küresel ticaret açısından bölgenin ve anlaşmanın önemi daha açık bir şekilde ortaya konmuş olacaktır. Ayrıca IMF tahminlerine göre Çin'in pandeminin olumsuz etkilerini atlatan ve tek büyüyen ekonomi olması, uluslararası ticarete başat rolde olan ülkeler için Çin'i önemli bir ticari partner haline getirmektedir.

RCEP ile ilgili gelişmelere, amaca dair yapılan açıklamalara ve uygulamalara bakıldığında, başlangıçta Anlaşma ile ilgili en önemli beklentinin bölge ülkelerinin küresel erişimlerini arttırmak olduğu anlaşılmaktadır. Ancak Trump yönetiminin “*önce Amerika*” sloganı ile birçok alanda oluşturduğu milliyetçi yaklaşımın Çin ile olan ticari ilişkilere de yansıdığı görülmektedir.

Dolayısıyla çalışmada elde edilen bulgulardan biri, Trump ile ABD'nin Çin'e karşı takındığı bu tavrın anlaşmanın bölgesel kalmaya ve ABD'ye karşı ülkesel güçlerin birleştirilerek bölgesel bir güç gösterisinde bulunmaya dönüştüğü ve pandemi sonrası uluslararası ticarete muhtemel bir daralmayı yine bölgesel bir güç olarak aşmaya yönelik olduğudur. RCEP sayesinde tarifelerde yapılacak indirimlerle anlaşmaya taraf olan ülkelerin özellikle Çin'in hammadde temininde ABD'ye karşı elde edeceği maliyet avantajının, ihracatta rekabet üstünlüğünü sağlayarak Doğu Asya ve ABD ekonomilerinin ayrışmasını hızlandıracaktır. Japonya'nın ılımlı yaklaşımı ile Hindistan'ın anlaşmaya dahil edilmesi ise bölgenin dünya ticaretinde Batı ve ABD ekonomilerine yönelik önemli bir üstünlük sağlaması anlamına gelecektir. Ayrıca anlaşmanın müzakere sürecinde pandeminin muhtemel olumsuz etkilerinin giderilmesi ve daha güçlü bir yapının ortaya çıkması amacının, anlaşmanın sonuçlandırılmasında daha hızlı davranmayı teşvik ettiği de görülmüştür.

Diğer taraftan AB ve Çin, uluslararası ticaretin en önemli aktörlerindedir. Çin ve Avrupa, günde ortalama 1 milyar Euro'nun üzerinde ticaret yapmaktadır. 30 Aralık 2020'de imzalanan CAI, taraflara pazarlarının birbirlerine açılması olanağı sağlamış ve Çin tarafı oldukça geniş imtiyazları AB'ye tanımıştır. Bu çalışmada elde edilen bulgulardan bir diğeri CAI ile Çin'in ABD ile olan ticari kısıtlamalara ve bir dizi siyasi yaptırımlara karşılık ABD'ye alternatif ticari ortaklık temini çabasının, AB'nin ise büyüyen Asya pazarında ABD'ye yönelik alternatif ticari alan yaratma amacının olduğunu söylemek mümkündür. AB'nin Çin'e karşı siyasi tutumu insan hakları ve demokrasi başlıklarında net gözükse de pandeminin yarattığı belirsizlik ortamında Çin'in yükselen gücünü dikkate alarak hareket ettiğini ve bu çerçevede de

ilişkileri farklı bölümlerde kategorize ettiğini söylemek mümkündür. Ayrıca bu Anlaşmanın AB'den henüz ayrılan İngiltere için ve elbette Türkiye için çeşitli kazanım ve kayıplar oluşturacağı ve bu hususun ayrı bir çalışma konusu olarak ele alınması gerektiği de belirtilmelidir.

Çalışmada başlangıçta ortaya konan amaçlar doğrultusunda ulaşılan bulgu ve sonuçlar arasında nihayet, pandemi döneminde Çin'in Asya ülkeleri ile ve AB ile gerçekleştirdiği ortak girişimlerinin, her iki taraf için bu belirsizliğin ekonomik maliyetini azaltma yönüyle önem arz ettiği söylenebilir. Ayrıca ABD'nin yeni yönetiminin dünya ticaretinde muhtemel daralmaya ve Çin ve/veya AB rekabetine karşı alacağı tavrın da dünya ekonomisi ve bölgesel siyaset açısından önemli olduğunu belirtmek mümkündür.

Referanslar

- Aljazeera. (2020). RCEP: Asia-Pacific nations sign world's biggest trade pact. Erişim adresi <https://www.aljazeera.com/economy/2020/11/15/rcep-15-asia-pacific-nations-set-worlds-biggest-trade-pact>. 15 November
- ASEAN. (2021). Guiding principles and objectives for negotiating the regional comprehensive economic partnership. Erişim adresi <https://asean.org/storage/2012/05/RCEP-Guiding-Principles-public-copy.pdf>
- ATC. (2017). TPP11 and RCEP compared. *Asian Trade Centre, Policy Brief*, 17-12. Erişim adresi <https://static1.squarespace.com/static/5393d501e4b0643446abd228/t/5a1c16398165f542d6cb5c6b/1511790142681/Policy+Brief+17-12+TPP11+and+RCEP+Compared.pdf>. November
- Bekker, E. ve Schroeter, S. (2020). An economic analysis of the US-China trade conflict. *World Trade Organization, Economic research and statistics division*. Staff working paper ERSD-2020-04, 19 March. Erişim adresi https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd202004_e.htm
- Bloomberg. (2021). Europe's contested deal with China sends warning to Joe Biden. Erişim adresi <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-01-08/europe-s-contested-deal-with-china-sends-warning-to-joe-biden>. 8 January
- Brown, C. P. (2020). Covid-19: Trump's curbs on exports of medical gear put Americans and others at risk. *PIIE Trade and Investment Policy Watch*, 9 April. Erişim adresi <https://www.piie.com/blogs/trade-and-investment-policy-watch/covid-19-trumps-curbs-exports-medical-gear-put-americans-and>, (Er. Tar: 10 Mart 2021).
- Brunsdon, J., Peel, M. ve Fleming, S. (2020). What is in the EU-China investment treaty?. *Financial Times*, 31 December.
- CNA. (2020). Asia-Pacific nations sign world's largest trade pact RCEP. Erişim adresi <https://www.channelnewsasia.com/news/business/rcep-trade-pact-asean-summit-singapore-china-13534960>. 15 November
- Desjardins, J. (2018). A short history of U.S. trade wars. *Visual Capitalist*. Erişim adresi <https://www.visualcapitalist.com/history-u-s-trade-wars/>
- EC. (2020a). Key elements of the EU-China comprehensive agreement on investment. European Commission-Press release. 30 December. Erişim adresi https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/es/ip_20_2542/IP_20_2542_EN.pdf
- EC. (2020b). EU and China reach agreement in principle on investment. *European Commission-News Archive*. 30 December. Erişim adresi <https://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=2233>

- EC. (2021a). Countries and regions-China. Erişim adresi <https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/china/>
- EC. (2021b). European Union, trade in goods with China. Erişim adresi https://webgate.ec.europa.eu/isdb_results/factsheets/country/details_china_en.pdf
- Elmer. K. (2020). What is the China-EU CAI and how is an investment deal different from a trade deal?. *South China Morning Post*. Erişim adresi <https://www.scmp.com/news/china/diplomacy/article/3115199/what-china-eu-cai-and-how-investment-deal-different-trade-deal>. 24 December
- FT. (2020). Asia-Pacific countries sign one of the largest free trade deals in history. Erişim adresi <https://www.ft.com/content/2dff91bd-ceeb-4567-9f9f-c50b7876adce>. 15 November
- Grossman, D. (2021). Biden's Southeast Asia policy still has much to prove. *The RAND Corporation*. Erişim adresi <https://www.rand.org/blog/2021/12/bidens-southeast-asia-policy-still-has-much-to-prove.html>. (Er.Tar: 15.01.2022).
- Ho, G. (2020). A trade pact nearly 10 years in the making: 5 things to know about RCEP. Erişim adresi <https://www.straitstimes.com/asia/a-trade-pact-nearly-10-years-in-the-making-5-things-to-know-about-rcep>. 15 November
- Hufbauer, G. C. (2013). The evolving US view on TPP, center for international development. Stanford University, Stanford, 1-12. Erişim adresi https://ycsg.yale.edu/sites/default/files/files/hufbauer_TPP.pdf
- IMF. (2021a). World economic outlook, managing divergent recoveries, foreword. April. Erişim adresi <https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/WEO/2021/April/English/Foreword.ashx>
- IMF. (2021b). World economic outlook update. July. Erişim adresi <https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/WEO/2021/Update/July/English/text.ashx>
- Kamel, H. (2021). MITI: Malaysia to ratify RCEP by year-end. Erişim adresi <https://www.bilaterals.org/?miti-malaysia-to-ratify-rcep-by&lang=en>. 29 March
- Kyodo. (2020). India absent from RCEP special negotiating talks in Indonesia. Erişim adresi <https://english.kyodonews.net/news/2020/02/86cb90803ba0-india-absent-from-rcep-special-negotiating-talks-in-indonesia.html>. 4 February
- Lee, Y. N. (2021). World's largest trade deal will come into force in January. The U.S. won't be part of it. Erişim adresi <https://www.cnbc.com/2021/11/03/worlds-largest-trade-deal-rcep-to-come-into-force-in-january-2022.html>. 3 November
- MTI. (2020). Remarks by minister Chan Chun sing at the RCEP media doorstep. Erişim adresi <https://www.mti.gov.sg/Newsroom/Speeches/2020/11/Remarks-by-Minister-Chan-Chun-Sing-at-the-RCEP-Media-Doorstop>. 15 November
- Ng, C. (2020). 15 countries, including Singapore, sign RCEP, the world's largest trade pact. Erişim adresi <https://www.straitstimes.com/singapore/politics/15-countries-including-singapore-sign-rcep-the-worlds-largest-trade-pact>. 16 November
- Ostry, S. (1998). Reinforcing the WTO. Group of thirty occasional paper 56, Washington, DC. Erişim adresi https://www.group30.org/images/uploads/publications/G30_ReinforcingWTO.pdf. 1-43. (Er. Tar: 10.01.2022).

- Özçelik, S. E. (2018). The potential effects of TPP, TTIP and Trump's tariffs on China's competitiveness in the US market. *World Journal of Applied Economics*, 4(2), 95-115.
- Petri, P. A. ve Plummer. M. G. (2020a). East Asia decouples from the United States: Trade war, COVID-19, and East Asia's new trade blocs, Peterson institute for international economics (PIIE). Working paper, 20-9. June.
- Petri, P. A. ve Plummer. M. G. (2020b). *RCEP: A new trade agreement that will shape global economics and politics*. Erişim adresi <https://www.brookings.edu/blog/order-from-chaos/2020/11/16/rcep-a-new-trade-agreement-that-will-shape-global-economics-and-politics/#cancel>. 16 November
- Şanlı, O. ve Ateş, İ. (2020). ABD-Çin odaklı ticaret ve kur savaşlarının dünya ekonomisi üzerine etkileri. *Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 75-101.
- Tani, S. (2020). India stays away from RCEP talks in Bali. Erişim adresi <https://asia.nikkei.com/Economy/Trade/India-stays-away-from-RCEP-talks-in-Bali>. 4 February
- Terada, T.. (2018). RCEP negotiations and the implications for the United States. The National Bureau of Asian Research. Erişim adresi https://www.researchgate.net/profile/Takashi-Terada/publication/330090815_RCEP_Negotiations_and_the_Implications_for_the_United_States/links/5c2ce2f6299bf12be3a84100/RCEP-Negotiations-and-the-Implications-for-the-United-States.pdf. 18 December
- UNCTAD. (2020). Key statistics and trends in trade policy 2020. The regional comprehensive economic partnership. *United Nations Conference on Trade and Development*. United Nations publication.
- Vurdu, S. A. (2021). Trans-Pasifik'te ekonomi-politik dalgalar. *Dünya Gazetesi*. Erişim adresi <https://www.dunya.com/kose-yazisi/trans-pasifikte-ekonomi-politik-dalgalar/634842>. Eylül 27
- WB. (2022). Erişim adresi <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>
- Xinhuanet. (2020). Xi meets Japanese Prime Minister, urging effort to cherish positive momentum in ties. Erişim adresi http://www.xinhuanet.com/english/2018-10/26/c_137561102.htm. 26 October
- Wong, C. (2020). 15 Asian nations sign RCEP, world's biggest free-trade deal, after eight years. Erişim adresi <https://www.scmp.com/news/china/diplomacy/article/3109939/china-declares-victory-15-asian-nations-sign-worlds-biggest>, 15 November
- WTO. (2020). World trade statistical review 2020. The World Trade Organization, Switzerland. Erişim adresi https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2020_e/wts20_toc_e.htm
- WTO. (2021). World trade statistical review 2021, The World Trade Organization, Switzerland. Erişim adresi https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2021_e/wts21_toc_e.htm
- Yıldızoğlu, E. (2020). ABD ile Çin ticaret anlaşması, ekonomik ve siyasi rekabeti hafifletecek mi?. *BBC News*. Erişim adresi <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-51152022>
- Zhou, L. (2020). What is RCEP and what does an Indo-Pacific free-trade deal offer China?. Erişim adresi <https://www.scmp.com/news/china/diplomacy/article/3109436/what-rcep-and-what-does-indo-pacific-free-trade-deal-offer>. 12 November

TÜRKİYE CUMHURİYET MERKEZ BANKASI'NIN COVID-19 PANDEMİSİNE KARŞI PARA POLİTİKASININ BİR DEĞERLENDİRMESİ (*)

AN ASSESSMENT OF THE MONETARY POLICY RESPONSE OF THE CENTRAL BANK OF TURKEY TO THE COVID-19 PANDEMIC

Serpil KUZUCU⁽¹⁾

Öz: COVID-19 Pandemisi tüm dünya ekonomilerini etkilemiştir. Salgının ekonomi üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak için hükümetler 2008 Küresel Finansal Krizinde olduğu gibi para ve maliye politikalarına başvurmuştur. Bu çerçevede, merkez bankalarının en yaygın olarak uyguladığı politika yine parasal genişleme olmuştur. Gelişmiş ekonomilerde, parasal genişlemeye transfer ödemeleri gibi maliye politikaları eşlik ettiğinden, para politikalarının olumsuz etkileri nispeten düşük olmuştur. Türkiye'de ise, maliye politikalarının sınırlı olması ve para arzı ve kredilerdeki aşırı genişleme sonucunda enflasyon ve döviz kurları üzerinde olumsuz etkiler ortaya çıkmıştır. Çalışmanın amacı, pandemi krizinin ortaya çıkmasından sonra Türkiye'de uygulanan Merkez Bankası politikalarının etkinliğini ve alınan finansal önlemleri değerlendirmektir. Çalışma, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın politikalarını ve sonuçlarını uluslararası karşılaştırmalarla sunmakta ve önerilerde bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Para Politikası, Covid-19, Parasal Genişleme

Abstract: The COVID-19 Pandemic has affected all the economies globally. In order to reduce the adverse effects of the pandemic on the economy, governments have resorted to fiscal policies and monetary policies as they did in the 2008 Global Financial Crisis. In this framework, the most common policy that is conducted by the central banks has been quantitative easing again. The adverse effects of the monetary policies have been relatively low in developed economies since the monetary expansion was accompanied with fiscal policies such as transfer payments. However in Turkey, the negative effects on inflation and exchange rates arose due to the huge expansion in money supply and credits as the fiscal policies were limited. The aim of this study is to assess the effectiveness of the Central Bank policies and the financial measures taken in Turkey after the emergence of the pandemic crisis. The paper presents the policies of the Central Bank of Turkey and their results with international comparisons and provides recommendations.

Keywords: Monetary Policy, Covid-19, Quantitative Easing

JEL: E52, E58

(*) 24-45 Ağustos 2021 tarihinde düzenlenen Uluslararası Avrasya Ekonomileri Konferansı'nda sunulan bildirden üretilmiştir.

(1) Beykent Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık (İng.) Bölümü; serpilkuzucu@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2949-4086
Geliş/Received: 03-11-2021; Kabul/Accepted: 27-01-2022

1. Giriş

İlk kez Aralık 2019'da Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan Covid-19 Pandemisi, hızlı bir şekilde tüm dünyaya yayılmış ve 2020 yılının Mart ayında tüm ülkelerde görülmeye başlamıştır. 11 Mart 2020'de Dünya Sağlık Örgütü (WHO), Covid-19 salgınının küresel bir pandemi olduğunu resmî olarak ilan etmiştir. Covid-19'un küresel bir pandemi olarak ilan edilmesiyle birlikte ülkeler, seyahat ve sokağa çıkma yasakları uygulamaya başlamıştır. 2020 Mart ayının sonunda dünya genelinde 750.000 kadar kesinleşen vaka sayısına ve 36.000 kadar ölüm sayısına ulaşılmış ve 100'ün üzerinde ülkede sokağa çıkma yasağı uygulanmaya başlanmıştır (WHO, 2020). Virüs bahar ve yaz aylarında da yayılmaya devam etmiştir. Kısıtlamaların neticesinde vaka sayıları yaz aylarında azalmasına karşın, Eylül'den sonra ikinci dalgayla karşı karşıya kalınmıştır. 2020 yılının sonunda farklı aşuların geliştirilmesi ve Dünya Sağlık Örgütü'nün onayladığı aşuların çoğalması olumlu bir hava yaratsa da aşuların tedarikinde yaşanan sorunlardan dolayı Mart 2021'de üçüncü dalgayla tüm dünyada vaka sayılarında artışlar meydana gelmiştir.

Pandemi, küresel ekonomik faaliyetlerin aniden durmasına neden olmuştur. Pandeminin başladığı dönemde yapılan araştırmalar, 2020 yılında ekonomik küçülme olacağına işaret etmiştir. Pandeminin küresel talebi azaltabileceği, üretimdeki aksamalar nedeniyle dünya ekonomisinin arz yönünden de etkileneceği ve ekonomik durgunluğa yol açabileceği belirtilmiştir (Eichenbaum, Rebelo ve Trabandt, 2020: 28; Fornaro ve Wolf, 2020: 1). Fernandes (2020: 27) uyguladığı senaryo analizinde dünya ekonomisinin %2,8 küçüleceğini tahmin etmiştir. IMF de Dünya Ekonomik Görünüm Nisan 2020 raporunda küresel ekonominin 2020'de %3, Haziran 2020 raporunda ise %4,9 küçülmesini öngörmüştür. 2020 yılını geride bıraktığımız bu dönemde tahminlerin doğru çıktığını ve pandeminin küresel olarak tüm ekonomilerde ciddi tahribatlara neden olduğu görülmektedir. IMF raporuna göre küresel ekonomi 2020 yılında %3,3 küçülmüştür. Bu, 2008 krizinden daha fazla küçülme anlamına gelmektedir.

Pandemi, küresel ekonomik aktivitenin durmasına neden olduğu gibi finansal piyasaları da derinden etkilemiştir. Ekonomik krizlerin en çarpıcı yönü, finansal piyasalardaki fiyatlarda görülen ani düşüş ve dalgalanmalardır. 2008 Küresel Finansal Krizinde olduğu gibi Pandemi Krizinde de sermaye piyasalarında ciddi çalkalanmalar meydana gelmiştir. Sermaye piyasalarında fiyatlarda %35 ile %50 arasında düşüşler yaşanmıştır (Spatt, 2020: 763; Wojcik ve Ioannou, 2020: 391). Pandeminin hızla yayılması finansal piyasalarda korkuyu tetiklemiş ve çoğu yatırımcı yüksek getirili şirket tahvilleri gibi riskli varlıklardan çıkmaya yönelmiştir. Riskli varlıkların fiyatları düşmüş, volatilité, işlem hacmi ve marjlar artmıştır. Yatırımcılar daha güvenli varlıklara yönelmiştir (Haas, Neely ve Emmons, 2020: 351).

Pandemi, küresel ölçekte büyük bir belirsizlik şoku yaratmıştır. Bu kapsamda, uygulanacak ekonomi politikaları ve bu politikaların sonuçları ile ilgili belirsizlikler de artmıştır. Normal değeri 100 olan EPU (ekonomik politika belirsizliği) indeksi Amerika'da Mart 2020'de 400'ün üstüne çıkmıştır. (Altig ve diğerleri, 2020: 2). Asya ülkelerindeki EPU indeksleri de COVID-19 salgını sırasında yukarı yönlü sert dalgalanmalar yaşamıştır (Iyke, 2020: 3). Dünya genelinde, küresel EPU indeksi Nisan 2020'de en üst seviyeye çıkmıştır. 2008 Küresel Finansal Kriziyle

karşılaştırıldığında, Pandeminin daha büyük belirsizliğe neden olduğu değerlendirilmektedir. Hatta 1929 Büyük Buhranının yol açtığı belirsizlik şoku ile kıyaslanmaktadır (Baker, vd, 2020: 7).

Vatandaşlarının sağlığını korumak ve virüsün yayılmasını durdurmak için birçok ülke okulların kapatılması, sokağa çıkma ve seyahat yasakları gibi ciddi kısıtlamalara gitmiştir. Bunun sonucunda ortaya çıkan ekonomik durgunluğu, işsizliği ve şirket iflaslarını önlemek için para ve maliye politikaları uygulanmıştır. Bu çalışmanın amacı, pandemi krizinde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde uygulanan para politikalarını incelemek ve Türkiye'de Merkez Bankası para politikalarının etkinliğini ve alınan finansal önlemleri değerlendirmektir. Bu amaçla, bir sonraki bölümde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki para politikaları incelenmiştir. Üçüncü bölümde Türkiye'de uygulanan para politikaları değerlendirilmiştir. Son bölümde çalışma özetlenmiş ve birtakım önerilere yer verilmiştir.

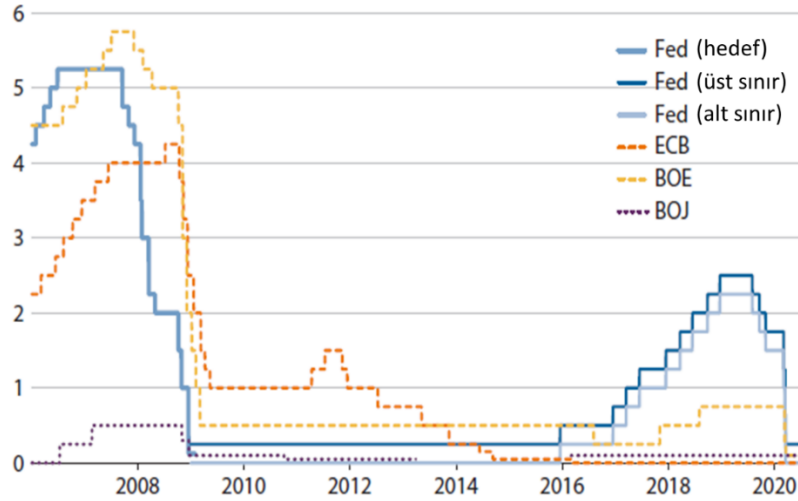
2. Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerin Pandemi Krizine Karşı Uyguladıkları Para Politikaları

Merkez bankaları Covid-19 karşısında çok hızlı davranarak parasal genişleme politikalarına yönelmiş ve bir dizi para politikası araçları kullanmıştır. Merkez bankalarının Covid-19 krizinde kullandığı para politikası araçları faiz indirimleri, varlık alımları, likidite sağlanması, kredi destekleri ve son olarak düzenlemelerde gevşemelerdir.

Hatırlanacağı üzere, 2008 Küresel Finansal Krizinde de merkez bankaları parasal genişleme politikalarına yönelmiştir. Ancak iki kriz arasında belirgin farklar bulunmaktadır. Politika yapıcılar, Pandemi Krizinde 2008 Finansal Krizine nazaran daha hızlı davranmıştır. Küresel Finansal Kriz başladığında, Avrupa Merkez Bankası (ECB) ve Japon Merkez Bankası (BOJ) kendi ekonomilerinin etkilenmeyeceğini, bu krizin daha çok Amerika Birleşik Devletleri (ABD) için problem teşkil edeceğini düşünmüşlerdi. Covid-19 Pandemi Krizi ise başından itibaren küresel bir kriz olarak karşımıza çıkmaktadır. Önde gelen gelişmiş ülkelerden ABD Merkez Bankası (Fed) ve İngiltere Merkez Bankası (BOE), Avrupa Merkez Bankası ve Japon Merkez Bankası değerlendirildiğinde, çoğu yönden bu dört merkez bankasının pandemi krizine karşı benzer tepkiler verdiği görülmektedir.

Gelişmiş ülkelerin merkez bankaları Pandemi Krizine faiz oranlarında derhal indirime giderek karşılık vermiştir. Ancak, Küresel Finansal Krizden bu yana faiz oranları oldukça düşüktür. Pandeminin başında Avrupa Merkez Bankası ve Japon Merkez Bankasının politika faizleri zaten sifıra yakın bulunmaktaydı. ABD'de %1,50 - %1,75 aralığında, İngiltere'de ise %0,75 düzeyinde idi. Fed ve İngiltere Merkez Bankası pandeminin yayılması ile birlikte, faiz oranlarını sifıra doğru düşürmüştür. Fed faiz oranlarını 2020 Mart ayının başında %1-1,25, 15 Martta ise %0-0,25 aralığına indirmiştir (Şekil 1). Zorunlu karşılık oranını sifıra çekmiş ve reeskont oranını da düşürmüştür. Ayrıca Amerikan Dolarının uluslararası piyasalarda geniş ölçekte kullanımı nedeniyle Fed, likidite sıkışıklığını önlemek için diğer merkez bankaları ile döviz swap kanallarını genişletmiş, swap faizlerini düşürmüş ve repo imkanı sağlayarak Fed'den Amerikan Doları borç alma imkanı tanımıştır. Fed, 2001 ve 2008 krizlerinde de uluslararası swap hatlarını kullanmıştı. Ancak repo olanağının

sağlanması, Pandemi Krizinde kullanılmıştır. Benzer şekilde ECB de Euro'ya erişimi arttırmak için Euro alanında olmayan merkez bankalarına swap ve repo olanakları sağlamıştır (Haas ve diğerleri, 2020: 376).



Kaynak: Haas vd., 2020

Şekil 1. Politika Faizleri Fed, ECB, BOE ve BOJ

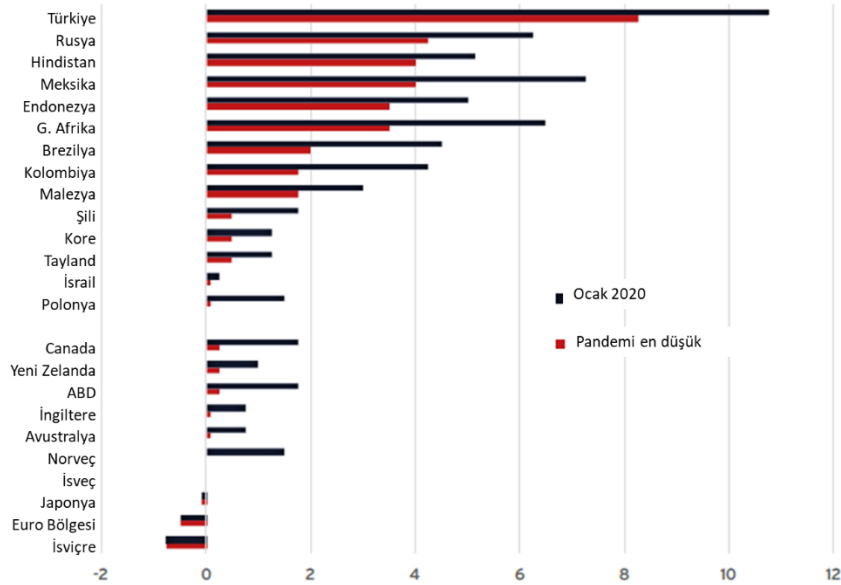
Özellikle gelişmiş ülkelerdeki düşük faiz oranları, kısa vadeli politika faiz oranının yönetimine dayanan geleneksel para politikası oluşturma yaklaşımı için bir zorluk teşkil etmektedir. Bu durumda ülkeler geleneksel olmayan parasal gevşeme politikalarına yönelmektedir (Bernanke, 2020: 46). Geleneksel olmayan para politikaları 2008 Küresel Finansal Kriziyle mücadele amacıyla gelişmiş ülkeler tarafından sıklıkla kullanılmıştır. Küresel Finansal Kriz ve ardından gelen durgunluk sırasında uygulanan parasal gevşeme politikalarının küresel finansal piyasaları istikrara kavuşturmaya yardımcı olduğu ve küresel ekonomik aktivitede daha büyük bir çöküşü engellediği konusunda genel bir fikir birliği bulunmaktadır (Chen, Filardo, He ve Zhu, 2016: 62). Parasal gevşeme politikalarının olumsuz yönleri değerlendirildiğinde, Bernanke (2012) geleneksel olmayan para politikalarının menkul kıymetler piyasalarının işleyişini bozucu ve finansal istikrarsızlığı artırıcı etkilerinin olabileceğini savunmaktadır. Zhang, Hu ve Ji, (2020) ABD'nin uyguladığı parasal gevşeme politikalarının küresel piyasalarda riskleri ve belirsizliği artırdığı ve uzun dönemde problemlere yol açacağı konusunda uyarı yapmaktadır. Chen ve diğerleri (2016), ABD'nin Küresel Finans Kriz sonrasında uyguladığı parasal gevşeme politikalarının ülkeler arası yayılma etkisinin olduğunu ve bunun küresel olarak makroekonomik ve finansal istikrarsızlığı artırdığını belirtmektedir.

Pandemi Krizinde kısa vadeli politika faizlerini daha da fazla düşürme imkanı bulunmadığından, düşük faiz oranlı ülkeler geleneksel olmayan para politikalarını kullanmış ve daha çok finansal varlık alımları yapmıştır. Kredi olanaklarının

artırılması için kredi garantisi ve düzenlemelerde gevşemeler sağlanmıştır (Benmelech ve Tzur-Ilan, 2020: 4). ABD, İngiltere, Avrupa ve Japonya merkez bankaları piyasaları rahatlatmak için dar kapsamlı varlık alımı yapmışlardır. Daha çok şirket tahvilleri ve ipotek teminatlı varlık alımları gerçekleştirmişlerdir. Ayrıca, uzun vadeli tahvil alımı ve temel sektörler için kredi sağlama gibi yöntemlere başvurmuşlardır. Bu tedbirler, merkez bankalarının bilançolarının büyük tutarlarda genişlemesine yol açmıştır. 2020 Mart ayında ECB önce 120 milyar Euro ve ardından 750 milyar Euro Pandemi Acil Alım Programı yapacağını açıklamıştır. Bankaların sermaye ve likidite gereksinimlerini gevşetmiştir. Fed, Mart ayında 500 milyar dolar tahvil, 200 milyar dolar ipotek teminatlı menkul kıymet alımı yapacağını ilan etmiştir. Daha sonra alım miktarının açık uçlu olacağını duyurmuştur. Japonya Merkez Bankası devlet tahvili alımını, 10 yıllık getirileri sıfır civarında tutacak kadar artıracığını ilan etmiştir. İngiltere Merkez Bankası da 200 milyar pound kamu ve özel sektör tahvil alımı başlatmış ve sonra miktarı 100 milyar pound daha artırmıştır (Haas ve diğerleri, 2020: 360).

Bankacılık sektörü Pandemi Krizine gerek sermaye yeterliliği gerekse likidite yönünden Küresel Finans Krizine göre daha iyi koşullarda girmiştir (Demirgüç-Kunt, Pedraza ve Ortega, 2020: 14). Fed, pandemi nedeniyle oluşan likidite sıkışıklığına yönelik ilave önlemler almıştır. Mart 2020'nin sonu itibarıyla ABD'de büyük bankalara yönelik likidite talepleri görülmemiş boyutlara ulaşmıştır. Firmalar nakit ve kredi almak için bankalara başvurmuştur. Bankalar, finansal kısıtlamalarla karşılaşmadan bu talepleri karşılayabilmiştir. 2008 Krizi ile karşılaştırıldığında bankaların likidite sorunu olmamıştır. Hem merkez bankasından hem de mevduat sahiplerinden tam zamanında gelen likidite arzı sayesinde bu talepler karşılanabilmiştir (Li, Strahan ve Zhang, 2020: 4).

Gelişmekte olan ülkelerde de ekonomik aktivite pandeminin başlamasıyla azalmıştır. Ayrıca gelişmekte olan piyasalara sermaye akışları da ani durma noktasına gelmiştir. 2008 Küresel Finans Krizi ve 2013'te yaşanan parasal daralma krizi sırasında meydana gelen sermaye girişlerinin neredeyse dört katı kadar bir azalma olmuştur (English, Forbes ve Ubide, 2021: 13). Pandeminin ekonomik etkilerini azaltabilmek için gelişmekte olan ülkeler de gelişmiş ülkelere benzer para politikaları uygulamıştır. Öncelikle, hemen hemen tüm gelişmekte olan ülkeler politika faizlerini indirmiştir (Şekil 2). Çoğu gelişmekte olan ülke, varlık alım programı uygulamıştır. Likidite ve kredi destekleri sağlanmıştır ve düzenlemelerde gevşemelere gidilmiştir. Ancak gelişmekte olan ülkelerin bazılarında uygulamalarda farklılıklar görülmüştür. Örneğin, Türkiye para politikasını çok fazla gevşetmiş ve bu sayede pandemiye rağmen 2020'de pozitif büyüme sağlanmıştır. Ancak enflasyon aşırı artmış ve döviz krizinden kaçınmak için 2020 yılı sonlarında para politikasında sıkılaştırmaya gidilmek zorunda kalınmıştır. Yüksek enflasyon geçmişine ve kırılğan malî çerçeveye sahip bir ülke olan Brezilya'nın para otoritesi, pandemi sırasında kendisine geçici yetki verilmesine rağmen devlet tahvili satın almamıştır. Rusya'da ise enflasyon hedeflemesi rejiminin güvenilirliğinin korunması için varlık alımları yapılmamıştır. Türkiye, Brezilya ve Rusya gibi bazı gelişmekte olan ülkeler enflasyona karşı koymak ve yabancı sermaye girişini artırmak için politika faiz oranlarını yükseltmeyi seçmiştir (English ve diğerleri, 2021: 14).



Kaynak: English vd., 2021

Şekil 2. Pandemi Öncesinde ve Pandemi Sırasında En Düşük Politika Faiz Oranları

Para politikalarının yanı sıra maliye politikaları değerlendirildiğinde, maliye politikası harcamalarının, pandeminin etkisini hafifletmede para politikası kararlarından daha etkili olduğu savunulmaktadır. Ozili ve Arun (2020) sosyal mesafe politikalarının ekonomik aktivite üzerindeki etkilerinin değerlendirildiği çalışmalarında genişleyici para politikası ve maliye politikalarının etkilerini incelemişlerdir. Yapılan ampirik çalışma sonuçlarına göre karantina günlerinin sayısı, para politikası kararları ve uluslararası seyahat kısıtlamaları arttıkça ekonomik aktivite ciddi şekilde olumsuz yönde etkilenmektedir. Birçok merkez bankası tarafından benimsenen destekleyici para politikalarının, kısa dönemde makroekonomik istikrarı etkileyebilecek enflasyonist baskıları artırabileceği öngörülmektedir. Yurtiçi hareketliliğin kısıtlanması ve maliye politikaları ise ekonomik aktivite üzerinde olumlu etki yaratmaktadır. Bianchi, Faccini ve Melosi (2020) maliye ve para politikalarının koordineli olarak kullanılmasını önermektedirler. Para otoritesinin enflasyon hedefini yükselterek kontrollü şekilde enflasyonun artmasına izin vermesi gerektiğini, malî otoritenin de acil durum bütçesini oluşturması gerektiğini savunmaktadırlar.

ABD, Almanya, Japonya ve Avustralya gibi gelişmiş ülkeler pandemi ile mücadele eylemlerini malî olarak desteklemişler ve ekonomik toparlanmaya kadar işçilere ve firmalara gelir desteği sağlanması gibi güçlü maliye politikaları uygulamışlardır. Ancak çoğu gelişmekte olan ülke, mevcut kamu borcu ve dış borçlanma gibi kısıtlar nedeniyle gelişmiş ülkeler kadar maliye politikaları uygulayamamıştır (McKibbin ve Vines, 2020: 297). Benmelech ve Tzur-İlan (2020) 35 gelişmiş ve 50 gelişmekte olan

ülke tarafından pandemi ile mücadele için açıklanan maliye ve para politikalarının verilerini inceledikleri çalışmalarında yüksek gelirli ülkelerin düşük gelirli ülkelere göre daha büyük maliye politikaları açıkladığını göstermişlerdir. Ülkelerin kredi notunun, maliye politikası uygulayabilmelerinde en önemli belirleyici olduğunu bulmuşlardır. Bu bulgulara göre, daha düşük kredi notuna sahip olan özellikle düşük gelirli ülkelerin, ekonomik krizler sırasında maliye politikası araçlarını etkin şekilde kullanabilmeleri zorlaşmaktadır.

3. Pandemi Döneminde Türkiye'deki Para Politikaları

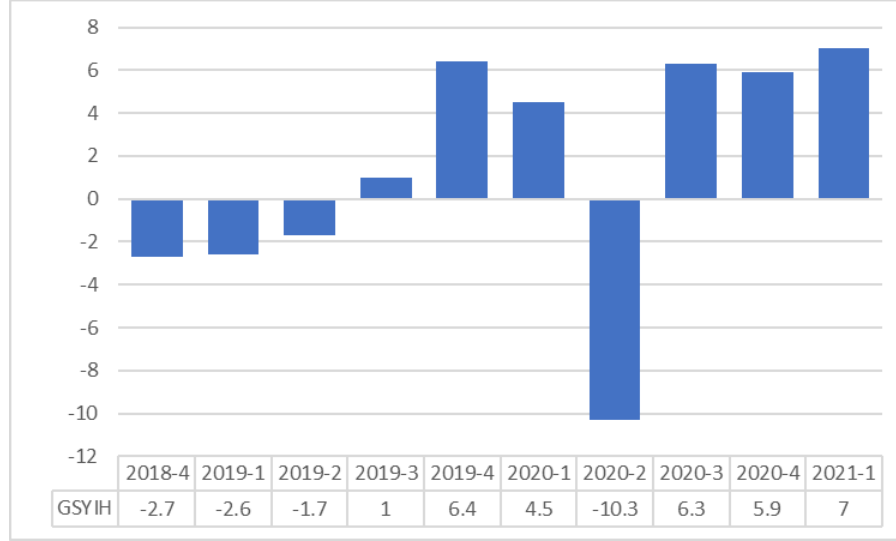
Türkiye'nin, 2001 Krizi sonrasında aldığı önlemler ve gerçekleştirdiği yapısal reformlar sayesinde 2008 Küresel Finansal Krizinden nispeten hafif etkilendiği görülmektedir. Ancak Mart 2020'de pandemi başladığında, Türkiye ekonomisinin bir süredir yüksek enflasyonun yanı sıra genişleyen malî ve cari açık sorunları bulunmaktadır. Enflasyon oranı 2017'den itibaren çift haneli rakamlara çıkmıştır. Ekonomik büyüme 2018'de %2,8'e, 2019'da %0,9'a gerilemiştir. İşsizlik oranı ise 2019'da %13,5'a yükselmiştir (Tablo 1). Makroekonomik göstergelerdeki bozulmalar nedeniyle, Türkiye Pandemi Krizine olumsuz koşullarda yakalanmıştır.

Tablo 1. Makroekonomik Göstergeler – Türkiye

Yıllar	Ekonomik Büyüme (%)	Kişibaşı Milli Gelir (USD)	Enflasyon Oranı (%)	İşsizlik Oranı (%)
2017	7,4	10.514	11,92	10,9
2018	2,8	9.370	20,33	11
2019	0,9	9.042	11,84	13,5

Kaynak: Tüik, IMF

Covid 19 pandemisi arz ve talep yönlü şokları barındıran bir kriz olarak karşımıza çıkmaktadır. Koronavirüsün dünya genelinde yayılmasıyla, Türkiye'de kapanmalar Mart ayı ortalarında başlamıştır. Ekonomik faaliyetler Mart ortalarından itibaren pandeminin etkisiyle yavaşlamıştır. İhracat olumsuz yönde etkilenmiş, turizm ise kapanma ve seyahat yasakları ile durma noktasına gelmiştir. Mayıs sonuna kadar devam eden kapanma ve yasaklar ile özellikle hizmet sektörü olumsuz yönde etkilenmiştir. Türk ekonomisi 2020 ikinci çeyreğinde yüzde 10,3 daralmıştır (Şekil 3).



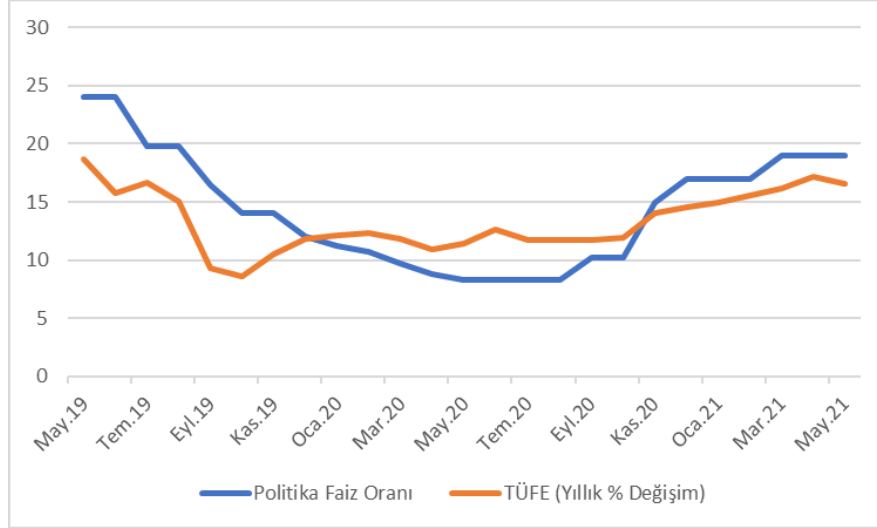
Kaynak: TÜİK

Şekil 3. Ekonomik Büyüme Oranları (%) – Türkiye

Pandemi ile birlikte ülkemizde EPU indeksinin de arttığı görülmektedir. Türkiye’de ilk Covid vakasının çıktığı Mart 2020’de EPU indeksi en yüksek seviyeye tırmanmıştır (Altuğ, Yeşiltaş, Şen ve Arslan, 2021: 5). Ülkemizde EPU indeksi hem yurtiçi hem de yurtdışı faktörlerden etkilenmektedir. Şahinöz ve Coşar (2018) Türkiye’de EPU indeksinin 2001 krizi döneminde, 2002, 2007 ve 2015 ulusal seçimlerinde ve 2008 ve 2013’deki siyasi belirsizliklerde yükseldiğini bulmuştur. Dış faktörlerden ise 2008 küresel finansal krizi ve 2011 Avrupa borç krizi ülkemizde ekonomik politika belirsizliğini arttırmıştır. Tüm bu faktörler arasında ülkemizde ekonomik politika belirsizliği en çok artıran pandemi olmuştur. Ekonomik politika belirsizliğinin artması ekonomiyi de olumsuz etkilemektedir. Hane halkının tüketim kararlarını, firmaların yatırım ve istihdam kararlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrıca finansal piyasalardaki getiri ve fiyat oynaklığı ile de ilişkilendirilmektedir (Al-Thaqeb ve Algharabali, 2019; Jirasavetakul ve Spilimbergo, 2018: 9).

Gelişmekte olan ülkelerin merkez bankaları da pandemi döneminde gelişmiş ülkeler gibi çeşitli parasal genişleme ve likidite politikalarına başvurmuştur. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası’nın (TCMB) da ilk tepkisi diğer ülkelerin uyguladığı politikalara benzerdir. Faiz indirimlerine gidilmiş, kredi ve likidite sağlamaya yönelik tedbirler alınmıştır.

TCMB, Pandemi öncesinde 2019 yılı Temmuz ayında başladığı faiz indirimlerine pandeminin başladığı dönemde de devam etmiştir. Politika faiz oranları Temmuz 2019’da %24’ten %19,75’e düşürülmüştür. Temmuzdan pandeminin başladığı Mart 2020’ye kadar %10,75 düzeyine kadar gerilemiştir. Pandemi ile birlikte politika faizi mart ayında 100 baz puan düşürülerek 8,75 puan seviyesine indirilmiştir. Mayıs ayında da 50 baz puan azalışla 8,25 düzeyine indirilmiştir (Şekil 4).



Kaynak: TCMB

Şekil 4. TCMB Politika Faizi ve Enflasyon Oranı (2019-2021)

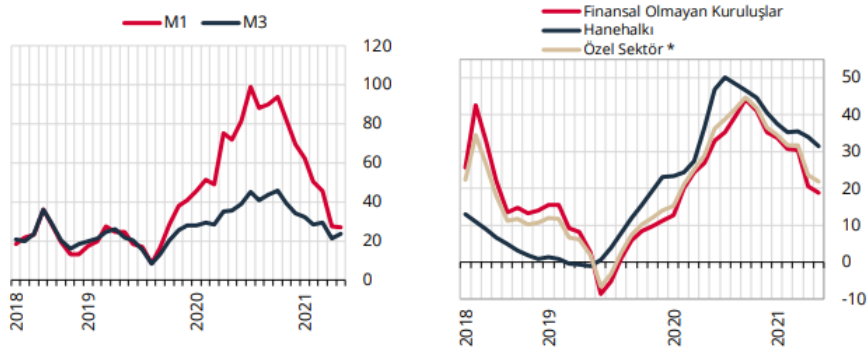
Pandeminin etkilerini azaltmak amacıyla likiditeyi artırmaya yönelik önlemler alınmıştır. Bu kapsamda, Devlet İç Borçlanma Senetleri (DİBS) piyasasında likiditeyi artırmaya yönelik tahvil alımları yapılmıştır. Merkez Bankası tahvil alımlarında üst sınır, TCMB bilanço büyüklüğünün %10'una yükseltilmiştir. Tahvil alım programının yanı sıra finansal piyasaları desteklemek amacıyla hedefli likidite önlemi alınmıştır. Pandemiden etkilenen hedef sektörlerde kredi akışının devamı için küçük ve orta ölçekli firmalarla ihracat firmalarına likidite imkanları sağlanmasına yönelik tedbirler alınmıştır. Merkez Bankasının sağladığı bu fonlama, pandemiden etkilenen firmalara istihdam seviyelerini korumaları veya sermaye harcamaları için kredileri kullanmaları şartlarına bağlanmıştır. Belirlenen kredi imkanlarını sağlayan bankalar için yabancı para zorunlu karşılık oranları indirilmiştir (TCMB, 2020: 2). Teminat havuzu, varlığa dayalı ve ipoteğe dayalı menkul kıymetler de dahil edilerek genişletilmiştir. Swap işlemlerinde limitler genişletilmiştir. Bankaların zorunlu karşılıkları azaltılmıştır. Bankacılık sistemine daha düşük maliyetle ve daha uzun vadelerle fon sağlanmıştır. Tüm bu parasal genişleme tedbirleri sonucunda, merkez bankası bilançosu 2020'de yaklaşık %50 oranında büyümüştür (Kara, 2021: 295).

TCMB yakın geçmişte büyük çaplı bir parasal genişleme yapmamıştır. Açık piyasa işlemleri için tahvil alımlarını yıllık olarak planlamakta ve duyurmaktadır. Pandemi krizinde hükümet, merkez bankasının tahvil alımlarıyla desteklenen bir harcama programı oluşturmuştur. Bu merkez bankasının son on yıldaki ilk parasal genişleme girişimi olma özelliğini taşımaktadır (Kara, 2021: 294).

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK), Pandemi esnasında bankacılık sektöründe çeşitli önlemler almıştır. Kredi ödemelerindeki gecikmelere esneklik getirilerek sorunlu krediler sınıflandırmasındaki süre 90 günden 180 güne çıkarılmıştır. Bankaların sermaye yeterlilik oranlarının ve yabancı para net genel pozisyon oranlarının hesaplamalarında kullanılacak alternatifler oluşturulmuştur.

Ayrıca nakit akışı bozulan bireylere ve firmalara kredi borçlarının ötelenmesi konusunda kolaylıklar getirilmiştir. Kredi kartı borçlarında da öteleme imkanı sağlanmıştır (Strateji ve Bütçe Başkanlığı [SBB], 2020: 64).

Gelişmiş ülkelerin aksine, Türkiye Pandemi Krizinde ekonomik faaliyetleri desteklemek için doğrudan malî transferlerden ziyade çoğunlukla kredi genişlemesine yönelmiştir. Mart 2020’de en geniş para arzı tanımı olan M3 yıllık %28, Nisan’da ise %35 büyümüştür. Dar para tanımı olan M1 ise Mart ayında yıllık %48, Nisanda ise %75 civarında yıllık artış olmuştur. Para arzının en yüksek seyrettiği dönem Temmuz ayına denk gelmektedir. M3 Temmuz ayında bir önceki yıla göre %35, M1 ise %98 artmıştır. Banka kredilerinde de benzer artışlar meydana gelmiştir. Özellikle 2020 üçüncü çeyreğinde ekonomik faaliyetleri artırmak amacıyla kredi faiz oranlarının düşürülmesi sonucunda kredi kullanımları yaz döneminde yüksek seviyelere ulaşmıştır (Şekil 5).



Kaynak: TCMB, 2021

Şekil 5. Parasal Büyüklükler (Yıllık % Büyüme) ve Verilen Krediler (Yıllık % Büyüme)

Pandemide bankalar bu kez krizin çözümünün bir parçası olarak görülmüştür ve hem gelişmiş hem de gelişmekte olan hükümetler bankaları kredi sağlamaya teşvik etmiştir. Ancak, bankaların kredilerindeki artışlar beraberinde geri dönmeyen kredilerin de hızla artmasına neden olmuştur. Kredi piyasasındaki olumsuzluklar ve krizin ne kadar süreceğine ilişkin belirsizlikler bankacılık sektörünü derinden etkilemiştir (Demirgüç-Kunt ve diğerleri 2020: 15). Ülkemizde de kamu bankaları ve Kredi Garanti Fonu aracılığıyla kredi genişlemesi sağlanmıştır. Özel bankalar ise kredi genişlemesine daha ihtiyatlı yaklaşmışlardır. Ozili (2020) bankaların pandemi sırasında risklerden dolayı kredileri artırma konusunda isteksiz olduğunu belirtmektedir. Bankaları kredi artırmaya teşvik etmek için bankalara kredi garantisi sunma, sorunlu finansal kurumlara sermaye yardımı ve mali destek sağlama, şirketlere yönelik varlık satın alma programları başlatma, borç ödemeyi erteleme gibi teşvikler sağlanmasını önermektedir. Ülkemizde ise özel bankaların kredi miktarını artırmaları için BDDK aktif rasyosu düzenlemesini uygulamaya koymuştur. Bu düzenleme oldukça tartışmalı bulunmuştur. Çünkü, bankaların sağladığı kredileri artırma amacı taşıyan bu uygulama bankaların kriz ortamında risklerinin artmasına neden olmaktadır. Diğer yandan, verilen tüketici kredilerinin amacına ne kadar ulaştığı da tartışmalıdır. Bu kredilerin bir kısmı döviz alımına yönlendirilmiştir. Artan dolarizasyon

ortamında verilen kredilerin yanlış amaçlarla kullanımını önleyici tedbirlerin alınması gerekmektedir.

2020 yılında pandemi nedeniyle çoğu ekonomi küçülürken, Türkiye aşırı para ve kredi genişlemesi ile ekonomik küçülme yaşamamıştır. Ancak bu aşırı para ve kredi genişlemesi olumsuz etkileri de beraberinde getirmiştir. Çoğu gelişmekte olan ülkenin aksine, Türkiye pandemi başladığında yüksek enflasyonla mücadele etmekteydi. Tüketici fiyat endeksi çift haneli seyretmekteydi. Parasal genişlemenin en olumsuz etkisi enflasyon üzerinde olmuştur. Tüketici fiyat endeksi 2020 yılı Mart ayında %11,9 iken aynı yılın sonunda %15,6'ya yükselmiştir. Enflasyon oranlarındaki artış faiz oranlarının üstüne çıkarak negatif reel faiz oluşmasına neden olmuştur. Bu durum Kasım 2020'deki politika faiz oranındaki artışa kadar devam etmiştir (Grafik 4).

Parasal genişleme ve negatif reel faiz, Türk Lirası üzerindeki enflasyonist baskıyı artırmıştır. Ekim 2020'de TL hızla değer kaybetmiştir. Bu da fiyat istikrarını bozan en önemli etkenlerden biridir. TL'nin değer kaybı üretimde ithal girdi kullanımını nedeniyle enflasyonun yükseltmesine neden olmaktadır. Dış borç yükü TL karşılığının ve ülke riskinin artmasını beraberinde getirmektedir (Eğilmez, 2020).

Enflasyon beklentilerindeki bozulma, artan belirsizlikler ve ulusal para birimindeki değer kaybı beklentileri yabancı sermaye çıkışlarına neden olmuştur. Yüksek enflasyona karşın düşük faiz ortamı dolarizasyonu tetiklemiş, döviz mevduatına ve altına olan talebi artırmıştır (Çakmaklı, Demiralp, Yeşiltaş ve Yıldırım, 2021: 11). Parasal genişlemenin ulusal para birimi üzerinde yarattığı değer kaybı baskılarını önlemek amacıyla, merkez bankası döviz rezervlerinin yoğun kullanımı gerçekleşmiştir. Döviz müdahaleleri, merkez bankası döviz rezervlerinin erimesine ve risklerin artmasına neden olmuştur. Özatay (2020) pandemi dönemindeki TCMB döviz rezervlerinin erime nedeninin şeffaf bir şekilde açıklanmadığını belirtmektedir.

Yaz döneminde pandemi nedeniyle ihracat ve turizm gelirlerindeki azalma cari işlemler açığını artırmıştır. Parasal sıkılaştırmanın gecikmesi ile enflasyon ve döviz kuru üzerindeki baskı daha da artmıştır. Bir ödemeler dengesi sorunu ile karşılaşma riski nedeniyle, Kasım 2020'de politika değişikliğine gidilerek geleneksel para politikasına geri dönmüştür. Parasal genişlemenin ve kredi genişlemesinin olumsuz etkileri nedeniyle politika faiz oranı Eylülde 200 baz puan, Kasımda da 475 baz puan arttırılmış ve parasal sıkılaşmaya gidilmiştir. 2020 yılının sonunda bankaların verdiği kredileri artırmaya yönelik bir uygulama olan aktif rasyosu düzenlemesi kaldırılmıştır.

2021 Mart ayına kadar parasal sıkılaştırma devam etmiş ve döviz kuru üzerindeki baskı ve finansal piyasalardaki riskler azalmıştır. Ancak Mart 2021'de TCMB yönetiminde yapılan değişiklikle tekrar genişletici para politikalarına dönülmesine ilişkin endişeler gündeme gelmiştir. TCMB yönetimindeki değişiklik, merkez bankası bağımsızlığının sorgulanmasına, hükümetin sıkı para politikası izleyeceğine dair inançların yitirilmesine ve piyasalarda beklentilerin hızla bozulmasına neden olmuştur. Merkez bankası başkan değişikliklerinde ekonomik politika belirsizliği de artmaktadır. 2019 ve 2020 yıllarındaki merkez bankası değişikliklerinde de ülkemizde EPU indeksleri yükselmiştir. (Altuğ ve diğerleri, 2021: 6)

2021 sonu döviz kuru ve enflasyon beklentileri yükselmiştir. Türkiye'nin risk priminde sıçrayış olmuştur (Eğilmez, 2021). Özatay (2021) ülke riskini düşürmeyi amaçlayan kapsamlı bir ekonomik programın devreye sokulması gerektiğini belirtmektedir. Para politikası konusunda TCMB'nin tek söz sahibi olması gerektiğini ve TCMB Başkanının görevden alınmasını zorlaştıran yasal değişiklikler yapılması gerekliliğini vurgulamaktadır.

4. Sonuç

Pandemi küresel olarak tüm ekonomileri etkilemiştir. Küresel ekonomik aktivitenin durmasıyla dünyadaki ekonomiler 2020 yılında daralma yaşamıştır. Finansal piyasalar pandemiden olumsuz şekilde etkilenmiştir. Tüm dünyada varlık fiyatları ile birlikte borsa endeksleri düşmüş, yatırımcılar riskli varlıklardan kaçmaya başlamıştır. Gelişmekte olan ülkelerden ciddi sermaye çıkışları olmuştur. Pandeminin ekonomi üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla hükümetler 2008 Küresel Finansal Krizinde olduğu gibi maliye ve para politikalarına başvurmuştur. Merkez bankalarının en yaygın olarak uyguladığı politika parasal genişleme olmuştur.

Merkez bankalarının pandemi krizinde kullandığı para politikası araçları faiz indirimleri, varlık alımları, likidite sağlanması, kredi desteği ve düzenlemelerde gevşemeler olmuştur. TCMB de diğer ülkelere benzer parasal genişleme politikalarına başvurmuştur. Pandeminin etkilerini azaltmak amacıyla faiz indirimi uygulamış, kredi olanakları sağlamaya ve likiditeyi artırmaya yönelik önlemler almıştır.

Parasal genişlemeye transfer ödemeleri gibi maliye politikalarının eşlik etmesiyle gelişmiş ekonomilerde para politikalarının olumsuz etkileri düşük olmuştur. Ancak Türkiye'de parasal genişlemenin ölçsüz olması ve maliye politikalarının sınırlı olması sonucunda enflasyonun yükselmesi, dolarizasyon ve risklerin artması gibi olumsuz etkiler ortaya çıkmıştır. Ayrıca merkez bankası rezervlerinin erimesi ülke riskini artırmıştır. Sonuçta, pandemide ekonomik büyüme sağlamak için uygulanan politikalar istikrarsızlığı beraberinde getirmiştir. Ödemeler dengesi ve döviz krizi riski ile karşı karşıya kalınması nedeniyle, Kasım 2020'de parasal sıkılaştırmaya gidilerek politika faizi yükseltilmiştir. Yaz dönemine girdiğimiz şu dönemde ise, ekonomik aktiviteyi desteklemek amacıyla TCMB'nin yaz ayları sonunda faiz indirimlerine gideceğine dair beklentiler söz konusudur.

Parasal genişlemeyle likiditenin aşırı artması, tüm dünyada enflasyon beklentisine neden olmaktadır. Ekonomik toparlanmayla birlikte emtia fiyatlarının yükselmesi, maliyetlerin artmasına neden olmakta, bu durum küresel enflasyon beklentilerini daha da yükseltmektedir. Ülkemizde hali hazırda yüksek enflasyonun olduğu bir ortamda genişlemeci para politikasının uygulanması zorlaşmaktadır. TCMB'nin enflasyonu dikkate alan kararlar alması gerekmektedir. Enflasyon yapışkan hale geldiğinde önlenmesi daha da zorlaşmaktadır. Ekonomik aktörlerin ve bireylerin beklentilerini olumlu yönde etkileyecek, güven verici ve alışkanlıklarda değişikliğe yol açacak kararlar alınması gerekmektedir. Önümüzdeki dönemde fiyat istikrarına ve finansal istikrara odaklanan bir para politikası izlenmesi önerilmektedir. Piyasalarda güvenin tesis edilerek daha öngörülebilir politikalar izlenmelidir. Enflasyonun yanı sıra yapısal reformların da hayata geçirilmesi, kurumların kişilere bağlı olmaması ve güçlendirilmesi önem arz etmektedir. Pandemi döneminde eriyen TCMB döviz

rezervlerinin güçlendirilmesine yönelik plan yapılmalıdır. Son olarak merkez bankası bağımsızlığına zarar veren uygulamalardan kaçınılmalıdır.

Referanslar

- Al-Thaqeb, S. A. ve Algharabali, B. G. (2019). Economic policy uncertainty: A literature review. *The Journal of Economic Asymmetries*, 20, e00133.
- Altig, D., Baker, S., Barrero, J. M., Bloom, N., Bunn, P., Chen, S., ... Thwaites, G. (2020). Economic uncertainty before and during the COVID-19 pandemic. *Journal of Public Economics*, 191, 104274.
- Altug, S., Yesiltas, S., Şen, A. ve Arslan, B. (2021). A twitter-based economic policy uncertainty index for Turkey. Erişim adresi https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3954696
- Baker, S. R., Bloom, N., Davis, S. J. ve Terry, S. J. (2020). Covid-induced economic uncertainty. *National Bureau of Economic Research*, No. w26983
- Benmelech, E. ve Tzur-Ilan, N. (2020). The determinants of fiscal and monetary policies during the COVID-19 crisis. *National Bureau of Economic Research*, No. w27461
- Bernanke, B. S. (2012). Opening remarks: monetary policy since the onset of the crisis. In *Proceedings: Economic Policy Symposium Jackson Hole (Vol. 1, p. 22)*.
- Bernanke, B. S. (2020). The new tools of monetary policy. *American Economic Review*, 110, 943–983.
- Bianchi, F., Faccini, R. ve Melosi, L. (2020). Monetary and fiscal policies in times of large debt: Unity is strength. *National Bureau of Economic Research*, No. w27112
- Chen, Q., Filardo, A., He, D. ve Zhu, F. (2016). Financial crisis, US unconventional monetary policy and international spillovers. *Journal of International Money and Finance*, 67, pp. 62-81.
- Çakmaklı, C., Demiralp, S., Yeşiltas, S. ve Yıldırım, M.A. (2021). An evaluation of the turkish economy during COVID-19. *Centre for Applied Turkey Studies*, WP NR. 01
- Demirgüç-Kunt, A., Pedraza, A. ve Ruiz-Ortega, C. (2021). Banking sector performance during the covid-19 crisis. *World Bank Policy Research Working Paper*, 9363.
- Eichenbaum, M. S., Rebelo, S. ve Trabandt, M. (2020). The macroeconomics of epidemics. *National Bureau of Economic Research*, No. w26882
- Eğilmez, M. (2020, 30 Ekim). Dolar Kuru 8,34. Erişim Adresi <https://www.mahfiegilmez.com/2020/10/dolar-kuru-834.html>
- Eğilmez, M. (2021, 12 Nisan). Beklentiler Nasıl Bozuldu? Erişim Adresi <https://www.mahfiegilmez.com/2021/04/beklentiler-nasl-bozuldu.html#more>
- English, B., Forbes K. ve Ubide, A. (2021). Monetary policy and central banking in the Covid era: Key insights and challenges for the future. B. English, K. Forbes, A. Ubide. (Ed.) *Monetary Policy and Central Banking in the Covid Era* içinde (3-27. ss.). London: CEPR Press
- Fernandes, N. (2020). Economic effects of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy, Available at SSRN 3557504.

- Fornaro, L. ve Wolf, M. (2020). Covid-19 coronavirus and macroeconomic policy. CEPR Discussion Paper. Erişim Adresi https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3560337
- Emmons, W. R. ve Neely, C. J. (2020). Responses of International Central Banks to the COVID-19 Crisis. *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, 102(4), 339-84
- Iyke, B. N. (2020). Economic policy uncertainty in times of COVID-19 pandemic. *Asian Economics Letters*, 1(2), 17665.
- Jirasavetakul, L. B. F. ve Spilimbergo, M. A. (2018). Economic policy uncertainty in Turkey. *International Monetary Fund*, 272
- Kara, H. (2021). Monetary policy in the Covid era: The Turkish experience. B. English, K. Forbes, A. Ubide. (Ed.) *Monetary Policy and Central Banking in the Covid Era* içinde (293-313. ss.). London: CEPR Press
- Li, L., Strahan, P. E. ve Zhang, S. (2020). Banks as lenders of first resort: Evidence from the COVID-19 crisis. *The Review of Corporate Finance Studies*, 9(3), 472-500.
- McKibbin, W. ve Vines, D. (2020). Global macroeconomic cooperation in response to the COVID-19 pandemic: a roadmap for the G20 and the IMF. *Oxford Review of Economic Policy*, 36, 297-337
- Ozili, P. K. (2021). Financial regulation and bank supervision during a pandemic. Available at SSRN 3770211.
- Ozili, P. K. ve Arun, T. (2020). Spillover of COVID-19: Impact on the global economy. Erişim Adresi https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3562570
- Özatay, F. (2020). 2021 Para ve kur politikası. Erişim Adresi <https://www.dunya.com/kose-yazisi/2021-para-ve-kur-politikasi/603894>
- Özatay, F. (2021). Hemen yapılabilecek iki şey. Erişim Adresi <https://www.dunya.com/kose-yazisi/hemen-yapilabilecek-iki-sey/616136>
- Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2020). Yıllık Ekonomik Rapor, Erişim Adresi <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2020/10/Yillik-Ekonomik-Rapor-.pdf>
- Spatt, C. S. (2020). A tale of two crises: The 2008 mortgage meltdown and the 2020 COVID-19 crisis. *The Review of Asset Pricing Studies*, 10(4), 759-790.
- Sahinoz, S., ve Cosar, E.E. (2018). Economic policy uncertainty and economic activity in Turkey. *Applied Economics Letters*, 25(21), 1517-1520.
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. (2020). 2021 Yılı Para ve Kur Politikası. Erişim Adresi <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Yayinlar/Para+ve+Kur/Para+ve+Kur+Politikasi+Metinleri>
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. (2021). Parasal Gelişmeler Raporu. Erişim Adresi <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Istatistikler/Parasal+ve+Finansal+Istatistikler/Aylik+Para+ve+Banka+Istatistikleri>
- Wójcik, D. ve Ioannou, S. (2020). COVID-19 and finance: market developments so far and potential impacts on the financial sector and centres. *Journal of Economic and Human Geography*, 111, 387-400.
- World Health Organization. (2020). Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Situation Report – 71. Erişim Adresi <https://www.who.int/docs/default->

source/coronaviruse/situation-reports/20200331-sitrep-71-covid-19.pdf?sfvrsn=4360e92b_8

Zhang, D., Hu, M. ve Ji, Q. (2020). Financial markets under the global pandemic of COVID-19. *Finance Research Letters*, 36, 101528.

COVID -19'UN YIYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNE OLAN ETKİSİ

THE EFFECT OF COVID-19 ON FOOD AND BEVERAGE BUSINESSES

Yasemin KOÇAK BİLGİN⁽¹⁾, Hacer Neyir TEKELİ⁽²⁾

Öz: Covid-19, dünya çapında yiyecek içecek işletmelerini önemli ölçüde etkilemiştir. Bu etkilerin yiyecek içecek işletmelerinin sahip olduğu komplike yapısı itibari ile geniş çaplı incelenmesi gerekmektedir. Araştırmanın amacı İstanbul'da bulunan yiyecek içecek işletmelerinde Covid-19 pandemisinin etkilerini ortaya koymaktır. Bu bağlamda 57 yiyecek içecek işletmesi ile derinlemesine yapılan görüşmeler Maxqda 2021 desteği ile betimsel analize tabi tutulmuştur. Bu veriler ışığında ekonomik etkiler, menüye etkisi, işgücüne etkisi, ürün tedarikine etkisi ve tüketici tercihlerine olan etkisi olmak üzere 5 ana temaya ulaşılmıştır. Bu temalar ile pandeminin yiyecek içecek işletmelerine genel anlamda yarattığı olumsuz etkileri ortaya koymaktadır. İşletmeler ekonomik anlamda büyük zorluklar yaşamaktadır. Bununla birlikte pek çok ürün için tedarik sıkıntısı ortaya çıkmıştır. Pandemi ile değişen tüketici davranışları işletmelerin, hem menülerinde değişikliğine gitmesine sebep olmuş hem de paket servis hizmetini mecbur hale getirmiştir. İşletmelerin özellikle sokağa çıkma yasaklarının olduğu dönemlerde aldığı paket servis, web sitesinden sipariş imkanı gibi yenilikler işletmelerin geleceğe ayak uydurmasında önemli adımlar olmakla birlikte işten çıkarma, zorunlu izin kullandırma gibi uygulamalar sektördeki tecrübeli iş gücünün kaybına sebep olmaktadır. Nitekim, alınan önlemlerin yetersizliği ve pandeminin beklenenden uzun süre devam etmesi gibi sebepler ile görüülen işletmelerden 3 tanesi kapanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Pandemi, Yiyecek İçecek İşletmeleri, Ekonomik Etki, Tüketiciye Etki

Abstract: Covid-19 has significantly affected Food and Beverage Businesses worldwide. These effects need to be studied extensively due to the complicated nature of food and beverage businesses. The aim of the research is to reveal the effects of the Covid-19 pandemic on Food and Beverage enterprises located in Istanbul. In this context, in-depth interviews with 57 Food and Beverage businesses were subjected to descriptive analysis with the support of Maxqda 2021. In the light of these data, 5 main themes have been reached: economic effects, effect on menu, effect on workforce, effect on product supply and effect on consumer preferences. With these themes, it reveals the negative effects of the pandemic on food and beverage businesses in general. Businesses are experiencing great economic difficulties. However, supply problems arise for many products. Changing consumer behavior with the pandemic has caused businesses to change their menus and made takeaway service compulsory. Innovation, such as package service, ordering from the website, which businesses receive especially during periods of curfews, is important steps in keeping pace with the future, while practices such as layoffs, mandatory permits, are leading to the loss of experienced workforce in the industry. As a matter of fact, 3

⁽¹⁾ Doğuş Üniversitesi, Meslek Yüksek Okulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı; ykocak@dogus.edu.tr, ORCID: 0000-0002-3393-709X

⁽²⁾ İstanbul Kültür Üniversitesi; Meslek Yüksekokulu, Sivil Havacılık Ulaştırma İşletmeciliği Programı, n.tekeli@iku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4627-2840

Geliş/Received: 24-12-2021; Kabul/Accepted: 22-02-2022

of the businesses that were interviewed were closed due to the inadequacy of the measures taken and the persistence of the pandemic for longer than expected.

Keywords: Covid-19, Food and Beverage Businesses, Pandemic, Economic Effect, Consumer Effect

JEL: A13, L66, I18

1. Giriş

SARS-CoV-2 virüsü bir çeşit Covid-19 hastalığına neden olmaktadır ve bu hastalık ilk olarak 2019 senesinin aralık ayında Çin'in Wuhan şehrinde görülmüştür (Alanagreh vd., 2020: 9). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), 12 Ocak 2020'de şikâyetlerin nedeninin yeni tür bir Coronavirüs olduğunu (2019-nCoV) açıklamış ve 11 Şubat 2020'de yeni tip virüs SARS-CoV-2 olarak isimlendirilmiştir. Covid-19 pandemisi başta Çin olmak üzere; Asya kıtası ülkeleri ve daha birçok ülkeyi etkisi altına alarak tüm dünyayı etkileyen uluslararası bir boyuta ulaşmıştır (Tüba, 2020: 87).

Devletlerin tedbirleri, sağlık endişesi ile dünyada ve Türkiye'de Covid-19 pandemisi ekonomik ve sosyal sektörlerde yıkıcı bir etki oluştururken, yiyecek içecek işletmeleri sektörü de durumdan en fazla etkilenen sektörlerin başında yer almıştır. Gıda sektörünün ana işlevi tarımsal ham maddeyi işleyerek, en yüksek kalitede yiyecek ve içecek mamulleri elde etmektir. Üretimin sonunda; nihai tüketiciye ulaşan proste hammadenin temininden başlayıp, kaynak kullanımı, enerji kullanımı ve dağıtım kanalları, atık idaresine, ambalajlamaya, kadar pek çok değişik birleşeni içerisinde barındırmakta olan bir sektördür (Açıkgöz ve Günay, 2018: 77). Tüm sektörlerde olduğu bu sektörde küresel bir salgından etkilenmemesi olası değildir. Salgının turizmden sağlığa, otomotivden tekstile, eğitimden, medyaya, tarımdan kamu hizmetlerine kadar birçok sektörü olumsuz yönde etkilediği aşikârdır ve bu etkiyi en aza indirmek için hükümetler çeşitli önlemler almaya gayret göstermiştir. Pandemi yiyecek içecek işletmelerini sektörünü çok yönlü olarak etkilemiştir; çünkü sokağa çıkma yasakları ile birlikte lokanta ve kafelerin kapatılması ve dışarıda yemek yeme imkânının olmaması gıda sektörünün üretim, dağıtım ve lojistik gibi birçok bileşenine tesir etmiştir.

2. COVID-19'un Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yarattığı Etkiler

Yiyecek içecek işletmeleri, küresel ekonomiye büyük katkı sağlayan önemli sosyo-ekonomik bir sektörün en önemli unsurlarını meydana getirmektedir. Bununla birlikte, bu sektörler, Covid-19 salgını ve bunun sonucunda ortaya çıkan ekonomik gerilemeler gibi doğal tehlikelere; karşı savunmasız ve hassastır. Covid-19 global olarak benzeri görülmemiş bir istihdam ve gelir kaybına yol açarak milyonlarca iş ve milyarlarca dolarlık potansiyel gelir kaybına neden olmuştur (Dube, Nhamo ve Chikodzi, 2021:1488).

Covid-19, yeme içme endüstrisini küresel çapta ekonomik olarak etkilemiştir. Buna bağlı olarak da tüm dünyada yiyecek içecek işletmelerine yönelik çeşitli önlemler alınmıştır.

Amerika'da; eyalet bölgesi ve topluluğuna göre değişse de, hemen hemen her eyalet ve yerel yönetim, restoranların akşam yemeği servislerini yasaklayarak fiziksel mesafenin sağlanması amacıyla pek çok kararlar uygulamıştır. Türkiye'de kısıtlamalar 12 Mart tarihinde başlamış, kademeli olarak dönemsel bir şekilde uygulanmıştır. Bu kısıtlamalar arasında yiyecek içecek işletmeleri bazen sadece paket servis hizmeti sunabilmiş bazen de tamamen kapatılmıştır. Bu müdahale çabaları, kişisel etkileşimi en aza indirip virüsün yayılmasını hafifletirken, restoran endüstrisinin hayatta kalmasını büyük ölçüde tehdit etmiştir. Ulusal Restoran Derneği'nin Nisan ayı ortasında 6.500 restoran sahibiyile yaptığı ankete göre, ABD restoranlarının yaklaşık %60'ı, yemek yiyen müşterilerin kaybindan kaynaklanan mali sıkıntı nedeniyle kapanmak zorunda kalmıştır (Yang, Liu ve Chen, 2020: 21). Sözcü gazetesine göre (2021); Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin hazırladığı istatistiklerinden derlediği verilere göre; Türkiye de 2020 senesinde "lokantalar ve seyyar yemek hizmeti" alanında faaliyet gösteren 1.733 işletme faaliyetini durdurmuştur. Bu işletmelerin 1.170'i şahıs, 495'i limited ve 68'i anonim şirkettir. 2020 yılında günde 5 firma faaliyetini sonlandırmıştır.

Covid-19'un sürekli artan bir ivme ile küresel yayılımı; gıda tedarik zincirini tehdit etmektedir. Tüketicilerin de gıda güvenliğiyle ilgili endişelerini arttırmaktadır. Covid-19 pandemisi gibi küresel bir salgın durumu veya doğal afet gibi durumlarda gıda tüketicileri alışkanlıklarını değiştirmektedir. Özellikle, Covid-19 küresel virüs salgını sürecinde ülkelerin tarım ve gıda ürünlerine olan ihtiyaç tanımının farklılaşması, virüs salgınıyla mücadele için alınan karantina tedbirlerinin tarım ve gıda üretimi üzerinde neden olduğu negatif etkiler ve ülkelerin aniden ortaya çıkan bu tür küresel krizlere yönelik olarak tarım ve gıda ürünlerini stoklama eğilimleri, global tarım ve gıda arz güvenliğine yönelik tartışmalara yol açmaktadır (Lippert, Furnari, ve Kriebel, 2021:14). Önlemler ve duyulan sağlık endişesi ile pek çok yiyecek içecek işletmesi faaliyetlerine ara vermiş, bu durumun nihayetinde tüketiciler evde yemek yemeye yönelmiştir. Sağlık nedenli kriz dönemi süresince, tüketici talebi; yiyecek içecek işletmelerine yönelik değerlendirmeleri ve beklentileri, önemli hale getirmiştir. Sağlık ile ilgili kriz koşulları, tüketici talebinin; yiyecek içecek işletmeleri talebine ilişkin değerlendirmeleri, bu bağlamda çok daha önemli hale gelmiştir. Yiyecek içecek işletmelerinin; tüketicilerin sosyalleşme ortamı olduğu da göz önünde bulundurulduğunda; pandemi prosesinde bilhassa, hükümetlerin uyguladığı "evde kal" propagandası ile "sosyal mesafe" gibi kısıtlamalardan sarsıcı bir şekilde etkilendiği görülmektedir (İflazoğlu ve Aksoy, 2020: 3364). Yiyecek içecek sektöründe çalışanların hareketlerinin kısıtlanması ise; istihdam ve gelir kaybı yaratırken, dünyada yoksulluk oranları mühim derecede ivme kazanmıştır. Sokağa çıkma kısıtlamaları ve gelir kaybı sektöre erişimi oldukça kısıtlamıştır (Zurayk, 2020: 20). Yaşanan sürecin olumsuz etkileri neticesinde Türkiye'de de bazı önlemler alınmıştır. Resmi Gazete 17 Şubat 2021 tarihinde ilan edilen "Ciro Kaybı" destek programından şu şekilde bahis edilmektedir; "2019 senesinden evvel veya 2019 senesinde faaliyeti devam eden ve 2019 senesindeki karı 3 milyon TL ile altında olup, cirosuna oranla 2020 senesindeki karı %50 ve daha yüksek bir oranda eksilen yiyecek ve içecek sektöründe faaliyet gösteren, katma değer vergisi mükellefiyeti olan işletmeler ana faaliyet konusu üzerinden bir defaya mahsus yararlanabilirler. Ciro kaybı desteği, bir defada ödenmek üzere; 2.000 TL az ve 40.000 TL'den daha fazla olmak kaydı ile bu işletmelerin 2020

senesindeki cirolarının, 2019 senesindeki cirolarına göre eksilen meblağ tutarının %3'üdür. Cirolarının tespit edilmesinde 27/1/2021 tarihinden, 2019 ve 2020 yıllarındaki vergilendirme dönemlerinin katma değer vergisi beyannameleri temel alınır. Ciro kaybı desteği ile 22/12/2020 tarihli ve 3323 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar ile Gerçek Kişi Tacirlere Covid-19 Salgını nedeni ile verilecek destekler hususunda Cumhurbaşkanı Kararının 3. maddesinin 2. ve 3. fıkraları kapsamında verilen hibe desteğini birlikte hak eden işletmelerin, 3323 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı kapsamında hak ettikleri 3.000 TL tutar, bu Tebliğ kapsamında verilecek ciro kaybı desteğinden mahsup edilir; var ise kalan tutar işletmelere ciro kaybı desteği olarak verilir'' (Resmi Gazete, 2020). 24 Aralık 2020 de resmi gazetede yayımlanan Covid-19 salgını nedeniyle verilecek hibe desteği programı ve uygulama esasları hakkındaki bir diğer tebliğde; Destek programında yer alan hibe desteği; gelir kaybı desteği ile kira desteği olarak iki şekildedir. Destek programından, 14/12/2020 tarihinden evvel vergi mükellefiyetini tesis ettirmiş, ticari kazançları basit usulde tespit edilenler, Bakanlık tarafından belirlenen sektörlerde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkarlar ve gerçek kişi tacirler ile yine bu tarih itibarıyla esnaf ve sanatkarlar siciline kayıtlı vergiden muaf esnaf ve sanatkarlar faydalanmışlardır. Desteğe ilişkin hususlar; gelir kaybı desteği ticari kazançları basit usulde tespit edilenlere, vergiden muaf esnafa ve bunların haricinde kalan esnaf ve sanatkarlar ile gerçek kişi tacirlere aylık 1.000 TL olmak üzere toplamda 3.000 TL hibe desteği sağlanır. Kira desteği ise; gelir kaybı desteğinden faydalanabilecek gerçek kişilerin vergi sicil kayıtlarına göre esas faaliyetlerini yürüttükleri iş yerlerinin kira olması halinde, bu kişilere büyükşehir belediyelerinin bulunduğu yerlerde aylık 750 TL olmak üzere üç aylık toplamda 2.250 TL, diğer yerlerde aylık 500 Türk Lirası olmak üzere toplamda 1.500 TL kira desteği sağlanır. İş yeri kira bedelinin kira desteği tutarının altında olması durumunda; kira bedeli kadar kira desteği ödenir. (Resmi Gazete, 2020).

3. Yöntem

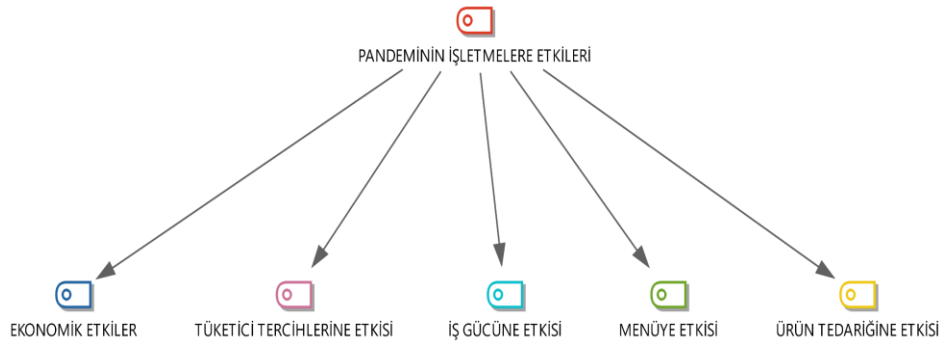
Covid-19 pandemisinin yiyecek içecek sektörüne olan etkileri İstanbul ili örneği kapsamında araştırılmıştır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden görüşme, veri analiz yöntemlerinden betimsel analiz kullanılmıştır. Bu amaç doğrultusunda Haziran 2021'de başlayan görüşmeler Ekim 2021' e kadar devam etmiştir. Görüşmeler için Türkiye'nin en fazla yiyecek içecek işletmesine sahip kenti İstanbul seçilmiş ve işletmelerden önceden randevu alınmış sonrasında söz konusu işletmeye gidilmiştir. Gerçekleştirilen 57 görüşmede kullanılan yarı yapılandırılmış 11 soru bulunmakla birlikte, konuyu derinleştirmek için alt sorular sorulmuştur. MAXQDA 2021 programı kullanılarak kodlamalar gerçekleştirilmiştir. Toplamda 579 kod ortaya çıkmıştır. Kod birlikte oluşma modelleri, kod alt kod bölümler modeli, kod haritaları gibi pek çok teknik kullanılarak, kodlar arası ilişkiler görselleştirilmiştir.

4. Bulgular

Araştırma kapsamında İstanbul'da bulunan 57 yiyecek içecek işletmesi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. İşletmelerin gerçek işletme adı yerine harfler kullanılmıştır ve uluslararası faaliyet gösteren işletmeler, ulusal çapta faaliyet gösteren işletmeler, sadece İstanbul'da faaliyet gösteren ve şubeleri olan işletmeler, sadece İstanbul'da faaliyet gösteren, şubesiz ve çoğunlukla şahıs işletmeleri olanlar, bir otel bünyesinde hizmet veren

yiyecek içecek işletmeleri ve catering hizmeti sunan işletme olmak üzere 6 ayrı gruba ayrılmışlardır. Söz konusu yiyecek içecek işletmelerinin 4 tanesi uluslararası fast food ve cafe zincirlerinin şubesidir (UA) ile isimlendirilmişlerdir, 9 tanesi ulusal çapta şubeleri olan işletmedir (u) ile isimlendirilmiştir. 15 tanesi sadece İstanbul ilinde faaliyet göstermekle birlikte 2 ile 15 arasında değişen şubeye sahip yiyecek içecek işletmesidir ve (i) ile isimlendirilmişlerdir. T kodu ifade edilen şubesi bulunmayan, İstanbul'da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleridir. 22 görüşme gerçekleştirilmiştir.

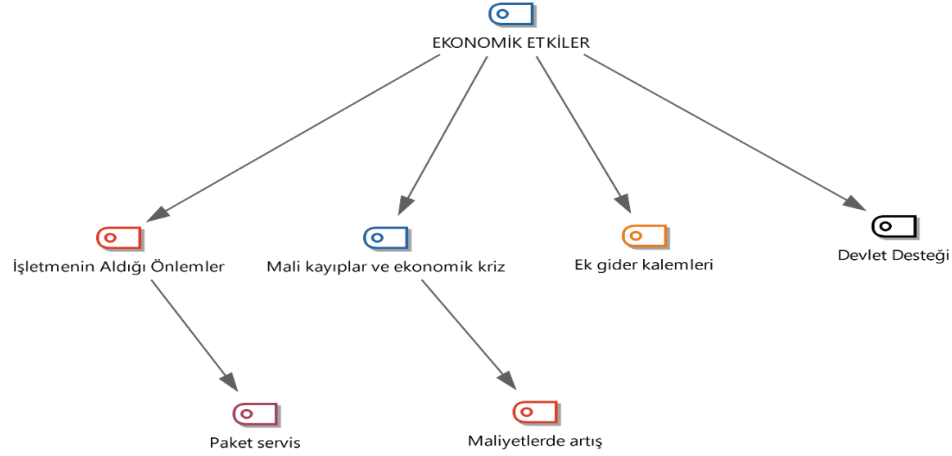
Görüşme yapılanlardan (H) kodu ile ifade edilen 6 işletme ise otel bünyesinde faaliyet göstermekte olan restoranlar olmakla birlikte görüşme yapılan 1 yer fabrika, ofis, düğün vb. etkinliklere yemek hizmeti sağlayan bir catering firmasıdır ve (C) ile belirtilmiştir. 579 kod oluşmuş ve bunlar 5 temel koda dağılmış sonrasında alt kodlara ayrılmışlardır.



Şekil 1. Covid-19'un Yiyecek İçecek İşletmelerine Etkileri

Pandeminin İstanbul'daki yiyecek içecek işletmelerine etkisi hiyerarşik kod- alt kodda 5 temel koda ayrılmıştır. Bunlar: Ekonomik Etkiler, Tüketici Tercihlerine Olan Etkisi, İş Gücüne Olan Etkisi, Menüye Etkisi ve Ürün Tedariğine olan etkisidir.

4.1. Pandeminin Yiyecek-İçecek İşletmelerine Ekonomik Etkileri



Şekil 2. Covid-19'un Yiyecek-İçecek İşletmelerine Ekonomik Etkileri

Ekonomik etkilerde incelendiğinde yoğunluk, mali kayıpta görünmektedir. Mali kayıpla ilgili 67 farklı kodlama gerçekleşmiştir. İstanbul' da ki yiyecek içecek işletmelerinden görüşme yapılan 57 tanesinden 1'i dışında tamamı mali kayıptan söz etmiştir. Ciro kaybını bazı işletmeler net bir şekilde aylık tl bazında ifade ederken pek çoğu bunu yüzdelik olarak belirtmişlerdir. Belirtilen ciro kayıpları özellikle tam kapanma dönemlerinde %60 - %90 arasında olduğu ifade edilmektedir.

İstanbul çapında faaliyet gösteren 5 şubeli bir fast food restoranın işletme sahibinin ifadeleri şu şekilde olmuştur:

İşletmem adına 70.000-80.000TL içeri girdiğimiz oldu. Bu parayı toparlayabilmek için de 3-5 ay çalıştık ki borcumuzu ödeyelim diye. Biz batmadık ama batan birçok esnaf arkadaşımız var (İ15).

Pandemi öncesinde 250 kişiyi misafir eden bir işletmeydik, pandemi sonrasında ise 140 kişiye kadar düştük. Ekonomik açısından ise yarı yarıya bir düşüş oldu. Ciromuz pandemi öncesine göre %40'a yakın bir düşüş yaşadı. Rakamsal olarak verecek olursak kış aylarında 800-900 bin civarındayken pandemi sonrası bu düşüş 400-350 bine kadar düştü (T2).

Görüşmenin gerçekleştiği tüm işletmeler mali kayıplardan söz etmiştir. Sadece uluslararası fast food zincirlerinden birisi mali kayıp yaşamadığını aksine cirosunda artış olduğunu ifade etmiştir. Bu durum diğer 3 uluslararası zincir yiyecek içecek işletmesi için ise geçerli değildir.

...İlk bir ay sıkıntı yaşadık fakat sonrasında herhangi bir sıkıntı yaşamadık aksine ciromuzda %40' a varan büyük bir artış oldu (UA4).

Görüşmelerde ekonomik etkilerde en fazla bahsedilen ikinci nokta ise ek gider kalemleri olmuştur. Yiyecek içecek işletmelerinde ek gider kalemlerini dezenfektan, tek kullanımlık eldiven, maske, tek kullanımlık diğer hijyen ürünleri oluşturmaktadır. Görüşmenin gerçekleştirildiği 57 yiyecek içecek işletmesi ek gider kalemlerinin pandemi ile birlikte arttığı ve olumsuz etkilediği yönünde olmuştur. Söz konusu ek gider kalemlerinin pek çok pandemi öncesi kullanılsa bile pandemi ile birlikte kullanılan miktar çok artmıştır. Ayrıca bu malzemeler için fiyatlandırma sıkıntısı söz konusu olmuştur. Çok talebin olması nedeni ile maske, eldiven, ateş ölçer vb. pek çok malzemenin fiyatları normalinden çok yüksek hale gelmiştir. Bununla birlikte özellikle pandeminin başlarında bu ürünler bulunamaz hale gelmiştir. Bu durum toplu alım yapan yiyecek içecek işletmeleri için ayrıca bir olumsuzluk yaratmıştır.

Ambalaj malzemelerimiz artmaya başladı. Islak mendil, peçete, dezenfektan gibi ürünlerin kullanımı artmaya başladı. Kasalarda eldiven siperlik gibi ürünler personeller için temin edildi. Tek kişilik kullanımı olan ürünler, çatal-kaşık gibi tekli ambalaj halinde verildi (I11).

...maske, eldiven, dezenfektan ve düzenli ilaçlama işlemi. %10 oranında zararı oldu (T20).

Çok yoğun bir şekilde maske alımım oldu benim. Çalışanların hiçbiri maske getirmiyorlar ve hepsi bizden talep ediyorlardı. Biz saatte bir olmak üzere günde ortalama 10-15 maske değiştiriyoruz. Bu yönden maske çok büyük bir masraf oluşturdu. ...Bunun yanında ateş ölçerlerde buradaki eczanelerde olması gerekenden çok daha pahalıya satıldığı için internette satın almaya yöneldik ve bu şekilde masrafları olabildiğince düşürmeye çalıştık. Ayrıca her yere tabelalar, uyarı levhaları astık, aynı şekilde belirli yerlere dezenfekte cihazları koyduk bunlar tabii bize ekstra masraf oldu. Çatal bıçaklarda bildiğiniz gibi artık tek kullanımlık oldu, bunun yanında masaya tuzluklar koymak yerine küçük paket tuzlar kullanmak zorunda kaldık. Bunların hepsi ele alınınca ciddi bir masraf yapıldığı zaten görülüyor (T3).

Ekonomik etkilerde ortaya çıkan sonuca göre, Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinin tamamına yakını krize hazırlıklı değildir. Uluslararası işletmelerin ve otel restoranları dışında kalan işletmeler Covid-19 kaynaklı oluşan ekonomik kriz için hazırlıklı olmamakla birlikte, krizin devam etme durumuna göre gerçekçi bir eyleme geçmemişlerdir. Bu işletmelerin aldıkları önlemler, personel azaltma (işten çıkarma/ücretsiz izin), bankadan kredi çekme, stokları en aza indirme, elektrik, doğal gaz vb. kullanımları azaltma şeklinde olmuştur.

Malzemelerimizi 3 dolaptan, 1 adet dolaba düşürdük. Yani elektrik anlamında tasarruf etmek için. Çünkü gelir belli gideri kontrol altına almak zorundasın. O yüzden de elektrik, su, doğalgaz gibi yakıtların harcamalarına daha çok dikkat ediyoruz. O da elden geldiğince (T12).

İşçi ücretlerinin kısa çalışma ödeneğiyle teşvik üzerinden gidermeye çalıştık. Aynı zamanda verilen siparişlerde azaltma yaparak daha az ürün siparişleri verdik (İ1).

Covid-19 başlangıcı ve sonrasında meydana gelen kısmi kapanma ve tam kapanma dönemleri işletmelerde paket servis açısından büyük değişiklikler yaratmıştır. Görüşmenin gerçekleştirildiği işletmelerden 34 tanesi paket servis hizmeti vermektedir. 13 işletme paket servis hizmeti vermemektedir. Paket servis hizmeti vermeyen işletmelerden 3 tanesi bu dönemde faaliyetini sonlandırmıştır. 10 tanesi pandemi sebebi ile paket servis hizmetine başlamıştır. Paket hizmeti vermeyen işletmeler, otel restoranlarının tamamı, fine dining hizmeti veren konseptte bağlı işletmeler ve uluslararası çapta hizmet veren bir restorandan oluşmaktadır. Covid-19, yiyecek içecek işletmelerinde paket servisi zorunlu hale getirmiştir.

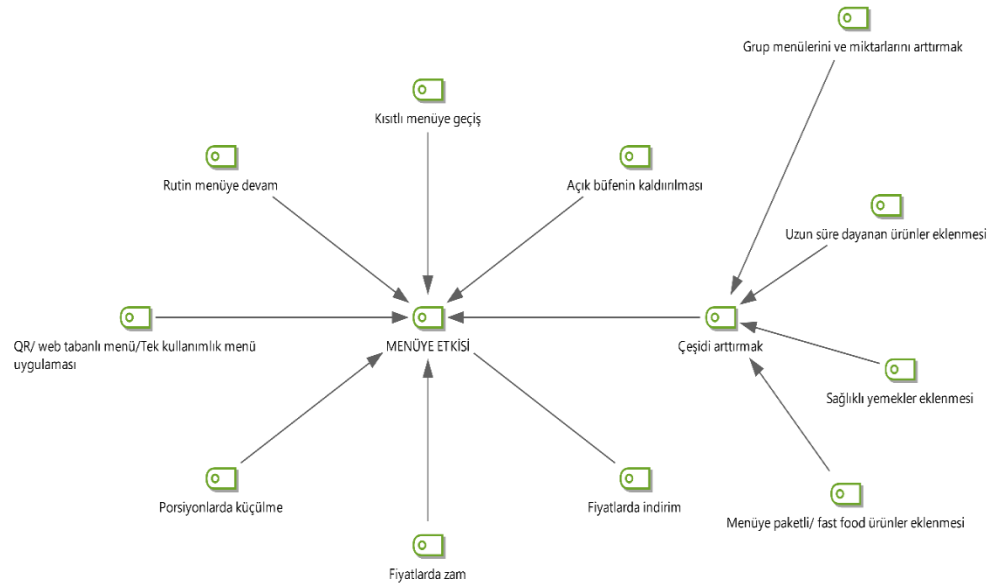
Paket servis kullanmayan çoğu firma şubelerini kapatmak zorunda kaldı. Paket servisimiz bulunmadığı için gel al servis olarak devam ettik. Temmuz başında self servis için "Whatsapp" sipariş hattı oluşturduk gelecek olan müşterilerimiz, gelmeden önce sipariş veriyor geldiğinde beklemeden paketlerini teslim alıyor. Bu da yeterli gelmedi ve paket servise başladık. Hatta web sitemizden de sipariş almak için gerekli altyapıyı oluşturduk (İ1).

Bu noktada ortaya çıkan son kod ise devlet desteği kodu olmuştur. Yiyecek içecek işletmeleri devlet tarafından sunulan desteklerin yetersiz olduğuna değinmişlerdir. Fakat burada yaşadıkları en büyük sıkıntıyı kiralar oluşturmaktadır. İş yeri sahiplerinin kapanma dönemlerinde bile kiralarda erteleme gibi kolaylıklar tanımaması en çok zorlayan kısmı oluşturmuştur.

Bizim ülkemizin sisteminde bütün her şey nerdeyse normalleşirken tüm suç restoranlara yıkıldı tüm olay ve yiyecek içecek işletmeleri sektörüne yıkıldı. Pandemiye sanki restoranlar başlatmışçasına bir muamele görür olduk. Kongreler ve diğer türlü şeyler hep doluluk gösterirken sadece kısıtlamaları yiyecek içecek bölümlerinde gördük denebilir. Evet bir yandan da mücadele edilecek her türlü ne de olsa dünyayı dize getiren bir hastalıktan bahsediyoruz ama sonuç olarak neden sadece yiyecek içecek sektörü diye sorgulayabiliriz. Şöyle söyleyecek olursak arkadaşlarımız ve ben de desteklerden faydalandım örneğin benim sigorta günüm fazlayken bana bağladıkları sigortada adaletsizlik olduğunu düşünüyorum benden daha az çalışan ve sigorta günü az olan bir birey benden daha fazla maaş almış oluyordu ve ben de buradaki adaletsizlikten bahsetmek istedim. Bir de günlük nakdi ücret çıkardılar günlük 39tl gibi bir rakamı vardı yanlış hatırlamıyorsam ondan da sigortası yeten arkadaşlarımız faydalandı ama Avrupa ülkelerinde sunulan destekler bizlere sunulmadı (T22).

4.2. COVID-19'un Menüye Etkisi

COVID-19'un menüye etkisi, kısıtlı menüye geçiş, rutin menüye devam edilmesi, QR/ web tabanlı menüler/tek kullanımlık menüler, porsiyonlarda küçülme, fiyatlarda zam, fiyatlarda indirim ve menüde çeşidi artırmak yönünde olmuştur.



Şekil 3. Covid-19'un Menüye Etkisi

Süreç içerisinde menülerde birden fazla kez değişikliğe gidildiği görülmüştür. Özellikle sadece İstanbul'da faaliyet gösteren ve şubesi olmayan işletmeler bu değişikliği daha hızlı yapabilmekteyken, uluslararası hizmet veren yiyecek içecek işletmelerinin şubeleri ve otel restoranlarında menü değişikliği daha az yapılabilmektedir. Bu durumun sebeplerinden başlıcası ise menünün işletmenin merkezi tarafından hazırlanarak şubelere dağıtılması ve işletmenin menü değişikliği konusunda katı prensipleri sayılabilir. Nitekim uluslararası çapta hizmet veren fast food firmaları paket menüler sundukları için menü değişikliğine ihtiyaçları bulunmamaktadır. Otel restoranları bu anlamda sadece açık büfede self servis hizmetlerini kaldırmışlardır ya da açık büfeden personel aracılığıyla hizmet sağlamışlardır. Misafirin yiyecekler ile teması engellenmiştir. Bu durum gereksiz tüketim açısından fayda sağlamış ve maliyeti de azaltmıştır.

Pandemin başlangıcı ile birlikte yiyecek içecek işletmelerinin büyük kısmının aldıkları ilk önlemlerin başında QR, web tabanlı ya da tek kullanımlık menü kartlarının hizmete sunulması olmuştur. COVID-19'un temas kaynaklı bulaşması, bu gibi uygulamaların hızlı bir şekilde faaliyete geçmesini sağlamıştır.

Android ve App Store'dan insanların sipariş verebileceği şekilde mobil uygulamalar geliştirdik. İsteyenlerin de web sitesinden girebilecekleri bir ortam oluşturduk. Arzu edene de eski usul klasik menü verdik yani toplamda üç çeşit menü hazırladık. İçerik olarak değiştirmedik ama insanlara ulaşım açısından web menü, klasik menü ve app menü olarak üç tane menü sunulmuş oldu (İ13).

Görüşme yapılan işletmelerde, en fazla menüde çeşidi arttırma yoluna gidilmiştir. İşletmeler menülerinde paketli gıdalar, fast food ürünler, sağlıklı yemekler, uzun süre dayanan yemekler ve grup menüleri ekleyerek çeşidi arttırma yoluna gitmişlerdir. Bunun sebepleri ise şu şekilde sıralanabilir;

1- Pandemin özellikle başlarında yaşanan talebin azalması neticesinde çabuk bozulan yiyecekler yerine daha uzun süre dayanan yiyecekler eklenmiştir.

İnsanlar çok tercih etmediği için çabuk bozulan ürünleri çıkardık, biraz daha kapalı ürünlere yöneldik. Tabii ki menüyü yarı yarıya değiştirdik (T17).

2- Pandemi başlangıcından itibaren sektör için çok önemli bir hal alan paket servise uygun yiyecekler özellikle hamburger ve sandviçler gibi fast food ürünleri eklenmiştir.

Covid-19 sebebiyle değişikliklere gittik. Menü değişikliğimizde genellikle açık ambalajlı ürünleri çıkartıp daha çok paketli ürünleri ekledik (T9).

.....Bu vesileyle hızlı üretilen yemekler saktuk. Köftelerimiz, patateslerimiz, karışık pizzalarımız daha hızlı tüketildi ve daha cazip geldi (T13).

3- Ambalajlama yapılabilen ürünler menüye dahil edilmiştir.

Satılan muffinlerde ambalaj yapılmaya başlandı, poğaçalar servise giderken tek tek paketlenmeye başlandı, günlük yapılan sandviçlerde artma ve ambalaj değişikliği yapılmaya başlandı. Bunların yapılmasını müşteriler istedi virüsten sonra böyle bir değişime gidildi (U3).

4- Pandeminin yarattığı sağlık endişesi ile tüketicilerin tercihleri daha sağlıklı ürünlere kaydığı gözlenmiş, bunun sonucunda salatalar gibi besleyici özellikteki yiyecekler menüye eklenmiştir. Görüşme yapılan işletmelerden catering hizmeti veren firma (C1) menüleri tamamen bu şekilde değiştirmişlerdir.

Menülerimizde normalde sulu yemek, protein ağırlıklı, karın doyurucu besinlerden ziyade yine aynı protein oranı yüksek menüleri yaratıp aynı zamanda vitaminler ekledik mesela meyve, meyve salatası tarzında COVID-19'un ilk başlarında her yer kapatıldıktan sonra tekrar açılım olduğu zamanlar biz menülerimize vitamin ağırlıklı şeyler ekledik tek menü değişikliğimiz bu oldu (C1).

Daha önceleri insanlar genel olarak tamamen lezzet, görünüş ve sunum odaklı bakıyorlardı ama bu dönemden sonra büyük bir kitle protein, karbonhidrat dengesine ve ürünün mevsimsel olmasına bakıyorlar. Bunlar daha önceden de konuşulurdu fakat sözde kalırdı ama böyle bir dönemde insanlar yediklerine, içtiklerine, aldıkları besin değerlerine, miktarlarına özellikle dikkat etmeye

başladılar. Buna göre menü çalışmalarımızda ufak tefek değişiklikler oldu elbette ve bu dengeyi kurmaya çalıştık. İnsanlar daha çok belli oranda karbonhidrat belli oranda protein, sebze, balık vb. sağlıklı ve mevsimsel ürünleri tercih etmekten yana ısrarcı oldular (H2).

5- Özellikle tam kapanma dönemlerinde tüm aile bireylerinin konutlarda olması sebebi ile menülerde özellikle aile üyelerine yetecek şekilde büyük boylarda talep olmuştur. Bu durumun farkında olan yiyecek içecek işletmeleri yeni grup menüleri oluşturmuşlardır.

Yeni menüler oluşturduk özellikle "4 kişilik kova" menülerinde. Yapmış olduğumuz menülerde rakip firmalar ile kıyaslamalar yaparak rakiplerimizi geçmeye hedefledik. Karşılaştırma yapıldığında zaman özellikle avantaj olarak öne geçmek istedik (I11).

Menülerinde bulunan çeşidi artırma uygulamasının yanı sıra, bazı işletmeler ise kısıtlı menü uygulamasına geçerek, menülerinde pandemi öncesi yer alan pek çok yiyeceği çıkarma yoluna gitmiştir. Burada sebep menüde çeşidi arttırmaya geçişteki sebeple benzer görünmektedir. Paket servis pek çok işletmenin menüdeki yiyecek çeşidini farklı şekillerde arttırmasına sebep olmuşken, bir kısmı için de çeşidi azaltmasına sebep olmuştur. Bunun sebebi olarak bazı gıdaların paket servise uymaması, özellikle pandeminin ilk dönemlerinde yaşanan bazı yiyeceklere olan talebin düşmesi ve yurt dışından tedarik yapılan ürünlerde yaşanan tedarik sıkıntısı yer almaktadır.

Yani biz burada 16-17 çeşit yemek çıkartıyorduk ama 5-6 kaleme düşürdük. Çünkü yemek servisinde bütün yemekler paket servisle gitmiyor. Bazı yemeklerin burada gelip yenmesi lazım. Mesela ben bir kuru fasulye pilavı paketle gönderdiğim zaman buradaki gibi olmuyor tadı tuzu. Yani aşağı yukarı 16-17 çeşit yemeği 3-4 kaleme düşürdüm (T19).

Menü değişiminde; yurt dışından gelen gıdalar, mozerella stickler gibi yurt dışından Türkiye'de ithal ettiğimiz ürünleri menüden çıkarttık. Çünkü pandemiden dolayı yurt dışından yiyecek getirtilemedik (T13).

Menüdeki çeşidi artırma ya da kısıtlı menüye geçiş gibi pandemi kaynaklı krize hızlı cevap veren işletmeler ile birlikte menüde değişikliğe gitmeyen, rutin menüleri ile devam eden 7 işletme söz konusudur

Herhangi bir menü değişikliği yapmadık. Aynı menümüz devam etti bununla alakalı indirim kampanya veya farklı bir şey yapmadık, pandemiden önce ve sonra aynıydı (T15).

COVID-19'un oluşturduğu sağlık krizi beraberinde ekonomik krizi de getirmiştir. Yiyecek içecek işletmeleri de çeşitli kısıtlamalar, kapanmalar sebebi ile en olumsuz etkilenen sektörlerin başında gelmektedir. Buna bağlı olarak işletmeler, menülerinde de bazı değişikliklerin yapılarak ekonomik anlamda zararlarını azaltmayı amaçlamışlardır. En çok uygulanan ise menüde yer alan yiyecek-içeceklerin fiyatlarına yapılan zamlardır. Söz konusu zamlara tüketiciler tepkisiz kalmamıştır.

Her şeye aşırı şekilde zam geldi. Dolar yükseldi. Tedarikçiler keyfi zam yaptı. Keyfi zam olunca biz de otomatik zam yapmak zorunda kaldık. Bir de motorcu/kurye piyasası o kadar yükseldi ki... Bir yıl önce piyasanın saati 12-13 lira iken şu anda 17-18 lira bandında ilerliyor. 10 tane motorcumuz olduğunda bu da aylık 1.000 lira demektir, aylık 10.000 lira demektir. Bu 10.000 lirayı çıkarmak gerekiyor. Nasıl çıkarabiliriz? Zam yaparak çünkü benim de para kazanmam gerekiyor. Mecbur menülere de zam yaptık (I15).

Menüde bir değişiklik oldu elbette bu değişiklik menü çeşidi olarak değil de daha çok maliyetlerin yükselmesi ve yapılan harcamalar doğrultusunda fiyat olarak menüye yansdı. Bu dönemde yemek fiyatlarında %15'lik bir artış oldu (T2).

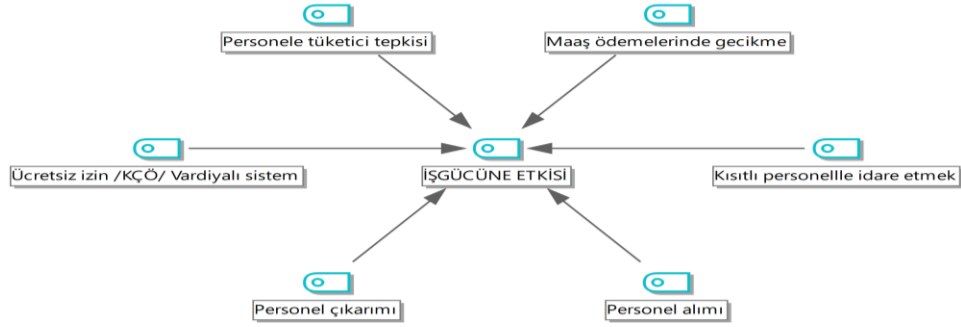
İşletmelerin giderlerindeki artışın bunu menülerine yansıtması durumunun aksine satışların arttırılması ile de söz konusu durumun çözümü konusunda yardımcı olacağını düşünen işletmeler menülerinin içeriklerinde indirim gitmişlerdir ya da bir alana bir bedava gibi kampanyalar düzenleme yoluna gitmişlerdir.

Pandemiden önceki eve servis fiyatlarımız daha pahalıydı, pandemide eve servis fiyatlarında %30'a varan indirim yapıldı. Genel ülke ekonomisi düşerken biz indirimler yaptık (UA4).

Menü kampanyaları yapmaya başladık. Mesela bugün yeni bir kampanya yaptık. İşte 2 pide alana kola, salata, seçtiği mezelerden 1 adet bedava'. Yani ayakta durabilmek için aklımıza ne geliyorsa yapıyoruz (T19).

4.3. İş Gücüne Etkisi

COVID-19pandemisinin etkileri yiyecek içecek işletmelerinde çalışan personeli de pek çok yönden etkilemiştir. Görüşme sonucunda oluşan kodlara göre 6 etkiden söz edilebilir. Bu etkiler maaş ödemelerinde gecikme, işletmenin kısıtlı personelle idare etmesi, ücretsiz izin/KÇÖ/ vardiyalı sistem, personel çıkarımı ve diğerlerine göre az miktarda personel alımı ve personele karşı tüketicilerin tepkisi şeklinde olmuştur.



Şekil 4. Covid-19'un İş Gücüne Etkisi

Görüşmeye katılan 26 işletme; ücretsiz izin, kısa çalışma ödeneği, vardiyalı sistemi uygulamıştır.

Yasak olduğundan dolayı çıkarım yapamadım ama ücretsiz izin yapturdum (T20).

Devletin yeni çıkartmış olduğu kanunlara göre işçi çıkartımı yapılamıyordu. Kısa çalışma ödeneği desteğiyle birçok personelimizi bundan yararlandırdık. Böylelikle hem toplumun genel sağlığı hem de çalışanlarımızın kendi sağlığını korumuş oldu. Kısa çalışma ödeneğinden yararlanabilmek için belirli şartlar bulunmaktaydı. Bu şartlardan yararlanabilen personelleri tamamen yararlandırdık. Şartları kapsayamayan diğer personelleri ise daha çok otel kadromuzda tutup onlara iş olanağı sağladık. Otel politikası olarak bu dönemde kimseyi işten çıkarma gibi bir durum söz konusu olmadı (H2).

Covid-19 sebebi ile kısa çalışma ödeneğinden personelin faydalanabilmesi için son 60 gün hizmet akdine tabi olmak kaydıyla son 3 yıl içinde 450 gün prim ödemiş olması şartı getirilmiştir (<https://www.iskur.gov.tr>). Yiyecek içecek işletmelerinde personel devir hızının yüksek olması gibi sebepler ile Kısa çalışma ödeneğinden faydalanamayan personel için işletmelerin bir kısmı vardiyalı çalışmaya geçerek oluşabilecek mağduriyetleri önlemeye çalışmışlardır.

Kısa çalışma ödeneği, vardiyalı çalışma ve ücretsiz izin görüşmeye katılan işletmelerin en çok başvurduğu uygulamalar olmuştur. Bununla birlikte 20 işletme ise yasak bile olsa işten çıkarma yaptığını belirtmiştir. Bu dönemde işten çıkarmanın resmi olarak yasaklanması, yiyecek içecek İşletmeleri işverenini önce ücretsiz izin sonrasında işten çıkarma durumuna sevk etmiştir.

Personel çıkarımı yaptık çünkü burası ufak bir müessese olduğu için paket ağırlıklı değildik ilk etapta. Paketimizde olmadığı için müşteriye hitap edemiyoruz. Dolayısıyla personele ihtiyaç kalmıyor. Servis departmanı daha çok azaldı (T18).

Müşteri olmadığı için en çok kafe bölümünde çıkarım yaptım. Kafe mutfağı etkilediği için mutfakta da düşüş oldu. Pastane kısmı kafeyi ayakta tutan yer oldu (T20).

İşten çıkarma yaptığını belirten işletmelerin tamamına yakını T kodu ile ifade edilen herhangi bir şubesi bulunmayan çoğunluğunu küçük işletmelerin oluşturması dikkat çekicidir. Bununla birlikte personel çıkarımı konusunda direnen fakat maaşlar konusunda sıkıntı yaşadığını belirten 4 işletme olmuştur. Bunlar arasında 5 yıldızlı uluslararası çapta faaliyet gösteren bir otelin restorani da bulunmaktadır.

Personel çıkarımı yapmadık kadromuz hep stabildi. Pandemi sürecinde işler aksadığından dolayı kimi zaman maaşlar konusunda sıkıntı yaşadık bu yüzden soğuk bölümümüzden bir ustamız işten ayrıldı. Bunun dışında herhangi bir değişiklik yaşamadık (H5).

Aylık cirolara ulaşamama nedeniyle personel maaşlarında geç yatırılma gibi durumlar oluştu (U7).

Personel çıkarımı yapmadın ama personele de şu anda maaş veremiyorum (T19).

Görüşme yapılan 4 işletme ise personel çıkarımı ya da alımı yapmadan mevcut personeli ile devam ettiğini belirtmiştir.

Personel alımı yapmadık. Personel de çıkartmadık, çıkartmak zaten yasaktı. Personel alımı da olmadı. Çalışan arkadaşlarımızla devam ettik (UA3).

Diğer kodlar kadar yoğun olmasa da işe alım yaptığını belirten işletmeler söz konusudur. Bu işletmelerin işlerinin ve dolayısı ile cirolarının azaldığı bir dönemde personel almasının en büyük sebebi ise paket servistir. Paket servise yeni başlamaları ya da işlerinin tamamına yakının paket servise kayması gibi sebepler nedeniyle motorlu kurye alımı yapılmıştır.

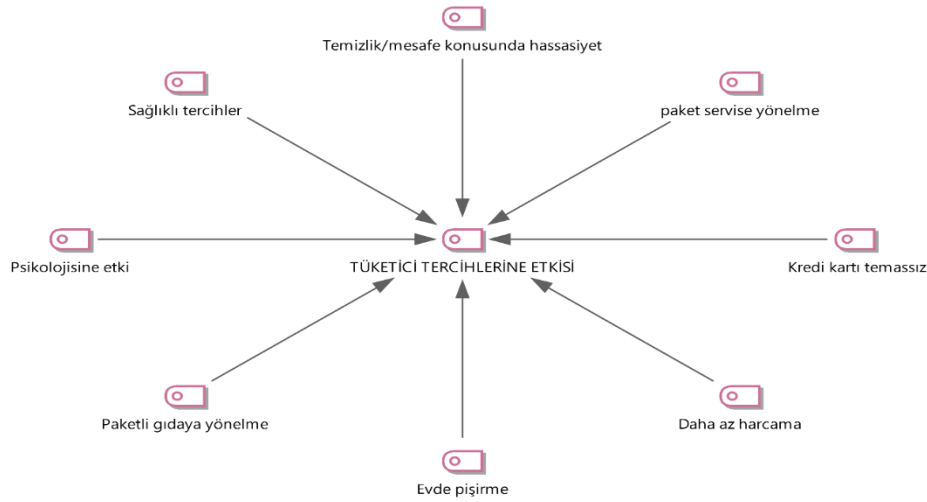
Kurye bizim için olmazsa olmazımız çünkü paket servisi yapıyoruz. Kuryelerde artışımız oldu. Şu anda mevcut 10 tane kuryemiz var. O zamanlar kurye 5 tane falandı 1-2 tane alım oldu (İ15).

Personel çıkarımı yapmadık, servis elemanı sayısını arttırdık. İkinci bir servis elemanı aldık personeli alırken kendi motorunun olmasına dikkat ettik bunun sebebi ise pandemi dolayısıyla motorlu taşıt fiyatlarının artmasıdır (U8).

4.4. Tüketici Tercihlerine Etkisi

COVID-19'un etkileri sadece işletmelere değil tüketiciler üzerine de olmuştur. Kod-Teori modeli ile oluşturulan modele göre bu etkiler 8 türde meydana gelmiştir. Bu etkiler, temizlik/mesafe konusunda hassasiyet, daha sağlıklı tercihlere yönelme, tüketicilerin psikolojine olan etki, paketlenmiş gıdaya yönelme, evde pişirmeyi tercih etme, daha az harcama yapmaya yönelme, ödemeleri kredi kartı ile ve temassız yapma ve paket servis tercihidir.

Oluşan kodlardan en fazla görüş bildirilen 'kredi kartı/ temassız' kodu olmuştur. (50 kod) Hemen hemen katılımcıların tamamı pandeminin tüketiciler üzerinde yarattığı en önemli değişkenin nakitten kredi kartına geçiş olduğunu ve kredi kartlarının temassız özelliği kullanıldığını belirtmiştir. Kredi kartlarında temassız özelliği ile kredi kartlarına farklı temasın önlenmiş olması sebebi ile tercih edilmektedir.



Şekil 5. Covid-19'un Tüketici Tercihlerine Etkileri

Ödeme şekillerinde ciddi bir değişiklik oldu. Önceden daha çok nakit kullanan ve kredi kartına normal şifre girmek isteyen müşterilerimizin ziyade bu dönemde %90'a yakını nakit yerine bir kart ve kredi kartı kullananların %80 - %85'i temassız kart kullanmak istedi hatta cep telefonundan ödemeler başladı (113).

Müşterilerin tercihlerinde en önemli değişimlerden birisi de temizlik/mesafe konusunda hassasiyet olmuştur. Burada oluşan 39 kodda pandemi öncesi döneme göre müşterilerin temizliğe daha çok dikkat ettiklerinden, diğer masalar arasında belli bir mesafe aradıklarından, servis personelinin maske kullanımını kontrol etmelerinden bahsedilmiştir. Katılımcılardan H2, H4, H5, T2 müşterilerin mutfağı görmek istediklerini belirtmişlerdir.

Müşteri davranışlarında da değişiklik oldu. Maskesiz lavabolara giden bir müşteri görmedim. Uyarıya gerek duymadan herkes kendince tedbirli davranmaya çalışıyor. Temizliğine özen gösteriyor. Müşterinin kalktığı masaya yeni müşteri hemen oturmuyor, uzaktan temizlememizi bekliyorlar, önceden masada oturup beklerlerdi. Çocukları ile gelen müşteriler oyun alanına direkt girmiyor ne zaman dezenfekte edildiğini sorup bizimle teyitleşiyorlar (19).

Tüketiciler pandemi kaynaklı olarak yiyecek içecek işletmelerinde daha az harcamaya yönelmişlerdir. Bu durum tüketici tercihlerindeki değişimlerde 15 kod ile ortaya çıkmaktadır. İşten çıkarılmanın yasak olduğu dönemlerde yaşanan işten çıkarılma korkusu, ücretsiz izine çıkarılma, pek çok sektörde yaşanan maaşlarda düşüş, genel olarak maaş ödemelerinde yaşanan aksaklıklar gibi durumlardan dolayı önlem olarak yiyecek içecek işletmesinden satın alma alışkanlıklarında azalmalar meydana gelmiştir.

Menüden ziyade miktarlarda daha büyük değişiklikler oldu, miktarlar eskiye oranla azaldı. Önceden üç alıyorsa şimdi bir alıyor. Bu da insanların maddi kaybından. Bu dönemde işinden olan çok insan var. İşinden olmasa bile korkusu var. Bu hastalığın ne olacağı belli değil. Haliyle korkuyor yarın işsiz kalırım diye. Ekonomik kriz zaten çok şiddetli. Bunu bizler çok iyi gözlemliyoruz. (I14).

Yiyecek içecek işletmeleri tam/kısmi kapanma dönemlerinden sonra da tüketicinin daha az harcama yönelmesi ile zararlarının telafisi daha zor bir duruma düşmüşlerdir. 'Paketli gıdaya yönelme' de 12 kod oluşmuştur. Burada dikkat edilmesi gereken nokta ise paketli gıdaya yönelmenin özellikle tam kapanmanın yaşandığı, işletmelerin sadece paket servise ya da gel-al servise izin verildiği dönemlerde yoğunlaşmasıdır.

Özellikle paketli/ambalajlı ürünler tercih edildi. Virüs öncesi dönemde satmakta zorlandığımız paketli ürünlere ilgi arttı. Öncesinde paket servis daha az olduğu için hazır yemekleri ve mezeleri satmakta zorlanıyorduk, müşteriler bu ürünleri paket serviste daha çok tercih ediyorlar (U8).

COVID-19 pandemisi sebebi ile tüketicilerin tercihlerinde oluşan kodlardan diğeri sağlıklı tercihler olmuştur. Daha sağlıklı kabul edilen fast food yiyecekler ya da karbonhidrat ve yağlı gıdalar yerine daha sağlıklı kabul edilen salatalar, taze sıkılmış meyve suları daha çok talep görmüştür. Özellikle tam ve kısmi kapanmanın olduğu dönemlerde sağlıklı olarak görülmeyen yiyeceklere karşı talep daha fazla düşmüştür.

Fast food ürünleri satılmadığı için vitamin deposu içeren şeyler örneğin salatalar ekledik. Ve gayet güzel talep gördü (T3).

Otel mutfağından tükettiği yiyecekler de hep protein ve karbonhidrat ağırlık enerji veren besinler gereksiz yağ ve şekerden kaçıyorlar. Özellikle kapanmada pastanenin tatlı satışları da baya düştü bu yüzden (H3).

Pandemi insanların psikolojisinde de olumsuz etkiler yaratmıştır. Bunun davranışlarına olan etkileri ise agresiflik, sinirlilik, tedirginlik ve korku gibi kendini göstermiştir.

Çok fazla değişim oldu insanlar çok tedirgin ve korkarak gelmeye başladılar ve tedirgin oturuyorlar (T17).

...insanlar çok agresif ve sinirliler bu dönemde. Bunun sebebini ise evlere kapanmamız ve maskeler olduğunu düşünüyorum. Uzun süre evlerde oturmaktan dolayı herkeste psikolojik olarak çökme ve öfke kontrolü sağlayamama meydana gelmiş durumda (T3).

Yiyecek içecek işletmelerinin ekonomik etkilerinde yer alan paket servis, tüketici tercihlerinde ayrı olarak yer almaktadır. Pandemi ile birlikte tüketicilerdeki tedirginlik sebebi ile paket servis talebinde artış meydana gelmiştir.

4.5. Ürün Tedariğine Etkisi

Pandemi döneminde işletmelerin yaşadığı tedarik sıkıntısı 43 kod ile ortaya çıkmıştır. Tüm dünyanın olumsuz yönde etkilendiği COVID-19 pandemisi süresince özellikle dünya çapında kapanmaların ve kısıtlamaların yaşandığı dönemde tedarik sıkıntısı daha çok şiddetlenmiştir. Ekmek gibi günlük kullanılan ürünlerin yanında yurt dışından ithal edilen gıdaların tedarikinde daha büyük problemler yaşanmıştır. Bu problemler işletmelerin menülerinde değişiklik yapmalarına, ithal malzemelerin kullanıldığı yiyeceklerin tamamen çıkarılmasına sebep olmuştur.

- Sürekli kullanılan malzemelerin tedarikinde sıkıntı: Ekmek, taze sebzeler, günlük süt ve süt ürünleri
- Hijyen malzemelerinin tedarikinde sıkıntı: Dezenfektan, maske, tek kullanımlık eldiven
- Yurt dışından ithal edilen ham madde ve ara maddeler

Elbette yaşadık aldığımız birçok ürün ithal olarak gelen ürünler. Bu dönemde ithalat konusunda sıkıntılar yaşandığı için biz de bundan etkilendik. İthalatın sıkıntılı olması ve yurt dışından ürünlerin gelmemesi bunlar hep tedariklere yansdı bu yüzden bizlere de yansdı. Birçok ürünü almakta zorlandık (T2).

Ürün tedarikinde şöyle bir sıkıntı yaşadık kurumsal bir firma da olsak yaptığımız iş içecek sektörüne dahil olduğu için ürün tedarik sıkıntısında pasta, süt gibi ürünlerde sıkıntı yaşanabiliyor açıkçası (UA2).

İşletmenin türü fark etmeksizin pandemi döneminde tedarik sıkıntısı yaşamakla birlikte en fazla etkilenen T kodu ifade edilen şubesi bulunmayan, İstanbul'da faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri olmuştur.

5. Sonuç

Dünyada ve Türkiye de Covid-19 pandemisi ekonomiyi ve sosyal hayatı meydana getiren birçok sektör üzerinde sarsıcı ve yıkıcı bir etki oluştururken, yiyecek içecek işletmeleri sektörü de bu durumdan en fazla etkilenen sektörler arasına girmiştir.

Araştırma kapsamında İstanbul'da bulunan 57 yiyecek içecek işletmesi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler sonucunda COVID-19'un yiyecek içecek işletmelerine olan etkisi 5 temel boyutta ortaya çıkmıştır. Bunlar, ekonomik etkiler, COVID-19'un tüketici tercihlerine olan etkisi, iş gücüne olan etkisi, menüye etkisi ve ürün tedarikine olan etkisidir. Pandeminin ekonomik etkisi mali kayıplarda yoğunlaşmaktadır. İkinci

nokta ise ek gider kalemleri olmuştur. Yiyecek içecek işletmelerinde ek gider kalemlerini dezenfektan, tek kullanımlık eldiven, maske, tek kullanımlık diğer hijyen ürünleri oluşturmaktadır.

İşletmelerin aldığı önlemler incelendiğinde ortaya çıkan sonuç ise Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinin tamamına yakını krize hazırlıklı olmaması durumudur. Uluslararası işletmeler ve otel restoranları dışında kalan işletmeler Covid-19 kaynaklı oluşan ekonomik kriz için hazırlıklı olmamakla birlikte, krizin devam etme durumuna göre gerçekçi bir eyleme geçmemişlerdir. Bu işletmelerin aldıkları önlemler; personel azaltma (işten çıkarma/ücretsiz izin), bankadan kredi çekme, stokları en aza indirme, elektrik, doğal gaz vb. kullanımları azaltma şeklinde olmuştur.

Covid-19 başlangıcı ve sonrasında meydana gelen kısmi kapanma ve tam kapanma dönemleri işletmelerde paket servis açısından büyük değişiklikler yaratmıştır. Pandemi öncesinde paket servis vermeyen işletmeler, paket servise başlamak zorunda hissetmişlerdir. Paket servis hizmeti vermeyen işletmelerden 3 tanesi bu dönemde faaliyetini sonlandırmıştır.

Yiyecek içecek işletmeleri devlet tarafından sunulan desteklerin yetersiz olduğuna değinmişlerdir. Fakat burada yaşadıkları en büyük sıkıntıyı kiralar oluşturmaktadır. Kapanma dönemlerinde bile kiralarda erteleme gibi kolaylıklar tanınmaması işletmeleri en çok zorlayan kısmı oluşturmıştır.

Süreç içerisinde menüde birden fazla kez değişikliğe gidildiği görülmüştür. Özellikle sadece İstanbul'da faaliyet gösteren ve şubesi olmayan işletmeler bu değişikliği daha hızlı yapabilmekteyken, uluslararası hizmet veren yiyecek içecek işletmelerinin şubeleri ve otel restoranlarında menü değişikliği daha az yapılabilmektedir. Bu durumun sebeplerinden en temeli ise, menünün işletmenin merkezi tarafından hazırlanarak şubelere dağıtılması ve işletmenin menü değişikliği konusunda katı prensipleri sayılabilir. Nitekim uluslararası çapta hizmet veren fast food firmaları paket menüler sundukları için menü değişikliğine ihtiyaçları bulunmamaktadır. Otel restoranları bu anlamda sadece açık büfede self servis hizmetlerini kaldırmışlardır ya da açık büfeden personel aracılığıyla hizmet sağlanmıştır. Misafirin yiyecekler ile teması engellenmiştir. Bu durum gereksiz tüketim açısından fayda sağlamış ve maliyeti de azaltmıştır.

Pandeminin başlangıcı ile birlikte yiyecek içecek işletmelerinin büyük kısmının aldıkları ilk önlemlerin başında QR, web tabanlı ya da tek kullanımlık menü kartları hizmeti sunulmuştur. Covid-19'un temas kaynaklı bulaşması bu bu gibi uygulamaların hızlı bir şekilde sunulmasına sebep olmuştur. İşletmeler menülerinde paketli gıdalar, fast food ürünler, sağlıklı yemekler, uzun süre dayanan yemekler ve grup menüleri ekleyerek çeşidi artırma yoluna gitmişlerdir. Bunun sebepleri ise şu şekilde sırlanabilir;

1- Pandeminin özellikle başlarında yaşanan talebin azalması neticesinde çabuk bozulan yiyecekler yerine daha uzun süre dayanan yiyecekler eklenmiştir.

2- Pandemi başlangıcından itibaren sektör için çok önemli bir hal alan paket servise uygun yiyecekler özellikle hamburger ve sandviçler gibi fast food ürünleri eklenmiştir.

3- Paketlemede ve paket serviste sorun çıkarmayan ürünler menüye dâhil edilmiştir.

4- Pandeminin yarattığı sağlık endişesi ile tüketicilerin tercihleri daha sağlıklı ürünlere kaydığı gözlenmiş, bunun sonucunda salatalar gibi besleyici özellikteki yiyecekler menüye eklenmiştir.

5- Özellikle tam kapanma dönemlerinde tüm aile bireylerinin konutlarda olması sebebi ile menülerde özellikle aile üyelerine yetecek şekilde büyük boylarda talep olmuştur. Bu durumun farkında olan yiyecek içecek işletmeleri yeni grup menüleri oluşturmuşlardır.

Paket servis pek çok işletmenin menüdeki yiyecek çeşidini farklı şekillerde artırmasına sebep olmuşken, bir kısmı için de çeşidi azaltmasına sebep olmuştur. Bunun sebebi olarak bazı gıdaların paket servise uymaması, özellikle pandeminin ilk dönemlerinde yaşanan bazı yiyeceklere olan talebin düşmesi ve yurt dışından tedarik yapılan ürünlerde yaşanan tedarik sıkıntısı yer almaktadır.

Covid-19'un oluşturduğu sağlık krizi beraberinde ekonomik krizi de getirmiştir. Yiyecek içecek işletmeleri de çeşitli kısıtlamalar, kapanmalar sebebi ile en olumsuz etkilenen sektörlerin başında gelmektedir. Buna bağlı olarak işletmeler, menülerinde de bazı değişikliklerin yapılarak ekonomik anlamda zararlarını azaltmayı amaçlamışlardır. En çok uygulanan ise menüde yer alan yiyecek-içeceklerin fiyatlarına yapılan zamlardır. Söz konusu zamlara tüketiciler tepkisiz kalmamıştır. İşletmelerin giderlerindeki artışın bunu menülerine yansıtması durumunun aksine satışların arttırılması ile de söz konusu durumun çözümlü konusunda yardımcı olacağını düşünen işletmeler menülerinin içeriklerinde indirime gitmişlerdir ya da bir alana bir bedava gibi kampanyalar düzenleme yoluna gitmişlerdir.

Covid-19 pandemisinin etkileri yiyecek içecek işletmelerinde çalışan personeli de pek çok yönden etkilemiştir. İşletmelerin pek çoğu; ücretsiz izin, kısa çalışma ödeneği, vardiyalı sistemi uygulamıştır. Bununla birlikte bazı işletmeler işten çıkarma yaptığını belirtmiştir. Bu dönemde işten çıkarmanın resmi olarak yasaklanması, yiyecek içecek işvereni önce ücretsiz izin sonrasında işten çıkarma durumuna sevk etmiştir.

Covid-19'un etkileri sadece işletmelere değil tüketiciler üzerinde de olmuştur. Tüketiciler üzerinde yarattığı en önemli etki, nakitten kredi kartına geçiş ve kredi kartlarının temassız özelliği kullanılmasıdır. Müşterilerin tercihlerinde en önemli değişimlerden birisi de temizlik/mesafe konusunda hassasiyet olmuştur. Müşteriler, pandemi öncesi döneme göre işletmenin temizliğine ve personelin maske kullanımını dikkat etmektedirler, diğer masalar arasında belli bir mesafe aramaktadırlar.

Özellikle dünya çapında kapanmaların ve kısıtlamaların yaşandığı dönemde tedarik sıkıntısı daha çok şiddetlenmiştir. Ekmek gibi günlük kullanılan ürünlerin yanında yurt dışından ithal edilen gıdaların tedarikinde daha büyük problemler yaşanmıştır. Bu problemler işletmelerin menülerinde değişiklik yapmalarına, ithal malzemelerin kullanıldığı yiyeceklerin tamamen çıkarılmasına sebep olmuştur. Sürekli kullanılan ekmek, taze sebzeler, günlük süt ve süt ürünlerinde malzemelerin tedarikinde sıkıntı yaşanmıştır. Aniden kullanımı artan dezenfektan, maske, tek kullanımlık eldiven hijyen malzemelerinin tedarikindeki sıkıntı ise işletmeleri çok olumsuz etkilemiş, bu ürünler

fiyatlarının çok üstünde satıldığından zaten ekonomik anlamda sıkıntı yaşayan işletmeleri zora sokmuştur. Covid-19, yiyecek içecek İşletmeleri sektörünün sanıldığı kadar güçlü olmadığını ortaya koymaktadır. Bu sürece dayanamayan pek çok işletme gibi görüşme yapılan işletmelerden 3 tanesi kapanmıştır.

Covid-19 hastalığının Alfa, Beta, Delta, Gamma, Omicron gibi pek çok varyantının ortaya çıkması, aşılamanın dünya çapında tam olarak sağlanamaması ve aşılamanın etkinliğinin bu varyantlar üzerindeki etkilerinin değişmesi gibi sebepler, bu hastalık kaynaklı oluşan pek çok problemi çözülemez hale getirmektedir. Buna bağlı olarak da en çok etkilenen sektörlerin başında gelen yiyecek içecek işletmeleri pandemi öncesindeki karlılıklarına ulaşmaktan uzak olmakla birlikte pandeminin yarattığı tedarik gibi bazı sorunlar kalıcı hale gelmiştir. Bu durum yiyecek içecek İşletmeleri sektörü için belirsizlik oluşturmakta ve bu işletmelerin geleceğini tehdit etmektedir. İşletmeler bu belirsizlikler baş edebilmek için, pandemi ile değişen tüketici alışkanlıklarını dikkate alınmalı, paket servis konusunda yenilikler yapılmalı, menüler paket servise uygun hale getirilmelidir. İşletmelerin, ilk önlem olarak personelini gözden çıkarması sektörde önümüzdeki günlerde pek çok soruna sebep olabilir. Bu dönemde kısa çalışma ödeneği, zorunlu ücretsiz izin kullandırma gibi durumlar sebebi ile sektörden uzaklaştırılan tecrübeli personel, sektöre geri kazandırılmalıdır. Menüler tekrar gözden geçirilmeli, kapanma gibi alınabilecek tedbirlere karşı hızla değişim sağlanabilmelidir.

Referanslar

- 2280 sayılı Cumhurbaşkanının Kararının Eki (2021). *T.C. Resmi Gazete* (31078, 24 Mart 2020).
- Açıkgöz, Ö. ve Günay, A. (2018). Türkiye'de tarım ve gıda sektörü üzerine bir değerlendirme: 2017 yılında yaşanan tehditler ve kaçırılan fırsatlar. *Maliye Dergisi*, 175, 200-227
- Alanagreh L., Alzoughool F. and Atoum M. (2020). The human coronavirus disease Covid-19: Its origin, characteristics, and insights into potential drugs and its mechanisms, *Journal of Pathogens*, 2020, 9, 331; doi:10.3390/pathogens9050331: s.1-11 (<http://www.mdpi.com/journal/pathogens>)
- Dube, K., Nhamo, G. ve Chikodzi, D. (2021). Covid-19 cripples global restaurant and hospitality industry. *Journal of Current Issues in Tourism*, 24(11), 1487-1490.
- İflazoğlu, N. ve Aksoy, M. (2020). Tüketicilerin Covid-19 salgını sürecinde yiyecek- içecek işletmelerinden beledikleri hizmetin niteliğine ilişkin bir araştırma. A Study on the Quality of the. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 3362-3377.
- Lippert, J. F., Furnari, M. B. ve Kriebel, C. W. (2021). The impact of the Covid-19 pandemic on occupational stress in restaurant work: A qualitative study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(19), 10378, <https://doi.org/10.3390/ijerph181910378>.
- Sözcü Gazetesi. (2021). *2020'de Günde beş lokanta kapandı*. Erişim adresi <https://www.sozcu.com.tr/2021/ekonomi/2020de-gunde-bes-lokanta-kapandi-6232460/>.
- Tüba. (2020). Covid-19 pandemi değerlendirme raporu (TÜBA Raporları). No: 34 ISBN: 978-605-2249-43-7. 87. Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları.
- Yang, Y., Liu, H. ve Chen, X. (2020). Covid-19 and restaurant demand: Early effects of the pandemic and stay-at-home orders. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(12), 3809-3834, <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2020-0504>.
- Zurayk, R. (2020). Pandemic & food security. *Journal of Agriculture, Food Systems, & Community Development*, 9(3), 17-21.

AN EXAMINATION OF COVID-19'S IMPACT ON BORSA İSTANBUL SEKTÖR RETURNS WITH A CASE STUDY(*)

COVID-19'UN BORSA İSTANBUL SEKTÖR GETİRİLERİ ÜZERİNE ETKİSİNİN OLAY ÇALIŞMASI İLE İNCELENMESİ

Hatice DÜZAKIN⁽¹⁾, Süreyya YILMAZ ÖZEKENCİ⁽²⁾, Tuba KONAK⁽³⁾

Abstract: The new coronavirus (Covid-19) pandemic, which arised in Wuhan, China end of the December 2019, has spread to all countries in a short time and several measures have been taken around the world. The measures have had a profound impact on world trade, financial markets, and the country's economies. Accordingly, this study examines the Borsa Istanbul sector returns, which are the most affected by Covid-19 pandemic. The case study method was used in the study, where the dates when the first Covid-19 case occurred, the new normalization period started, and the first Covid-19 vaccine was administered in Turkey were determined. The study also used the food and beverage, services, construction, industry, trade, tourism, and transportation indices. As a result, the study determined that all sector indices dropped, but tourism and transportation indices dropped faster.

Keywords: Covid-19, Case Study

JEL: G14

Öz: 2019 yılı Aralık ayının sonunda Çin'in Wuhan eyaletinde ortaya çıkan yeni tip koronavirüs (Covid-19) salgını kısa sürede tüm ülkelere yayılmış ve dünya genelinde tedbirler alınmıştır. Alınan tedbirler dünya ticaretini, finansal piyasaları ve ülke ekonomilerini derinden etkilemiştir. Bu doğrultuda, bu çalışmada, Covid-19 salgının en çok etkilediği Borsa İstanbul sektör getirileri incelenmiştir. Çalışmada olay çalışması yöntemi kullanılmış olup, bu yöntem kapsamında; ilk Covid-19 vakasının ilan edildiği, yeni normalleşmenin başladığı ve Türkiye'de aşının vurulduğu tarihler belirlenmiştir. Ayrıca çalışmaya, Gıda-İçecek, Hizmetler, İnşaat, Sınai, Ticaret, Turizm, Ulaştırma endekslerine dahil edilmiştir. Yapılan olay çalışmasının sonucunda, tüm sektör endekslerinin düştüğü ancak turizm ve ulaştırma endekslerin daha hızlı düştüğü tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Covid-19, Olay Çalışması

(*) Bu çalışma, 23-24 Ağustos 2021 tarihinde düzenlenen *International Conference on Eurasian Economies*'te sunulmuştur.

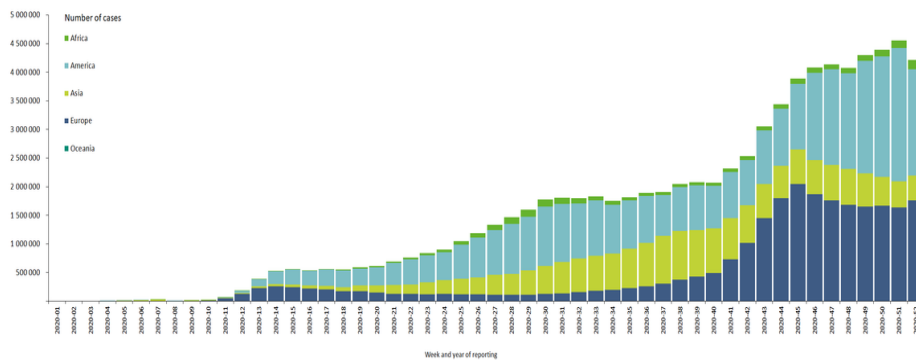
(1) Çukurova Üniversitesi, İİBF Fakültesi, İşletme Bölümü; hduzakin@cu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8840-1815

(2) Çağ Üniversitesi, İİBF Fakültesi, Uluslararası Finans ve Bankacılık Bölümü; sureyyayilmaz@cag.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4150-4101

(3) Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Finans Doktora Programı; tubaaknk@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3290-9337

1. Introduction

Since the First World War, various pandemic diseases have swept the globe. Approximately 3 million people died as a result of various diseases over the world, resulting in a decline in the global population at times (Kılıç, 2020: 67). For example, Spanish flu struck Spain in 1918, Asian flu struck Asia in 1957, Hong Kong flu struck Hong Kong in 1968, Swine flu, also known as H1N1, struck America in 2009, SARS-Cov) struck Hong Kong in 2002, MERS struck Saudi Arabia in 2012, Ebola struck Congo in 2014, and a new coronavirus (Covid-19) struck Wuhan, China in December 2019 (Baldwin and Mauro, 2020: 5). As of March 11, the World Health Organization (WHO) declared the new coronavirus, which has afflicted the entire world in less than three months, a pandemic disease. On this date, the first official case of Covid-19 was detected in Turkey. By the end of 2020, there were 85 million Covid-19 cases worldwide, dispersed over 218 nations. (Worldometer, 2021). Figure 1 below shows the distribution of Covid-19 cases worldwide, as of week 52-2020.



Source: (European Centre for Disease Prevention and Control, 2021)

Figure 1. Distribution of Covid-19 cases worldwide, as of week 52-2020

The impact of a growth in Covid-19 cases around the world is not confined to the loss of human lives; it also jeopardizes the economic stability and existence of governments (Bobdey & Ray, 2020: 9). This pandemic, which has spread over the world, has had a devastating impact on social life and trade, impacting individuals and even countries. For example, a country's financial crisis impacts neighboring countries directly or indirectly due to the dynamic structure of its financial system (Barut and Kaygın, 2020: 61). With the Covid-19 pandemic, for example, consumer demands have shifted to the food industry. Production and household consumption have plummeted because of the Covid-19 outbreak in China and its trade partners, who first restricted their borders. With the spread of Covid-19 disease to other nations, some governments have stepped up their efforts to mitigate the pandemic's impact on their population and economy (Boone et al., 2020: 39). In other words, the globe has evolved into a global market in which country economies are easily influenced by one another. Stock markets have also turned negative because of the Covid-19 pandemic, which is a leading predictor of economic, political, social, and cultural trends. Stock exchanges have the ability to respond fast to new information. Stock market indexes have fallen sharply in response to the sudden rise in Covid-19 cases and deaths (Şenol, 2020: 80). This situation demonstrates the global economy's instability and rising

hazards, posing a serious threat to countries. The consequences of government actions to prevent the spread of the Covid-19 pandemic, including as curfews, education disruptions, restaurant and cafe closures, and the closure of various workplaces, have been felt across the board. Several Turkish industries, such as food, textiles, construction, forestry, paper, printing, real estate, transportation, banking, insurance, and technology, were first pleasantly impacted by the Covid-19 pandemic in China but were adversely impacted when the pandemic spread to Turkey (Peker and Demirhan, 2020: 4). This case demonstrates how the value of corporations with stock exchange securities is influenced by economic conditions and future expectations in their country of origin (Peiro, 2016: 287). This study aimed to reveal the effect of Covid-19, which caused a global crisis in a short period of time, on sectors in Turkey. For this purpose, Borsa Istanbul sector indices data, which can be observed daily, were used in the study as the macroeconomic data are released quarterly or annually. The case study method is used in the study, where the dates of the first Covid-19 case (11.03.2020), the start of new normalization (01.06.2020) and the arrival of Covid-19 vaccines in Turkey (13.01.2021) were determined and their effects on trade, services, construction, transportation, tourism, industrials, and food-beverage indices were examined. The seven Borsa Istanbul sector indices included in the study are the indices that are directly or indirectly affected by the restrictions introduced by the government and scientific board decisions in the Covid-19 pandemic and by the mandatory holidays imposed by workplaces, but they are also the indices that appeal financial investors. These indices are considered suitable for this study to determine the reflection of the first effects of the Covid-19 pandemic on the markets. In the following parts of the study, a literature review was performed, the case study method was used, and the results were evaluated.

2. Literature Review

Even though there are many studies on the Covid-19 epidemic, particularly in the domain of medicine, the number of studies on the topic in the social sciences is growing by the day. The need to investigate this issue is emphasized by the market volatility caused by the Covid-19 epidemic. The global repercussions of the Covid-19 pandemic have been studied in terms of the economy and financial markets.

Loayza and Pennings (2020) examined the macroeconomic effects of the Covid-19 pandemic on developed countries. They have revealed that the measures taken to protect against the Covid-19 virus affect the countries' workforce, health sectors, financial markets, and governmental decisions.

Using a scenario study, McKibbin and Fernando (2020) looked at the worldwide economic impact of the Covid-19 pandemic. According to the scenario study, the Covid-19 pandemic could have a considerable impact on the global economy in the short term. According to the authors, the pandemic's greatest impact will be felt in the health sector, particularly in developing nations with large populations. In addition, the study indicated that during the epidemic, public health systems had greater investment expenditures.

Ozili (2020) examined the effect of the Covid-19 outbreak spreading across Nigeria on the sudden drop in oil prices. Because Nigeria is one of the world's main oil producers, the drop in oil prices during the epidemic had a significant impact on the country's economy. To put it another way, the rapid spread of the Covid-19 pandemic indicates the start of a new crisis in the country.

Yan (2020) investigated the influence of the Covid-19 pandemic on the Chinese stock market in the aftermath of its occurrence and found that as the number of Covid-19 cases increased, stock values fell sharply. In the other words, the rise in Covid-19 instances had a detrimental impact on the Chinese stock market.

Prabheesh et al. (2020) examined the relationship between stock and oil price returns using the Covid-19 method. In the Covid-19 epidemic, they analyzed daily data to determine this association for Asian countries and discovered a substantial positive relationship between oil and stock price returns. Falling oil prices, then, appear to be a negative indication for stock returns.

Topçu and Güral (2020) focused on the impact of the Covid-19 pandemic on emerging stock markets from March 10 to April 30, 2020 and discovered that the pandemic's influence on emerging stock markets gradually diminished and began to have slower impacts in mid-April. Furthermore, while the pandemic has the greatest impact in developing countries such as Asia, it has the least impact in developing areas like as Europe.

Khan et al. (2020) investigated into the influence of the Covid-19 epidemic on 16 different countries' stock markets. They used weekly data from 16 countries on the number of Covid-19 cases and stock returns. As a result, they found that an increase in the number of Covid-19 instances on a weekly basis had a negative impact on stock market results. Furthermore, they revealed that investors did not react to Covid-19 news in the market at the outset of the pandemic, but that when the risk of contamination was significant and the disease began to spread, all stock market indexes reacted negatively.

Using the case study method, He et al. (2020) investigated the impact of the Covid-19 pandemic on market performance and the Chinese manufacturing industry, concluding that the pandemic had a detrimental effect on transportation, electricity and heating, mining, and the environment, whereas manufacturing, information technology, education, and healthcare industries were resistant to the pandemic.

Alam et al. (2020) compared the 15-day period of curfew declared due to the Covid-19 pandemic and the 20-day period without curfew using the case study method. They selected a total of 31 businesses randomly and included in the analysis according to their transaction in the Bombay Stock Exchange. As a result, they determined that the stock exchange reacted positively during the curfew period. The reason for this situation is that investors do not panic during this period. However, the opposite reaction was observed in the period when there was no curfew.

Öztürk, et al. (2020) used daily data to analyze the relationships between Borsa Istanbul sector indexes and the number of Covid-19 cases in Turkey, Europe, and the rest of the world. As a result, metal products, machinery, sports, insurance, and banking were found to be the industries most affected by the number of Covid-19 in Turkey, while food and beverage, wholesale and retail, and real estate investment were found to be the least affected. Furthermore, the investigators discovered that the number of Covid-19 cases in Europe and around the world had an impact on industry indexes.

Tayar et al. (2020) examined the sectorial effects of the Covid-19 pandemic in Turkey and determined a significant adverse relationship between the Covid-19 pandemic and electricity, transportation, financial, industry, technology sector indices. However, they found no significant relationship between the Covid-19 pandemic and food-

beverage, trade, textile, tourism and services sector indices. This suggests that each sector may have different dynamics.

Yılmaz and Özyaytürk (2021) examined the supply and demand shocks caused by cyclical fluctuations in the economy due to the Covid-19 pandemic by taking into consideration automotive, health, food, banking and finance, tourism, transportation and energy sectors. They observed that the simultaneous occurrence of the supply and demand shock in many countries caused greater effects and more damage to global economic activities through international trade and financial connections.

Shahzad et. al. (2021) examined the influence of epidemic illness outbreaks on stock returns for Pakistan's listed banks from 2011 to 2020. The event study method was used, with a five-day pre- and ten-day post-event window examined for each disease. Except for Covid 19 and Dengue Fever during the event day, the data show that none of the epidemic disease's outbreaks have a substantial impact on the CAAR for all listed banks. Covid 19 has had a negative and considerable influence on the stock returns of all Pakistan banks from the event day to day eight, except for day seven. Covid 19 is revealed to be a significant indicator for private bank stock returns.

The Covid-19 pandemic has had a significant impact on not just developed and developing country financial markets, but also a few industries, including tourism and airline travel. It has been also shown that the Covid-19 epidemic has resulted in sharp and unexpected decreases in oil prices. These findings imply that the Covid-19 epidemic has a broader worldwide impact than previously thought.

3. Metodology

3.2. Data and Methodology

As a result, 7 sector index that are thought to be affected the most by the pandemic process were included in the study. These sector indexes are given in Table 1 below.

Table 1: 7 Sector Index

	Index	Number of Firms Included
1	Trade	18
2	Services	66
3	Construction	9
4	Transportation	8
5	Tourism	8
6	Industrials	160
7	Food Beverage	23

Source: (Kamu Aydınlatma Platformu, 2021)

The study consists of three separate parts as March 11, 2020, June 1, 2020, and January 13, 2021 and the data were used for daily closing prices. BIST 100 index was used as the market index. All data used in the study were obtained from Is Investment.

In the study, 3 different dates were determined as the case study March 11, 2020, 1 June 2020, and 13 January 2021. The purpose of determining the date of March 11, 2020, is the Health Minister's explanation of the first case in Turkey at that time. Likewise, on June 1, 2020, Turkey entered a new normalization process, and the first vaccine was given on January 13, 2021. In the study, a total of 21-day return rates covering 10 days before and 10 days from the date determined as case study for each index were obtained.

The method is obtained from 5 steps. These steps are given below (Chan - Lau, 2001:8; Cowan and Sergeant, 1996: 1734; Campbell et al, 1997: 159; Binder, 1998:112; Sakarya, 2011: 154-155; Korkmaz et al., 2017: 177-178; Kandil Göker et al., 2020: 20-21);

Stage 1: The rate of return of each firm (i) subject to the study is calculated for each day (t) within the event.

$$R_{it} = (P_{it} - P_{it-1}) / P_{it-1} \quad (1)$$

R_{it} = the return of i on day t,

P_{it} = the price of i on day t,

P_{it-1} = the price of 1 i on t - 1 day.

Stage 2: The rate of return of the BIST 100 Index as the market return is considered.

$$R_{mt} = (I_t - I_{t-1}) / I_{t-1} \quad (2)$$

R_{mt} = The return of the BIST 100 Index on day t,

I_t = the price of the BIST 100 Index on t days.

I_{t-1} = the price of the BIST 100 Index on t - 1 days.

Stage 3: Abnormal return (AR) is calculated for each firm subject to the study.

$$AR_{it} = R_{it} - R_{mt} \quad (3)$$

AR_{it} = the abnormal return of i on day t.

Stage 4: The average abnormal return (Average Abnormal Return-AAR) is calculated for each day within the event.

$$AAR_t = \sum (1/N \sum_{i=1}^N AR_{it}) \quad (4)$$

AAR_t = the average abnormal return on t days.

Stage 5: Cumulative Abnormal Return-CAR is calculated for each day within the event.

$$CAR_t = \sum_{t=1}^n AAR_t \quad (5)$$

CAR_t = the cumulative abnormal return on t days.

According to the analysis results, it can be said that investors can obtain an abnormal return in case the returns of the relevant stocks show a negative or positive difference from zero (Seans and Sandoval, 2005: 311). In order for a market to be strong in semi-strong form, announced events should not have an impact on the related stock returns. It can be said that the market is not effective in the semi-strong form spread if the stock returns change in a direction different from zero (Kaderli, 2007:145).

4. Results

The average abnormal returns and cumulative average abnormal returns obtained as a result of the Event Study analysis of the 7-sector index included in the study on March 11, 2020, with the announcement of the first case in Turkey, are given in Table 2.

Table 2. Average Abnormal Returns and Cumulative Average Abnormal Returns

Event Time	Food Beverage	Trade	Industrials	Tourism	Transportation	Services	Construction	Average Abnormal Returns	Cumulative Average Abnormal Returns
Day	AR _{it}	AR _{it}	AR _{it}	AR _{it}	AR _{it}	AR _{it}	AR _{it}	ARR _{it}	CAR _{it}
t-10	0,010332	0,055919	0,010633	0,008327	0,03814	0,007573	0,000314	0,018749	0,15179
t-9	-0,04395	0,022047	0,066471	0,145521	0,12719	-0,01335	0,065769	0,052813	0,13304
t-8	0,039761	-0,05664	-0,0665	-0,06122	-0,0671	-0,00413	-0,06042	-0,03947	0,08023
t-7	-0,01704	-0,00742	-0,00144	-0,02645	0,00119	0,003689	-0,01447	-0,00885	0,11969

t-6	0,022 859	- 0,0239 4	0,01174 6	0,0088 25	0,00947	0,003347	-0,01821	0,0020 13	0,12854
t-5	0,008 838	0,0134 54	0,02720 1	0,0181 13	0,04106	-0,00407	0,008085	0,0160 97	0,12653
t-4	- 0,017 7	0,0002 63	0,01121 2	0,0049 58	0,01255	-0,01759	-0,00704	- 0,0019 1	0,11043
t-3	- 0,008 73	- 0,0101 6	0,01744 8	0,0330 03	0,02786	-0,007	0,029149	0,0116 53	0,11234
t-2	0,005 023	0,0156 01	0,03790 4	0,0210 26	0,0082	-0,00161	-0,02103	0,0093 02	0,10068
t-1	0,013 423	0,0531 15	0,03970 4	0,0645 99	0,04164	0,0223	0,057212	0,0417 13	0,09138
t=0	- 0,011 15	0,0329 33	0,06748 1	0,0881 03	0,0628	-0,0342	0,064925	0,0386 99	0,04967
t+1	0,020 444	- 0,0055 8	0,06372	0,0916 96	0,04534	0,017136	0,003929	0,0338 12	0,01097
t+2	- 0,027 13	0,0182 53	-0,02492	- 0,0288 5	-0,0273	-0,00035	-0,02269	- 0,0161 4	-0,02284
t+3	0,046 256	0,0041 96	0,02077	0,0331 38	0,01013	-0,00359	-0,02673	0,0120 23	-0,0067
t+4	0,017 277	0,0307 64	0,01082 4	0,0457 28	0,02656	0,011314	0,010759	0,0218 9	-0,01872
t+5	0,001 26	- 0,0073 8	0,02580 8	0,0161	-0,018	-0,02333	-0,01623	- 0,0031	-0,04061
t+6	- 0,046 94	0,0063 7	0,00698 5	- 0,0043 1	0,0147	-0,00547	0,01174	- 0,0024 2	-0,03751
t+7	- 0,015 41	- 0,0005 1	-0,00758	- 0,0087 3	0,02556	-0,02503	0,036028	0,0006 19	-0,03509
t+8	- 0,006 63	- 0,0242 5	0,00948 4	0,0223 5	0,00494	-0,01937	-0,03368	- 0,0067 4	-0,03571

t+9	0,002 946	- 0,0385 9	-0,00614	0,0207 74	-0,022	0,015626	0,003795	- 0,0033 8	-0,02897
t+10	- 0,026 14	- 0,0328 8	-0,02271	- 0,0325 6	-0,0618	-0,00369	0,000584	- 0,0256	-0,0256

Table 2 shows that the cumulative returns of the seven sector indexes studied were different from zero in the 10 days prior to and 10 days after Turkey's Minister of Health announced the first case on March 11, 2020. When the data is analysed, it is shown that the cumulative average returns of seven sector indexes differed positively ten days before the event date and adversely ten days after the event date. When the abnormal returns of the sector indices were examined, the 7 sector indices included in the analysis showed reductions. The food and beverage, trade, and service industries, on the other hand, were found to have witnessed the highest declines. For this reason, it can be said that 7 sector index included in the study with the statement of the first case in Turkey by the Minister of Health on March 11 2020, showed sensitivity to the event and that investors could obtain abnormal returns from these stocks. Cumulative average abnormal returns are given in Figure 2.

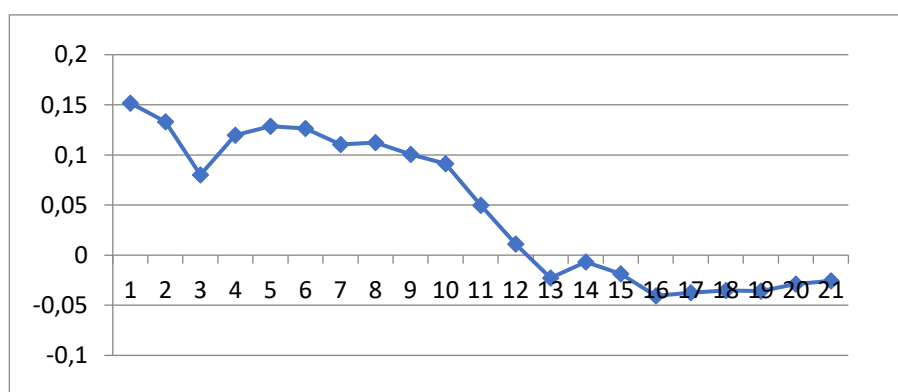


Figure 2. Cumulative Average Abnormal Returns

Average abnormal returns and cumulative average abnormal returns obtained as a result of the Event Study analysis of 7 sector index included in the study as Turkey entered the new normalization process on June 1, 2020, are given in Table 3.

Table 3. Average Abnormal Returns and Cumulative Average Abnormal Returns

Event Time	Food Beverage	Trade	Industrials	Tourism	Transportation	Services	Construction	Average Abnormal Returns	Cumulative Average Abnormal Returns
Day	AR _{it}	AR _{it}	AR _{it}	AR _{it}	AR _{it}	AR _{it}	AR _{it}	ARR _{it}	CAR _{it}
t-10	-0,00631	0,01048	-0,00794	0,027905	0,011326	-0,00324	-0,02664	0,000798	-0,01141
t-9	-0,01087	-0,00153	0,004021	0,003902	-0,00399	-0,02325	-0,03699	-0,00981	-0,01221
t-8	-0,00193	0,008543	0,00163	-0,01026	-0,01318	0,003056	0,020462	0,001189	-0,0024
t-7	0,013961	0,006313	0,013754	-0,01808	-0,00366	-0,02175	0,009343	-1,7E-05	-0,00359
t-6	-0,00514	-0,00358	-0,00487	-0,01968	0,002319	0,002603	-0,01187	-0,00575	-0,00357
t-5	-0,00515	0,007988	0,00226	0,000977	-0,01325	-0,00477	0,011176	-0,00011	0,002179
t-4	-0,01069	-0,00035	0,004804	-0,00815	-0,02401	-0,00509	0,013973	-0,00421	0,002288
t-3	-0,01596	0,002642	-0,00351	0,052203	-0,04728	0,004826	-0,01042	-0,0025	0,006503
t-2	0,03264	-0,00355	0,00449	0,029947	-0,01511	0,006712	0,010813	0,009421	0,009002
t-1	0,013937	-0,00039	0,012673	-0,00342	-0,00708	-0,01648	0,005611	0,000693	-0,00042
t=0	0,007553	-0,00535	-0,00476	-0,0017	0,020872	0,019078	-0,02465	0,001579	-0,00111

t+1	0,018598	-0,00787	-0,00209	0,002984	0,018368	0,015058	0,005035	0,007155	-0,00269
t+2	-0,01346	-0,00099	0,004887	-0,00217	0,013389	-0,00754	0,013615	0,001105	-0,00985
t+3	0,006153	0,009638	0,004177	-0,00373	0,00216	-0,01361	0,006898	0,001669	-0,01095
t+4	0,00231	-0,00534	-0,00615	-0,03179	-0,00367	0,011494	0,003401	-0,00425	-0,01262
t+5	0,001036	-0,0046	-0,00376	-0,02616	0,000711	0,002981	0,005158	-0,00352	-0,00837
t+6	-0,00146	0,001075	-0,00107	0,018363	0,003978	-0,00412	-0,00014	0,002374	-0,00485
t+7	0,002917	0,001851	-0,00312	-0,03695	-0,00339	0,001574	-0,00623	-0,00619	-0,00723
t+8	0,009313	-0,00022	-0,003	-0,03015	0,015766	0,005194	-0,00833	-0,00163	-0,00103
t+9	-0,0046	-0,00188	-0,00405	0,01807	-0,01816	-0,0057	0,003781	-0,00122	0,000599
t+10	-0,01097	-0,00096	0,000725	0,006954	0,017025	-0,00656	0,006508	0,001818	0,001818

Table 3 shows that the cumulative returns of the seven sector indexes studied after Turkey began the new normalization process on June 1, 2020, were different from zero in the 10-day period preceding and following the stated date. When the data is analyzed, it is discovered that the cumulative average returns of seven sector indexes differ unfavorably and positively in the 10 days leading up to and 10 days after the event date. When the abnormal returns of the sector indices are examined; service, trade and industrial sector indices experienced the greatest decline. A relative increase was observed in the transportation and construction sectors. Therefore, it can be said that 7 sector indexes included in the study as Turkey entered the new normalization process on June 1, 2020, showed sensitivity to the cumulative event and investors could obtain abnormal returns from these stocks. Cumulative average abnormal returns are given in Figure 3.

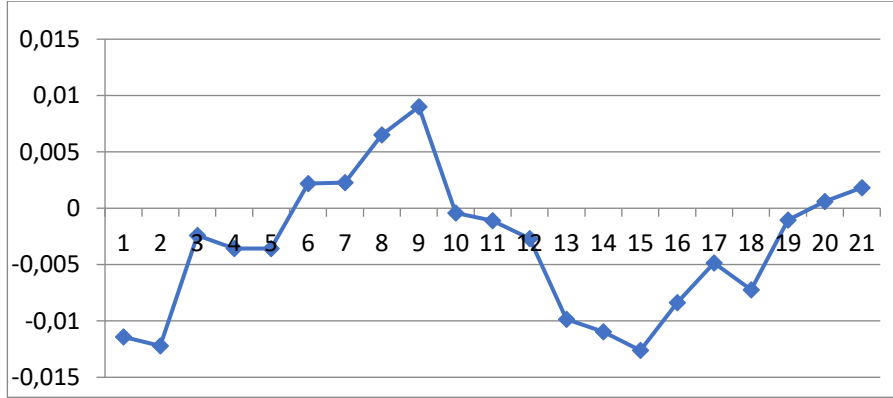


Figure 3. Cumulative Average Abnormal Returns

Average Abnormal Returns and Cumulative Average Abnormal Returns obtained as a result of the Event Study of 7 sector index included in the study after the first vaccine was made in Turkey on January 13 2021, are given in Table 4.

Table 4. Average Abnormal Returns and Cumulative Average Abnormal Returns

Event Time	Food Beverage	Trade	Industrials	Tourism	Transportation	Services	Construction	Average Abnormal Returns	Cumulative Average Abnormal Returns
Day	AR _{it}	AR _{it}	AR _{it}	AR _{it}	AR _{it}	AR _{it}	AR _{it}	ARR _{it}	CAR _{it}
t-10	0,012431	0,002152	0,000895	0,030002	-0,01282	0,000825	-0,0123	0,00302	-0,04434
t-9	-0,00045	0,001849	0,003437	-0,01583	0,005527	0,004402	0,01232	0,001609	-0,04736
t-8	-0,00538	-0,00668	-0,00067	-0,04128	-0,00668	0,002719	-0,0093	-0,00962	-0,04897
t-7	0,0069	0,003045	0,003698	0,002005	0,035847	-0,00254	-0,0213	0,003944	-0,03936

t-6	0,001085	0,00051	-0,0024	-0,02467	0,003319	6,69E-06	-0,0022	-0,00348	-0,0433
t-5	0,002765	-0,00496	0,003744	-0,01579	0,00478	-0,00234	0,00498	-0,00097	-0,03982
t-4	0,006245	-0,00965	-0,00306	0,001103	0,001362	0,010908	0,00933	0,00232	-0,03885
t-3	-0,02444	0,00935	-0,00331	0,000534	0,00856	-0,00267	0,01948	0,001071	-0,04117
t-2	-0,01431	0,004844	-0,0133	-0,00948	0,005879	0,006668	0,00139	-0,00262	-0,04224
t-1	0,008878	0,003326	-0,0028	-0,00993	-0,00632	-0,00204	-0,0041	-0,00186	-0,03962
t=0	0,004858	0,000842	0,00385	-0,01782	-0,03378	-0,00427	0,01925	-0,00387	-0,03776
t+1	-0,02128	0,001099	-0,00438	-0,04306	0,005551	-5,6E-05	-0,0018	-0,00913	-0,03389
t+2	0,003816	0,001885	-0,01017	-0,04432	-0,0083	-0,00067	-0,0195	-0,01103	-0,02477
t+3	-0,01186	0,006081	-0,01003	0,019003	0,018969	0,009921	0,00298	0,005009	-0,01374
t+4	0,010836	-0,00351	0,002008	0,047931	-0,01575	-0,00166	0,01338	0,007605	-0,01874
t+5	-0,00828	-0,00016	-0,00427	-0,05135	0,016364	-0,00095	0,0009	-0,00682	-0,02635
t+6	-0,01186	-0,0056	-0,00126	0,002577	0,00959	-0,00051	-0,0357	-0,00611	-0,01953
t+7	-0,00176	0,000601	-0,00278	-0,07607	0,004897	-0,00284	0,00147	-0,01093	-0,01342

t+8	-0,00847	0,00907	-0,01315	-0,02395	0,022857	-0,00405	-0,0561	-0,01054	-0,00249
t+9	0,005127	-0,00321	0,004356	0,006732	-0,00295	-0,00544	0,00622	0,001548	0,008049
t+10	0,012026	0,003953	0,010903	0,004522	0,003422	-0,01478	0,02546	0,0065	0,0065

Table 4, it is seen that the cumulative returns of the 7-sector index included in the study in the period covering 10 days and 10 days prior to the announcement that the first vaccine was made on January 13, 2021, were different from zero from the specified date. When the results are examined, it is determined that the cumulative average returns of 7 sector index differ negatively 10 days before the event date and positively in the period covering 10 days after the event date. When the abnormal returns of the sector indices are examined; In the 7 sector indices included in the study, increases were observed, except for the Service sector index. However, it has been determined that the sector indexes where the biggest increases are experienced are Construction, Transportation and Trade sectors. Therefore, with the announcement that the first vaccine in Turkey was made on January 13, 2021, it can be said that the cumulative returns of the 7-sector index included in the study are sensitive to the event and investors can earn abnormal returns from these stocks. Cumulative average abnormal returns are given in Figure 4.

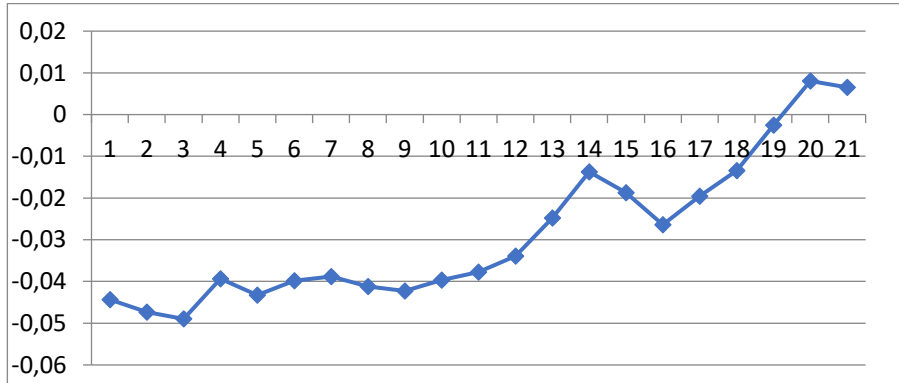


Figure 4. Cumulative Average Abnormal Returns

As a result of the Event Study method regarding the events dated March 11, 2020, June 1, 2020, and January 13 2021, it was determined that the cumulative returns of 7 sector index included in the study were different from zero in the period covering 10 days and 10 days before the specified date. In this case, it can allow investors to earn abnormal returns.

5. Conclusion

The results of the analysis determined that like many economies in the world, Borsa Istanbul indices were also affected by the pandemic process. When the abnormal returns of the sector index are analysed, a decrease is determined due to the closure of restaurants, although the food and beverage sector index constitutes the basic needs of people. Likewise, due to the unfavourable conditions experienced in the world economies, a decrease has been observed in the trade sector index during this period. On the other hand, in the industrial sector index there has been a decline in production due to quarantine processes. Accordingly, the service and transportation sector index has been affected by the quarantine and restrictions experienced in the world and in Turkey. In addition, people's orientation towards their basic needs caused a decline in the construction sector index.

In the periods when the economy is experiencing major crises, it can be thought that investors can invest in basic needs sectors that they think will not be affected by these crises or in developing and growing sectors that they think will be positively affected.

References

- Alam, M. N., Alam, M. S., & Chavali, K. (2020). Stock market response during Covid 19 lockdown period in India: An event study. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(7), 131-137.
- Baldwin, R., & Mauro, B. W. D. (2020, August). Economics in the time of Covid-19. CEPR Press Available at: [http://dln.jaipuria.ac.in:8080/jspui/bitstream/123456789/7783/1/Economics %20in%20the%20Time%20of%20COVID19%20by%20Richard%20Bald win%2C%20Beatrice%20Weder%20di%20Mauro.pdf](http://dln.jaipuria.ac.in:8080/jspui/bitstream/123456789/7783/1/Economics%20in%20the%20Time%20of%20COVID19%20by%20Richard%20Baldwin%2C%20Beatrice%20Weder%20di%20Mauro.pdf)
- Barut, A., & Kaygın, C. Y. (2020). Covid-19 pandemisinin seçilmiş borsa endeksleri üzerine etkisinin incelenmesi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(COVID-19 Special Issue), 59-70.
- Binder, J.J. (1998). The event study methodology since 1969. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 11(2), 111-137.
- Bobdey, S., & Ray, S. (2020). Going viral Covid-19 impact assessment: A perspective beyond clinical practice. *Journal of Marine Medical Society*, 22(1), 9-12.
- Boone, L., Haugh, D., Pain, N., & Salins, V. (2020). Tackling the fallout from COVID-19. *Economics in the Time of COVID-19*, 37-44.
- Campbell, J.Y., Andrew, W.L., & Mackinlay, A.C. (1997). *The econometrics of financial markets. Second printing with corrections*, New Jersey: Princeton University Press.
- Chan-Lau, J. A. (2001). Corporate restructuring in Japan: An event study analysis, *IMF Working Paper*.
- Cowan, A.R. & Sergeant, A.M.A. (1996). Trading frequency and event study test specification. *Journal of Banking & Finance*, 47, 777-780.
- European Centre for Disease Prevention and Control, (2021, January). Available at: <https://www.ecdc.europa.eu/en/geographical-distribution-2019-ncov-cases>
- He, P., Sun, Y., Zhang, Y., & Li, T. (2020). Covid 19's impact on stock prices across different sectors: An event study based on the Chinese stock market. *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(10), 2198-2212.
- Kaderli, Y. (2007). Yapılan ihracat bağlantılarının ilgili firmaların hisse senedi getirileri üzerindeki etkisinin olay etüdü ile incelenmesi: İstanbul Menkul

- Kıymetler Borsası'ndaki bazı firmalar üzerine bir uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 36, 144-154
- Kandil Göker, İ., Eren, B. & Karaca, S. (2020). The Impact of the Covid 19 (Coronavirus) on the Borsa Istanbul sector index returns: An event study. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(COVID-19 Special Issue), 14-41.
- Kılıç, Y. (2020). Borsa İstanbul'da Covid-19 etkisi. *Journal of Emerging Economies and Policy*, 5(1), 66-77.
- Korkmaz, T., Yaman, S. & Metin, S. (2017). Ülke kredi notlarının pay getirileri üzerindeki etkileri: BIST 30 endeksi üzerinde bir event study analizi. *Sosyal Bilimler Metinleri. ICOMEP 2017 Özel Sayı*, 171-187.
- Loayza, N. V. & Pennings, S. (2020, August). Macroeconomic policy in the time of covid-19: a primer for developing countries. Available at: <http://documents1.worldbank.org/curated/en/951811585836124198/pdf/Macroeconomic-Policy-in-the-Time-of-COVID-19-A-Primer-for-Developing-Countries.pdf>
- McKibbin, W. & Fernando, R. (2020). The Global macroeconomic impacts of Covid-19: Seven Scenarios. *CAMA Working Paper*. (No. 19/2020).
- Ozili, P. K. (2020). Covid-19 pandemic and economic crisis: The Nigerian experience and structural causes. Available at SSRN 3567419.
- Öztürk, Ö., Şişman, M. Y., Uslu, H., & Çıtak, F. (2020). Effect of Covid 19 outbreak on Turkish stock market: A sectoral-level analysis. *Hitit University Journal of Social Sciences Institute*, 13(1), 56-68.
- Peiro, A. (2016). Stock prices and macroeconomic factors: Some European evidence. *International Review of Economics & Finance*, 41, 287-294.
- Peker, Y. & Demirhan, E. (2020). Covid-19 küresel salgınının Borsa İstanbul'daki sektörel etkileri. TEPAV Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı. Available at: https://www.tepav.org.tr/upload/files/1586752188-0.COVID_19_Kuresel_Salgininin_Borsa_Istanbuldaki_Sektorel_Etkileri.pdf
- Prabheesh, K. P., Padhan, R., & Garg, B. (2020). Covid 19 and the oil price stock market Nexus: Evidence from net oil-importing countries. *Energy Research Letters*, 1(2), 1-6 <https://doi.org/10.46557/001c.13745>
- Sakarya, Ş. (2011). İMKB kurumsal yönetim endeksi kapsamındaki şirketlerin kurumsal yönetim derecelendirme notu ve hisse senedi getirileri arasındaki ilişkinin olay çalışması yöntemi ile analizi. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*.7(13), 147-162.
- Sansa, N. A. (2020). The impact of the Covid 19 on the financial markets: Evidence from China and USA. *Electronic Research Journal of Social Sciences and Humanities*, 2, 29-39.
- Sayed, O. A., & Eledum, H. (2021). The short-run response of Saudi Arabia stock market to the outbreak of COVID-19 pandemic: An event-study methodology. *International Journal of Finance & Economics*, 1, 1-15. doi:10.1002/ijfe.2539
- Seans, R. & Sandoval, E. (2005). Measuring security price performance using chilean daily stock returns: The event study method. *Cuadernos De Economia*, 42 (126), 307-328.
- Shahzad, F., Yannan, D., Kamran, H. W., Suksatan, W., Nik Hashim, N. A. A., & Razaq, A. (2021). Outbreak of epidemic diseases and stock returns: an event study of emerging economy. *Economic Research-Ekonomika Istraživanja*, 1-20.

- Şenol, Z. (2020). Covid-19 krizi ve finansal piyasalar. Toğuş, N. (Ed.), *Para ve Finans* içinde (75-124 ss.). Ankara: İKSAD Yayınevi.
- Tayar, T., Gümüştekin, E., Dayan, K. & Mandi, E. (2020). Covid-19 krizinin Türkiye'deki sektörler üzerinde etkileri: Borsa İstanbul sektör endeksleri araştırması. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Salgın Hastalıklar Özel Sayısı*, 293-320.
- Topçu, M. & Gülal, O. S. (2020). The impact of Covid 19 on emerging stock markets. *Finance Research Letters*, 36, 101691.
- Worldometers, (2021, January). Covid-19 vaka sayıları Available at: <https://www.worldometers.info/coronavirus/>
- Yan, C. (2020, April). Covid 19 outbreak and stock prices: Evidence from China Available at: <https://ssrn.com/abstract=3574374>
- Yılmaz, S. & Özyaytürk, G. (2021). A sector-based analysis of supply and demand shocks during Covid-19 pandemic. Gülmez, M. (Ed.), *Understanding the Consumer Behaviour During COVID-19 Pandemic*, içinde (151-171). Ankara: Akademisyen Yayınevi.

Bahçelievler Mh., Bosna Blv No: 140

34680 Üsküdar / İSTANBUL

Tel: 444 79 97

<https://dergipark.org.tr/tr/pub/doujournal>

e-posta: journal@dogus.edu.tr