



T.C.
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Çanakkale Onsekiz Mart University

***BİGA İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER
FAKÜLTESİ DERGİSİ***

JOURNAL OF BİGA ECONOMICS AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES FACULTY

CİLT 5 • SAYI 2 • YIL 2024
VOLUME 5 • NUMBER 2 • YEAR 2024

E-ISSN: 2757-573X
<http://biibf.dergi.comu.edu.tr/>
biibfdergi@comu.edu.tr



T.C.
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Çanakkale Onsekiz Mart University

BİGA İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
*JOURNAL OF BİGA ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE
SCIENCES FACULTY*

CİLT 5 • SAYI 2 • YIL 2024
VOLUME 5 • NUMBER 2 • YEAR 2024

BİGA İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
JOURNAL OF BİGA ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES FACULTY

Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (BİİBFD) yılda Üç (Nisan, Ağustos ve Aralık) kez yayınlanan ulusal hakemli bir dergidir. Gönderilen yazılar ilk olarak editörler ve yazı kurulunca bilimsel anlatım ve yazım kuralları yönünden incelenir. Daha sonra uygun bulunan yazılar alanında bilimsel çalışmaları ile tanınmış üç ayrı hakeme gönderilir. Hakemlerin kararları doğrultusunda yazı yayımlanır veya yayımlanmaz.

Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi'nde yayınlanan yazılarda fikirler yalnızca yazar(lar)ına aittir. Dergi sahibini, yayıncıyı ve editörleri bağlamaz. Bu yayında yer alan tüm çalışmalar başvuru anında ve yayın öncesi olmak üzere iki kez iThenticate uygulaması aracılığıyla benzerlik taramasından geçirilmiştir.

Yayın Türü: Yaygın Süreli Yayın
Yayın Şekli: 4 Aylık (Nisan-Ağustos-Aralık) Türkçe ve İngilizce

Tüm hakları saklıdır. Önceden yazılı izin alınmaksızın hiçbir iletişim, kopyalama sistemi kullanılarak yeniden basılamaz. Akademik ve haber amaçlı kısa alıntılar bu kuralın dışındadır.

Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (BİİBFD)
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Prof. Dr. Ramazan Aydın Yerleşkesi, Ağaköy, Biga, Çanakkale,
Turkey Phone: +90 (286) 335 8738 Fax: +90(286) 3358736
Web: [http:// biibf.dergi.comu.edu.tr](http://biibf.dergi.comu.edu.tr) / E-mail: biibfdergi@comu.edu.tr



Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (BİİBFD); *Index Copernicus International*, *ASSOS İndeks*, *Academic Resource Index*, *International Institute of Organized Research (I2OR)* ve *Journal Factor* tarafından indekslenmektedir

E-ISSN: 2757-573X

BİGA İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
JOURNAL OF BİGA ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES FACULTY

Cilt 5 • Sayı 2 • Yıl 2024 / Volume 5 • Number 2 • Year 2024

E-ISSN: 2757-573X

SAHİBİ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Nazan YELKİKALAN

EDİTÖRLER

Doç. Dr. İlknur KARAASLAN(Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi-Biga İİBF)

EDİTÖR YARDIMCILARI

Dr. Öğr. Üyesi Ufuk ÖZER(Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi-Biga İİBF)

ALAN EDİTÖRLERİ

Prof. Dr. Bünyamin BACAK (Çalışma Eko. ve End. İlişkileri- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Prof. Dr. Hikmet YAVAŞ (Kamu Yönetimi- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Prof. Dr. Meliha ENER(İktisat-Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Prof. Dr. Nazan YELKİKALAN (İşletme- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Prof. Dr. Selçuk İPEK (Maliye- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Prof. Dr. Soner KARAGÜL (Uluslararası İlişkiler- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Doç. Dr. Mesut SAVRUL (Ekonometri- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

YARDIMCI ALAN EDİTÖRLERİ

Prof. Dr. Burcu KILINÇ SAVRUL (İktisat-Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Prof. Dr. Özgür TOPKAYA (Çalışma Eko. ve End. İlişkileri- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Prof. Dr. Mustafa KARA (Kamu Yönetimi- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Doç. Dr. Erdal AYDIN (İşletme- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Doç. Dr. Cemre PEKCAN (Uluslararası İlişkiler- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Sabri Sami TAN (Maliye- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Dr. Öğr. Üyesi Verda DAVASLIGİL ATMACA (Ekonometri- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

DİL EDİTÖRÜ

Prof. Dr. Özgür TOPKAYA (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi-Biga İİBF)

YAZI İŞLERİ

Arş. Gör. Niyazi YILMAZ(Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

DANIŞMA KURULU/Alfabetik Sıra ile

ACER Yücel (Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi)	KARAGÜL Soner (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AKATAY Ayten (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KAYA İbrahim (İstanbul Üniversitesi)
AKCAN Ahmet Tayfur (Necmettin Erbakan Üniversitesi)	KILIÇ Cüneyt (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AKDEMİR Ali (Arel Üniversitesi)	KURT Serdar (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ATMACA Metin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	MURAT Sedat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AYDIN Ahmet (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	ÖZEKİCİOĞLU Halil (Akdeniz Üniversitesi)
ADIN Erdal (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	ÖZCAN Burcu (Fırat Üniversitesi)
AYDIN Murat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	SARIDOĞAN Ercan (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)
AYTEMİZ Levent (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	SART Gamze (İstanbul Üniversitesi)
BACAK Bünyamin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	SEREL Alpaslan (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)
BAYAR Yılmaz (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	ŞAHİN Levent (İstanbul Üniversitesi)
DARICI Burak (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	TAŞ Fatma (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ENER Meliha (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	UĞUR Suat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
GÜLOĞLU Bülent (İstanbul Teknik Üniversitesi)	YAVAŞ Hikmet (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
İNCEKARA Ahmet (İstanbul Üniversitesi)	YELKİKALAN Nazan (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)
İPEK Selçuk (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	YİĞİT Yusuf (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

HAKEM KURULU/Alfabetik Sıra ile

AKATAY Ayten (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KANTEN Selahattin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)
AKCAN Ahmet Tayfur (Necmettin Erbakan Üniversitesi)	KANTEN Pelin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AKYILDIZ Murat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KARAGÜL Soner (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AKDEMİR Ali (İstanbul Arel Üniversitesi)	KILIÇ Cüneyt (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ALBAYRAK Barış (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KILINÇ SAVRUL Burcu (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)
ATMACA Metin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KURT Serdar (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AYDIN Erdal (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	KURT Ünzüle (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
AYDIN Murat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	ÖZEKİCİOĞLU Halil (Akdeniz Üniversitesi)
AYDIN Ahmet (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	ÖZCAN Burcu (Fırat Üniversitesi)
BABA Gürol (Ankara Üniversitesi)	PAZARCIK Yener (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
BACAK Bünyamin (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	POLAT K. Ebru (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
BALAN Feyza (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	SAVRUL Mesut (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
BAYAR Yılmaz (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	ŞAHİN Levent (İstanbul Üniversitesi)
DARICI Burak (Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi)	TAN Sabri Sami (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
DİLBAZ A. Nur (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	TOPKAYA Özgür (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ELAGÖZ İsmail (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	TORUN Mustafa (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
ENER Meliha (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	TUNALI Halil (İstanbul Üniversitesi)
EROĞLU Umut (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	UĞUR Suat (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
EROĞLU Filiz (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	YAVAŞ Hikmet (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
GÖKTEPE Ahmet Orkun (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)	YAVUZ ATAĞLI Rüya (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)
GÖRÜN Mustafa (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	YELKİKALAN Nazan (Çanakkale Onsekiz Mart Üniv.)
GÜLER Ruhi (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)	YİĞİT Yusuf (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

İNCEKARA Ahmet (İstanbul Üniversitesi)
İPEK Selçuk (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)

YILDIRIM Tansoy Yavuz (Bandırma Onyedli Eylül Üniv.)
YILDIZ Tayfun (Ardahan Üniversitesi)

MİSAFİR HAKEM KURULU/Alfabetik Sıra ile

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

İçindekiler / Contents.....	vi
Doğal Afetler ve İletişim Kavramları Üzerine Bir Araştırma <i>A Research on the Concepts of Natural Disasters and Communication</i> Ahmet Orkun GÖKTEPE.....	49-58
Siparişiniz Kargoya Verilmiştir: Online Alışverişte Tüketicilerin Kargo Deneyimleri <i>Your Order Has Been Shipped: Shipping Experiences Of Consumers In Online Shopping</i> Eren TEMEL.....	59-83
Kadın Çalışanların Yaşadığı Cam Tavan Sendromunun Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri: Bankacılık Sektörü Örneği <i>Effects of Glass Ceiling Syndrome Experienced by Female Employees on Organizational Commitment: Banking Sector Example</i> Evrin ACAR & Canan Öykü DÖNMEZ KARA.....	84-95
Tobin Vergisinin Robin Hood Etkisi: Gelir Dağılımında Adaleti Yarattır mı? <i>The Robin Hood Effect of the Tobin Tax: Does It Create Justice in Income Distribution?</i> Sercan YAVAN.....	96-109
Banka Çalışanlarının İş Tatmini ve Motivasyonu: Tekirdağ İli Malkara İlçesi Banka Çalışanları Üzerine Bir Araştırma <i>Job Satisfaction And Motivation Of Bank Employees: A Research On Bank Employees In Malkara District Of Tekirdag Province</i> Tanju ÇOLAKOĞLU & Merve ÖKTEM.....	110-129
Dijital Ekonomide İşgücü Piyasası: İşgücü Talebinin Vasıf Boyutunda Yine, Yeni ve Yeni Baştan Dönüşümü <i>Labor Market in the Digital Economy: Transformation of Labour Demand in The Skill Dimension New, Again and Again from The Start</i> Ali İhsan ÇELEN.....	130-145

Twitter (X) Ortamında Kamuoyunun Sigortaya Dair Düşüncelerinin Bir Analizi

An Analysis Of Public Opinion On Insurance In Twitter (X) Environment

Serkan AĞILLI.....

146-164

Sürdürülebilirliğin Sosyal Temsilleri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

The Social Representations of Sustainability: A Study on University Students

Ergül SÖYLEMEZOĞLU & Gamze ÖZDEMİR PLANALI.....

165-174

Doğal Afetler ve İletişim Kavramları Üzerine Bir Araştırma

A Research on the Concepts of Natural Disasters and Communication

Ahmet Orkun Göktepe^a

Özet

Son yıllarda iklim değişikliği ve neden olduğu yıkıcı etkiler üzerine yapılan araştırmaların sayısının arttığı gözlemlenmektedir. Bu çalışmalar içerisinde doğal afetlerde iletişim ve özellikle sosyal medya konusunda, araştırmacıların ilgisi her geçen gün daha da artmaktadır. Yaşanan afetler sırasında bireylerin yardım isteme veya etmek; kazazedeler ve kayıplar hakkında dua etmek, destek olmak, bilgi ve durum vb. paylaşımları dışında yalan, aldatıcı, kötü amaçlı ve sahte paylaşımlar yaptığı da görülmektedir. Bu tür paylaşımlar, hem afet müdahale faaliyetlerini olumsuz anlamda etkilemekte hem de toplumu korku, kaos, panik, endişe vb. gibi duygulara daha fazla itmektir. Bu nedenle yapılması planlanan bir dizi araştırmada özellikle orman yangınları konusunda yapılan olumsuz anlamdaki sosyal medya paylaşımlarının neler olduğu ve ne gibi etkiler yarattığı üzerine değinilecektir. Bu anlamda araştırmanın ilk aşaması olan bu çalışmada "Doğal Afetler" ve "İletişim" kavramları üzerine bir literatür taraması yapılarak ilgili yazının bibliyometrik bir analizinin yapılması planlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Doğal Afetler, İletişim, Bibliyometrik Analiz, Sosyal Medya

Başvuru: 20.05.2024

Kabul: 28.05.2024

Abstract

It has been observed that the number of studies on climate change and the devastating effects of it has increased in recent years. Among these studies, the interest of researchers in communication during natural disasters and especially social media is increasing day by day. Apart from asking for or giving help to individuals, to pray for the victims and the missing, to provide support, information and situation, etc., it is also seen that he makes false, deceptive, malicious and fake posts. Such posts both negatively affect disaster response activities and create fear, chaos, panic, anxiety, etc. in the society and pushes you to such feelings more. For this reason, the planned research will focus on what the negative social media posts about forest fires are and what effects they have. In this sense, in this study, which is the first phase of the research, it is planned to conduct a literature review on the concepts of "Natural Disasters" and "Communication". Then, a bibliometric analysis will be made on the relevant literature.

Keywords: Natural Disasters, Communication, Bibliometric Analysis, Social Media

^a Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Orkun Göktepe, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, orkungoktepe@comu.edu.tr

1. GİRİŞ

Karşılaşılan doğal afetlerde önleme, kurtarma, etki azaltma ve ortadan kaldırma, zarar oluşan yerlerin yeniden imarı ve düzenlenmesi gibi konularda bilgisayar teknolojisi ve iletişimin önemi her geçen gün daha da artmaktadır. Bu önem ile birlikte sosyal medyanın kullanımı da doğru orantılı olarak gelişmektedir. Artan sosyal medya kullanımı ile birlikte aşırı bilgi yüklemesi sorunu da ön plana çıkmaktadır. Hem aşırı bilgi yüklemesi hem de doğal afetlerden doğrudan veya dolaylı olarak etkilenen kişilerin sosyal medya üzerinde yaptıkları gerçeği yansıtmayan abartılı, hileli, yalan, söylenti ve aldatıcı paylaşımlar doğal afet çalışmalarını olumsuz anlamda etkileyebilmekte ve halkı kin, öfke, korku ve endişe vb. duygulara sevk edebilmektedir. Dolayısı ile iletişim ve özel anlamda sosyal medya, hem doğal afet faaliyetlerinde görevli kurumlar ve çalışanları hem de afetlerden dolaylı ve doğrudan etkilenen kişiler için son derece önemli görülmektedir.

Yapılması planlanan bir dizi çalışmanın ilk basamağı olan bu çalışmada “iletişim” ve “doğal afetler” kavramlarına ilişkin bibliyometrik bir analiz yapılarak ilgili yazının değerlendirilmesine çalışılacaktır.

1.1. Doğal Afetler

Doğal afet; heyelan, sel, yangın, sıcak hava dalgası, kasırga ve kış fırtınaları gibi meteorolojik olaylardan veya deprem, heyelan, tsunami ve volkanik patlama gibi jeolojik olaylardan kaynaklanan olumsuz bir olaydır. Doğal afetler hem ekonomi hem de insan hayatı açısından önemli zararlara neden olabilmektedir. Genellikle kaçınılmazdır ve herhangi bir alarm veya uyarı olmaksızın ortaya çıkmaktadırlar. Son yıllarda dünyamız, devam eden iklim değişikliklerinin bir sonucu olarak çok sayıda doğal afetle karşı karşıya kalmaktadır (Chair vd., 2019: 272).

Doğal afetler, insanoğlunun beklentilerini ve alışılmış kapasitelerini aşan, doğal çevrede önemli sonuçlar doğuran ve bunlarla mücadele etmek için büyük kaynakların yönetimini gerektiren olaylardır. Afetler insanlık tarihinde yeni bir şey değildir. Pompeii ve Herculaneum şehirlerini kasıp kavuran Vezüv Yanardağı'nın patlamasından, 1 Kasım 1755'te Lizbon'u etkileyen deprem ve gelgit dalgasına, 18 Nisan 1906'da şehri yok eden deprem ve ardından gelen San Francisco yangınından, 1988'de 321.300 hektarı yok eden Yellowstone Park yangınına, 2004'te Güneydoğu Asya'da 200.000'den fazla insanı öldüren bir tsunamiden, 2010'da Haiti'deki yıkıcı depreme ve Avustralya'yı kasıp kavuran ve 1 milyon hektardan fazla alanı yok eden orman yangınlarına kadar insanlık tarihi içerisinde hep olmuşlardır. Tüm gezegeni etkileyen iklim değişikliği, doğal afetlere neden olan, sıklığı ve şiddeti her geçen yıl artan aşırı hava olaylarının şiddetini ön plana çıkarmaktadır (Zamarreño-Aramendia vd., 2020: 1).

Bu türdeki afetlerin, afetten etkilenen kişiler ve genel olarak toplum üzerinde yıkıcı etkileri olabilmektedir. Sadece 2011-2020 arasında yaşanan doğal afetlerde Dünya çapında 1,6 milyar insan etkilenmiş, 188.583 kişi hayatını kaybetmiş ve 1,7 trilyon ABD doları üzerinde ekonomik zarar meydana gelmiştir. Fiziksel afetlerden kaynaklanan hasarlar; ulaşım, elektrik altyapısı, iletişim ağları, temiz su temini ve atık su sistemleri vb. gibi kişisel mülklere ve topluluklara hizmet eden yaşam hattı altyapısını etkilemektedir. Bunun yanı sıra bu tür afetler; yaşanabilecek can ve mal kayıpları, bedensel zararlar, iş kaybı ve işlevsizlik, zihinsel sağlık bozulmaları, duygusal ve mali sıkıntılar ve ekonomik zararlar gibi yıkıcı etkiler yaratabilmektedir. Geçtiğimiz dört yıl boyunca yapılan araştırmalar, özellikle COVID-19 gibi biyolojik tehlikelerin, depremlerin, orman yangınlarının ve küresel ısınma, kuraklık ve sıcak hava dalgaları gibi iklim kaynaklı tehlikelerin şiddetlenmesiyle birlikte felaketlerin etkisinin ciddiyetini ortaya çıkarmaktadır. Afetlerin meydana gelmesi, ülkelerin 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Genel Gündem'inde belirtilen hedeflere ulaşmasını engellediği gibi, ülkeler arası eşitsizliğe de neden olmaktadır (Gökmenoğlu vd., 2023: 1; Ogie vd., 2022: 1). Milyonlarca insan üzerindeki sonuçları ve çevreye etkileri nedeni ile doğal afetler sonuçlarının değerlendirilmesi zor, göç veya siyasi çatışmalar gibi alanlara yayılan küresel bir olgu olarak görülmektedir.

1.2. Doğal Afetlerde İletişim ve Sosyal Medya

Afetler neticesinde gerçekleşen kriz dönemlerinde; profesyonel kuruluşlar, gönüllüler ve diğer kişilerin çalışmaları giderek daha fazla bilgisayar teknolojisi ve daha spesifik olarak sosyal medya tarafından yönlendirildikçe, kriz yönetimi ve sosyal medya üzerine yapılan araştırmaların yaygınlığı artmaktadır (Reuter vd., 2018). Kriz bilişiminin yeni ortaya çıkan araştırma alanı, sosyal medyanın gerçek dünyadaki ilginç ve önemli kullanımlarını ortaya çıkarmaktadır. Hagar (2007) tarafından ortaya atılan kriz bilişimi, “bilgi işlem ile felaketlere ilişkin sosyal bilim bilgisini birleştiren çok disiplinli bir alandır ve temel ilkesi, insanların belirsizlikle başa çıkmak için felaketlere yaratıcı yollarla müdahale etmek amacıyla kişisel bilgi ve iletişim teknolojisini kullanmasıdır”. Afetler ve acil durumlar sırasında, acil durum hizmetlerinin koordinasyonu ve karar verme için kapsamlı bir durumsal genel bakış elde edilmesi gerekmektedir. Bu tür durumlarda, sosyal medya bilgi alışverişi için giderek daha fazla kullanılırken, aşırı bilgi yüklemesi sorunuyla da karşı karşıya kalınabilmektedir. Araştırmalar, denetimli makine öğrenimi tekniklerinin ilgili mesajları tanımlamak ve alakasız mesajları filtrelemek, böylece aşırı bilgi yükünü azaltmak için uygun olduğunu göstermektedir (Kaufhold vd., 2020: 2).

Sosyal medya platformları insanlara eğlence ve dinlenme için iyi bir ortam sunmakta ve aynı zamanda insanların birbirleri ile bağlantıda kalmasına yardımcı olmakta ve bilginin daha hızlı yayılmasında önemli bir unsur olarak hareket etmektedir

(Indu ve Thampi, 2019: 28). Sosyal medya sitelerinin önemli bir özelliği de gerçek zamanlı iletişim yapısına sahip olmalarıdır. İnsanlar haberleri veya görüşlerini neredeyse gerçek zamanlı olarak yayınlamaktadırlar. Özellikle doğal afetler ve salgınlar yaşandığında insanlar olaylarla ilgili haber ve bilgiler yayınlamakta, kaygılarını dile getirmekte ve mağdurlar için dua etmektedirler (Rajdev, 2015).

Yüksek oranlardaki sosyal medya kullanımı ile birlikte ("We are Social 2023 Global ve Türkiye" raporuna göre 2023 yılında Dünyada aktif sosyal medya kullanıcısı sayısı 4,76 milyar kişiye (Toplam nüfusa oranı %59,4) ulaşmıştır) doğal afetler de dahil olmak üzere çeşitli haber ve bilgileri paylaşmak için herhangi bir sosyal medya platformunun kullanılması kaçınılmaz görülmektedir. Queensland'deki büyük sel olayı ve Tazmania'daki orman yangınından örneklere dayanarak, afetler hakkında bilgi aktarmak için Facebook ve Twitter gibi sosyal medya sitelerinin halk tarafından önemli iletişim araçları olarak kullanıldığı görülmektedir. Özellikle kriz dönemlerinde sosyal medyanın öneminin farkına varan Facebook, kullanıcıların doğal afetler ve terör saldırıları da dahil olmak üzere felaketler hakkında raporlama yapmasını amaçlayan "Güvenlik Kontrolü" uygulamasını kullanıma sunmuştur. Ancak sosyal medya aracılığıyla yayılan doğal afet bilgilerinin doğru ve faydalı olup olmadığı sorusu geçerliliğini korumaktadır. Akıllı telefon ve tablet gibi dijital teknolojilerin sahipliği artmaya devam ettikçe, neredeyse her şey çevrimiçi olarak paylaşılabilir, bu da "kara bulut görüntüleri"ni bile gerçekleştirecek yıkıcı bir kasırga gibi gösterebilmektedir. Bu, güvenilir kaynaklardan toplanan yanlış bilgilerle birlikte halk arasında korku, gereksiz panik ve kaos yaratılabilmektedir. Bununla birlikte, televizyon, radyo ve gazeteler gibi daha geleneksel medyanın aksine, sosyal medyada iletilen bilgilerin, kontrol ve filtreleme mekanizmalarının eksikliği ve kaynakların belirsizliği nedeniyle güvenilirlik açısından daha düşük kabul edilmektedir (Ismail vd., 2019: 508).

Yaşanan afetlerde sosyal medyada yanlış haber ve bilgilerin paylaşıldığı her geçen gün daha fazla bir şekilde rapor edilmektedir. Bu tür haber ve bilgiler yanıltıcı oldukları kadar, paniğe sebep olabilmekte ve yapılan çalışmaları olumsuz olarak etkileyip zorlaştırabilmektedirler. Bu durum, haber kaynaklarının güvenilirliği dikkate alınmaksızın, sosyal medyada paylaşılan doğal afetlerle ilgili bilgilerin doğru olduğuna inanma eğilimine neden olabilmektedir. Sosyal medyanın, nasıl kullanıldığına bağlı olarak bireyler ve genel olarak toplum üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olabilmektedir. Sosyal medya alanı herkesin içerik yaratıcısı olmasına ve birbirleriyle özgürce etkileşime girmesine olanak tanımaktadır (Ojebuyi ve Salawu, 2019). Bu genel olarak iyi bir şey olsa da kötüye kullanılıp ciddi sonuçlara da yol açabilmektedir. Örneğin Malezyalı gençlerin sosyal medyadaki bilgi paylaşım uygulamalarını araştırmak amacıyla yapılan bir araştırmada, olumsuz içerikleri internette yaymaya daha fazla eğilimli oldukları rapor edilmiştir. Sosyal medyada sıklıkla paylaşılan olumsuz içeriklerin arasında söylenti ve iftiralardan yanı sıra yanlış haber ve bilgilerin de yer aldığı görülmektedir. Negatif çevrimiçi içerik aldatıcı olmakla birlikte, insanlar arasında nefreti teşvik edebilir ve sonuç olarak sosyal uyumu ve kamu güvenliğini tehdit edebilmektedir (Ismail vd., 2019: 510).

İnsanlar yaşanan krizlerle ilgili paylaşımlara daha fazla dikkat etmekte ve paylaşımların içeriğine daha kolay inanma eğilimindedirler. Ne yazık ki eğilimi bilen ya da bilmeyen, sahte ve spam bilgiler gibi yanlış bilgileri yayımlayan ve yayan kötü niyetli kullanıcılar bulunmaktadır. Örneğin Sandy kasırgası meydana geldiğinde, kötü niyetli kullanıcılar tarafından sahte görseller içeren mesajlar yayımlandı. Bu tür mesajlar Sandy Kasırgasından etkilenen mağdurlara yardımcı olacağına inanan birçok kullanıcı tarafından retweetlendi. Doğal afetler ya da krizler sırasında sosyal medya kullanıcıları, olaylarla ilgili paylaşımların içeriğine kolaylıkla inanma ve paylaşımların birçok kullanıcı tarafından ulaşacağını umarak paylaşımları retweetleme eğilimindedir. Ne yazık ki, bu eğilimi anlayan ve daha geniş bir yayılma beklentisiyle spam ve sahte mesajlar gibi yanlış bilgileri yayımlayan kötü niyetli yahut yaptığının farkında olmayan kullanıcılar bulunmaktadır (Rajdev, 2015).

Toplumları yanıltabilecek yanlış bilgiler de dahil olmak üzere, büyük miktarda doğrulanmamış bilgi sosyal medya ağları üzerinden dolaşmaktadır. Büyük bir nüfusu kasıtlı olarak yanıltmak amacıyla yanlış bilgilerin yayılması, tarihsel dönemlerde bile büyük bir tehdit olarak görülmüştür. Söylenti, kişiden kişiye yayılan, kısmen doğru, kısmen yanlış veya tamamen yanlış olabilen, doğrulanmamış bir bilgi parçasıdır. Daha önce söylentiler ağızdan ağıza yayılmakta, ancak web teknolojilerinin gelişimi ve sosyal ağların artan popüleritesi ile, söylentilerin dünya çapında endişe verici artan bir oranda yayıldığı görülmektedir (Indu ve Thampi, 2019: 29).

Acil durumlar, doğal afetler ve diğer tehlikeli olaylar sırasında insanlar; olayla ilgili bilgileri yaymak, aramak ve düzenlemek için sosyal ağları yaygın olarak kullanmaktadırlar. Bununla birlikte sosyal ağlarda dedikodu, yalan haber, spam (istenmeyen), sahte bilgi gibi çok sayıda yanlış bilgi de yayılmakta ve bu durum panik ve kamuoyunda provokasyon yaratabilmektedir. Çok sayıda çevrimiçi kullanıcı ve sosyal medyada etkili kişiler (influencer) arası etkileşim nedeniyle, sosyal ağlar haberlerin, söylentilerin ve görüşlerin hızlı bir şekilde yayılması için önemli bir platform olarak görülmekte ve yalnızca bir Yeniden Paylaş veya Retweet'e tıklayarak tonlarca bilgi parçası sosyal medya kullanıcıları arasında yayılmaktadır. Dolayısıyla ile bu tür bilgilerin büyük bir kısmı saniyeler içinde viral hale gelebilmektedir. Kullanıcıların hesap verilebilirliğini ve doğrulanabilirliğini değerlendirecek filtreleme mekanizmalarının bulunmaması, yanlış bilgilerin yasa dışı yayılmasına kapı açmaktadır (Kumar ve Geethakumari, 2014). Bu alandaki temel zorluk, büyük hacimli veriler içerisindeki yanlış bilgilerin tespit edilmesi ve kullanıcılar tarafından yayınlanan ve paylaşılan içeriğin güvenilirliğini yargılamanın zorluğu olarak görülmektedir.

Kumar ve Geethakumari (2014)'e göre çok sayıda çevrimiçi kullanıcı ve sosyal medyada etkili kişiler (influencer) arası etkileşim nedeniyle, sosyal ağlar haberlerin, söylentilerin ve görüşlerin hızlı bir şekilde yayılması için önemli bir platform olarak görülmekte ve yalnızca bir Yeniden Paylaş veya Retweet'e tıklayarak tonlarca bilgi parçası sosyal medya kullanıcıları arasında yayılmaktadır. Dolayısı ile bu tür bilgilerin büyük bir kısmı saniyeler içinde viral hale gelebilmektedir. Kullanıcıların hesap verebilirliğini ve doğrulanabilirliğini değerlendirecek filtreleme mekanizmalarının bulunmaması, yanlış bilgilerin yasa dışı yayılmasına kapı açmaktadır. Bu alandaki temel zorluk, büyük hacimli veriler içerisindeki yanlış bilgilerin tespit edilmesi ve kullanıcılar tarafından yayınlanan ve paylaşılan içeriğin güvenilirliğini yargılamanın zorluğu olarak görülmektedir.

2. YÖNTEM

Bu çalışma, "Doğal Afetler" ve "İletişim" kavramlarına ilişkin mevcut literatürü bibliyometrik analiz ile değerlendirmeye çalışmaktadır. Yayın kalıpları yoluyla oluşturulan ağların belirlenmesi yeni bir önerme değildir. Price (1965) Science dergisindeki bir makalesinde bilimsel yayınlar tarafından oluşturulan ağların inşasını önermiştir. 1980'lere geldiğinde alıntılar bibliyometrik haritalaması popüler bir çalışma alanı haline gelmiştir. O zamandan bu yana farklı analitik ve matematiksel modeller geliştirilmiştir (McAllister vd., 2022; 320).

Sistemik literatür taramasından farklı olarak, bibliyometrik analiz, bir alanın güncel durumuna dair biçimsel ve nicel veri elde etmede kullanılan ve görselleştirme yazılımları yoluyla akademik trendleri izlemeyi kolaylaştıran bir analitik metottur. Bibliyometri aracılığıyla, ülke, yazar, üniversite ve dergi üretkenlikleri, zayıf ve güçlü araştırma alanları, literatür boşlukları, iş birliği ağları, potansiyel fırsatlar ve bir alanda üretilen çıktılarının yaygın etkileri üzerine nicel bulgular elde edilmektedir. Bibliyometrik analiz yaygın ilgi görmesinin altında yatan en önemli nedenlerden birisi herhangi bir konuda yapılacak olan literatür araştırmalarının ön adımı olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır (Dirik vd., 2023:168).

Bibliyometrik analiz, farklı çalışmaların birbirleriyle olan bağlantısını bulmak için kümeleme analizinin yanı sıra, alanda kaliteli çalışmalara katkıda bulunan yazarları, ulusları ve kurumları bulmaya çalışan düzenli bir araştırma uygulamasıdır. Bibliyometrik analiz, belirli bir temaya ilişkin yayınların ana hatlarını keşfetmek ve aynı zamanda yayınların eğilimini keşfetmek için belirli bir araştırma alanındaki değişikliği niceliksel açıdan yorumlamaktadır. Bibliyometrik analiz, alandaki bu tür sistematik ilerlemenin değerlendirilmesiyle ilgilenenlerin daha fazla kullanabileceği pratik, değerli ve kronolojik istatistikler sağlamaktadır. Bu istatistikler ile, yüksek alıntılara sahip yayınlar, akademik katkılar, kaynak odaklı belgeler, kurumsal katkılar ve ülkeler açısından önemli belge sayıları gibi araştırmanın mevcut konumunun değerlendirilmesini kolaylaştıran birçok gösterge seçeneği elde edilmektedir (Katoch, 2021; 2506).

Veritabanları aracılığıyla sağlanan araştırma meta verileri, araştırma ortamının hikayelerini oluşturmak amacı ile içeriğe erişme yöntemi olarak kullanılabilir. Geniş anlamda, bilgi uzmanları bu meta verileri kullanarak bir alandaki değişiklikleri daha iyi anlayabilir ve yeni alanların gelişimini keşfedebilirler. Daha ayrıntılı bir bakış açısıyla bakıldığında, belirli kurumların, araştırma merkezlerinin ve bireysel araştırmacıların çalışmalarına odaklanmak mümkün olabilmektedir. Bu meta verileri kullanan görselleştirme araçları, okuyucunun yalnızca daha geniş bilimsel ortamı görmesine olanak sağlamakla kalmaz, aynı zamanda öğretim üyeleri arasında daha önce görülmemiş işbirliklerini, yüksek ve düşük araştırma üretkenliği dönemlerini ve yeni konsantrasyonlara yönelik organik odaklanma veya araştırmayı da göstermektedir (McAllister vd., 2022; 319). Bu anlamda çalışmada bibliyometrik analiz için VOSviewer 1.6.20 programı kullanılmıştır.

2.1. VOSviewer

VOSviewer, Hollanda'daki Leiden Üniversitesi'nden Waltman ve Van Eck (2012) tarafından bilimsel haritalama için ortaklaşa geliştirilen bir bibliyometrik yazılım aracıdır. Ülkeler, kurumlar ve yazarlar arasındaki etkileşimleri görsel olarak netleştirmek için araştırmacılar tarafından yaygın olarak benimsenmiştir. VOSviewer, bibliyometrik veri bağlantılarının grafik haritası aracılığıyla farklı bilgi alanlarında görselleştirme konusunda net bilgiler oluşturmaya yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda ağ bağlantısının ve iş birliklerinin gücünü de yansıtmaktadır (McAllister vd., 2022; 322, Qiu vd., 2023; 38).

VOSviewer büyük resmin görselleştirilmesine yardımcı olmaktadır. Bilgi profesyonelleri, araştırmayı koleksiyon bütçelerinde oluşturulan geleneksel silolar yerine kümeler halinde gördükleri için VOSviewer'daki ağ haritasını anlayışlı bulmaktadırlar. Ek olarak, yayınlarda hangi araştırma terimlerinin kullanıldığını anlamak için anahtar kelimelerden oluşan bir ağ haritası kullanabilmektedirler. Bu da bilgi uzmanlarına, öğrencilere ve öğretim üyelerine araştırmalarında veya ders çalışmalarında yardımcı olacak uygun arama konuları konusunda rehberlik edebilecektir. Ayrıca bilgi profesyonelleri haritada gösterilen terminolojiye aşina olabilecektir. Bu; onları, bu anahtar kelimelerin ne anlama geldiğini ve anahtar kelimenin hangi departman veya araştırma tesisi için geçerli olduğunu bulmaya teşvik edebilecektir (McAllister vd., 2022; 331).

2.2. Araştırma Amaçları

Yapılan çalışmada öncelikli amaç, doğal afetler ve iletişim kavramları üzerine Web of Science veri tabanı üzerinden elde edilecek yazın üzerine bibliyometrik bir analiz yaparak literatüre değerli bir katkı sağlayabilmektir. Araştırmanın en yaygın olduğu alanları ve araştırılan konuları belirleyerek, gelecekteki araştırmalar için bir başlangıç noktası oluşturulabilir ve bilginin ve araştırmacıların ilgili kavramlar hakkında daha incelikli bir anlayış geliştirmeleri için bir çerçeve sağlayabilir. Bu doğrultuda çalışmanın amaçları aşağıda ifade edilmektedir.

Amaç 1: Konu ile ilgili ileriki yıllarda yapılacak çalışmalara altyapı ve kaynak oluşturabilmek

Amaç 2: Konu ile ilgili ülkeler ve yazarlar arasındaki ilişkileri ve iş birliklerini görebilmek

Amaç 3: Konu ile ilgili yüksek ve düşük araştırma alanlarının belirlenip hangi alanların daha yeni hangilerinin daha eski olduğunu görebilmek

Amaç 4: Doğal afetlerde iletişimin önemi üzerine farkındalık yaratabilmek

2.3. Arama Stratejisi ve Veri Toplama

Yapılan çalışmada tüm alanlara dayalı ilgili kavramları aramak için multidisipliner veritabanı Web of Science (WoS) kullanıldı. Scopus gibi diğer veritabanlarıyla karşılaştırıldığında WoS, daha kapsamlı ve standartlaştırılmış bir kayıt sağlayabilecek, uluslararası düzeyde yetkili, kalite odaklı bir veri tabanı olarak kabul edilmektedir. WoS, kapsamlı alıntı indeksleme kayıtları içermesi ve dışa aktarılan kayıtların çeşitli yazılımlarla uyumlu olması ve bibliyometrik analiz için geniş bir yelpazede olanaklar sunması nedeniyle seçilmiştir (Qiu ve diğerleri, 2023; 38). Konu ile ilgili çalışmalara doğal afetler ve iletişim arama terimleri uygulanarak ulaşılmıştır. Aramaya kitap bölümleri, konferans bildirileri, hakemli ve hakemsiz tam metin dergi makaleleri dahil edilmiştir. Araştırmamızın amacı, afetler sırasında iletişim kanallarının farklı paydaşlar tarafından kullanımını hem teori hem de pratikten farklı hesaplama teknikleri ve metodolojilerinin kullanımına odaklanarak görmektir. Bu nedenle sektör raporları ve akademik olmayan çalışmalar hariç tutulmuştur. Herhangi bir tarih sınırlandırılmasının koyulmasına ise gerek duyulmamıştır.

Web of Science veri tabanından 2024 ilkbaharının başlarında “tüm alanlarda” İngilizce ve Türkçe dilinde “doğal afetler” ve “iletişim” anahtar kelimeleri kullanılarak toplanan verilerde 1007 adet kayıt elde edildi. Geri çekilen dört yayının veri setinden çıkarılması ve yazım dilinin sadece İngilizce ve Türkçe seçilmesi ile toplam kayıt sayısı 981’e düşmüştür. Bu kayıtlar, en erken 1991 yılından en yeni 2024 yılına kadar çeşitli disiplinlerden 585 dergi makalesinin yanı sıra bildiriler (351), inceleme makaleleri (48), kitap bölümleri (17), ve diğerleri (13)’nden oluşmaktadır. En fazla yayının 94 çalışma ile 2019, 91 çalışma ile 2020, 90 çalışma ile 2022 ve 87 çalışma ile 2021 yıllarında yapıldığı görülmektedir. Ayrıca 2024 yılı hariç son beş seneye bakıldığında toplamda 433 yayın yapıldığı görülmektedir (Toplam yayın sayısının %44’ü). Tablo 1 arama stratejisine ilişkin özet görünümü vermektedir.

Tablo 1: Arama Çerçevesi

Parametre	Seçim
Seçim Yaklaşımı	Bibliyometrik Analiz
Kullanılan Veritabanı	Web of Science (WoS)
Analiz için Kullanılan Araç	VosViewer 1.6.20
Arama Sorgusu (Bütün Alanlar)	“Doğal Afetler” ve “İletişim”
Belgenin Niteliği	Makale, Bildiri, Kitap Bölümleri, Toplantı Özeti
Zaman Aralığı	1991–2024
Dil	İngilizce ve Türkçe
Konu Alanı	Tümü
Analiz Edilmek Üzere Seçilen Toplam Belge Sayısı	981

Çalışmaların 360 adedinin Science Citation Index Expanded (SCI-EXP), 344 adedinin Conference Proceedings Citation Index- Science (CPCI-S), 277 adedinin de Social Sciences Citation Index (SSCI), 116 adedinin de Emerging Sources Citation Index (ESCI)’da indekslendiği görülmektedir. Yapılan analiz sonucunda konu ile ilgili en fazla yayını olan yazarların sırası ile Yao-Nan Lien (7), Y. Zhang (7), Yasunori Owada (6), Jyh-Shyan Huang (5), Tomoyuki Ishida (5) ve XL. Wang (5) oldukları görülmektedir. Bununla birlikte en çok atıf alan çalışmaların Holguin-Veras ve arkadaşları (335); J. Charteris-Black (287); M.Gerla ve L. Kleinrock (200), B. Ritchie (197) ve WJW Botzen ve JCJM. Van Der Bergh (180) tarafından yapıldıkları görülmektedir. Ülkeler ve yayın sayılarına göre bir analiz yapıldığında ise en fazla çalışmanın 277 ile ABD’de yapıldığı,

bunu sırası ile 141 çalışma ile Çin'in, 99 çalışma ile Japonya'nın, 88 çalışma ile Hindistan'ın ve 70 çalışma ile Avustralya'nın izlediği görülmektedir.

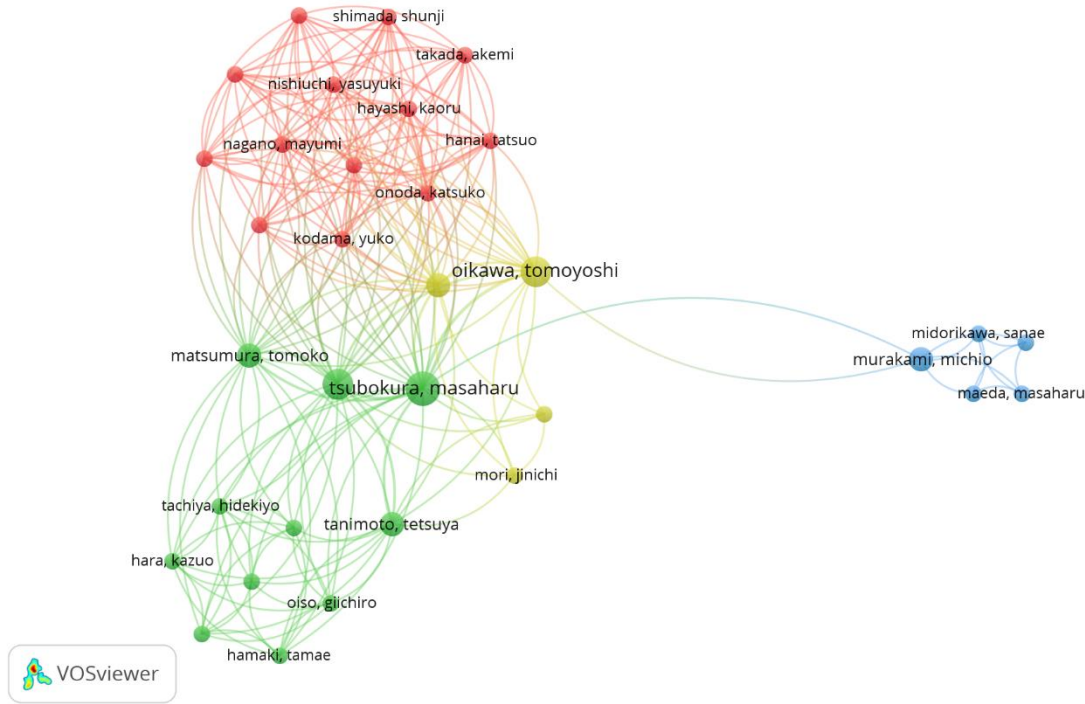
3. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde VOSviewer ile yapılan analizler neticesinde elde edilen buğulara yer verilmiştir.

3.1. Ortak Yazar Analizi (Co-Authorship of Authors)

Aralarındaki bağlantı ve işbirliği düzeyi en yüksek araştırmacıları bulmak için minimum 1 yayın ve 1 eser kriteri seçilmiştir. Yapılan analiz sonucunda oluşan haritaya göre toplam 33 araştırmacı 4 küme içerisinde birleşmiştir. Aralarındaki bağlantı sayısı 230 olarak ölçülmüştür. Toplam ağ gücü 242 olarak görülmektedir. Ağ haritası üzerinde birbirinden uzak üç farklı küme oluşmasının çeşitli nedenleri olabilir. Birincisi her bir kümedeki yazarların diğer kümelerdeki yazarlara göre farklı ve benzersiz çalışmalar yürütmesinden kaynaklanabilir. İkincisi ise diğer kümelere göre daha az işbirliğini yansıtmasından kaynaklanabilmektedir. Analiz sonucunda en fazla atıf alan yazarların Jose Holguin-Veras, Migule Jaller, Noel Perez, Luk N. Van Wassenhove ve Tricia Wachtendorf olduğu görülmektedir. En fazla işbirliği bağlantısı bulunan yazarlar ise Masaharu Tsubokura, Masahiro Kami, Lucia Mona, Doina Nicolae, Nikolaos Papagiannopoulos ve Tomoko Matsumura'dır.

Web of Science veritabanı üzerinde yapılan analizlerde en fazla yayını bulunan ve en fazla atıf alan yazarların bibliyometrik analiz sonuçlarında ortaya çıkan araştırmacılar olmadığı görülmektedir. Sadece Jose Halguin-Veras hem veritabanı hem de bibliyometrik analiz sonucunda ilgili yazında en çok atıf alan araştırmacı olarak görülmektedir. Mavi renkle ifade edilen 3. Kümedeki araştırmacılar diğer kümelere nazaran daha güncel tarihli çalışma işbirlikleri oluşturmaktadırlar.

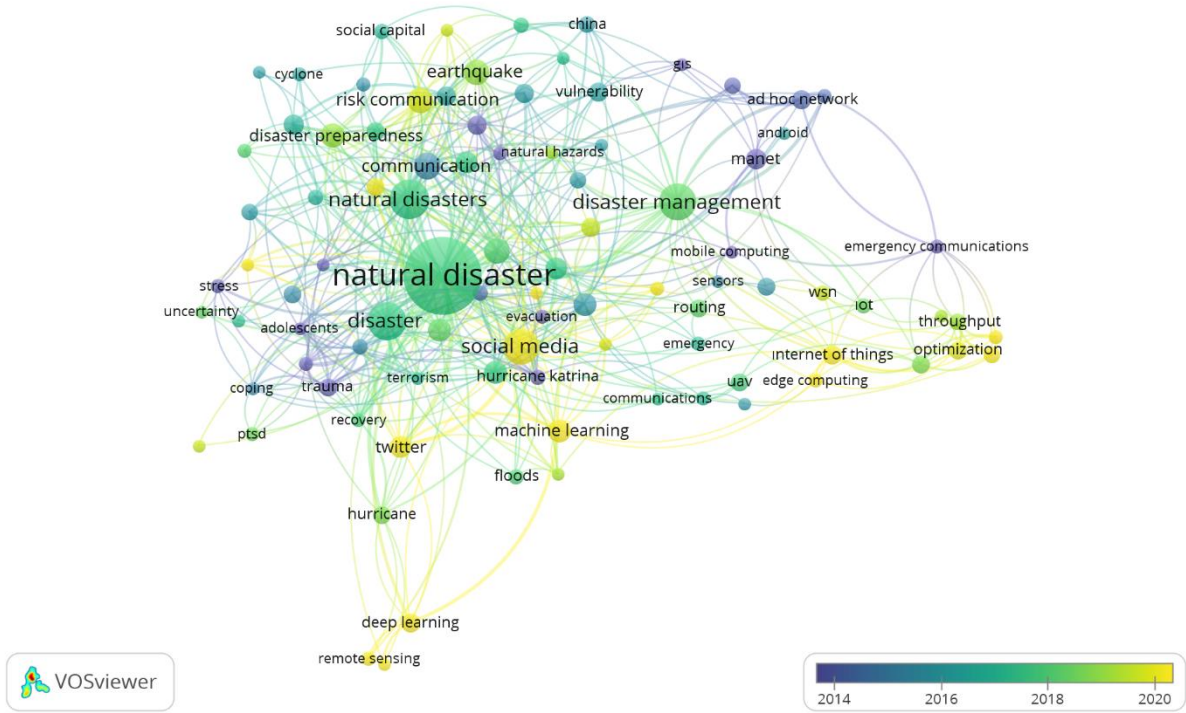


Şekil 1. Ortak Yazar Analizi

3.2. Anahtar Sözcük Analizi (Co-occurrence of Author Keywords)

Veri tabanından çekilen araştırmalardaki anahtar sözcüklerin birbirleri ile ne kadar ilişkili olduğu, kaç defa ve ne sıklıkla görüldüğü üzerine yapılan anahtar sözcük analizinde anahtar kelimelerin en az 5 defa görülmesi kriteri seçilmiştir. Yapılan analiz sonucunda oluşan haritada 93 anahtar kelimenin 9 küme içerisinde yer aldığı aralarında 496 bağlantı olduğu görülmektedir. Toplam bağlantı gücü ise 758 olarak bulunmuştur. Doğal Afet(ler), Afet Yönetimi, Felaket, Sosyal Medya, Twitter, İletişim, Kriz İletişimi, Afet Hazırlığı, Makine Öğrenmesi, Nesnelere İnterneti, Esneklik ve Travma gibi anahtar

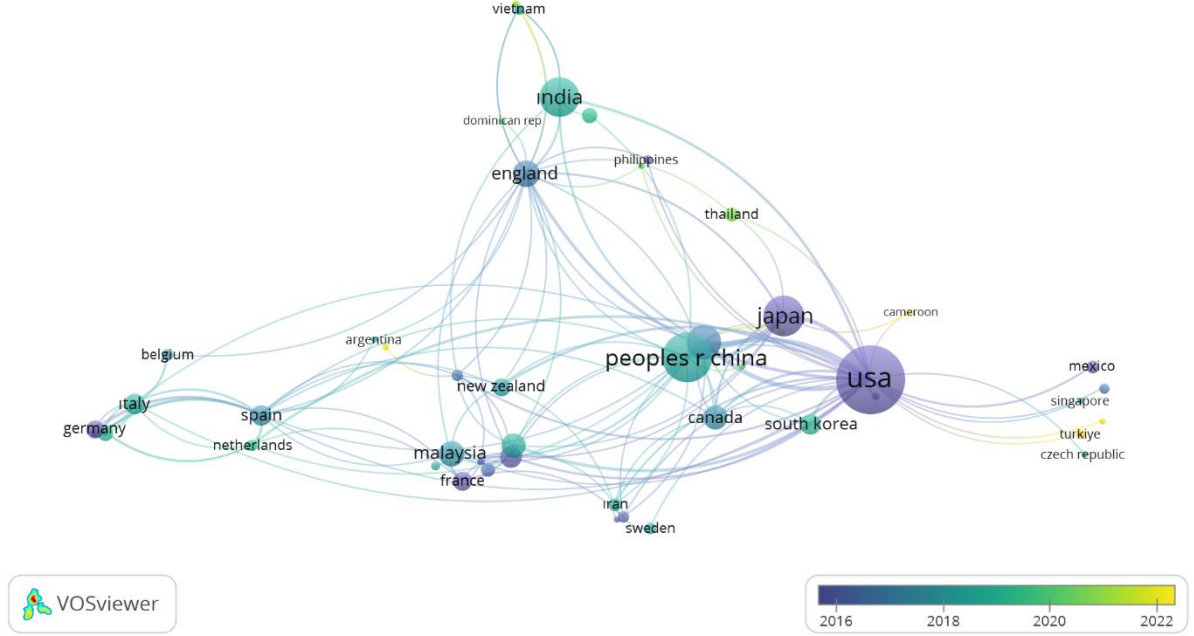
kelimelerin yapılan araştırmalarda hem bağlantı g¼c¼ hem de kullanılma sıklığı olarak yüksek seviyelerde oldukları gör¼lmektedir. Bununla birlikte özellikle son yıllarda yapılan çalışmalarda sosyal medya, makine öğrenmesi, nesnelerin interneti, twitter ve risk yönetimi gibi kavramlara daha fazla ağırlık verildiği gör¼lmektedir.



şekil 2. Anahtar Sözc¼k Analizi

3.3. Ülkelerin Atıf Analizi (Citation of Countries)

Ülkelere ait atıf analizinde her bir ülkenin en az 1 yayın yapması ve 1 tane de atıf alması kriteri seçilmiştir. Analiz sonucunda 50 tane ülkenin harita üzerinde 10 kümede yer aldığı ve aralarında 140 bağlantı olduğu gör¼lmektedir. Toplam bağlantı g¼c¼ ise 218 olarak gör¼lmektedir. En fazla atıf alan ülkeler ABD, Avustralya, Çin, İngiltere ve Japonya olarak gör¼lmektedir. Ülkeler ve yayın sayılarına göre bir analiz yapıldığında ise en fazla çalışmanın 269 ile ABD’de yapıldığı, bunu sırası ile 141 çalışma ile Çin’ın, 98 çalışma ile Japonya’nın, 88 çalışma ile Hindistan’ın ve 69 çalışma ile Avustralya’nın izlediği gör¼lmektedir. Bunun dışında özellikle ülkemizde son yıllarda güncel çalışmalar yürüt¼ldüęü gör¼lmektedir.



Şekil 3. Ülkelerin Atıf Analizi

4. Tartışma

Genel olarak VOSviewer, bilgi uzmanlarının bir çalışma alanı içinde yazar ve anahtar kelime ağlarının nerede gerçekleştiğini haritalandırması ve görselleştirmesi için mükemmel bir araçtır. Bilgi uzmanları için, aracın nasıl çalıştığını ve yazar ile anahtar kelimelerin birbiriyle nasıl ilişkili olduğunu daha iyi anlamak için verilerin nasıl kullanılabileceğini görmek önemlidir. Yazarların nasıl bağlandığını görmek büyük bir avantajdır ve VOSviewer, bilgi profesyonellerinin yalnızca adları hatırlamaktan ziyade gelecekteki ağ haritalarını oluşturmaya ve incelemeye geçmelerine yardımcı olabilmektedir. Literatür çalışmaları açısından bakıldığında, anahtar kelime haritaları araştırmacılara potansiyel boşlukları belirlemede ve potansiyel ihtiyaçları tahmin etmede yardımcı olabilecektir. Yazar ve kelime ağlarının Vosviewer ile haritalanması sonrasında, araştırmaların hangi ülkeden geldiğini, hangi üniversite ve kurumlarda yapıldığını, hangi araştırma merkezlerinin çalışmaya destek verdiğini, araştırma bütçelerinin nasıl oluştuğunu, hibe ve desteklerin nasıl harcandığını görmek konu ile yapılan çalışmaların daha güçlü bir şekilde irdelenmesi adına öneri olarak verilebilir.

Bununla birlikte her araştırmanın, araştırma tasarımından veya izlenen yöntemden kaynaklanan ve çalışmanın sonuçlarını bozabilecek sınırlamaları vardır. Bu araştırmada bazı eksiklikleri belirtmekte fayda görülmektedir. Örneklenen Web of Science tabanlı veri seti, her ne kadar kapsamlı olsa da konu ile ilgili her araştırmayı barındırmayabilir ve hatta araştırmacının seçim yanlılığına maruz kalabilir. Diğer veri tabanlarında da çok farklı analiz sonuçları çıkabileceği unutulmamalıdır. Çalışmada yayın dili olarak İngilizce ve Türkçe seçilmiştir. Dolayısı ile başka dillerde yayınlanan etkili ve yenilikçi çalışmalar dışarıda tutulmuştur. Ayrıca yapılan çalışma herhangi bir ülkenin veya araştırmacının araştırma geliştirme durumu hakkında yorum yapma iddiasında değildir. Yalnızca WOS'ta listelenen eserleri incelemesi nedeniyle sınırlıdır ve bu yapılan araştırmanın kısıtı olarak görülmektedir. Bu sınırlamaya rağmen yapılan araştırma doğal afetler ve iletişim üzerine yapılacak çalışmalar için değerli bir teorik altyapı sunmayı amaçlamaktadır.

5. SONUÇ

Çalışmada yapılan analizlerin ileriki yıllarda doğal afetler ve iletişim konusu üzerine yapılacak literatür çalışmaları için bir başlangıç noktası ve teorik bir temel oluşturması hedeflenmektedir. Bibliyometrik analiz herhangi bir konu hakkında yapılan çalışmaların birbiri ile nasıl bağlantılı olduklarını görmek ve bu çalışmalara katkı yapan yazarları, kurumları ve ulusları bulmaya çalışan bir kümelenme araştırma uygulamasıdır. Oluşturulan görsel kümeler sayesinde büyük resmin çok daha kolay bir şekilde anlaşılması sağlanmaktadır. Veritabanları altyapılarının izin verdiği ölçüde yapılan analizlerin bir araştırma konusu hakkında ön fikir vermesi önemlidir fakat yeterli görülmemelidir. Bu çalışmada da görüldüğü üzere, özellikle birbirleri ile bağlantılı ve işbirliği içerisinde olan yazarların kimler olduğunun görülmesi, en fazla araştırılan anahtar terimlerin neler olduğu, yazar ilişkilerinin ve iletişim hatlarının nerelerde kurulduğu, farklı zamanlarda yapılan yayınların tematik eğilimlerinin belirlenmesi daha ötesinde yapılan çalışmaların nasıl fonlandığı, hangi kurumların ön planda olduğu gibi konuların cevapları bibliyometrik analizler neticesinde cevaplanabilmektedir. Örneğin yapılması planlanan bir dizi araştırmanın ilk aşaması olan bu çalışmada da görüldüğü üzere, sosyal medya kavramının doğal afetler konusunda yapılan araştırmalarda giderek artan bir öneme sahip olduğu görülmektedir. Bu da araştırma varsayımlarımızı desteklemektedir.

Web of Science veritabanı üzerinden yapılan analizlerde en fazla yayını ve/veya atfı olan yazarların bibliyometrik analiz sonucunda yukarıda da değinildiği üzere en fazla bağlantılı yazarlar olmadığının görülmesi yapılan araştırma için önemli bir sonuç olarak görülmektedir. Alanda en fazla bağlantılı ve işbirliği yapan yazarların tespit edilmesi, yazar ilişkilerinin ve iletişim hatlarının nerede kurulacağını anlaşılmasının, arka kapısı olarak görülmektedir. Bu anlamda ileriki yıllarda yapılacak literatür çalışmalarında; alanla ilgili çalışan bilim insanlarının sadece yayın sayıları ve aldıkları atıf sayıları ile bir analiz yapılmasının yeterli görülemeyeceği ortaya çıkmaktadır. Çünkü yazar ağı görselleştirme haritası, yazarların araştırma yayınları aracılığıyla nasıl bağlantı kurduğunu anlamak açısından son derece önemlidir. Yukarıda gösterilen VOSviewer yazılım haritaları, araştırmacıların, soru sormaya veya arka plan bilgilerini araştırmaya gerek kalmadan, işbirliklerinin nerede gerçekleştiğini görmelerine yardımcı olabilmektedir.

Aynı şekilde anahtar kelimeler ve araştırmacıların yapıldığı ülkeler ile ilgili yapılan bibliyometrik analiz sonucunda araştırmacıların anahtar kelime terimlerinin nasıl bağlantılı olduğunu ve hangi ülkelerde daha güncel çalışmalar yapıldığını anlamalarına fırsat vermektedir. Analiz sonucundaki görselleştirmenin hangi araştırma sonuçların en güncel hangilerinin daha eski olduğunu vurgulaması, araştırmacıların literatürde neyi aramaları gerektiği konusunda yol göstermektedir. Böylelikle yapılan bilimsel çalışmalarda çok önemli bir konu olarak görülen ve sıklıkla yeteri kadar ihtimam gösterilmeyen anahtar kelimeleri oluşturma konusunda araştırmacılara kolaylık sağlaması düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Chair S., Charrada M., Bellamine N., ve Saoud B. (2019) Towards A Social Media-Based Framework for Disaster Communication CENTERIS - International Conference on ENTERprise Information Systems / ProjMAN – International Conference on Project MANagement / HCist - International Conference on Health and Social Care Information Systems and Technologies Procedia Computer Science 164 271–278.
- Dirik, D., Eryılmaz, İ. ve Erhan, T. (2023). Post-truth kavramı üzerine yapılan çalışmaların VOSviewer ile bibliyometrik Analizi. Sosyal Mucit Academic Review, 4(2), 164-188. doi: 10.54733/smar.1271369
- Gokmenoglu T., Yavuz İ., ve Sensin C. (2023) Exploring the interplay between curriculum and textbooks in disaster risk reduction education: Insights and implications. International Journal of Disaster Risk Reduction 96 (2023) 1-14.
- Ismail N., Ahmad J., Noor S.M., ve Saw J. (2019) Malaysian Youth, Social Media Following, and Natural Disasters: What Matters Most to Them? Media Watch 10 (3) 508-521.
- Katoch, R. (2022) *IoT research in supply chain management and logistics: A bibliometric analysis using vosviewer software Materials Today: Proceedings* 56, 2505–2515.
- Kaufhold M-A, Bayera M, ve Reutera C. (2020) Rapid relevance classification of social media posts in disasters and emergencies: A system and evaluation featuring active, incremental and online learning Information Processing and Management 57, 1-32.
- Kumar, K.K., ve Geethakumari, G., (2014). Detecting misinformation in online social networks using cognitive psychology. Human-Centric Computing and Information Sciences 4 (1), 14.

- McAllister J.T., Lennertz, L. ve Mojica, Z.A. (2022) Mapping A Discipline: A Guide to Using VOSviewer for Bibliometric and Visual Analysis, *Science & Technology Libraries*, 41:3, 319-348, DOI: 10.1080/0194262X.2021.1991547
- Ojebuyi, B. R., ve Salawu, A. (2019). We are not parasites: Intergroup differentiation in the user-generated content of Nigerian news media. *Media watch*, 10 (1), 145-164.
- Qiu,X., Kong, H., Wang, K., Zhang, N., Park, S. ve Bu, N. (2023) *Past, present, and future of tourism and climate change research: bibliometric analysis based on VOSviewer and SciMAT*, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 28:1, 36-55, DOI: 10.1080/10941665.2023.2187702
- Rajdev M. (2015) Fake and Spam Messages: Detecting Misinformation During Natural Disasters on Social Media, Master of Science in Computer Science, Utah State University, Logan, Utah.
- R.I. Ogie ,S. James , A. Moore , T. Dilworth , M. Amirghasemi , ve J. Whittaker (2022) Social media use in disaster recovery: A systematic literature review *International Journal of Disaster Risk Reduction* 70, 1-18.
- Saroj A., ve , Pal S. (2020) Use of social media in crisis management: A survey, *International Journal of Disaster Risk Reduction* 48.
- Tang, Z., Zhang, L., Xu, F., ve Vo, H. (2015). Examining the role of social media in California's drought risk management in 2014. *Natural Hazards*, 79(1), 171-193.
- V. Indu, Sabu M. ve Thampi (2019), A nature - inspired approach based on Forest Fire model for modeling rumor propagation in social networks *Journal of Network and Computer Applications* 125, 28-41
- Zamarreño-Aramendia G., Cristòfol F.J., de-San-Eugenio-Vela J. ve Ginesta X. (2020) Social-Media Analysis for Disaster Prevention: Forest Fire in Artenara and Valleseco, Canary Islands. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6, 169.

Siparişiniz Kargoya Verilmiştir: Online Alışverişte Tüketicilerin Kargo Deneyimleri

Your Order Has Been Shipped: Shipping Experiences Of Consumers In Online Shopping

Eren Temel^a

Özet

Elektronik perakendecilik geliştikçe, bu iş modelinin doğası gereği ürünlerin tüketicilere ulaştırılması noktasında kargo taşımacılığı faaliyetleri de önemini artırmakta ve birbirine entegre şekilde işlerlik kazanmaktadır. Bir elektronik ticaret gönderisi, bir ürünün sanal mağazanın alışveriş sepetinden tüketicinin kapısına kadarki teslimat sürecini kapsamaktadır. Bu süreç işletmenin kargo ücreti, ücretsiz kargo promosyonu gibi satış öncesi faktörlerden, zamanında teslimat, takip edilebilirlik gibi taşıma sürecine ve teslim sonrasında iade koşulları gibi faktörlere kadar geniş bir deneyim bütünüdür.

Bu çalışma, online alışverişlerde tüketicilerin kargo deneyimlerine odaklanarak, kargo süreci ile ilgili çeşitli unsurların satın alma niyetini belirleyen önemli faktörler olduğu varsayımından yola çıkmıştır. Tüketicilerin online alışverişlerinde kargo süreçlerini bütünsel bir deneyim olarak nasıl değerlendirdiğini, çeşitli kargo faktörlerine (fiyat adaleti, ücretsiz kargo eşiği, zamanında teslimat, kargo takibi ve kargo iade koşulları) nasıl tepki gösterdiğini ve satın alma niyeti arasındaki istatistiksel ilişkileri ampirik bir bağlamda incelemeyi amaçlamıştır. Bu amaçlar doğrultusunda, nicel araştırma yöntemi altında anketler vasıtasıyla kolayda örnekleme yöntemine dayalı olarak 394 katılımcıdan veri sağlanmıştır.

Elde edilen bulgular, tüketicilerin online satın alma deneyimlerinde çeşitli kargo faktörlerinin önemli olduğunu ortaya koymuştur. Bulgulara göre, kargo deneyiminin boyutları ile satın alma niyeti arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Zamanında teslimat ile satın alma niyeti arasında ilişki ise istatistiksel olarak anlamlı olmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Online alışveriş, elektronik perakende, kargo, satın alma niyeti.

Başvuru: 27.03.2024

Kabul: 24.06.2024

Abstract

As electronic retailing evolves, the nature of this business model necessitates increasing importance and integration of shipping and logistics activities in delivering products to consumers. An electronic commerce shipment involves delivering a product from the virtual store's shopping cart to the consumer's doorstep. This process covers a broad spectrum of experiences, ranging from pre-sale factors such as shipping fees and free shipping promotions to aspects of the transportation process such as on-time delivery and traceability, as well as post-delivery conditions like return policies.

This study is premised on the assumption that various factors related to the shipping process are significant determinants of purchase intention, with a focus on consumers' shipping experiences in online shopping. It aims to examine how consumers perceive the shipping process as a holistic experience, react to various shipping factors (such as price fairness, free shipping thresholds, on-time delivery, shipment tracking, and shipping return conditions), and investigate the statistical relationships between these factors and purchase intention in an empirical context. Towards these objectives, data from 394 participants were collected through surveys using the convenience sampling method under the quantitative research methodology.

The findings suggest that various shipping factors significantly influence consumers' online shopping experiences. According to the results, positive and significant relationships exist between dimensions of the shipping experience and purchase intention. However, the relationship between on-time delivery and purchase intention was not statistically significant.

Key Words: Online shopping, electronic retailing, shipping, purchase intention.

^a Dr., Bağımsız Araştırmacı, eren.pdf@gmail.com, Orcid No: 0000-0003-1938-4836

GİRİŞ

İnternetin, bilgi ve iletişim teknolojisinin, tüketici taleplerinin ve üçüncü taraf lojistik sektörünün paralel yükselişi, elektronik ticaretin (e-ticaretin) gelişmesini de beraberinde getirmiştir (Chang vd., 2021: 1). Bugün pazar dinamikleri giderek daha fazla internet odaklı bir yapıya evrilmiş ve evrilmeye devam etmektedir. Bilgiye anında erişim, ürünleri karşılaştırma imkânı, uygun fiyat ve alışveriş kolaylığı, tüketicilerin online (çevrimiçi) alışveriş tercihlerini etkileyen önemli faktörler haline gelmiştir. Tüm bunlar, alışveriş deneyimini daha bilinçli ve bilgiye dayalı hale getirmekte ve kolaylaştırmaktadır. Tüm bunların yanında, online alışverişin geleneksel (fiziksel) alışverişten belirgin farklılıklarından biri, satın alınan ürünlerin kargo masrafları ve kargoyu bekleme süresi gibi faktörlerdir. Dolayısıyla kargo ile ilgili çeşitli özellikler, tüketicilerin online satın alma kararı verirken dikkate almaları gereken unsurlar olarak ortaya çıkmaktadır (Ahmad ve Callow, 2018: 56).

Kargo teslimatlar e-ticaretin kaçınılmaz bir parçasıdır. Online alışveriş yapan tüketici ile ürün arasında fiziksel bir ayrımın varlığı, geleneksel perakendecilikte bulunmayan sipariş montaj ve teslimat maliyetlerine yol açmaktadır (Lewis, 2006). Online perakendeciler genellikle bu maliyetleri kargo ücretleri şeklinde tüketiciye aktarmaktadır (Schindler vd., 2005). Ancak yüksek bir kargo maliyeti, alışveriş sepetini terk etmeye neden olan temel faktörlerden birini oluşturmaktadır (Lewis vd., 2006; Temando, 2017; Huang vd., 2019: 106). Online ortamda ise ürünün fiyatının yüksek olması, sepetteki toplam tutarın yüksek olması, ödeme esnasında ortaya çıkan sistemsel sorunlar, güvenlik konusundaki endişeler, indirim kuponları veya kodlarının çalışmaması gibi online alışverişe haiz çeşitli faktörlerin yanında, kargo maliyetlerinin yüksekliği, kargo süreçlerinin yavaşlığı gibi kargo ile ilgili faktörler tüketicilerin satın almaktan vazgeçerek sepeti terk etme davranışı (sepete ürün veya ürünler eklemek, ancak ödeme işlemini tamamlamadan ayrılmayı ifade etmektedir) göstererek neden olabilmektedir (Kukar-Kinney ve Close, 2010: 241; Temel, 2023: 31). Kargo ücretlerinin bu tür olumsuz etkilerini azaltmak için giderek daha fazla perakendeci, ücretsiz kargo, indirimli kargo, hızlı teslimat gibi çözümler sunmaya çalışmaktadır. Bazı işletmeler ne kadar sipariş verildiğine bakılmaksızın ücretsiz gönderim sunarken, diğerleri belirli miktarlarda sipariş verilmesi gibi belirli koşulların yerine getirilmesi durumunda ücretsiz gönderim yapmaktadır (Huang vd., 2019: 106). Ancak belki de en önemli faktör olarak ele alınabilecek olan maliyetlerin haricinde kargo süreçlerinin tüketici kararlarını etkileyebilen başka yönleri de söz konusudur.

ComScore (2014) tarafından UPS iş birliği ile 5.800 tüketici üzerinde yapılan araştırma, online alışveriş yapan tüketicilerin en önemli tavsiyelerinin kargoya ilgili olduğunu; ücretsiz veya indirimli kargo, beklenen sürede teslimat, kargo esnekliği ve iade hizmeti gibi unsurlara tüketiciler tarafından büyük bir önem atfedildiğini ortaya çıkarmıştır. Nielsen'in 2019 Küresel E-Ticaret Raporu'na göre e-ticaret işletmelerinin tüketicileri online alışverişe yönlendirmek amacıyla kullandığı en önemli stratejilerin başında koşulsuz iade seçeneği, aynı gün teslimat, belirli tutarın üzerinde ücretsiz kargo, belli zamanlarda (dönemsel) ücretsiz kargo, perakendeci web sitesi veya uygulaması üzerinden kargo izlenebilirliği gibi hususlar gelmektedir (Digital Age, 2019; Temel, 2021: 46). Digital Commerce 360 ve Bizrate Insights'ın araştırma raporları da online alışveriş yapan tüketiciler için kargonun online alışveriş deneyiminde önemli bir payı olduğu ve özellikle de ücretsiz kargo seçeneğinin bir perakendecinin web sitesinden sipariş vermeye yönlendiren özellikler arasında, fiyat, markaya duyulan güven, kalite gibi faktörlerden bile daha yüksek şekilde, %76 gibi yüksek bir oranla listenin başında yer aldığını ortaya koymuştur (Freedman, 2022). Aynı araştırma şirketlerinin 2023 yıl sonuna doğru gerçekleştirdikleri başka bir çalışmada da kargolama ve iade politikaları hakkında bilgilendirmenin tüketicilerin en önem verdiği faktörlerden biri olduğu gösterilmiştir (Haleem, 2023).

Açıkçası e-ticaretin temel özelliğinin tüketiciler ve online perakendeciler arasındaki mekansal ayrım olduğu göz önüne alındığında, tüketicilerin siparişlerini tamamlamak, alışveriş girişimlerini satın alma ile tamamlamak noktasında perakendeci işletmelerin kargo ile ilgili politikalarına önem atfettiği ortadadır. Bu nedenle, sektörde faaliyet gösteren online perakendecilerin, ürün fiyatları, web sitesi atmosferik unsurların tasarımı ve çeşitli müşteri hizmetlerine ek olarak en uygun gönderim politikalarına nasıl karar vermeleri gerektiği önem arz eden bir husustur (Chang vd., 2021: 2). Bu açıdan, kargo süreçleri, online alışverişin kritik bir parçasını oluşturduğu göz önünde bulundurulduğunda, online perakendecilerin, tüketicilerin kargo unsurlarına ilişkin deneysel algılarını dikkate almaları, bu konuda doğru politikaları benimsemeleri, tüketicilerin memnuniyeti ve sadakatini elde etmek yoluyla e-ticaret sektöründe başarılı bir rekabet avantajı elde etmeleri açısından kritik bir öneme sahip olabilecektir.

Bu yaklaşımdan yola çıkan bu çalışmada temel olarak online alışverişlerde tüketicilerin kargo deneyimlerine odaklanılmıştır. Çalışmada ileri sürülen temel argüman, kargo ile ilgili faktörlerin online alışverişlerde önem taşıdığı, tüketici deneyimini oluşturan önemli bir bağlamı oluşturduğu ve sonraki satın almalar için tüketici değerlendirilmesinde doğal referans olduğu yönündedir. Bu argüman ve varsayım ışığında, bu çalışmanın temel amacı tüketicilerin online alışverişler çerçevesinde kargo süreçlerini bütünsel bir deneyim olarak nasıl değerlendirdiğini ve çeşitli kargo faktörlerine nasıl yanıt verdiğini ampirik bir bağlamda incelemektir. Ayrıca kargo deneyimi alt boyutları (fiyat adaleti, ücretsiz kargo eşliği, zamanında teslimat, kargo takibi ve kargo iade koşulları) ile satın alma niyeti arasındaki istatistiksel ilişkilerin belirlenmesi çalışmanın diğer bir amacını oluşturmaktadır. Bu amaçlar ışığında gerçekleştirilen nicel araştırma çerçevesinde kolayca örnekleme yoluyla erişilen katılımcıların yanıtları ışığında yapılan analizlerde elde edilen bulgulardan hareketle literatüre ve online alışveriş pratiğine dönük katkılar sağlamayı amaçlayan birtakım değerlendirmeler yapılmıştır.

2. ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ARKA PLANI

2.1. Online Alışveriş Sürecinde Kargo Hizmetlerinin Rolü

Geçmişte e-ticaretin hızla yaygınlaşması ve gelecekte beklenen büyümesi, çoğunlukla gelişen teknolojiyle beraber nakliye ve ödeme seçeneklerinin gelişimi gibi nedenlere bağlanmıştır. Özellikle yaşanan Covid-19 pandemisi ile beraber online alışveriş yönlü olarak artan tüketici talepleri neticesinde sektörün her yönü dijital bir yapıya doğru kaymış, genişlemiş ve hızlanmıştır (Phaneuf, 2022).

Küresel medya ölçümünde lider ComScore, 2023 Dijital Ticaret Ölçümü Raporu'nda bugün internetin bir önceki yılda tarihindeki en büyük dijital ticaret yılını kaydettiğini ve tüketicilerin online alışverişleri tercih etme ve harcama tutarlarını arttırma noktasında önemli bir ilerleme kaydettiğini ortaya koymuştur. T.C. Ticaret Bakanlığı (2023) tarafından yayınlanan verilere göre 2022 yılında Türkiye'de e-ticaret hacmi bir önceki yıla göre %109'luk artışla 800,7 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Sipariş adetleri %43 artışla 3 milyar 347 milyon adetten 4 milyar 787 milyon adede yükselmiştir. 2022 yılında perakende e-ticaret hacmi 458 milyar TL olarak gerçekleşmiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı E-ticaret Bilgi Platformu, 2023). We Are Social 2023 Global ve Türkiye Raporu'na göre (2023), dünya genelinde 5.16 milyar internet kullanıcısı bulunmaktadır. Dünya genelindeki bireylerin %43.4'ü, Türkiye'deki bireylerin %58,9'u ürün ve marka araştırmak için interneti kullandığını bildirmiştir. Dünya genelinde online alışveriş sıralamasında 3. sırada yer alan Türkiye, Tayland ve Güney Kore'den sonra gelmektedir ve Türkiye'nin en çok online alışveriş yapmasındaki sebep ise ücretsiz teslimat (%57.3) olduğunu belirlenmiştir. Kolay iade politikaları da önemli bir yer arz etmiştir (We Are Social, 2023; ClickUs, 2024). Bu veriler, dünyada ve Türkiye'de e-ticaret sektörünün önemli bir büyüme ve gelişme kaydettiğini göstermekte, dinamik ve büyüme potansiyeli taşıyan bir alan olduğunu ortaya koymaktadır. Böyle bir ortamda, kârı en üst düzeye çıkarmak ve rekabet avantajı elde etmek noktasında online perakendeci işletmelerin tüm hususları titizlikle ele alması gerekirken, tüketicilere sunulan nakliye ve teslimat seçeneklerini de stratejik olarak kullanmak durumunda oldukları aşikardır (Yao ve Zhang, 2012; Cao vd., 2018: 401).

Fiyat, kalite, web sitesinin tasarımı, ödeme seçenekleri gibi unsurların yanında ve teslimat seçenekleri ve süreçlerinin, tüketicilerin online olarak nereden satın alacakları konusundaki kararlarını yönlendiren ana faktörler olduğu göz önüne alındığında (KPMG, 2019; Schnurr ve Wetzels, 2020), ürünleri hızlı, doğru ve güvenilir bir şekilde almak, tüketiciler için olumlu bir alışveriş deneyimi sağlamanın yanı sıra satıcılar arasında rekabet avantajı yaratmada da etkili olabileceğini ileri sürmek mümkündür. Bu bağlamda online perakendecilerin teslimat politikalarını, kargo seçeneklerini ve süreçlerini optimize etmeleri, müşteri memnuniyetini artırmak ve sadık bir müşteri kitlesi oluşturmak açısından önemli bir strateji olarak kullanılabilir. Bu açıdan kargo taşımacılığı faaliyetleri yürüten işletmeler ile online perakendeci işletmelerin iş birliği önem arz etmektedir.

Kargo taşımacılığı, düşük maliyetle güvenilir ve verimli taşımacılık faaliyetleri yürütmesi sayesinde ekonominin küreselleşmesinde ve tedarik zincirlerinin gerçekleşmesinde hayati bir rol oynamanın yanında işletmeler için önemli bir dış kaynaktan yararlanma (outsourcing) modelini oluşturmaktadır (Bernhofen vd., 2016; Balci, 2021: 1). Dış kaynaklardan yararlanma, işletmelerin rakiplerine kıyasla daha üstün oldukları alanlarda öne çıkmak, temel yetenekleri belirlemek ve geri kalan destekleyici işlevler için uzman işletmelerle sözleşmeler yaparak işletme faaliyetlerini yürütmeye odaklanan bir yönetim yaklaşımını ifade etmektedir (Şahin, 2011: 87). Lojistik alanında dış kaynak kullanımı, aynı zamanda "üçüncü parti (taraf) lojistik" olarak da adlandırılmaktadır. Kendi bünyelerinde gerekli bilgi ve kaynağa sahip olmayan veya bunu işletme dışından sağlamayı avantajlı gören birçok işletme, nakliye ve dağıtım gibi lojistik süreçlerinin tamamını veya bir kısmını yönetmek için uzman işletmelerden destek almaktadır. Bu surette kargo operasyonlarını bu lojistik işletmelerine devreden perakendeci işletmeler, tüketicilerin çeşitli ihtiyaçlarına rekabetçi maliyetlerle ve optimal sürelerde çözümler sunmayı hedeflemektedir (Çakırlar, 2009: 71-72).

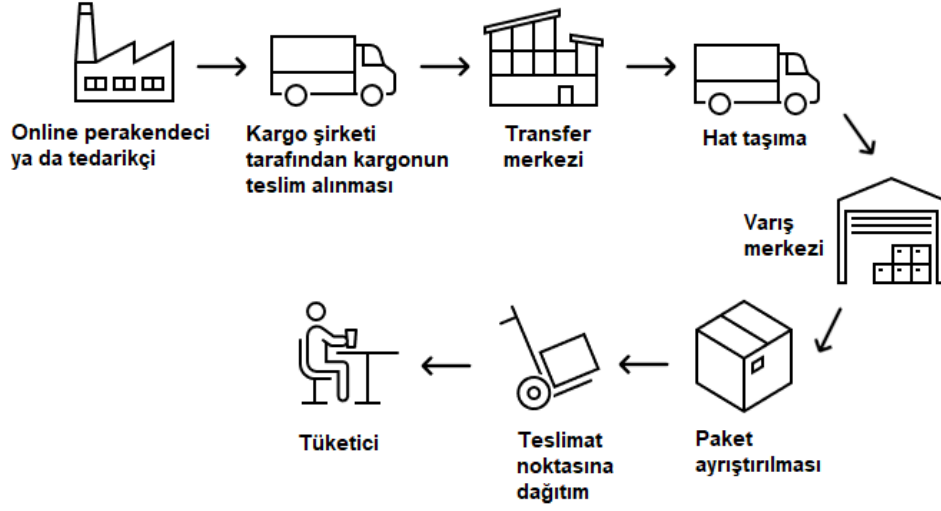
Türkiye'deki kargo işletmeleri, geniş bir hizmet yelpazesi sunarak büyük ölçekli kurumsal işletmelerden başlayıp küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ) ve bireysel müşterilere kadar uzanan bir alanda hizmet vermektedir. Yurt geneline yayılmış hizmet birimleri ve kurumsal yapıları aracılığıyla kargo işletmeleri, modern alt yapı ve teknolojinin tüm imkanlarını kullanarak nihai tüketiciye en yakın ve en ekonomik taşıma hizmetini mümkün olan en kısa sürede ulaştırmaya çalışmaktadır (Göncü, 2010: 72-73).

Kargo taşımacılığında kargo operasyonları türüne göre düzenli kargo ve özel kargo olmak üzere iki kapsamda ele alınmaktadır. Düzenli kargo genellikle kurumsal veya ticari müşteriler tarafından yapılan gönderileri ifade ederken, özel kargo daha ziyade kişisel (ticari olmayan) müşterilerce yapılan gönderileri ifade etmektedir (Uzun, 2013: 1; Songur, 2016: 10). Bu anlamda işletmeler kapsamında yürütülen kargo faaliyetleri düzenli kargo bağlamında ele alınmaktadır.

Online alışverişte sipariş verilen ürünleri içeren bir paketin yolculuğu teslim alma işlemleriyle başlamaktadır. Burada kolilerin hacmi, ağırlığı ve içeriği kontrol edilmektedir. Barkodlamanın ardından koliler şube araçlarına yüklenerek merkezlere gönderilmektedir. Çıkış merkezlerinde paketler ayrıştırılmakta ve uzun yol araçlarına yüklenmektedir. Varış

Siparişiniz Kargoya Verilmiştir: Online Alışverişte Tüketicilerin Kargo Deneyimleri

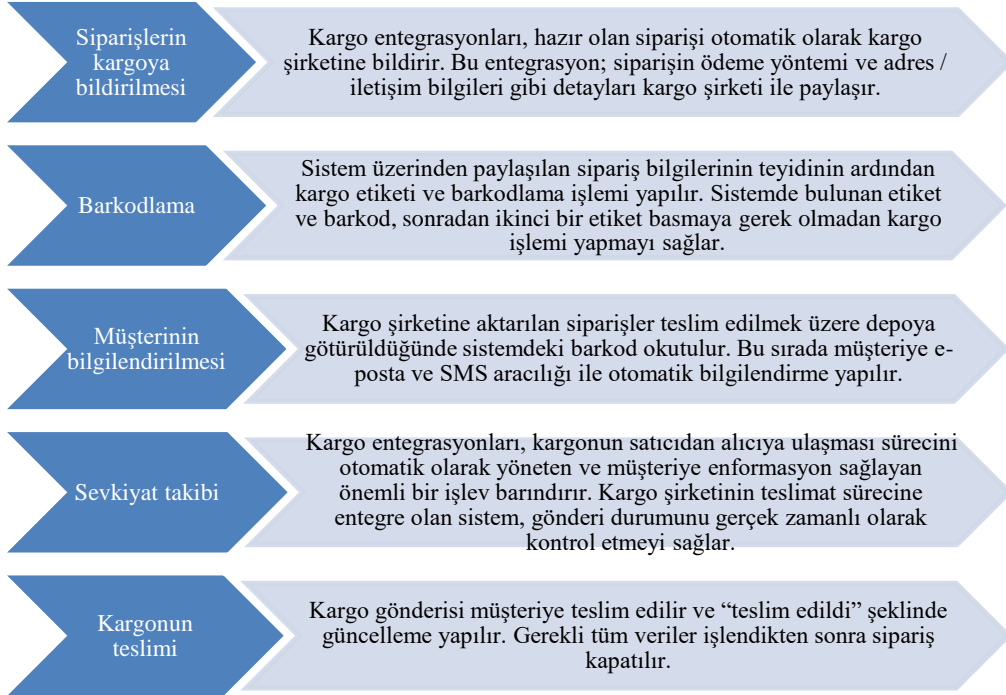
merkezlerinde koliler varış noktalarına göre tasnif edilerek şube araçlarına yüklenmektedir. Müşteri tercihinin göre kargolar şubelere veya müşteri adreslerine teslim edilmektedir. Teslim edilemeyen veya müşteri talebi doğrultusunda kargoya verilen kargolar için iade işlemleri yapılmaktadır (İndap, 2019: 42).



Şekil 1. Online Alışverişte Kargo Teslim Süreçlerinin Çerçevesi

Kaynak: Gevaers vd. (2009); İndap (2019: 42) kaynaklarından yazar tarafından uyarlanmıştır.

Düzenli kargo faaliyetleri, e-ticaret sisteminin karmaşık bir yönünü oluşturmaktadır. Tüm sipariş bilgilerinin manuel bir biçimde sisteme işlenmesi ve yönetilmesi olanaksızdır. Bu nedenle kargo entegrasyonları geliştirilmiştir. Tüketicilerin birkaç tıklama ile satın aldıkları ürünlerin birkaç gün içerisinde talep ettikleri adrese teslim edilebilmesi bu entegrasyonlar sayesinde mümkündür. Kargo entegrasyonları, online perakendeci platformları üzerinde entegre edilen dinamik ERP (Kurumsal Kaynak Planlaması), CRM (Müşteri İlişkileri Yönetimi) ve diğer iş uygulamaları ile bağlantılı olarak çalışabilmektedir. Online alışverişçi tüketicilerin alışveriş deneyimlerinin en önemli parçalarından birini oluşturan kargo entegrasyonlarının işleyişi Şekil 1’de gibidir (T.C. Ticaret Bakanlığı E-ticaret Bilgi Platformu, 2024).



Şekil 2. Online Perakendeciler ve Kargo Şirketi Arasındaki Kargo Entegrasyonu

Kaynak: T.C. Ticaret Bakanlığı E-ticaret Bilgi Platformu (2024)

Görüldüğü gibi bir e-ticaret gönderimi, ürünlerin sanal alışveriş sepetinden tüketicinin kapısına kadar teslim edilmesi sürecinin tamamını kapsamaktadır. Gönderiyi doğru şekilde yapmak hem maliyet kontrolü hem de müşteri deneyimi olmak üzere iki temel iş alanını etkilemektedir. Tüketiciler zamanında, güvenilir teslimatlar ve teslimat durumu hakkında bilgilendirilmeyi beklemektedir. Dahası, bazı tüketiciler satın alma kararlarını kargo maliyetine ve uygunluğuna göre vererek kargo faktörünü rekabetçi bir farklılaştırıcıya dönüştürmektedir. Sonuç olarak, e-ticaret gönderim standartları tüketicilerin kargo deneyimlerini oluşturan faktörler etrafında sürekli olarak gelişmektedir (BigCommerce, 2024).

2.2. Online Alışverişlerde Tüketicilerin Kargo Deneyimini Oluşturan Faktörler ve Geliştirilen Hipotezler

Alışveriş alışkanlıklarının evrim geçirmesiyle birlikte, her geçen gün daha fazla tüketici tarafından online alışverişin tercih edildiğini ifade etmek mümkündür. Alışveriş eylemleri günümüz tüketicileri için sadece bir ürün satın alma işlemi olmanın ötesinde bir deneyim değeri arz etmektedir. Çünkü modern tüketiciler genellikle bir satın alma eyleminin somut faydası yanında deneyime odaklanma eğilimindedir ve yaşadıkları deneyim üzerinden değerlendirmeler yapmaktadır (Bilgihan vd., 2013: 50). Bu anlamda sadece istekleri ve ihtiyaçları karşılamak amacıyla yapılan satın alımların ötesinde, online alışveriş etkinliklerinin kendisinin bütünsel bir bağlamda bir deneyim haline geldiğini belirtmek mümkündür (Temel ve Armağan, 2022: 123).

Kotler'e göre (1998: 446) tüketici deneyimleri açısından ürünlerin üç temel boyutu bulunmaktadır. İlki tüketicinin gerçekte neyi satın aldığı sorusunu yanıtlayan "temel ürün" boyutudur. İkinci boyutta bulunan gerçek (somut) ürün, ürünün fonksiyonel özellikleri, nitelikleri, kalitesi, tasarımı, marka unsurları ve ambalajı gibi faktörleri içermektedir. Genişletilmiş ürün boyutuysa kargolama, teslimat süreci, kurulum ve satış sonrası hizmetler gibi unsurları kapsamaktadır. Günümüz tüketicilerinin online alışveriş etkinlikleri sırasında karşılaştığı bu çeşitli faktörler, satın alma deneyimleri oluşturmak noktasında farklı düzeylerde etki edebilmekle beraber, genel olarak ürünle ilgili faktörlerin yanı sıra online perakendeci işletmenin sunduğu satış sonrası müşteri hizmetleri, kargo süreçleri, iade ve iptal koşulları gibi konular da önem arz etmektedir. Tüketiciler bu konularda deneyimsel tatmin elde etmek üzere yüksek beklentiler içerisinde olmaktadır. Dolayısıyla online alışverişin bu yönlerine ilişkin unsurları geliştirmek ve iyileştirmek, mevcut pazar payını korumak ve rekabet avantajı sağlamak noktasında önemli görülmektedir (Bayır, 2022: 223).

Bugün online alışverişler bağlamında tüketicilerin kargo süreçleriyle ilgili deneyimlerini iyileştirmek ve tatmin sağlamak amaçlı olarak işletmelerin aynı gün teslimat, belirli tutar üstünde ücretsiz kargo, belli dönemlerde tamamen ücretsiz kargo, arayüz aracılığıyla kargonun anlık takibini sağlayan algoritmalar gibi olanaklar sağladığı görülmektedir (Digital Age, 2019; Temel, 2021: 46). Bunların, bütüncül bir bakış açısı ile tüketicinin kargo deneyimini oluşturan faktörler olarak satın alma deneyiminde önemli olabilecek etmenler olduğunu söylemek mümkündür.

2.2.1. Kargo Ücretleri (Fiyat)

Online alışveriş yapan tüketici ile ürünlerin satıcısı olan online perakendeci arasında fiziksel bir ayrımın (mesafenin) mevcudiyeti, geleneksel perakendecilikte bulunmayan sipariş montaj ve teslimat maliyetlerine yol açmaktadır (Lewis, 2006). Online perakendeciler genellikle bu maliyetleri belirli kargo ücretleri şeklinde tüketiciye aktarmaktadır (Schindler vd., 2005). Ancak tüketiciler açısından yüksek bir kargo maliyeti, alışverişten vazgeçmeye neden olan temel faktörlerden birini oluşturmaktadır (Lewis vd., 2006; Temando, 2017; Huang vd., 2019: 106).

Rasyonel bir tüketici için, online perakendecinin kargo ücreti alıp almaması satın alma kararını etkilememelidir, çünkü tüketicinin satın alma kararı belirli bir kargo politikasından ziyade toplam fiyata dayanmaktadır. Online alışverişte mağaza ile tüketici arasında mesafe olduğundan ürünlerin kargoyla taşınması gerektiği açıktır ve tüketici bunun bir maliyet unsuru olduğunun farkındadır. Ancak davranışsal pazarlama literatürü, tüketicilerin ürün fiyatını ve ek ücretleri (örneğin kargo ücretleri) eşit şekilde değerlendirmede olduğunu göstermektedir. Örneğin Schindler vd. (2005), bazen müşterilerin kargo ücretine ürün fiyatından bile daha fazla dikkat ettiğini ileri sürmektedir. Lewis vd. (2006) tüketicilerin kargo ücretlerine karşı oldukça duyarlı olduklarını; bunun da tüketicilerin alışveriş sepetlerini terk etmelerinin ana nedeni olduğunu ortaya koymuştur (Chang vd., 2021: 2). Ma vd. (2022) benzer şekilde tüketicilerin alışveriş sepetlerini terk etmelerinin nedenlerinden birinin de yüksek kargo maliyetleri olduğunun altını çizmiştir. Dolayısıyla tüketicilerin, online ürün alışverişini yaparken, kargo ücretlerinin kendilerine oluşturduğu ek maliyeti dikkate almak suretiyle satın alma kararları verdiklerini ve bu bakımdan kargo ücretinin önemli bir belirleyici faktör olduğunu söylemek mümkündür (Ahmad ve Callow, 2018: 56).

İşletmeler lojistik kararlar alırken tüketicilerin fiyat düzeyi ve adaletine ilişkin algılarının dikkate alınması gerektiğini giderek daha fazla kabul etmektedir. Fiyat adaletinin temel unsurlarından biri tüketicilerin ödediği kargo ücretleridir. Bu, tüketicilerin toplam maliyetinin önemli bir bölümünü temsil ettiğinden ve sipariş vermeden önce tüketiciler tarafından görülebildiğinden, online perakende kargo ücretleri açısından özellikle kritik öneme sahiptir. Bu fiyatların adil olduğuna ilişkin algıların, online alışveriş yapan tüketicilerin perakendeci seçimini ve sonraki satın alma davranışlarını etkilediğine inanılmaktadır. Büyük perakendeciler birçok siparişte ücretsiz kargo sunmak için nakliyyede ölçek ekonomilerinden

faydalanabilirken, daha küçük işletmeler bunu tüketicilere sunamayabilmektedir. Bu nedenle, tüketicilerin genel beklentileri, online perakendeci işletmeler için önemli bir rekabet faktörüdür (Jones vd., 2019: 101).

ComScore (2014) tarafından yapılan araştırmaya göre ücretsiz kargo gönderimi, online alışveriş yapan tüketicilerin satın alma kararlarını önemli ölçüde yönlendirmektedir. Araştırmaya göre tüketicilerin %58'i, ücretsiz gönderime hak kazanmak için alışveriş sepetlerine ürün eklemeyi ve %83'ü, gönderimin ücretsiz olması durumunda teslimat için iki gün daha beklemeye hazır olduğunu belirtmişlerdir. Tüketicilerin yarısından fazlası, toplam satın alma maliyetini ödeme sürecinin başlarında görmek istediklerini aktarmışlardır (ComScore, 2014). Dolayısıyla herhangi bir kargo ücreti, tüketicilerin satın alma kararları üzerinde önemli bir olumsuz etkiye sahip olabilmekte ve düşük kargo ücreti ya da kargo ücretinin hiç alınmaması, tüketicilerin satın alma istekliliği üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilmektedir (Gümüş vd., 2013; Chang vd., 2021: 2). Özetle, kargo ücreti, tüketicilerin online satın alma davranışını, karar verme sürecini ve genel olarak satın alma deneyimini etkilemesi muhtemel önemli bir bileşen olarak ele alınmaktadır (Koukova vd., 2012: 761). Buradan hareketle şu araştırma hipotezi formüle edilmiştir:

H₁. Fiyat adaleti satın alma niyeti üzerinde etkilidir.

2.2.2. Ücretsiz Kargo Promosyonu

Kargo ücretlerinin olumsuz etkilerini azaltmak, tüketicileri çekmek ve elde tutmak noktasında giderek daha fazla sayıda büyük ve küçük çaptaki online perakendeci işletme, belirli bir minimum satın alma miktarını aşan siparişler için ücretsiz teslimat seçeneği sunmaktadır). Bazı işletmeler ne kadar sipariş verildiğine bakılmaksızın ücretsiz gönderim sunarken, diğerleri belirli miktarlarda sipariş verilmesi gibi belirli koşulların yerine getirilmesi durumunda ücretsiz gönderim yapmaktadır (Huang vd., 2019: 105-106). Bu politikaya göre online perakendeci, belirli bir tutara veya belirli sayıda öğeye eşit veya daha büyük siparişler için kargo maliyetini üstlenmekte, aksi takdirde sabit bir ücret talep etmektedir (Huang ve Cheng, 2015; Koukova vd., 2012). Ücretsiz gönderim için mevcut ortalama sipariş değerinden daha yüksek bir eşik belirleyerek işletmeler, tüketicileri her satın alımda daha fazla satın almaya teşvik edebilmektedir (Huang ve Cheng, 2015). Yani tüketiciler, kargoyu bedava yapabilmek için sepete daha fazla ürün ekleme eğiliminde olabilmektedir. Örneğin Lewis vd. (2006), online bir perakendeciden alınan veri tabanına dayanarak, minimum sipariş değeriyle ücretsiz kargo seçeneği sunmanın ek satış yaratmanın çok etkili bir yolu olduğunu göstermiştir. 2017 yılında gerçekleştirilen ComScore (2017) anketinde yanıt verenlerin %48'i, ücretsiz kargoya hak kazanmak için alışveriş sepetlerine ürün eklediklerini bildirmiştir. Bu bağlamda ücretsiz kargo, bu işletmeler için tüketicileri satın alma yönünde harekete geçiren önemli bir promosyon aracı olarak da işlev görmektedir (Huang vd., 2019: 105). Başka bir çalışmada (Temel, 2021) online alışverişler bağlamında ürünlerde yapılan fiyat indirimleri ile beraber ücretsiz kargo promosyonlarının tüketicilerin en fazla önem attığı alışveriş unsurlarından biri olduğu ortaya konulmuştur. Wu vd. (2021)'nin gerçek işlem verileriyle eşleşen bir e-ticaret web sitesindeki çevrimiçi tüketici yorumlarına ilişkin analizi, iki yaygın fiyat promosyon stratejisi olarak bir ürünün taban fiyatında indirim yapmanın (örneğin kupon sunmak) karşısında ücretsiz kargonun zaman içinde yorum puanları üzerinde sürekli olarak olumlu bir etkisi olduğunu tespit etmiştir.

Tüm bu sebeplerle online perakendeci işletmeler, tercih edilmek ve satın almayı teşvik etmek ve daha fazla satın alma eğilimi oluşturmak gibi amaçlar ışığında tüketicilerin sık sık karşılaştığı üzere “Şu kadar TL üzeri alışverişte kargo bedava”, “Sepete bu ürünü eklemeniz halinde kargonuz ücretsiz”, “Sepetinize bu kadar tutarlık ürün ekleyerek kargonuzu ücretsiz hale getirebilirsiniz” gibi çeşitli mesajlar vasıtasıyla bazı zamanlarda tamamen ücretsiz kargo, ancak genel olarak belli tutarlar üzerinde gerçekleştirilen satın almalar için, bazen sadakat programının bir parçası olarak premium üyelik gibi uygulamalara dahil olma yoluyla tüketicilere ücretsiz kargo promosyonu sunmaktadır (Temel, 2021: 46).

Tüketicilerin pek çoğu genel olarak pazarlık odaklıdır ve bir pazarlığın öznel önemi genellikle pazarlığın ekonomik değerine dayalı olarak beklenenden daha fazladır (Darke ve Dahl, 2003). Sipariş değeri eşğin üzerinde olduğunda, kargo ücretinin bulunmaması tüketici zihninde muhtemelen bir kazanç, rasyonel bir fayda veya ikramiye olarak kodlanacak ve değerlendirmeleri muhtemelen her koşulda kargo ücretinin bulunduğu bir yapıya göre daha olumlu yönde olacaktır. Dolayısıyla, sipariş değeri eşğe dayalı ücretsiz gönderim eşğinin altında olduğunda, kargo ücretinin ortaya çıkmasıyla ilişkili durum bir kayıp olarak görülebilecek, bu anlamda ilgili sepet tutarına erişmek için eklenen ürünler adil bir yaklaşım olarak rasyonelize edilebilecektir. Ücretsiz kargoyla ilişkili bu tür bir kazanç, teklif değerlendirmelerinin daha olumlu olmasına yol açabilecektir (Koukova vd., 2012: 762). Bu itibarla, araştırmada geliştirilmiş olan ilişkili hipotez şu şekildedir:

H₂. Ücretsiz kargo eşği satın alma niyeti üzerinde etkilidir.

2.2.3. Zamanında Teslimat

Bir fiziksel mağazada doğal olarak gerçekleştirilmiş olan satış için kargo süreci söz konusu olmamaktadır, ancak online platformlarda tüketici, yaşam alanında bulunan internet ortamında seçmiş olduğu ürünleri dijital ödeme seçenekleriyle satın almakta ve siparişinin adresine teslimi için kargo kuryesini beklemeye başlamaktadır (T. C. Ticaret Bakanlığı E-ticaret Bilgi Platformu, 2024). Böyle bir süreçte tüketicilerin siparişlerin teslim süreleri ve koşulları konusunda farklı hassasiyetleri

bulunmaktadır. Ancak açıkçası birçok tüketici, ürünleri ne kadar hızlı ve güvenli bir şekilde teslim alabilecekleri konusunda endişeler taşımakta ve beklentiler oluşturmaktadır (Ma vd., 2022).

Sipariş edilen ürünlerin kargolarının güvenilir bir şekilde tüketiciye erişmesi ve kargo sürecinin güvenilir bir şekilde tamamlanması önemli bir husustur. Örneğin İşler vd. (2014) tarafından yapılan araştırmada ürünün güvenli bir kargo işletmesi ile gelmesinin tüketicinin satın alma isteğini büyük bir oranda (%75) artırdığı ortaya konulmuştur. Ancak diğer yandan, güvenilir teslimin yanı sıra teslimatın süresi, yani zamanında yapılması da önem arz edebilecek bir husus olabilecektir. E-ticarette sipariş teslim süreleri günlerle değil saatlerle ölçülebilecek kadar hassas olabilmektedir (İndap, 2019: 41).

Online alışverişin yaygınlaşmasıyla birlikte, ürünlerin tüketicilere en hızlı ve pratik şekilde ulaştırılması büyük bir öneme sahip hale gelmiştir. Bu nedenle, kargo firmalarının sayısında artış yaşanmakta ve bazı online satış platformları özel kargo dağıtım sistemleri oluşturarak bu süreci daha etkili hale getirmektedir (Taşçıoğlu, 2020: 2013). Her ne kadar online perakendecilerin satışları normal zamanlarda nispeten istikrarlı olsa da pandemi döneminde yaşanan talep patlamasında meydana gelen sıkıntılar gibi, özel günler, indirim dönemleri gibi dönemlerde online perakendeci işletmelerin lojistik yetenekleri ekspres teslimat iş hacmindeki artışı karşılayamama riski taşımaktadır. Bu da teslimat hataları veya teslimat gecikmeleri gibi birçok soruna neden olabilmektedir. Bu sorunları hafifletmek için online perakendeciler genellikle lojistik ve dağıtım açısından üretim kapasitelerini geçici olarak genişletmekte ve insan gücü ve ekipman yatırımlarını artırmaktadır; elbette bu da ilgili kargo maliyetlerini önemli ölçüde artırabilmektedir (Ma vd., 2022). Bu açıdan online perakendeci işletmeler, tedarikçiler ve kargo sürecindeki ortak işletmelerle bu süreçleri iyileştirmek üzere iş birlikleri yapabilmekte, paydaşları ile ilişkilerinde iş ortaklığı ve sözleşmeleri gereğince birtakım koşullar düzenleyebilmektedir. Örneğin Hepsiburada, platform kuralları dahilinde tedarikçi mağazanın ürünleri zaman sınırı içerisinde tedarik etmesi ve göndermesi, doğru ürünleri eksiksiz ve kusursuz biçimde tüketiciye ulaştırması, düşük oranlı sipariş iptalleri, kargoların gecikmesi gibi hususlarını düzenlemektedir. Hepsiburada tedarik edilemeyen ürünlerde, herhangi bir sebeple siparişin gönderilmemesi halinde satıcıya; sipariş toplamıyla ilişkili olarak farklı tutarları fatura etmektedir. Tüketicinin ödediği tutar kendisine iade olurken, yansıtılan ceza bir hediye çeki olarak tanımlanmaktadır. Diğer taraftan, geciken siparişler düzenli bir biçimde takip edildiğinden geciken ürün adedi ve sipariş sayısı sınırlarını aşan mağazalara siparişler gönderilip sıfırlanana kadar satıcı hesabı askıya alınmaktadır. Aynı nedenden dolayı 6 ay içinde 4 kez askıya alınan satıcı hesapları kara listeye dahil edilip bir daha açılmayabilmektedir (BirFatura, 2024). Trendyol tüketicinin satın aldığı ürün/ürünleri tedarik edememe, ürünü göndermeme durumunda, bunların tam ve eksiksiz olarak gönderilmemesi halinde satıcıdan siparişteki eksik-hatalı ürünlerin toplam net satış bedelini dikkate almak suretiyle para cezası tahsil etmektedir. Geciken teslimat cezaları da ürünlerin toplam net satış bedeli dikkate alınarak hesaplanmaktadır. Trendyol iade ve değişim kabul etmeme halinde de benzer politikalar izlemekte ve yapılan incelemelerde genel olarak tüketici lehine karar vermektedir (Yengeç, 2024). Tüm bu çabalar, tüketicinin online alışveriş deneyimlerinin önemli bir parçasını teşkil eden kargo deneyimlerinde teslimat süresi ve güvenilirliğinin sağlanması noktasında gerçekleştirilmektedir.

Teslimatın zamanında yapılması, siparişin verilmesi ile teslim alınması arasındaki süreyi ifade etmektedir (Mentzer vd., 2001). Hızlı teslimat, günümüz e-ticaret pazarında başarıya götüren rekabet gücünün en önemli unsurlarından biri olarak kabul görmektedir (Xing vd., 2010). Tüketiciler doğal olarak teslimatın hızlı gerçekleşmesi yönünde bir beklenti içerisinde olmakta, hatta bazı tüketiciler hızlı teslimat için ekstra ücret ödemeyi de göze alabilmektedir. Literatürde yer alan muhtelif çalışmalar, hızlı dağıtım ve teslimatın online perakendecilikte tüketici memnuniyetini ve dağıtım hizmeti kalitesini artırabildiğini bulmuştur (Mentzer vd., 2001; Rabinovich ve Bailey, 2004; Xing vd., 2010; Bauboniené ve Gulevičiūtė, 2015; Mohideen ve Suresh, 2016; Ma, 2017; Xu vd., 2017; Huang vd., 2019; Taşçıoğlu, 2020; Yi, 2023). Kargo ücretinin yanı sıra özellikle teslimat süresinin de tüketicinin bütüncül kargo deneyimi bağlamında önemli bir etmen olduğunun bilinmesine rağmen bu özelliklerin tüketici algılarını ve satın nasıl etkileyebileceğine dair bilgi sınırlılık arz etmektedir (Huang vd., 2019: 106). Dolayısıyla, tüketicilerin siparişlerinin kargo süreçlerinin zamanında tamamlanması da kargo deneyiminin oluşumunda önemli bir etken olabileceğinden hareketle geliştirilen hipotez şu şekildedir:

H₃, Zamanında teslimat satın alma niyeti üzerinde etkilidir.

2.2.4. Takip Edilebilirlik (İzlenebilirlik)

Rekabetin yüksek, kârlılık düzeylerinin istikrarsız olduğu bir pazarda, piyasada ayakta kalabilmek için maliyet düşürme, verimlilik artırma ve kapasite ayarlama yöntemlerinin yanı sıra tüketicilerin sadakatini korumak da zorunludur (Balcı vd., 2019). Operasyonlarda verimlilik artışı ve sorunsuzluk gibi önemli gelişmelere rağmen, kargo taşımacılığında dijitalleşme aynı zamanda sürekli iyileştirme, izlenebilirlik sağlamayı ve tüketicilerin geri bildirimlerine dikkat etmeyi gerektiren zorlu bir yolculuktur (Kahraman, 2020; Balcı, 2021: 1-2). Bu bağlamda online perakendeci işletmeler, kargo şirketlerinin sistemlerine entegre bir şekilde tüketiciye kargonun kargo şirketi tarafından teslim alınmasından tüketiciye teslimine kadarki süreci takip edebilmesine olanak tanıyan dijital çözümlere başvurmaktadır.

Online alışveriş platformları üzerinden sipariş oluşturan tüketiciler, doğal olarak siparişlerinin kargo sürecini merak etmektedir. Satın almış olduğu ürünün/ürünlerin ne kadar sürede eline ulaşacağını öğrenmek istemektedir. Bu nedenle de

kargonun durumunu takip edebileceği bir mecraya ihtiyaç duymaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı E-ticaret Bilgi Platformu, 2024).

Mevcut kargo entegrasyonları, kargo sürecini otomatik bir şekilde yöneten ve tüketiciye bilgi veren önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Sipariş edilen ürünün kargo işletmesine devrinden tüketicinin adresine teslim edilmesine kadarki süreç, online perakendeci işletmeler ile kargo işletmeleri arasındaki kargo entegrasyonlarının aralığıyla, mağazanın takip sistemi ya da kargo şirketinin takip sistemi üzerinden dijital ve anlık olarak öğrenilebilmektedir. Dijital entegre sistemde kargonun numarası, çıkış ve varış kargo şubesinin iletişim bilgileri, kargonun mevcut durumu gibi tüketicinin merak edebileceği detaylar bulunmaktadır. Kargo firmasının teslimat sürecine entegre olan bu sistem, gönderinin mevcut durumunu gerçek zamanlı olarak izlemeyi sağlamaktadır (T.C. Ticaret Bakanlığı E-ticaret Bilgi Platformu, 2024).

Bu araştırmanın ana odağı haline gelen çeşitli kargo deneyimi yönlerinden biri, online perakendeci işletmelerin kargo şirketleriyle entegre kargo izleme ve takip hizmetlerini tüketicilerin nasıl değerlendirdiği ve önem atfettiğidir. Çünkü günümüz koşullarında bu tür entegre sistemler tüketicilere kaliteli hizmet sağlamak için bir endüstriyel norm haline almıştır ve işletmeler için rekabet avantajını tetikleyen bir unsur haline gelmiştir (Widianti vd., 2021: 11). Ancak diğer yandan, literatürde bu nispeten güncel dijital gelişmeye ilişkin olarak tüketicilerin duruşuna ilişkin içgörüler sağlamak noktasında sınırlılık olduğu gözlenmektedir. Tüketicilerin verdikleri sipariş sonrasında kargo süreçlerini takip edebilmesinin genel kargo deneyimleri ve sonraki satın alma niyetleri üzerinde belirleyici bir unsur olarak ortaya çıkabileceği varsayımından hareketle ileri sürülen hipotez şu şekildedir:

H₄. Kargo takibi (takip edilebilirlik) satın alma niyeti üzerinde etkilidir.

2.2.5. İade ve Değişim Koşulları

İade ve değişim, bir ticaret ilişkisinin doğal bir yönünü oluşturmaktadır. 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'da satın alınan bir üründen cayma, iade veya değişim isteme bir hak olarak tanımlanmıştır. Kanun'a göre "Tüketici, on dört gün içinde herhangi bir gerekçe göstermeksizin ve cezai şart ödemeksizin sözleşmeden cayma hakkına sahiptir. Cayma hakkının kullanıldığına dair bildirim bu süre içinde satıcı veya sağlayıcıya yöneltilmiş olması yeterlidir. Cayma süresi içinde satıcı veya sağlayıcı sözleşmeye konu mal veya hizmet karşılığında tüketiciden herhangi bir isim altında ödeme yapmasını veya tüketiciyi borç altına sokan herhangi bir belge vermesini isteyemez." (Resmî Gazete, 2013).

Online alışveriş yapan tüketiciler, gerçek ürün bilgilerinin (yani fiziksel bağlamdaki ürün özelliklerini hissetmek) sınırlı olması, ürünü doğrudan denetleyememeleri ve teslimat endişeleri nedeniyle fiziksel mağaza tüketicilerine kıyasla daha fazla alışveriş riski almaktadır (Wood, 2001; Levin vd., 2003; Yu ve Kim, 2019: 504). Bu nedenle online perakende platformları tüketicilerin güvenini kazanma konusunda fiziksel mağazalara göre daha büyük zorluklarla karşı karşıyadır. Fiziksel mağazalarda ürünlere dokunup deneyebilme olanağı, online alışveriş deneyiminde bulunmayan bir özellik olarak tüketicilerin karar verme sürecini kolaylaştırmaktadır. Ancak, online ortamda böyle bir olanağın bulunmaması, iade ve değişim taleplerinin fiziksel alışverişe göre fazla olmasını beraberinde getirebilmektedir. Çünkü tüketiciler, satın aldıkları üründen memnun kalmadıklarında iade veya değişim seçeneklerini kullanma hakkına sahiptirler. Bu nedenle online perakendeciler, tüketici haklarını korumak için geri ödeme ve iade kabul politikaları da dahil olmak üzere tüm şart ve koşulları titizlikle ele almalıdır (Çakır, 2024: 123). Bu açıdan iade ve değişimlerin kargosu da online perakendeciliğin ve doğal olarak lojistik faaliyetlerin bir fonksiyonudur ve tüketici deneyimi açısından incelikli olarak dikkat edilmesi gereken konulardan biri olarak ele alınabilecektir.

Bugün online perakendeci işletmelerin pek çoğu tüketicilere online satın alma koşullarının yanı sıra oldukça yapıcı koşullarda mağazaya ürünü geri iade etme ve değişim olanağı sağlayarak, ürün iade esnekliği sağlamaktadır. İade sistemi de sipariş ve kargo takip sistemi gibi tüketiciyi yönlendirmektedir (Yang vd., 2023). Ürün iade sistemi, tüketicilerin satın aldıkları ürünleri sonradan iade etmeleri için oluşturulmuş bir sistemdir. Ürünün iade edilme şartları ve taşıma masraflarının sorumluluğu açıkça belirtilmektedir (genellikle iadelerde kargo ücreti tüketiciden talep edilmemektedir). Ürün iadelerinde genellikle tüketici, online perakendeci işletme iletişime geçerek ve talebini bildirerek iade sürecini başlatmaktadır. İşletmenin anlaştığı kargo şirketi tarafından tüketiciden teslim alınan ürünler, belirlenen depo adresine (veya doğrudan tedarikçiye) iade edilmektedir. Kargo şirketi, perakende işletme ve tüketici arasında bir aracı rolü üstlenmektedir. Online perakendeci işletme, tüketiciye iade edilen ürünün ödemesinin ne zaman yapılacağını, iade edilen miktarın ne kadar olduğunu ve olası bir sorun durumunda alıcının neler yapması gerektiğini bildirmekte ve sistem üzerinden iadenin takip edilmesini sağlamaktadır (Mermertaş, 2020: 25-26). Bugün bu iade sisteminin yanı sıra, fiziksel mağazası da olan ana akım online perakendeci işletmeler, tüketicilere beğenmedikleri, memnun kalmadıkları ve bir biçimde iade veya değişim talebinde buldukları ürünlerin fiziksel mağazaya iade edilebilmesi yönünde kolaylıklar da sağlayabilmektedir (Yang vd., 2023). Elbette böyle bir durumda kargo süreci işlememektedir, ancak pek çok online perakende ticaret modelinde dropshipping (başka tedarikçi üzerinden gerçekleştirilen stoklu satış modeli) uygulandığından, bu tür bir kargo iade sürecinin işlenmesi online alışverişin doğal bir süreci ve gerekliliğidir.

Literatürde yer alan yerleşik kanıya göre, ürünlerin doğru ve güvenilir bir şekilde teslim edilmesi, ancak herhangi bir memnuniyetsizlik oluşması durumunda iadelerin gerçekleştirilmesi, online alışveriş deneyiminde önemli bir faktördür (Chauhan ve Singhal, 2023; Chong vd., 2023). Tüketiciler satın aldıkları ürünlerin doğru ve güvenli bir şekilde teslim edilmesini beklemekte ve satın aldıkları üründen memnun kalmamaları durumunda iadelerin uygun şekilde ele alınmasına değer vermektedir (Aziz vd., 2023). Geçmiş literatür, ürünlerin tüketicilerin adresine doğru, güvenli ve sağlam bir şekilde teslim edilmesinin yanı sıra herhangi bir memnuniyetsizlik halinde iade edilmek istenen ürünlerle gerektiği gibi ilgilenilmesinin, online alışveriş yapan tüketicilerin memnuniyetini etkileyen önemli bir faktör olduğunu ortaya koymuştur (Hsu, 2008; Lin vd., 2011; Song ve Lai, 2017; Cao vd., 2018; Rajendran vd., 2018; Santos ve Santos, 2020).

Satış sonrası hizmetlerin verimli ve etkili bir şekilde sağlanması, tüketicilerin online alışverişe yönelik tutum ve davranışlarını geliştirerek memnuniyet, sadakat, tekrar satın alma niyetlerinin artmasına neden olabildiği bilinmektedir. İade ve değişime yönelik satın alma sonrası kargo faaliyetleri, yani işletmenin iade ve değişimi kabul etmesi, ürünlerin iade edilmesine yönelik ücretsiz kargo hizmeti sunması gibi konularda tüketicilere kolaylık sağlaması gibi kargo faaliyetlerinin teslim sonrası sürecini içeren unsurlar da tüketicilerin online alışveriş deneyimlerine ilişkin görüşleri ve satın alma niyetleri ile ilişkili olabilecektir (Cao, 2018; Javed vd., 2020; Luo vd., 2020; Riley ve Klein, 2021; Bayır, 2022; de Mattos ve dos Santos, 2022; Ferraz vd., 2023; Ma vd., 2023).

İade politikaları, online alışverişin doğasında olan riski ve beklenen pişmanlığı en aza indirmenin ve tüketicilerin satın alma niyetini artırmanın bir yoludur (Yu ve Kim, 2019). Dolayısıyla sevkiyat ve takip hizmetleri gibi satın alma sonrası iade ve değişime dönük kargo faaliyetlerinin de tüketicilerin online alışveriş deneyimlerine ilişkin görüşleri ve satın almaya yönelik niyetleri ile pozitif yönde ilişkili olması beklenmektedir (Cao vd., 2018). Bununla ilişkili olarak ortaya atılan hipotez ise şu şekildedir:

H₅. Kargo iade koşulları satın alma niyeti üzerinde etkilidir.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı

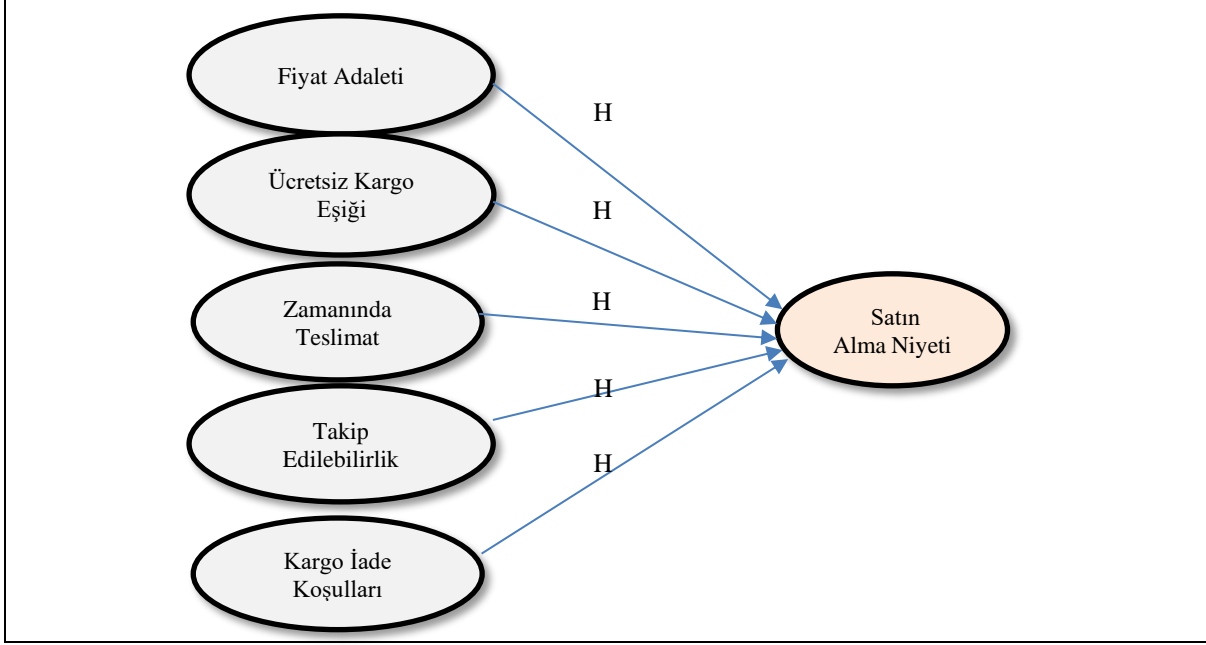
Bu çalışmada online alışverişlerde tüketicilerin kargo deneyimlerine odaklanılmıştır. Araştırmada ileri sürülen temel argüman, kargo ile ilgili faktörlerin online alışverişlerde önem taşıdığı, tüketici deneyimini oluşturan önemli bir bağlamı oluşturduğu ve sonraki satın almalar için tüketici değerlendirilmesinde doğal referans olduğu yönündedir.

Bu argüman ve varsayım ışığında, bu araştırmanın temel amacı tüketicilerin online alışverişler çerçevesinde kargo süreçlerini bütünsel bir deneyim olarak nasıl değerlendirdiğini ve çeşitli kargo faktörlerine nasıl yanıt verdiğini ampirik bir bağlamda incelemektir. Ayrıca kargo deneyimi alt boyutları ile satın alma niyeti arasındaki istatistikî ilişkilerin belirlenmesi araştırmanın diğer bir amacını oluşturmaktadır.

Araştırmada tüketici nezdinde kargo ile ilgili çeşitli unsurların tüketicinin alışveriş deneyimine ilişkin değerlendirmeleri ve satın alma niyetleri üzerindeki etkilerini istatistiksel olarak tespit etmek suretiyle, bu tür faktörlere ilişkin içgörüler sağlamak noktasında literatüre ve online alışveriş pratiğine ilişkin katkı sağlamak araştırmanın temel hedefini teşkil etmektedir.

3.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmada literatür ışığında kargo deneyiminin birer boyutu olarak fiyat adaleti, ücretsiz kargo eşiği, zamanında teslimat, kargo takibi ve kargo iade koşulları ele alınmakta olup, bu boyutlar tüketicinin satın alma niyeti ile ilişkilendirilmektedir. Dolayısıyla araştırma, her bir kargo deneyimi boyutu açısından tüketicilerin yaklaşımlarının belirlenmesine ek olarak tüm bunların satın alma niyeti ile nasıl ilişkilendiğinin ortaya konulmasını hedeflemektedir. Bu bağlamda, teorik arka plan çerçevesinde ele alınan araştırma modeli ve formüle edilen hipotezler Şekil 3'te gösterilmiştir.



Şekil 3. Araştırma Modeli

3.3. Veri Toplama Yöntemi ve Araçları

Nicel araştırma yöntemine dayalı olan bu araştırmanın veri toplama yöntemi online anket (WebSurvey) yöntemidir. Online anket yöntemi hem katılımcı sayısını hem ulaşılabilecek coğrafi alan hem de farklı özelliklerdeki katılımcılara ulaşabilme kapasitesini temsil eden geniş bir örnekleme erişebilme olanağı sebebiyle avantajlı görülmektedir (Roberts, 2007). Bu yöntemde belli özellikleri veya ilgi alanlarını paylaşan insanları bir araya getiren forumlar, sosyal medya grupları gibi sanal topluluklara erişmek mümkün olabilmektedir (Frippiat ve Marquis, 2010; Dursun vd., 2022: 3). Bu amaçla oluşturulan anket formu iki temel bölümü içermektedir. İlk bölümde araştırmacı tarafından geliştirilmiş olan ve katılımcıların demografik özellikleri ile kargo deneyimlerine ilişkin düşüncelerinin tespit edilmesine ilişkin yargısal sorular yer almıştır. İkinci bölümde ise araştırmada ele alınan değişkenleri ölçmeyi amaçlayan ve Likert esasına dayalı psikometrik ölçüm ifadelerine yer verilmiştir.

Fiyat adaleti ve ücretsiz kargo Kukar-Kinney vd. (2007) tarafından geliştirilen ve Huang vd. (2019) tarafından uyarlanan 2’şer ifadeden oluşmaktadır ($\alpha= 0.87$ ve $\alpha= 0.92$). Zamanında teslimat Mentzer vd. (2001) tarafından geliştirilen ve Huang vd. (2019) tarafından uyarlanan 3 ifadeyi içermektedir ($\alpha= 0.80$). Kargo takibi Cao vd. (2018) tarafından Liu vd. (2008) ve comScore’un (2014) ifadelerinden uyarlanan 4 ifade ($\alpha= 0.81$), kargo iade koşulları Cao vd. (2018) tarafından Hsu (2008) comScore’un (2014) ifadelerinden uyarlanan 4 ifade ($\alpha= 0.87$) ve satın alma niyeti Cao vd. (2018) tarafından Reibstrin (2002) ve comScore’un (2014) ifadelerinden uyarlanan 2 ifadeden ($\alpha= 0.88$) oluşmaktadır. Toplam 17 ifadenin yer aldığı ölçek bütününde tüm ifadeler 5’li Likert esasına dayalı olarak verilmiş olup ifadelerde ters kodlanma söz konusu değildir.

Fiyat adaleti, ücretsiz kargo, zamanında teslimat, takip edilebilirlik (kargo takibi) ve kargo iade koşulları “1- Hiç önemli değil, 2- Önemli değil, 3-Ortadayım/Kararsızım, 4-Önemli, 5-Çok Önemli” seçenekleri ile verilmiştir. Satın alma niyetinin ifadelerinde ise “1- Hiç katılmıyorum 2- Pek katılmıyorum 3- Ortadayım/Kararsızım 4- Biraz katılıyorum 5- Tamamen katılıyorum” şeklinde verilen seçeneklerden katılımcı için uygun olan seçeneğin işaretlenmesi istenmiştir.

Ölçeklerin Türkçe diline uyarlaması araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiş olup, çevirilin dil yapı geçerliliği bakımından ve disiplinler arası uygunluğunun tespit edilmesi noktasında üç uzman görüşü alınarak son hali verilmiştir. Ölçek ifadeleri ve kaynakları ekte sunulmuştur.

3.4. Anakütle ve Örneklem

Araştırmanın anakütlesi Türkiye’de ikamet eden, 18 yaş ve üzeri online alışveriş yapan tüketicilerden oluşmaktadır. Pek tabii bu tür bir anakütle, oldukça büyük bir popülasyon anlamını taşımaktadır. Bu sebeple, bu anakütleyi temsil etme yeteneğine haiz olabilecek bir örneklem büyüklüğü, sosyal bilimler literatüründe bulunan, yaygın bir biçimde geçerli kabul edilen bir yaklaşıma dayalı olarak tespit edilmiştir. Buna göre, bir araştırmacının α düzeyini a priori olarak %95 olarak belirlediği, kabul edilebilir hata düzeyini ise %5 olarak belirlediği varsayıldığında, buna karşılık gelen t değeri 1,96 olacak

ve süreksiz değişkenler için örneklem formülüne uygulandığında şu şekilde örneklem hesaplanabilecektir (Bartlett vd., 2001: 44):

$$n_0 = \frac{t^2 \cdot p \cdot q}{d^2} = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2} = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,0025} = 384$$

Buna göre, %95 güven aralığı ve %5 hata toleransı ile 384 örneklemin yeterli ve geçerli olduğu kabul edilmektedir (Krejcie ve Morgan, 1970; Cochran 1977; Bartlett vd., 2001; Sekeran, 2013). Buradan hareketle, örnekleme dahil olan anakütleyi oluşturan popülasyonun tam olarak belirlenemediği, bilinemeyeceği ancak çoğu zaman çok büyük olduğunun bildiği hallerde tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi tercih edilebilmektedir (Gegez, 2010; Haşiloğlu, 2015). Bu yöntemde araştırmacı, veri toplamak üzere uygun olan katılımcılara (hedef kitlenin herhangi bir üyesine) yaklaşarak araştırmaya katılmaya davet etmekte, gönüllü onam verdiği takdirde katılımcı araştırmaya dahil edilmektedir (Alvi, 2016: 9). Bu itibarla, araştırmada, 18 yaş ve üzerinde olan ve online alışveriş yapan tüketicilerden kolayda örnekleme yöntemine göre erişilebilen bireylere online anket platformu olan Google Forms üzerinden bir davet linkini göndermek suretiyle erişilmiş ve araştırmaya katılmaya gönüllü olduğunu ifade eden toplam 394 katılımcının sağlıklı anket formlarından elde edilen yanıtlar araştırmanın verilerini oluşturmuştur.

3.5. Veri Çözümleme Süreci ve Analiz Yöntemi

Araştırmanın örnekleminde sağlanan veriler Google Forms anket platformundan Microsoft Excel formatında (xls) elde edilmiş, burada gerekli kodlamalar yapılarak SPSS yazılımına aktarılmıştır. SPSS’de veri seti öncelikle güvenilirlik (iç tutarlılık) analizinden geçirilmiş ve Cronbach’s Alpha (α) katsayıları hesaplanmıştır. Verilerin normal dağılım durumunun belirlenmesine yönelik olarak çarpıklık-basıklık (Skewness-Kurtosis) katsayıları hesaplanmıştır. Katılımcıların demografik özelliklerinin, kargo süreçlerine ilişkin düşüncelerinin belirlenmesine ilişkin olarak frekans analizi yapılmıştır. Buna ek olarak, ölçeklerin tanımlayıcı istatistiksel ölçülerinin tespit edilmesi noktasında da frekans analizinden faydalanılmıştır. Faktör analizi ve yapısal eşitlik modellemesi çerçevesinde araştırmada ortaya atılmış olan hipotezlerin testinde ise AMOS yazılımından yararlanılmıştır.

4. BULGULAR

Araştırmada elde edilen veriler ışığında, araştırmanın örneklemini oluşturan katılımcıların demografik profillerinin frekans ve yüzde dağılımları ile online alışveriş kullanım özelliklerini yansıtan dağılımlar Tablo 1’deki şekildedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Online Alışveriş Kullanım Özellikleri

Özellik	f	%	Özellik	f	%
Cinsiyet			Yaş		
Kadın	205	52,0	18-26	145	36,8
Erkek	189	48,0	27-35	126	32,0
Eğitim			36-45	58	14,7
İlköğretim-Lise	50	12,7	46-54	32	8,1
Yükseköğretim	95	24,1	55 ve üzeri	33	8,4
Lisans	176	44,7	Gelir		
Lisansüstü	73	18,5	17.002 TL veya altı	79	20,1
En Sık Kullanılan Alışveriş Platformu			17.002-30.000 TL	148	37,6
Mobil cihazlar	302	76,6	30.001-50.000 TL	137	34,8
Bilgisayar (Masaüstü veya laptop)	92	23,4	50.001 TL ve üzeri	30	7,6
Online Alışveriş Yapma Sıklığı			Sipariş Sonrası Kargo Kontrol Etme Sıklığı		
Birkaç ayda bir veya daha az sıklıkta	158	40,1	Hemen hemen hiç	45	11,4
Ayda bir veya birkaç kez	192	48,7	Sadece beklenen teslimat tarihinde	122	31,0
Haftada bir veya birkaç kez	44	11,2	Kargo takip bildirimleri geldikçe	159	40,4
Sipariş-Kargo Gecikmesi Halinde Alınan Aksiyon			Teslimat tarihi yaklaştıkça	68	17,3
Zamanında teslim edildiğinden çok sorun yaşamam	196	49,7	Kargo Ambalajlama-Paketleme Konusunda Sorun Yaşama Durumu		
Satıcıya ulaşım ve çözüm ararım	178	45,2	Pek sorun yaşamam	221	56,1
İptal etmek gibi aksiyonlar alırım	20	5,1	Bazen sorun yaşadığım olur	173	43,9
Satın Almadan Önce Paketleme, Kargo Hizmetleri Gibi Durumları İnceleme Alışkanlığı			Hizmetlerinden Memnun Kaldığı Favori Kargo Şirketi		
Hiç	38	9,6	Hayır yok	145	36,8
Bazen	271	68,8	Evet en az bir tane var	249	63,2
Her defasında	85	21,6	Hizmetlerinden Memnun Kalmadığı Kargo Şirketi		
Sipariş Edilen Ürünlerin Süresinde Teslimi			Hayır yok	143	36,3
Hayır	19	4,8	Evet en az bir tane var	251	63,7
Evet	375	95,2			

Tablo 1’de görüldüğü gibi, çeşitli demografik özelliklere sahip katılımcılar tarafından mobil cihazlar en sık kullanılan alışveriş platformu olup, katılımcıların %76,6’sı tarafından tercih edilmiştir. Bilgisayar ise %23,4’lük bir oranla ikinci sırada yer almaktadır. Katılımcıların %48,7’si ayda bir veya birkaç kez online alışveriş yapmakta, %40,1’i ise birkaç ayda bir veya daha az sıklıkta alışveriş yapmaktadır. Sipariş sonrası kargo kontrol etme sıklığına bakıldığında, %40,4’ü kargo takip bildirimleri geldikçe kontrol etmektedir. Katılımcıların %49,7’si zamanında teslim edildiğinden çok sorun yaşamamaktadır. Bunun yanında %45,2’lik bir katılımcı dilimi, böyle bir durumda satıcıya ulaşarak çözüm aradığını aktarmıştır. Kargo ambalajlama-paketleme konusunda sorun yaşama durumuna ilişkin, katılımcıların %56,1’i pek sorun yaşamadığını belirtmiştir. Katılımcıların %68,8’i bazen satın almadan önce paketleme, kargo hizmetleri gibi durumları incelediğini belirtmiştir. Hizmetlerinden memnun kaldığı/favori kargo şirketi olan katılımcıların oranı %63,2’dir. Benzer şekilde memnun olmadığı en az bir şirket olduğunu aktaran katılımcıların oranı %63,7’dir. Katılımcıların %95,2’si sipariş ettikleri ürünlerin süresinde teslim edildiğini belirtmiştir.

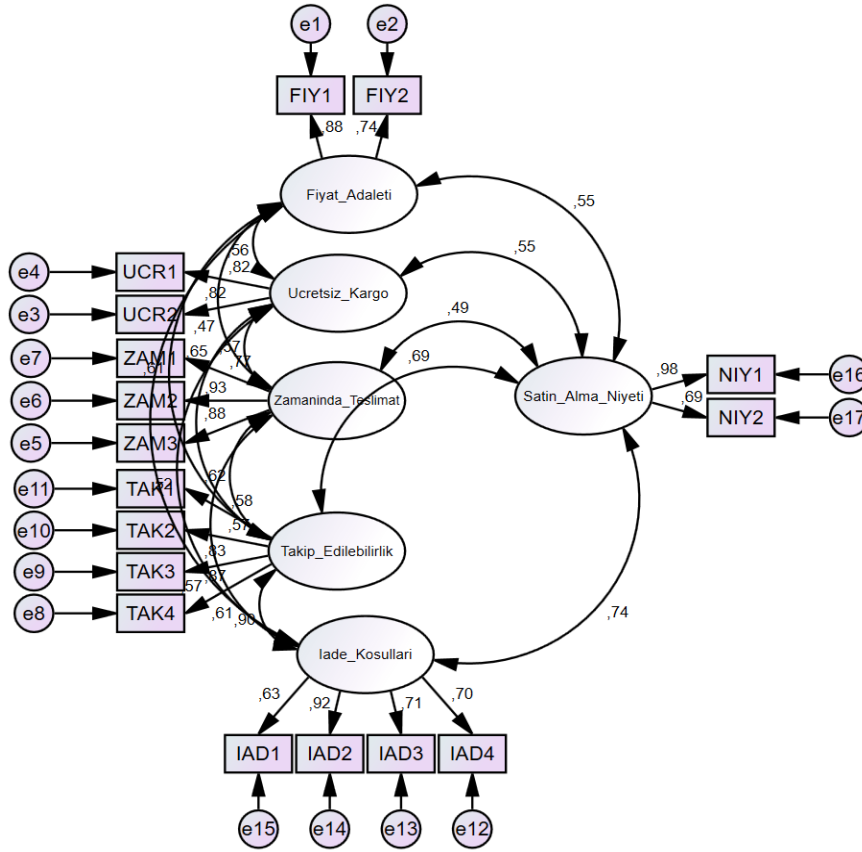
Araştırmanın ölçeklerine ilişkin olarak yapılan frekans testi, güvenilirlik analizi (Cronbach’s Alpha) ve normal dağılım analizi (Skewness-Kurtosis/Çarpıklık-Basıklık) sonucunda elde edilen bulgular Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Araştırma Ölçeklerinin Özellikleri

Ölçekler	\bar{x}	σ	α	Skewness	Kurtosis
Fiyat Adaleti	3,51	,83449	,782	-695	,739
Ücretsiz Kargo Eşiği	4,12	,86053	,804	-1,019	,875
Zamanında Teslimat	3,66	1,05341	,890	-,688	-,313
Takip Edilebilirlik	3,59	,89110	,805	-,715	,313
Kargo İade Koşulları	3,67	,97173	,818	-,836	,198
Satın Alma Niyeti	3,95	1,01061	,806	-,843	,077

Tablo 2’de görüldüğü gibi, araştırmanın ölçeklerinin tümünün ,70 ve üzerinde bulunduğundan dolayı güvenilir olduğu (Brown, 2002; Lavrakas, 2008; Shresta, 2021) ve çarpıklık-basıklık katsayılarının normal dağılım aralığı içerisinde yer aldığından dolayı normal dağılım varsayımını karşıladığı (George ve Mallery, 2010; Tabachnick ve Fidell, 2013; Uysal ve Kılıç, 2022) görülmektedir. Ölçeklerde elde edilen ortalama değerlere göre, ölçekler için belirli bir kesme noktası bulunmamakla beraber, 5’li Likert esasına dayalı olarak ele alındığında, 5 üzerinden bir puanlama skalasında tüm ölçeklerde yüksek ortalamaların bulunduğunu söylemek mümkündür. Bu durum katılımcıların kargonun çeşitli yönlerine önem attığını göstermekle beraber, online alışverişe ilişkin belirgin bir satın alma niyeti içerisinde olduklarına işaret etmektedir. Ayrıca ifadeler tek tek değerlendirildiğinde, en yüksek ortalama ücretsiz kargo eşiğinde ($\bar{x}=4,12$) gerçekleştiği görülmektedir. Burada katılımcıların en önem verdiği kargo boyutunun ücretsiz kargo eşiği olduğu çıkarımını yapmak mümkün görülmektedir. Katılımcılara verilen ifadeler içerisinde en yüksek ortalamanın ücretsiz kargo eşiğinin birinci ifadesi olan “Ücretsiz kargo için minimum sipariş değeri yüksek olmaması” ifadesinde ($\bar{x}=4,19$) ve bunu takiben aynı boyutta yer alan ikinci ifade olan “Ücretsiz kargo için minimum sipariş değerini karşılamamanın zor olmaması” ifadesinde ($\bar{x}=4,06$) ortaya çıktığı görülmektedir. Bu bakımdan ele alınan kargo deneyimi boyutları açısından değerlendirildiğinde katılımcılar için en önemli hususun ücretsiz kargo avantajını elde edebilme kolaylığı olduğu anlaşılmaktadır. Bu iki ifadeyi takip edilebilirliğin “Kargo sürecine ilişkin anlık e-posta/SMS teslimat uyarıları almak” ifadesi ($\bar{x}=3,95$) ve kargo iade koşullarının “İade kargo için ücret ödenmemesi” ifadesi ($\bar{x}=3,92$) izlemiştir. Bu durum, katılımcıların kargo sürecini daha iyi takip edebilmeleri ve gönderilerinin durumu hakkında bilgilendirilmeleri için önemli olduğunu, diğer yandan hatalı, ayıplı ürünlerin veya beğenilmeyen ürünlerin iade edilmesi durumunda ek maliyetlerin olmamasının kargo deneyimi açısından önemli olduğunu göstermektedir.

Elde edilen veriler ışığında araştırmanın teorik modeli çerçevesinde araştırma verilerinin teorik modelle uyumluluğunu ve ölçek ifadelerinin değişkene yük düzeylerini göstermek amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmıştır. Şekil 4’te yapılan analiz sonucunda oluşan standart değerler görülmektedir.



Şekil 4. Araştırma Modelinin Doğrulayıcı Faktör Analizi

Şekil 4'ye görüldüğü gibi, araştırma ölçeklerindeki ifadelerin tamamının gizil değişkene beklenen (kabul edilebilir) düzeyde yüklendiği görülmektedir. Ayrıca ölçüme ait t değerleri ve p anlamlılık değerlerine bakıldığında tüm yüklemelerin anlamlı olduğu görülmektedir. Modelde herhangi bir modifikasyon yapılmamıştır. Analiz sonucunda elde edilen faktör yükleri, hata katsayıları, t, p değerlerine ilişkin ayrıntılar Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. DFA Sonucunda Elde Edilen Değerler

Gizil Değişken	Gözlenen Değişken	Faktör Yükü	t	Std. Hata	p
Fiyat Adaleti	<--- FIY1	,879	-	-	-
	<--- FIY2	,736	12,067	,078	***
Ücretsiz Kargo Eşiği	<--- UCR1	,817	14,171	,074	***
	<--- UCR2	,824	-	-	-
Zamanında Teslimat	<--- ZAM1	,771	19,043	,044	***
	<--- ZAM2	,934	25,328	,034	***
	<--- ZAM3	,884	-	-	-
Takip Edilebilirlik	<--- TAK1	,584	12,462	,061	***
	<--- TAK2	,570	12,093	,054	***
	<--- TAK3	,834	20,790	,050	***
	<--- TAK4	,871	-	-	-
Kargo İade Koşulları	<--- IAD1	,628	11,761	,076	***
	<--- IAD2	,916	16,528	,067	***
	<--- IAD3	,712	13,274	,073	***
	<--- IAD4	,699	-	-	-
Satın Alma Niyeti	<--- NIY1	,985	-	-	-
	<--- NIY2	,687	13,694	,055	***

*** $p \leq 0,001$ düzeyinde anlamlı (çift kuyruk)

DFA sonucunda elde edilen değerler ışığında her bir değişken için faktör yüklerinin yüksek olduğu görülmektedir. Elde edilen t değerleri 1,96 üzerinde yer aldığı ve p değerleri anlamlı olduğu için, tüm gözlenen değişkenlerin gizil değişkenlerle

istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde ilişkili olduğu sonucuna varılabilmektedir. DFA sonucunda veri ile modelin uyumunu gösteren uyum iyiliği indekslerine ilişkin ayrıntılar Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Uyum İyiliği İndeksleri

Uyum İndeksleri	İyi Uyum Kriteri	Mevcut Değer	Uyum*
χ^2 Uyum Testi p Değeri	$p > ,05$,000	İyi uyum
χ^2/sd (CMIN/df)	$0 \leq \chi^2 \leq 3df$	2,954	İyi uyum
Ortalama Hataların Karekökü (RMR)	$0 \leq RMR \leq ,05$,048	İyi uyum
Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (RMSEA)	$0 \leq RMSEA \leq ,08$,071	İyi uyum
Normlu Uyum İndeksi (NFI)	$,90 \leq NFI \leq 1$,925	İyi uyum
İyilik Uyum İndeksi (GFI)	$,90 \leq GFI \leq 1$,916	İyi uyum
Görelî Uyum İndeksi (RFI)	$,90 \leq RFI \leq 1$,902	İyi uyum
Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (CFI)	$,90 \leq CFI \leq 1$,949	İyi uyum
Artırmalı Uyum İndeksi (IFI)	$,90 \leq IFI \leq 1$,949	İyi uyum
Tucker-Lewis İndeksi (TLI)	$,90 \leq TLI \leq 1$,933	İyi uyum

* Baz alınan referans kaynaklar: Bentler, 1980; Bentler ve Bonett, 1980; Browne ve Cudeck, 1993; Baumgartner ve Homburg, 1996; Hu ve Bentler, 1999; Sümer, 2000; Byrne, 2001; Schermelleh-Engel ve Moosbrugger, 2003; Marsh vd. 2006; Çokluk vd., 2010; Kline, 2011; İlhan ve Çetin, 2014

Tablo 4'e göre χ^2 uyum testi p değerinin ve χ^2/sd (CMIN/df), RMR, RMSEA, NFI, GFI, RFI, CFI, IFI ve TLI olmak üzere tüm indekslerde iyi uyum sağlandığı anlaşılmaktadır. Tablodaki uyum iyiliği indekslerinin genel durumu itibarıyla, araştırma modelinin veriyle iyi bir uyum sağladığını söylemek mümkündür. Sonuç olarak, tüm uyum iyiliği indekslerinin kabul edilebilir düzeylerde olduğu göz önüne alındığında, DFA modelinin veriyle iyi bir uyum sağladığı sonucuna varılabilmektedir.

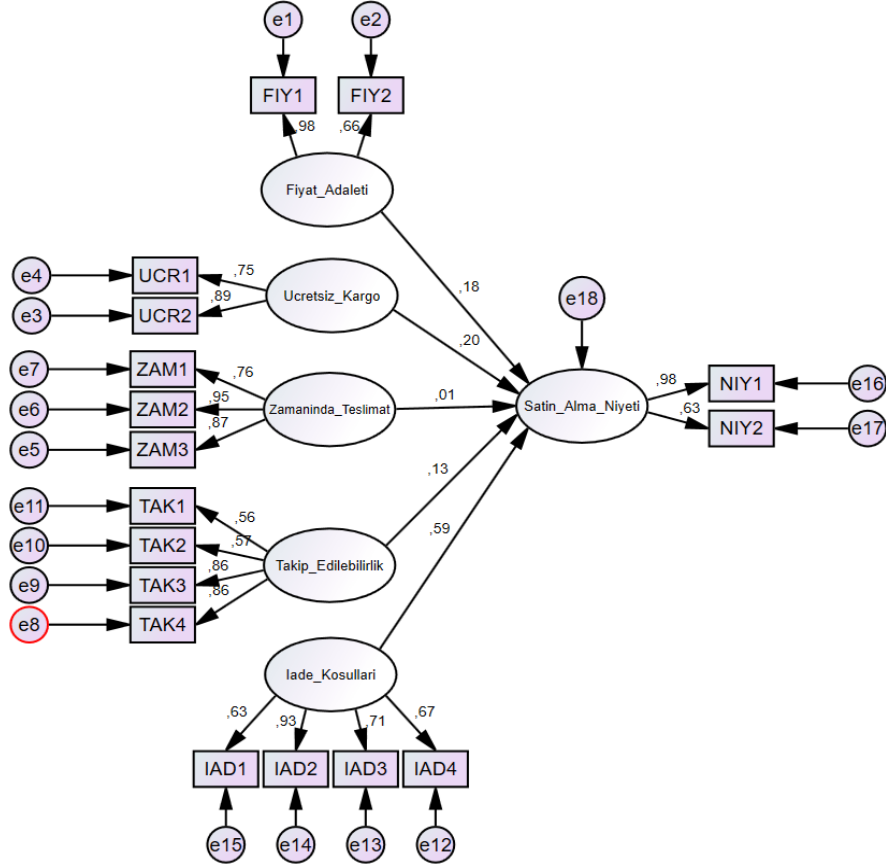
Araştırmada ele alınan değişkenler arasında ilişkilerin yönünü ve gücünü tayin eden korelasyon katsayıları ise Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Değişkenler Arasındaki İlişkileri Temsil Eden Korelasyon Katsayıları

Ölçekler	1	2	3	4	5	6
1. Fiyat Adaleti	1					
2. Ücretsiz Kargo Eşiği	,451	1				
3. Zamanında Teslimat	,376	,487	1			
4. Takip Edilebilirlik	,510	,536	,551	1		
5. Kargo İade Koşulları	,499	,426	,553	,737	1	
6. Satın Alma Niyeti	,453	,450	,420	,561	,605	1

Gerçekleştirilen korelasyon analizi sonuçlarına göre Satın alma niyeti ile fiyat adaleti $r=,453$, ücretsiz kargo eşiği $r=,450$, zamanında teslimat $r=,420$, takip edilebilirlik $,561$, ve kargo iade koşulları $r=,605$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı, pozitif yönde ilişkiler bulunmaktadır. Bu ilişkilerin genel olarak orta düzeyde (güçte) olduğunu söylemek mümkündür (Shi ve Conrad, 2009; Senthilnathan, 2019). Diğer bir ifade ile kargo deneyiminin tüm boyutları ile satın alma niyeti arasında doğrusal yönde ve orta kuvvette anlamlı ilişkiler söz konusudur. Tüm bu ilişkiler içerisinde en yüksek ilişkinin $r=,605$ ile kargo iade koşulları ve satın alma niyeti arasında bulunduğu görülmektedir. En düşük düzeyde ilişki ise zamanında teslimat ile satın alma niyeti arasında gerçekleşmiştir ($r=,420$).

Son olarak, araştırmada ortaya atılan hipotezlerin test edilmesi noktasında, kargo boyutları bağımsız, satın alma niyeti bağımlı değişken biçiminde ele alınan tüm değişkenler yapısal eşitlik modelinde değerlendirilmiştir. Değişkenler arası kovaryanslar kaldırılarak, direkt etkiyi temsil eden oklar eklenmiştir. Buna göre elde edilen yapısal eşitlik modeli ve standart katsayılar Şekil 5'te görülebilmektedir.



Şekil 5. Araştırma Yapısal Eşitlik Modeli

Araştırmanın yapısal eşitlik modeli veriler ışığında test edildiğinde, zamanında teslimat değişkeni ile satın alma niyeti arasındaki katsayının istatistiksel olarak anlamlı bulunmadığı, ancak diğer tüm değişkenlerde anlamlı bir yapı bulunduğu görülebilmektedir. Elde edilen bulgular detaylı olarak Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6. Yapısal Eşitlik Modelinde Elde Edilen Ölçüm Katsayıları

İlişki	β	Std β	Std. Hata	t	p
Fiyat Adaleti -> Satın Alma Niyeti	,186	,177	,065	2,857	,004*
Ücretsiz Kargo Eşiği -> Satın Alma Niyeti	,221	,201	,060	3,708	,000*
Zamanında Teslimat -> Satın Alma Niyeti	,007	,009	,035	,201	,840
Takip Edilebilirlik -> Satın Alma Niyeti	,129	,131	,043	2,979	,003*
Kargo İade Koşulları -> Satın Alma Niyeti	,617	,585	,057	10,737	,000*

Tablo 6’da yer alan ölçüm katsayıları, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini ölçmekte ve bu etkinin istatistiksel olarak ne kadar güvenilir olduğunu göstermektedir. Buna göre, fiyat adaleti, ücretsiz kargo eşiği, takip edilebilirlik ve kargo iade koşulları değişkenleri, satın alma niyeti değişkeni üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı etkilere sahiptir. Ortaya çıkan bu durum, bu faktörlerin artmasıyla satın alma niyetinin de arttığına işaret etmektedir. Zamanında teslimat değişkeninin ise satın alma niyeti üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. Bu itibarla, “H1. Fiyat adaleti satın alma niyeti üzerinde etkilidir”, “H2. Ücretsiz kargo eşiği satın alma niyeti üzerinde etkilidir.”, “H4. Kargo takibi (takip edilebilirlik) satın alma niyeti üzerinde etkilidir.” ve “H5. Kargo iade koşulları satın alma niyeti üzerinde etkilidir.” hipotezleri desteklenirken, “H3. Zamanında teslimat satın alma niyeti üzerinde etkilidir.” hipotezi desteklenmemiştir.

5. SONUÇ

Son yıllarda e-ticaretin gelişmesiyle birlikte online alışveriş giderek daha popüler hale gelmektedir ve online pazarlardaki rekabet giderek kızışmaktadır. Özellikle Covid-19 pandemisi ve beraberinde gelen kısmi tedarik kesintileri gibi belirsiz faktörlerin etkisiyle, giderek daha fazla çevrimdışı perakende talebi online mağazalara aktarılmaktadır. Başarılı bir şekilde rekabet edebilmek, satışları artırmak ve pazarlarını genişletmek amacıyla online perakendeciler, tüketicilerin online alışveriş deneyimlerini iyileştirmeye dönük politikalar ve uygulamalar benimsemektedir (Ma vd., 2022).

Online platformlardaki gelişmeler kargo taşımacılığı sektöründe de birçok fırsat sağlamakta ve önemli değişikliklere yol açmaktadır ve gelecekte de bu durumun gelişerek ilerlemesi beklenebilir. Bu gelişmeler, kargo sektörünün doğası gereği, işletmelerin müşteri memnuniyetini ve sorunsuz çalışmayı garanti etmek için 7/24 aktif olması gerektiği anlamına gelmektedir. Bu amaçla tasarlanan dijital çözümlerden biri olarak gerçek zamanlı entegre kargo sistemleri, işletmelerin ve tüketicilerin kargo süreçlerini anlık olarak takip etmelerini sağlamayı amaçlamaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojisinin imkanlarının genişlemesiyle birlikte kullanıcı dostu, eşanlı ve kullanımı kolay sistemlerin gelişme göstermesi önem arz etmektedir (Kahraman, 2020).

Bir e-ticaret gönderimi, ürünlerin sanal alışveriş sepetinden müşterinin kapısına kadar olan teslimat sürecini içermektedir. Doğru bir şekilde yapılan gönderimler, maliyet kontrolü ve tüketicilerin deneyimi üzerinde önemli etkilere sahiptir. Tüketiciler, zamanında ve güvenilir teslimatlar ve teslimat durumu hakkında bilgilendirilme beklemektedir. Ayrıca, bazı tüketiciler, kargo maliyeti ve uygunluğuna dayalı olarak satın alma kararlarını verirken kargo faktörünü bir rekabet avantajı olarak değerlendirmektedir. Sonuç olarak, e-ticaret gönderim standartları, tüketicilerin kargo deneyimlerini şekillendiren faktörler etrafında sürekli olarak gelişmektedir (BigCommerce, 2024). Bugün, işletmelerin online alışverişlerde tüketicilerin kargo süreçleriyle ilgili deneyimlerini geliştirmek ve memnuniyet sağlamak için sunduğu olanaklar arasında aynı gün teslimat, belirli bir tutarın üzerinde ücretsiz kargo, belirli dönemlerde tamamen ücretsiz kargo ve kargonun anlık takibini sağlayan arayüzler gibi hizmetler bulunmaktadır. Bu unsurlar, tüketicinin kargo deneyimini şekillendiren faktörler arasında önemli bir yer tutar ve satın alma sürecinde önemli etkilere sahip olabilmektedir (Digital Age, 2019; Temel, 2021: 46).

Bu çalışma, online alışverişlerde tüketicilerin kargo deneyimlerine odaklanmıştır. Temel argüman, kargo ile ilgili unsurların online alışverişlerde büyük önem taşıdığı, tüketici deneyimini belirleyen önemli bir faktör olduğu ve gelecekteki satın alımlar için tüketicilerin değerlendirmelerinde doğal bir referans olduğudur. Bu argüman ve varsayım ışığında, tüketicilerin online alışverişlerinde kargo süreçlerini bütünsel bir deneyim olarak nasıl değerlendirdiğini, çeşitli kargo faktörlerine (fiyat adaleti, ücretsiz kargo eşiği, zamanında teslimat, kargo takibi ve kargo iade koşulları) nasıl tepki gösterdiğini ve satın alma niyeti arasındaki istatistiksel ilişkileri ampirik bir bağlamda incelemeyi amaçlayan bir araştırma modeli çerçevesinde 394 katılımcının yanıtları analiz edilmiştir. Yapılan analizlerde elde edilen bulgular, tüketicilerin online satın alma deneyimlerinde çeşitli kargo faktörlerinin önemli olduğunu ortaya koymuştur.

Bulgular, katılımcıların online alışveriş deneyiminde kargo hizmetlerinin önemli bir faktör olduğunu göstermektedir. Yapılan değerlendirmelerde tüm ölçeklerde yüksek ortalamalar elde edilmiş, özellikle ücretsiz kargo avantajının katılımcılar için belirleyici bir faktör olduğu ortaya çıkmıştır. Bulgulara göre, fiyat adaleti, ücretsiz kargo eşiği, takip edilebilirlik ve kargo iade koşulları ile satın alma niyeti arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Bu ilişkiler, genel olarak orta düzeyde bir güce sahiptir ve bu faktörlerin artmasıyla satın alma niyetinin de arttığı gözlemlenmektedir. En yüksek ilişki kargo iade koşulları ile satın alma niyeti arasında bulunmuştur ($r=0,605$). Bu sonuç, tüketicilerin kargo iade koşullarının kargo deneyimi ve satın alma niyeti üzerinde belirleyici bir faktör olabileceğini göstermektedir. Diğer yandan, zamanında teslimat ile satın alma niyeti arasında daha düşük bir ilişki ($r=0,420$) bulunmuştur ve bu ilişki istatistiksel olarak anlamlı değildir. Bu durum, tüketicilerin zamanında teslimatın satın alma niyeti üzerindeki etkisinin sınırlı olduğunu göstermektedir.

Bu bulgular, literatürde yer alan araştırmalar ve resmi araştırma raporlarını (Mentzer vd., 2001; Reibstein, 2002; Kukar-Kinney vd., 2007; Hsu, 2008; Lin vd., 2008; ComScore, 2014; Duran, 2017; Gözkonan, 2017; Cao vd., 2018; Huang vd., 2019; Vasić vd., 2019; Taşçıoğlu, 2020; Kazancı ve Bayarçelik, 2021; Freedman, 2022; Haleem, 2023) destekler yönde, online alışveriş deneyiminde kargo hizmetlerinin önemli bir rol oynadığını ve katılımcıların bu hizmetlerde belirli beklentileri olduğunu ve işletmelerin stratejik kararlarında ve operasyonel süreçlerinde kargo deneyimi boyutlarını dikkate almalarını gerektiğini ortaya koymaktadır.

Diğer taraftan, araştırma bulgularına göre, geliştirilen hipotezlerden yalnızca “H3. Zamanında teslimat satın alma niyeti üzerinde etkilidir.” hipotezi desteklenmemiştir. Bu durum, kargo ile ilgili ele alınan diğer faktörlerin tüketiciler için daha önemli olabileceğini düşündürürken, zamanlamanın önemli bir kargo bileşeni olabileceği varsayımının dışındadır. Bu duruma ilişkin olarak literatür temelde ikiye ayrılmaktadır.

Esper vd. (2003) zamanında teslimatın çevrimiçi perakendecilikte müşteri memnuniyeti ve sadakatini etkileyen en önemli faktörlerden biri olduğunu bulmuşlardır. Tüketiciler güvenilir ve zamanında teslimat beklemektedir ve gecikmeler

memnuniyetsizliğe ve yeniden satın alma niyetinin azalmasına neden olabilmektedir. Ramanathan (2010) tarafından yapılan bir araştırma, perakende sektöründe teslimat performansının müşteri memnuniyetini önemli ölçüde etkilediğini bulmuştur. Tüketiciler sıklıkla zamanında teslimatı bir işletmenin güvenilirliği ve profesyonelliği ile eşit görmektedir ve bu da tüketicilerin gelecekteki satın alma kararlarını etkileyebilmektedir. Rui vd. (2020), teslimat zamanlamasının e-ticarette tüketicilerin satın alma niyetini etkilediğini ortaya koymuş; gecikmeli teslimat sorununu e-perakendecilerin bakış açısından çözmeyi önermiştir. Ravula'nın (2023) elde ettiği ampirik bulgular, tüketicilerin çevrimiçi incelemelerde erken teslimat ödüllendirdiklerini ve iyi yorum yaptıklarını, geç teslimat ise cezalandırmak maksatlı kötü yorumlar yaptıklarını ortaya koymuştur. Geç teslimatlara ilişkin derecelendirmelerle geçici mesafe pozitif olarak ilişkilidir. Kato (2020) uzamış teslimat sürelerinin satın alma niyetlerini azaltabileceğini bulgusuna erişmiştir. Uzun bekleme süreleri tüketici memnuniyetsizliğine neden olmakta ve satın alma niyetlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu bulgu otomotiv endüstrisi spesifikindedir. Çalışmada, teslimat süresinin uzunluğunun satın alma niyetlerini olumsuz etkilediği koşulları anlayarak uygun bir tedarik sistemi oluşturmanın önemli olduğuna dikkat çekilmiştir. Okoye vd. (2021), online alışverişler bağlamında siparişlere ilişkin olarak ürün riskleri, gizlilik riski ve teslimat riskinin, satın alma niyetini olumsuz etkilediği ortaya konulmuştur; ürün riski en güçlü etkiye sahiptir.

Ancak tüm bunların aksine, bu çalışmada zamanlama ile satın alma niyeti arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığına yönelik elde edilen bu bulgunun paralelinde bulgulara erişmek de mümkündür. Örneğin Balasubramanian vd. (2005), teslimat süresinin ürün seçimi ve web sitesinin kullanılabilirliği gibi faktörler kadar etkili olmadığı sonucuna varmıştır. Sakkthivel ve Rajev (2012), tüketici satın alma niyetlerini etkileyen değişkenlerin ampirik olarak kanıtlanmış bir modelini oluşturmayı amaçladıkları çalışmada ürün ve fiyat özelliklerinin dağıtım özelliklerine göre daha fazla etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Gualandris ve Kalchschmidt (2014), teslimat programlarıyla ilgili etkili iletişim ve şeffaflığın, teslimat mevcut en hızlı seçenek olmasa bile güveni ve sadakati artırabileceğini vurgulamıştır. Çalışma potansiyel teslimat sorunlarına rağmen müşteri hizmetlerinin ve etkili iletişimin satın alma niyetlerini sürdürmede kritik rol oynadığını göstermiştir. Zhang ve Song (2016) tarafından çevrimiçi tüketicilerin satın alma niyetini etkileyen en önemli faktörün teslimat hızı olmadığı belirlenmiştir. Katılımcılar, 1 günde teslim ile 7 günde teslim arasındaki farka duyarlı değillerdir. Çalışmada teslimat riskinin çevrimiçi satın alma niyetlerini olumsuz yönde etkilediğini ancak zaman riskinin önemli olmadığını bulunmuştur. Narayanan vd. (2022), kargo döngüsü içerisinde tüketici niyetinin zamanlama dışındaki faktörlerden etkilendiğini ortaya koymuştur. Çalışmada, zamanlamayı satın alma niyetine bağlayan hipotezi desteklenmemiştir. Deshpande ve Pendem (2023) tarafından gerçekleştirilen çalışmada e-ticaret platformu araştırmalarına göre beklenen etkinin aksine, zamanında teslimatı satın alma niyetine bağlayan hipotez için destek bulunamamıştır. Fokina ve Mottaeva'nın (2023) elde ettiği araştırma bulgularına göre de kargo teslimatının zamanlaması satın alma niyetlerini etkilememektedir.

Bu çalışmalarda elde edilmiş olan bulgulardan yola çıkarak, diğer kargo faktörlerine ek olarak ulaşım hızı ve teslimat güvenilirliğinin satın alma niyetlerini etkileyebileceğini, ancak bunun her zaman geçerli olmadığı, ücretsiz kargo ve fiyat özellikleri gibi diğer faktörlerin daha güçlü bir etkiye sahip olabileceğini öne sürmek mümkün görülmektedir. Bu çalışmanın spesifik bağlamında teslimat hızının/ zamanlamasının, diğer kargo faktörlerine kıyasla tüketiciler için en önemli öncelik olmadığı söylemek mümkündür.

Fakat diğer taraftan, kargo ve nakliye hızının tüketici kararları üzerindeki etkisini vurgulayan araştırmaların artması, bu konunun derinleştirilmesine olanak tanıyabilecektir. Huang vd. (2019: 106), teslimat süresinin tüketicinin bütüncül kargo deneyimi bağlamında önemli bir etmen olduğunun bilinmesine rağmen bu özelliklerin tüketici algılarını ve satın nasıl etkileyebileceğine dair bilginin sınırlı olduğunun altını çizmiştir. Bu çalışmada da elde edilen aksi yöndeki bir bulgu, tüketicilerin kargo deneyimlerinde zamanlama ve süreyi irdeleyecek çalışmalara ilham verici yöndedir. Gelecekte yapılacak olan araştırmalar, bu konuya ilişkin içgörüler sağlamak yönünden önemli olabilecektir.

Araştırmada elde edilen bu bulgulardan hareketle, online alışveriş pratiği açısından online perakendecilerin, kargo ile ilgili olarak ele alınan faktörlere ilişkin olarak yapılan çıkarımları ve değerlendirmeler ışığında tüketicilere sundukları olanakları ve teklifleri iyileştirecek pratik önlemleri almalarının, rekabet avantajı sağlamak yönünden önemli olabileceği düşünülmektedir.

Açıkçası e-ticaret sektörünün gelişmesi için internet, lojistik ve ödeme sistemleri altyapılarının geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. E-ticarete geçişte geleneksel perakendecilerin talep planlama, envanter, satın alma, dağıtım, ürün takibi gibi süreçler için gerekli olan tedarik zinciri yetkinliklerini anlaması ve uygulaması esastır. Ücretsiz teslimat, aynı gün teslimat, sevkiyatın senkronize takibi, iade prosedürleri gibi önemli trendlerin takip edilmesi gerekirken aynı zamanda tüketicilere ürünlerin eksiksiz ve hasarsız teslim edilmesi de gerekmektedir (Kantarçı vd., 2017; İndap, 2019). Bu bağlamda, online perakendeci işletmelerin tüketici beklentileri ışığında kargo süreçlerini optimize etmeleri, beklenen teslimat sürelerini sağlama konusunda güven verici politikalar benimsemeleri önemlidir. Ayrıca, kargo sürecinde yaşanabilecek çeşitli sorunlara (örneğin kaybolan paketler, geciken teslimatlar, hasarlı olarak teslim edilen ürünler) hızlı ve etkili iletişim ve çözümler sunmak da tüketicilerin memnuniyetini sağlamak bakımından önemli olabilecektir. Diğer yandan, tüketiciler kargo ücretleri

konusunda hassas olabilmektedir ve bu nedenle şeffaf ve adil bir kargo ücreti politikası izlemek, optimal biçimde ücretsiz veya düşük ücretli kargo seçenekleri sunmak tüketicilerin deneyimlerini iyileştirebilecektir.

Bu araştırma bulgularının literatürde yer alan ampirik kanıtlara paralel şekilde ortaya koymuş olduğu üzere, özellikle ücretsiz kargo promosyonu tüketicilerin önem atfettiği faktörlerden biri olarak ön plana çıkmaktadır (Huang vd., 2019; Han vd., 2022). Bu bağlamda online perakendeci işletmelerin tüketiciler tarafından daha fazla tercih edilmesi, daha fazla ve yüksek tutarlarda siparişler alması, daha memnun ve sadık müşteri portföyünü elde etmesi ve elbette daha fazla kar elde etmesini sağlayabilecek ücretsiz kargo stratejisi oluşturmaları ve diğer kargo süreçleriyle birlikte bu uygulamanın sürdürülebilirliğini sağlayacak önlemleri almaları önemli görülmektedir.

Ancak tüm bunların yanında belirtmek gerekmektedir ki ücretsiz kargo politikası, online perakendeci işletmelere müşteri artışının ilişkili faydalarını getirir de aynı zamanda yüksek kargo maliyetlerine ve işletmelerin kar elde etme çabasının bir kısmını baltalayan sonuçlara da yol açabilecektir. Günümüz koşullarında artan teslimat maliyetleri nedeniyle, ücretsiz kargo gönderimi politikasının uzun vadeli olarak uygulanması, online perakendeciler için büyük bir sınavdır (Chang vd., 2021).

Siparişleri bir depodan bir dizi tüketiciye teslimat son tarihlerine göre göndermesi gereken bir online perakendecisini düşündüğünde, çoğu zaman olduğu gibi perakendecinin, dağıtımını sağlamak için bir üçüncü taraf hizmet sağlayıcısını kullanması büyük bir olasılıktır. Diğer yandan perakendeci, hizmet sağlayıcının tedarik zincirine çeşitli düzeylerde girebilmektedir. Daha yüksek bir seviyeye girmek, perakendeci için daha düşük sıralama maliyetlerine, ancak daha yüksek teslimat maliyetlerine ve daha uzun teslimat sürelerine yol açmaktadır. Tüketici siparişleri sürekli değişen bir planlama ufku boyunca çeşitli anlarda gelmektedir. Bu, perakendecinin aynı zamanda konsolidasyon kararları vermesi gerektiği anlamına gelmektedir (Ponce vd., 2020). Bu tür karar ve maliyetlere katlanmadan temel uzmanlık alanına odaklanmayı tercih eden işletmelerin yanı sıra, üçüncü taraf hizmet sağlayıcılara başvurmadan (veya bu tür bir hizmeti almaya ek olarak) dikey entegrasyon yoluyla özellikle bu görevleri yerine getirmeye adanmış ayrı bir iş birimi oluşturmak suretiyle kendi lojistik ve teslimat altyapısını kurmak, kargo operasyonlarını yönetmek üzere sadece kendi siparişlerinin hızlı ve düşük maliyetli olarak teslimine odaklanan bir işletme stratejisi de güdülebilmektedir. 2016 yılında Hepsiburada tarafından kurulmuş olan HepsiJet, 2018 yılında Trendyol tarafından kurulmuş olan Trendyol Express bu stratejinin bir örneğini oluşturmaktadır. Bu oluşumların özellikle Covid-19 pandemisi döneminde aşırı talep meydana gelmesiyle beraber önem kazandığı gözlemlenmiştir. Bu strateji, perakendecinin sipariş işleme ve paketlemeden son aşama teslimatına kadar tüm tedarik zinciri süreci üzerinde daha doğrudan kontrole sahip olmasını sağlamaktadır. Bu da bu süreçler üzerinde önemli bir maliyet kontrolü, yönetsel kontrol, esneklik ve çeviklik sağlaması anlamına gelmektedir. Elbette bununla beraber, bu strateji depolar ve dağıtım merkezleri kurmayı, dağıtım araçları satın almayı/kiralamayı, rota planlama ve depo optimizasyonu için lojistik yönetimi yazılımlarına yatırım yapmayı ve depo personeli, sürücüler ve dağıtıcı kuryelerden oluşan özel bir lojistik iş gücünü temin etmeyi gerektirmektedir. Bunlar elbette işletmenin kaynakları, hedefleri, finansal koşulları, uzun vadeli stratejileri gibi çeşitli hususlar bağlamında şekillenecek kararlardır.

Online perakendeci işletmeler için önemli bir maliyet kalemi olan kargo maliyetini düşürmek için çeşitli girişimler devam etse de bu konuda önemli bir yenilik, üçüncü taraf satıcıların ürünlerini bir komisyon karşılığında satmasına olanak tanıyan bir perakende platformunun, satın alma işlemlerinin nakliye masraflarını üstlendiği üyeliğe dayalı ücretsiz gönderim programıdır (Sun vd., 2023). İşletmelerin ücretsiz kargo fırsatından yararlanmak, ancak bu konuda katlandıkları maliyetleri düşürmek için başvurdukları yollardan biri de stratejik bir yaklaşım olarak sadakat programı benzeri premium üyelik sistemidir. Bu programlar, üyeliğe kaydolun kişilere özel avantajlar ve ayrıcalıklar sunarak müşteri sadakatini artırmak için tasarlanmıştır. Bu türden premium üyelikler genellikle ücretsiz gönderimin ötesinde kişiye özel avantajlar, erken erişim gibi özel hizmetler, indirimler gibi bir dizi özel avantajla birlikte gelmektedir.

Örneğin Hepsiburada'nın Premium planı, aylık veya yıllık belirli bir tutar karşılığında premium üyelik tanımlamakta ve tüm alışverişlerde ücretsiz kargo, Hepsipara kazancı, ücretsiz platform üyeliği, randevulu teslimat, kapıda iade, ücretsiz montaj hizmeti gibi avantajlar sunmaktadır (Hepsiburada, 2024). Trendyol'un Elite uygulaması, belirli bir tutar üzerinde ücretsiz kargo, müşteri destek hattına öncelikli bağlanma gibi avantajlar sağlamaktadır (Trendyol, 2024). Amazon, Prime uygulaması ile minimum sepet tutarı gözetmeksizin ücretsiz ve hızlı teslimat, seçili illerde aynı gün içerisinde ve ertesi gün teslimat seçenekleri ile sipariş teslimi, Prime Video platformuna ücretsiz üyelik, belirli tutarın üzerinde ekstra indirim, Prime üyelerine özelleştirilmiş indirimler gibi fırsatlar sağlamaktadır (Amazon, 2024).

Online perakendeci işletmelerin ele alması gereken bir diğer önemli husus da kargo tesliminin güvenli bir şekilde gerçekleştirilmesi, ancak herhangi bir biçimde yanlış ürün, hatalı veya ayıplı ürün teslimi ya da tüketicinin ürünü beğenmemesi halinde iade koşullarının kolaylaştırıcı olmasıdır. Özellikle özel günlerde, online alışveriş karnavalı gibi dönemlerde siparişlerde yığılma gerçekleştiğinden dolayı sipariş teslimatları gecikmeye uğrayabilmekle beraber, karışıklıklar olabilmekte, dolayısıyla iadeye dönük aksiyonlar da artabilmektedir. İade sürecinin basitleştirilmesi ve şeffaf bir şekilde iletilmesi, iade taleplerine hızlı yanıt verilmesi ve iade sürecinin sorunsuz işleminin yanı sıra, iade süreçlerinde tüketiciye ek bir maliyet doğmaması önemli görülmektedir.

Bu araştırmanın ortaya koyduğu bulgulardan hareketle, tüketicilerin kargonun çeşitli unsurlarına atfettikleri önemden hareketle, kargo faktörünün çeşitli yönlerini ele alan ve farklı değişkenlerle ilişkilendiren çeşitli çalışmaların elde edeceği bulgular da hem literatüre katkı sağlamak hem de online perakendecilik sektörünün uygulama alanına dönük içgörüler sağlamak yönünden önemli olabilecektir. Bu anlamda farklı araştırma değişkenleri, farklı örneklemeler, farklı kültürler ve bağlamlarda yapılacak nicel, nitel ve karma yöntemlere dayalı araştırmalar, bu konuda daha zengin bir anlayış geliştirmeyi olanaklı kılacaktır.

KAYNAKÇA

- AHMAD, S. N., & CALLOW, M. (2018). "Free Shipping or Dollar off? The Moderating Effects of List Price and E-Shopping Experience on Consumer Preference for Online Discount". *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 9(1): 55-70.
- ALVI, M. (2016). "A Manual for Selecting Sampling Techniques in Research. Munich Personal Repec Archive", https://mpra.ub.uni-muenchen.de/70218/1/MPRA_paper_70218.pdf, 02.03.2024
- AMAZON (2024). "Prime", <https://www.amazon.com.tr/prime>, 20.03.2024
- AZİZ N. A., ZANI, A. M., NGAH, N. E., ISMAIL, R., MOHAMAD, Z., & MOHAMAD, N. I. B. (2023). "Online Shopping During Pandemic Covid 19: The Factors of Information Quality and Safety Towards Customer Satisfaction". *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2023(1): 244-257.
- BALASUBRAMANIAN, S., KONANA, P., & MENON, N. M. (2003). Customer Satisfaction in Virtual Environments: A Study of Online Investing. *Management Science*, 49(7): 871-889.
- BALCI, G. (2021). "Digitalization in Container Shipping: Do Perception and Satisfaction Regarding Digital Products in a Non-Technology Industry Affect Overall Customer Loyalty?". *Technological Forecasting and Social Change*, 172: 121016.
- BALCI, G., ÇALIŞKAN, A., & YUEN, K. F. (2019). "Relational Bonding Strategies, Customer Satisfaction, and Loyalty in the Container Shipping Market". *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 49(8): 816-838.
- BARTLETT, J. E., KOTRLIK, J. W., & HIGGINS, C. C. (2001). "Organizational Research: Determining Appropriate Sample Size in Survey Research, Appropriate Sample Size in Survey Research". *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19(1): 43-50.
- BAŞTÜRK, S., ve TAŞTEPE, M. (2013). "Evren ve Örneklem". *Bilimsel Araştırma Yöntemleri içinde* (129-159). Vize Yayıncılık, Ankara.
- BAUBONIENĚ, Ž., & GULEVIČIŪTĚ, G. (2015). "E-Commerce Factors Influencing Consumers 'Online Shopping Decision". *Social Technologies*, 5(1): 62-73.
- BAUMGARTNER, H., & HOMBURG, C. (1996). "Applications of Structural Equation Modeling in Marketing and Consumer Research: A Review". *International Journal of Research in Marketing*, 13(2): 139-161
- BAYIR, T. (2022). "Online Alışverişlerde Satış Sonrası Hizmetler ile E-Sadakat İlişkisinde, E-Memnuniyetin Aracılık Rolü: Y Kuşağı Tüketicileri Üzerine Bir Araştırma". *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 13(33): 221-235.
- BENTLER, P. M. (1980). "Multivariate Analysis with Latent Variables: Causal modeling". *Annual Review of Psychology*, 31: 419-456.
- BENTLER, P. M., & BONETT, D. G. (1980). "Significance Tests and Goodness of Fit in the Analysis of Covariance Structures". *Psychological Bulletin*, 88: 588-606.
- BERNHOFEN, D. M., EL-SAHLI, Z., & KNELLER, R. (2016). "Estimating the Effects of the Container Revolution on World Trade". *Journal of International Economics*, 98: 36-50.
- BIGCOMMERCE (2024). "The Secret to Turning Ecommerce Shipping into a Key Differentiator", <https://www.bigcommerce.com/articles/business-management/ecommerce-shipping/>, 11.03.2024
- BİLGİHAN, A., OKUMUŞ, F., NUSAIR, K., & BUJISIC, M. (2013). "Online Experiences: Flow Theory, Measuring Online Customer Experience in E-Commerce and Managerial Implications for the Lodging Industry". *Information Technology & Tourism*, 14(1): 49-71.

- BİRFATURA (2024). "Hepsiburada Cezaları Nelerdir?", <https://birfatura.com/hepsiburada-cezalari-nelerdir/>, 09.03.2024
- BROWN, J. D. (2002). "The Cronbach Alpha Reliability Estimate". JALT Testing & Evaluation SIG Newsletter, 6(1): 17-19.
- BROWNE, M. W., & CUDECK, R. (1993). "Alternative Ways of Assessing Model Fit". In Bollen, K. A., & Long, J. S. (Eds.), Testing structural equation models (136-162). Sage, Beverly Hills, CA.
- BYRNE, B. M. (2001). "Structural Equation Modeling with AMOS, EQS, and LISREL: Comparative Approaches to Testing for the Factorial Validity of a Measuring Instrument". International Journal of Testing, 1(1): 55- 86.
- CAO, Y., AJJAN, H., & HONG, P. (2018). "Post-Purchase Shipping and Customer Service Experiences in Online Shopping and Their Impact on Customer Satisfaction: An Empirical Study with Comparison". Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 30(2): 400-416.
- CHANG, S., DONG, Y., & WANG, X. (2021). "Optimal Shipping Policy in Retail Competition and Its Effect on Customers". Electronic Commerce Research and Applications, 45: 101020.
- CHAUHAN, S., & SINGHAL, C. (2023). "Factors Determining Consumer Satisfaction in Online Shopping: A Quantitative Investigation". European Economic Letters (EEL), 13(2): 70-75.
- CHONG, M. H., CHOW, W. Y., CHOW, X. Q., & LIM, C. C. H. (2023). "Consumer Satisfaction in E-Shopping: Shopee Malaysia Case". Asia Pacific Journal of Management and Education (APJME), 6(1): 94-107.
- CLICKUS (2024). "We Are Social 2023 Global ve Türkiye Raporu", <https://www.clicksus.com/we-are-social-2023-global-ve-turkiye-raporu>, 14.03.2024
- COCHRAN, W. G. (1977). Sampling Techniques. John Wiley & Sons, New York.
- COMSCORE (2014). "Study: Consumers Demand More Flexibility When Shopping Online", <https://www.comscore.com/Insights/Press-Releases/2014/6/Study-Consumers-Demand-More-Flexibility-When-Shopping-Online>, 26.02.2024
- COMSCORE (2017). "UPS Pulse of the Online Shopper", https://pressroom.ups.com/mobile0c9a66/assets/pdf/pressroom/white%20paper/UPS_2017_POTOS_media%20executive%20summary_FINAL.pdf, 28.07.2018
- COMSCORE (2023). "Internet Records Historic \$1 Trillion Consumer Milestone", <https://www.comscore.com/Insights/Press-Releases/2023/1/Internet-Records-Historic-1-USD-Trillion-Consumer-Milestone>, 28.02.2024
- ÇAKIR, M. (2024). "E-Ticaret Deneyimine İlişkin Değer Algısı: Üniversite Öğrencileri Örneği". Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17(1): 113-129.
- ÇAKIRLAR, H. (2009). İşletmelerin Lojistik Faaliyetlerinde Dış Kaynak Kullanımı: Trakya Bölgesinde Faaliyet Gösteren İşletmeler Üzerinde Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- ÇOKLUK, Ö., ŞEKERCİOĞLU, G., ve BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2010). Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS ve LISREL Uygulamaları. Pegem Yayınları, Ankara.
- DARKE, P. R., & DAHL, D. W. (2003). "Fairness and Discounts: The Subjective Value of a Bargain". Journal of Consumer Psychology, 13(3): 328-338.
- DE MATTOS, P. G. B., & DOS SANTOS, D. R. (2022). "Reverse Logistics: An Analysis of Business Communication on Discarding Electrical Bicycle Batteries". International Journal of Management and Sustainability, 12: 158.
- DIGITAL AGE (2019). Nielsen: Türkiye'de FMCG trendleri ve e -ticaret. Şekerel Erdoğan, D., ve Unutkan, İ., https://digitalage.com.tr/wp-content/uploads/2019/06/Nielsen-Sunumu_ET%C4%B0K.pdf, 12.12.2020
- EMARKETER (2016). "Worldwide Retail Ecommerce Sales Will Reach \$1.915 Trillion This Year", www.emarketer.com/Article/Worldwide-Retail-Ecommerce-Sales-Will-Reach-1915-Trillion-This-Year/1014369, 26.02.2024
- DESHPANDE, V., & PENDEM, P. K. (2023). "Logistics Performance, Ratings, and its Impact on Customer Purchasing Behavior and Sales in e-Commerce Platforms". Manufacturing & Service Operations Management, 25(3): 827-845.

- DURAN, G. (2017). "Kargo Hizmetlerinin Tüketici Davranışlarına Etkisi Üzerine Bir Uygulama". *Strategic Public Management Journal*, 3(5): 109-123.
- DURUN, I., KABADAYI, E. T., ve YÜRÜYEN, H. (2022). "Bilimsel Araştırmalarda İnternet Temelli Anketlerin Kullanımı: Akademisyenlerin Görüş, Tercih ve Kaygıları". *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(1): 1-23.
- ESPER, T. L., JENSEN, T. D., TURNIPSEED, F. L., & BURTON, S. (2003). "The Last Mile: An Examination of Effects of Online Retail Delivery Strategies on Consumers". *Journal of Business Logistics*, 24(2): 177-203.
- FERRAZ, R. M., DA VEIGA, C. P., DA VEIGA, C. R. P., FURQUIM, T. S. G., & DA SILVA, W. V. (2023). "After-Sales Attributes in E-Commerce: A Systematic Literature Review and Future Research Agenda". *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 18(1): 475-500.
- FOKINA, O., & MOTTAEVA, A. (2023). "Consumer Behavior and the Free Shipping: Value for Environmental Economics". In *E3S Web of Conferences* (Vol. 371, p. 05055). EDP Sciences.
- FREEDMAN, L. (2022). "The Shopper Speaks: Is Free Shipping Still Everything To Online Shoppers?", *Digital Commerce 360*, <https://www.digitalcommerce360.com/2022/09/22/the-shopper-speaks-is-free-shipping-still-everything-to-online-shoppers/>, 25.02.2024
- FRIPPIAT, D., MARQUIS, N., & WILES-PORTIER, E. (2010). *Web surveys in the social sciences: An overview*. *Population*, 65(2): 285-311.
- GEORGE, D., & MALLERY, M. (2010). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference, 17.0 Update*. Pearson, Boston, USA.
- GEVAERS, R., VAN DE VOORDE, E., & VANELSLANDER, T. (2014). "Cost Modelling and Simulation of Last-Mile Characteristics in an Innovative B2C Supply Chain Environment with Implications on Urban Areas and Cities". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 125: 398-411.
- GEGEZ, A. E. (2010). *Pazarlama Araştırmaları*. Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- GÖNCÜ, K. K. (2010). *Lojistik Sektöründe Kargo Taşımacılığında Uzak Nokta Çözümleri*. Yüksek Lisans Tezi. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- GÖZKONAN, Ü. H. (2017). *Tedarik Zinciri Yönetiminde Kargo Hizmetleri Memnuniyetinin Online Satın Alma Davranışına Etkisi: İzmir İli Uygulaması*. Yüksek Lisans Tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- GUALANDRIS, J., & KALCHSCHMIDT, M. (2014). "Customer Pressure and Innovativeness: Their Role in Sustainable Supply Chain Management". *Journal of Purchasing and Supply Management*, 20(2): 92-103.
- GÜMÜŞ, M., LI, S., OH, W., & RAY, S. (2013). "Shipping Fees or Shipping Free? A Tale of Two Price Partitioning Strategies in Online Retailing". *Production and Operations Management*, 22(4): 758-776.
- HALEEM, A. (2023). "What Consumers Love, and Don't Love, About Online Shopping", *Digital Commerce 360*, <https://www.digitalcommerce360.com/2023/11/22/what-consumers-love-about-online-shopping-customer-experience/>, 25.02.2024
- HAN, S., CHEN, S., YANG, K., LI, H., YANG, F., & LUO, Z. (2022). "Free Shipping Policy for Imported Cross-Border E-Commerce Platforms". *Annals of Operations Research*, 1: 1-30.
- HAŞILOĞLU, S. B., BARAN, T., ve AYDIN, O. (2015). "Pazarlama araştırmalarındaki Potansiyel Problemlere Yönelik Bir Araştırma: Kolayda Örnekleme ve Sıklık İfadeli Ölçek Maddeleri". *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*, 1: 19-28.
- HEPSİBURADA (2024). "Premium Kampanyaları", <https://www.hepsiburada.com/premium>, 20.03.2024
- HU, L., & BENTLER, P. M. (1999). "Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives". *Structural Equation Modeling*, 6(1): 1-55.
- HSU, S. H. (2008). "Developing an Index for Online Customer Satisfaction: Adaptation of American Customer Satisfaction Index". *Expert systems with Applications*, 34(4): 3033-3042.
- HUANG, W. H., & CHENG, Y. C. (2015). "Threshold Free Shipping Policies for Internet Shoppers". *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 82: 193-203.

- HUANG, W. H., SHEN, G. C., & LIANG, C. L. (2019). "The Effect of Threshold Free Shipping Policies on Online Shoppers' Willingness to Pay for Shipping". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 48: 105-112.
- İLHAN, M., ve ÇETİN, B. (2014). "LISREL ve AMOS Programları Kullanılarak Gerçekleştirilen Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Analizlerine İlişkin Sonuçların Karşılaştırılması". *Journal of Measurement and Evaluation in Education and Psychology*, 5(2): 26-42.
- İNDAP, Ş. (2019). "The Status of Cargo Companies in E-Commerce Logistics and Innovative Solution Proposals to Improve Their Competitiveness". *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 8(2): 39-67.
- İŞLER, D. B., YARANGÜMELİOĞLU, D., ve GÜMÜLÜ, E. (2014). "Online Tüketici Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörlere Yönelik Bir Durum Değerlendirmesi: Isparta İlinde Bir Uygulama". *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 6(3): 77-94.
- JAVED, M. K., WU, M., QADEER, T., MANZOOR, A., NADEEM, A. H., & SHOUSE, R. C. (2020). "Role of Online Retailers' Post-Sale Services in Building Relationships and Developing Repurchases: A Comparison-Based Analysis Among Male and Female Customers". *Frontiers in Psychology*, 11: 594132.
- JONES, A. L., GRIFFIS, S. E., SCHWIETERMAN, M. A., & DAUGHERTY, P. J. (2019). "Examining the Impact of Shipping Charge Fairness on Consumer Satisfaction and Behavior". *Transportation Journal*, 58(2): 101-125.
- KAHRAMAN, Y. (2020). "Efficiency, Capabilities and Smoothness - Our HL Navigator. Hapag-Lloyd", <https://www.hapag-lloyd.com/en/company/about-us/newsletter/2020/07/efficiency--capabilities-and-smoothness---what-our-customer-orig.html>, 25.02.2024
- KANTARCI, Ö., ÖZALP, M., SEZGİNSOY, C., ÖZAŞKINLI, O., ve CAVLAK, C. (2017). *Dijitalleşen Dünyada Ekonominin İtici Gücü: E-Ticaret. Tüsiad Yayını, İstanbul.*
- KATO, T. (2020). "Differences in delivery times' effects on purchase intentions by the purchase candidates' sequencing in the Japanese automotive industry". *Journal of Marketing Analytics*, 8(4): 234-244.
- KAZANCI, U., ve BAYARÇELİK, E. B. (2021). "E-Ticaret Lojistiğinin Müşteri Memnuniyeti ve Yeniden Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkileri: Covid-19 Küresel Salgın Dönemi". *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 17(67): 800-820.
- KLINE, R. B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. The Guilford Press, New York.
- KOTLER, P. (1998). *Marketing Management*. Prentice Hall, Upper Saddle River.
- KOUKOVA, N. T., SRIVASTAVA, J., & STEUL-FISCHER, M. (2012). "The Effect of Shipping Fee Structure on Consumers' Online Evaluations and Choice". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40: 759-770.
- KPMG (2019). "What Do Online Shoppers Really Want? KPMG International Survey Details What Really Matters to Consumers", KPMG Global, <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2017/01/the-truth-about-online-consumers.pdf>, 28.02.2024
- KREJCIE, R. V., & MORGAN, D. W. (1970). "Determining Sample Size for Research Activities". *Educational and Psychological Measurement*, 30(3): 607-610.
- KUKAR-KINNEY, M., & CLOSE, A. G. (2010). "The Determinants of Consumers' Online Shopping Cart Abandonment". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38: 240-250.
- KUKAR-KINNEY, M., XIA, L., & MONROE, K. B. (2007). "Consumers' perceptions of the Fairness of Price-Matching Refund Policies". *Journal of Retailing*, 83(3): 325-337.
- LAVRAKAS, P. J. (2008). *Encyclopedia of Survey Research Methods*. Sage Publications, Thousand Oaks.
- LEVIN, A. M., LEVIN, I. R., & HEATH, C. E. (2003). "Product Category Dependent Consumer Preferences for Online and Offline Shopping Features and Their Influence on Multi-Channel Retail Alliances". *Journal of Electronic Commerce Research*, 4(3): 85-93.
- LEWIS, M. (2006). "The Effect of Shipping Fees on Customer Acquisition, Customer Retention, and Purchase Quantities". *Journal of Retailing*, 82(1): 13-23.
- LIN, C. C., WU, H. Y., & CHANG, Y. F. (2011). "The Critical Factors Impact on Online Customer Satisfaction". *Procedia Computer Science*, 3: 276-281.
- LIU, X., HE, M., GAO, F., & XIE, P. (2008). "An Empirical Study of Online Shopping Customer Satisfaction in China: A Holistic Perspective". *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36(11): 919-940.

- LUO, H., MA, S., RAO, J., ZHENG, Z., LI, M., & XU, H. (2020). "Research on the Influence of Logistics Service Quality on Post-Purchase Behavior in E-Business". In 2020 IEEE 3rd International Conference on Electronic Information and Communication Technology (ICEICT) (31-34). IEEE.
- MA, S. (2017). "Fast or Free Shipping Options in Online and Omni-Channel Retail? The Mediating Role of Uncertainty on Satisfaction and Purchase Intentions". *The International Journal of Logistics Management*, 28(4): 1099-1122.
- MA, X., BIAN, W., YANG, X., NIU, S., CAI, Y., GUAN, J., & WANG, W. (2022). "Online Retailer's Contingent Free-Shipping Decisions Under Large-Scale Promotions Considering Delayed Delivery". *Sustainability*, 14(17): 10773.
- MA, Z., GAO, Q., & CHEN, Y. (2023). "Post-Purchase Trust in E-Commerce: A Theoretical Framework and a Text Mining-Based Assessment Method". *International Journal of Human-Computer Interaction*, 39(8): 1643-1661.
- MARSH, H. W., HAU, K. T., ARTELT, C., BAUMERT, J., & PESCHAR, J. L. (2006). "OECD's Brief Self-Report Measure of Educational Psychology's Most Useful Affective Constructs: Cross-Cultural, Psychometric Comparisons Across 25 Countries". *International Journal of Testing*, 6(4): 311-360.
- MENTZER, J. T., FLINT, D. J., & HULT, G. T. M. (2001). "Logistics Service Quality as a Segment-Customized Process". *Journal of Marketing*, 65(4): 82-104.
- MERMERTAŞ, K. (2020). E-perakende sektöründe satış sonrası hizmetlerin müşteri tatmini ve tekrar satın alma niyetine etkisi. Yüksek Lisans Tezi. Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- MOHIDEEN, K. S., & SURESH, R. (2016). "Comparative Study on Consumer Satisfaction Towards Select Branded Quick Service Retail Outlets with Special Reference to Chennai City". *International Journal of Engineering and Management Research (IJEMR)*, 6(6), 81-86.
- NARAYANAN, S., GRUBER, J., LIEDTKE, G., & ANTONIOU, C. (2022). "Purchase Intention and Actual Purchase of Cargo Cycles: Influencing factors and Policy Insights". *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 155: 31-45.
- OKOYE, K. U., OJIAKU, O. C., & EZENYILMBA, E. U. (2021). "Perceived Risk and Online Purchase Intention for Shopping Goods: Evidence From an Emerging Country Context". *Journal of Research in Business and Management*, 9(9): 1-10.
- PHANEUF, A. (2022). "E-Commerce Statistics: Industry Benchmarks & Growth", *Insider Intelligence*, <https://www.insiderintelligence.com/insights/ecommerce-industry-statistics/>, 26.02.2024
- PONCE, D., CONTRERAS, I., & LAPORTE, G. (2020). "E-Commerce Shipping Through a Third-Party Supply Chain". *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 140: 101970.
- RABINOVICH, E., & BAILEY, J. P. (2004). Physical distribution service quality in Internet retailing: service pricing, transaction attributes, and firm attributes. *Journal of Operations Management*, 21(6), 651-672.
- RAJENDRAN, S. D., WAHAB, S. N., LING, Y. W., & YUN, L. S. (2018). "The Impact of Logistics Services on the E-Shoppers' Satisfaction". *International Journal of Supply Chain Management*, 7(5): 461-469.
- RAMANATHAN, R. (2010). "The Moderating Roles of Risk and Efficiency on the Relationship Between Logistics Performance and Customer Loyalty in e-Commerce". *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 46(6): 950-962.
- RAVULA, P. (2023). "Impact of Delivery Performance on Online Review Ratings: The Role of Temporal Distance of Ratings". *Journal of Marketing Analytics*, 11(2): 149-159.
- REIBSTEIN, D. J. (2002). "What Attracts Customers to Online Stores, and What Keeps Them Coming Back?". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30(4): 465-473.
- RESMÎ GAZETE (2013). "Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun", <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/11/20131128-1.htm>, 08.03.2024
- RILEY, J. M., & KLEIN, R. (2021). "How Logistics Capabilities Offered by Retailers Influence Millennials' Online Purchasing Attitudes and Intentions". *Young Consumers*, 22(1): 131-151.
- ROBERTS, L. (2007). "Opportunities and Constraints of Electronic Research". In Reynolds, R. A., Woods, R., & Baker, J. D. (Eds.), *Handbook of research on electronic surveys and measurement (19-27)*. IGI Global, USA.

- RUI, G., XIAXIA, M., & TIANXING, S. (2020). "Research on the Impact of Consumers' Time Sensitivity on E-commerce Free Shipping Strategy". In 2020 Chinese Control and Decision Conference (CCDC) (pp. 4204-4209). IEEE.
- SAKKTHIVEL, A. M., & RAJEV, M. K. G. (2012). "Empirical Investigation on Consumer Purchase Intentions in a Growing Competitive Marketing Environment". *International Journal of Electronic Finance*, 6(3-4): 285-297.
- SANTOS, K. E. S., & SANTOS, A. R. (2020). "Factors Affecting Consumer Satisfaction to Online Shopping". *International Journal of Humanities and Education Development (IJHED)*, 2(6): 571-575.
- SCHINDLER, R. M., MORRIN, M., & BECHWATI, N. N. (2005). "Shipping Charges and Shipping-Charge Skepticism: Implications for Direct Marketers' Pricing Formats". *Journal of Interactive Marketing*, 19(1): 41-53.
- SCHERMELLEH-ENGEL, K., & MOOSBRUGGER, H. (2003). "Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures". *Methods of Psychological Research Online*, 8(2): 23-74.
- SCHNURR, B., & WETZELS, M. (2020). "The Conditional Enjoyment-Enhancing Effect of Shipping Box Aesthetics". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57: 102213.
- SEKARAN, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Wiley, New York.
- SENTHILNATHAN, S. (2019). "Usefulness of Correlation Analysis". *SSRN Electronic Journal*, 1: 1-9.
- SHI, R., & CONRAD, S. A. (2009). "Correlation and Regression Analysis". *Annals of Allergy, Asthma & Immunology*, 103(4): 35-41.
- SHRESTHA, N. (2021). "Factor Analysis as a Tool for Survey Analysis". *American Journal of Applied Mathematics and Statistics*, 9(1): 4-11.
- SONG, L., & LAI, H. (2017). "Identifying Factors Affecting Customer Satisfaction in Online Shopping". In *Proceedings of the 4th Multidisciplinary International Social Networks Conference (1-12)*. July 17-19, 2017, Bangkok, Thailand.
- SONGUR, G. (2016). *Kargo Taşımacılığında Hizmet Kalitesi ve Kurumsal Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi: Konya İlinde Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- SUN, G., ÇAVUŞOĞLU, H., & RAGHUNATHAN, S. (2023). "Strategic Implications of Online Retail Platforms' Membership-Based Free Shipping Programs". *Information Systems Research*, 2023: 1.
- SÜMER, N. (2000). "Yapısal Eşitlik Modelleri: Temel Kavramlar ve Örnek Uygulamalar". *Türk Psikoloji Yazıları*, 3(6): 49-74.
- ŞAHİN, B. (2011). "Dış Kaynaklardan Yararlanma ve İşletme Fonksiyonlarına Uygulanabilirliği". *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 6(2): 86-106.
- TABACHNICK, B. G., & FIDELL, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Pearson Education, Boston.
- TAŞÇIOĞLU, M. (2020). "Online alışverişlerde Kargo Hizmetlerinin Tüketici Algılarına Etkisi". *OPUS International Journal of Society Researches*, 15(23): 2011-2030.
- TEMEL, E. (2021). *Akış Deneyimi: S-O-R Paradigması Temelinde Online İmpulsif Satın Alma Davranışı*. Doktora Tezi. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- TEMEL, E. (2023). "Kafam Çok Karıştı! Sonra Bakarız... Online Alışveriş Sepetini Terk Etme Davranışının Oluşumunda Seçim Paradoksu, Duyusal Kararsızlık ve Tereddüt". *Journal of Internet Applications and Management*, 14(2): 26-53.
- TEMEL, E., ve ARMAĞAN, E. (2022). "Online Alışverişte Tüketiciler Neden Anlık Satın Alma Dürtüsü Gösterir? Sanal Mağaza Uyarıları ve Akış Deneyiminin Rollerini". *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 11(2): 122-140.
- TEMANDO (2017). "The State of Shipping in Commerce 2017", <https://temando.com/en/content/state-shipping-commerce-2017>, 28.07.2018
- TRENDYOL (2024). "Trendyol Elite", <https://www.trendyol.com/s/elite>, 20.03.2024
- T.C. TİCARET BAKANLIĞI E-TİCARET BİLGİ PLATFORMU (2023). *Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi (Etbis) 2022 Yılı Verileri*. <https://www.eticaret.gov.tr/dnnqthgzvawtdxraybsaacxtymawm/content/FileManager/Dosyalar/2022%20yılı%20E-Ticaret%20Bülteni%20v2.pdf>, 25.02.2024

- T.C. TİCARET BAKANLIĞI E-TİCARET BİLGİ PLATFORMU (2024). “Kargo Entegrasyonları”, <https://www.eticaret.gov.tr/cevrimiciegitim/kargo-entegrasyonlari-48>, 27.02.2024
- UYSAL, İ., ve KILIÇ, A. (2022). “Normal Dağılım İkilemi”. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 12(1): 220-248.
- UZUN, H. (2013). Kargo Taşımacılık Sektöründe Hizmet Kalitesinin Değerlendirilmesi: AHS ve Topsis Yöntemi. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- VASIĆ, N., KILIBARDA, M., & KAURIN, T. (2019). “The Influence of Online Shopping Determinants on Customer Satisfaction in the Serbian Market”. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 14(2): 70-89.
- WE ARE SOCIAL (2024). “Digital 2023 Global Overview Report”, <https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2023/03/Digital-2023-Global-Overview-Report.pdf>, 15.03.2024
- WIDIANTİ, K. R., CAHYADI, E. R., & SLAMET, A. S. (2021). “The Use Behavior of Tracking and Tracing Services in E-Commerce Logistics”. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 12(1): 10-20.
- WOOD, S. L. (2001). “Remote Purchase Environments: The Influence of Return Policy Leniency on Two-Stage Decision Processes”. *Journal of Marketing Research*, 38(2): 157-169.
- WU, J., ZHAO, H., & CHEN, H. (2021). “Coupons or Free Shipping? Effects of Price Promotion Strategies on Online Review Ratings”. *Information Systems Research*, 32(2): 633-652.
- XING, Y., GRANT, D. B., MCKINNON, A. C., & FERNIE, J. (2010). “Physical Distribution Service Quality in Online Retailing”. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 40(5): 415-432.
- XU, X., MUNSON, C. L., & ZENG, S. (2017). “The Impact of E-Service Offerings on the Demand of Online Customers”. *International Journal of Production Economics*, 184: 231-244.
- YANG, L., LI, X., XIA, Y., & ANEJA, Y. P. (2023). “Returns Operations in Omnichannel Retailing with Buy-Online-and-Return-to-Store”. *Omega*, 119: 102874.
- YAO, Y., & ZHANG, J. (2012). “Online Retailers, Shipping Fees, and the Bottom Line”, *Strategy+Business*, <https://www.strategy-business.com/article/re00204>, 26.02.2024
- YENGEÇ (2024). “Trendyol Satıcıları İçin Mağaza Ceza Türleri Ve Tutarlar”, <https://yengec.co/blog/trendyol-satici-ceza-rehberi/>, 03.03.2024
- YI, Z. (2023). “Research on the Influencing Factors of Last-Mile Delivery Service Quality Based on Service Quality Scale (SERVQUAL)”. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 14(1): 19-23.
- YU, Y., & KIM, H. S. (2019). “Online Retailers’ Return Policy and Prefactual Thinking: An Exploratory Study of USA and China E-Commerce Markets”. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 23(4): 504-518.
- ZHANG, F., & SONG, G. (2016). “Can Delivery Speed Affect Sale in Ecommerce: Evidence From Household Appliance. In 2016 International Conference on Logistics, Informatics and Service Sciences (LISS) (pp. 1-5). IEEE.

Kadın Çalışanların Yaşadığı Cam Tavan Sendromunun Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri: Bankacılık Sektörü Örneği^a

Effects of Glass Ceiling Syndrome Experienced by Female Employees on Organizational Commitment: Banking Sector Example

Evrım ACAR^b

Canan Öykü DÖNMEZ KARA^c

Özet

Cam tavan sendromu, kadınların kariyerlerinde belirli bir noktadan sonra üst düzey yönetim pozisyonlarına yükselmelerini engelleyen görünmez engelleri ifade eder ve genellikle kurumsal kültür, önyargılar ve cinsiyetçi liderlik beklentileri gibi faktörlerden kaynaklanır (Eagly ve Carli, 2007: 63-71). Bu sendrom, kadınların kariyer ilerlemesini zorlaştırarak, onların örgütsel bağlılık düzeylerini de düşürmektedir. Örgütsel bağlılık ise, çalışanların işlerine ve çalıştıkları kuruma olan duygusal, normatif ve devamlılık bağlılıklarını ifade eder (Meyer ve Allen, 1991: 61-89).

Kadınların iş gücüne katılımı, ekonomik kalkınma ve toplumsal refah açısından büyük önem taşır. Ancak Türkiye’de kadınların iş gücüne katılım oranı, gelişmiş ülkelerin gerisinde kalmaktadır. 2022 verilerine göre, Türkiye’de kadınların iş gücüne katılım oranı %32 iken, erkeklerin iş gücüne katılım oranı %68 olarak kaydedilmiştir. Bu düşük katılım oranı, Türkiye’nin OECD ülkeleri arasında en düşük sıralamalarda yer almasına neden olmakta ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin derinleşmesine yol açmaktadır (UNFPA, 2022: 2).

Bu çalışmanın temel amacı, kadınların iş yerinde karşılaştıkları engellerin iş tatminleri ve bağlılıkları üzerindeki etkilerini incelemektir. Kadınların iş gücüne katılımını artırmak ve çalışma hayatında karşılaştıkları engelleri aşmak için bu sorunların kapsamlı bir şekilde ele alınması gerekmektedir. Özellikle bankacılık sektöründe kadınların karşılaştıkları cam tavan sendromu kaynaklı sorunları ve bu sorunların örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerini inceleyerek, bu alandaki bilgi boşluğunu doldurmayı amaçlamaktadır.

Çalışmanın araştırma kısmı nitel araştırma yöntemleri ile tasarlanmıştır. Bu kapsamda durumun tespitini sağlayabilmek için örnek olay deseni kullanılmıştır. Araştırma verileri bankacılık sektöründe çalışan beş kadın katılımcı ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilmiş, çalışma daha önceden belirlenmiş temalar çerçevesinde betimsel analiz ile çözümlenmiştir. Bulgular ışığında bankacılık sektöründe kadın çalışanların cam tavan sendromu ile ilgili algılarının ve deneyimlerinin örgütsel bağlılıklarını zedelediği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Cam tavan sendromu, kadın, bankacılık sektörü.

Jel Kodları: O15, J71

Başvuru: 23.07.2024

Kabul: 25.07.2024

Abstract

The glass ceiling syndrome refers to the invisible barriers that prevent women from advancing to senior management positions at certain points in their careers, often stemming from factors such as organizational culture, biases, and gender-based leadership expectations (Eagly ve Carli, 2007: 63-71). This syndrome hinders women's career progression, thereby reducing their levels of organizational

^a Bu çalışma Evrım ACAR’ın Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı’nda, danışman Doç. Dr. Canan Öykü DÖNMEZ KARA ile yürütmekte olduğu “Bankacılık Sektöründe Kadın Çalışanların Cam Tavan Sendromu Bağlamında Örgütsel Bağlılığı: Karabük İli Örneği” adlı yüksek lisans tez çalışmasından türetilmiştir.

^b Yüksek Lisans Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı, acar.evrım@gmail.com, ORCID: 0009-0003-2905-0132.

^c Doç. Dr. Canan Öykü Dönmez Kara, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, oykudonmez@comu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7825-3652

commitment. Organizational commitment refers to the emotional, normative, and continuance commitment that employees have towards their jobs and the organizations they work for (Meyer ve Allen, 1991: 61-89).

Women's participation in the workforce is of great importance for economic development and social welfare. However, the labor force participation rate of women in Turkey lags behind that of developed countries. According to 2022 data, the labor force participation rate for women in Turkey is 32%, while it is 68% for men. This low participation rate places Turkey among the lowest ranked OECD countries and contributes to the deepening of gender inequality (UNFPA, 2022: 2).

The primary aim of this study is to examine the impact of the barriers women face in the workplace on their job satisfaction and commitment. To increase women's participation in the workforce and overcome the obstacles they encounter in their professional lives, it is essential to address these issues comprehensively. By examining the problems caused by the glass ceiling syndrome that women face in the banking sector and their effects on organizational commitment, this study aims to fill the knowledge gap in this area.

The research part of the study was designed with qualitative research methods. In this context, a case study design was used to determine the situation. The research data was obtained as a result of interviews with five female participants working in the banking sector, and the study was analyzed with descriptive analysis within the framework of predetermined themes. In the light of the findings, it was concluded that the perceptions and experiences of female employees in the banking sector regarding the glass ceiling syndrome damage their organizational commitment.

Key Words: Glass ceiling, women, banking sector

Jel Codes: O15, J71

1. GİRİŞ

Toplumlarda yaşanan değişimler üretim düzeninden aile yapısına kadar bir çok değişimi gerektirmiştir. Erkeklerin yanında kadınların da iş gücü piyasasındaki varlıkları artmıştır. Kadınların iş gücü piyasasına katılımları ülkelerin ekonomik ve sosyal kalkınmışlığının da önemli göstergelerinden olmuştur. Ancak erkeklerin hakim olduğu iş gücü piyasalarına kadınların sonradan katılmaları cinsiyetleri sebebi ile farklı zorluklarla karşılaşmalarına da sebep olmaktadır.

Kadınların iş gücü piyasalarında cinsiyetlerinden kaynaklanan sorunlara bakıldığında ücret eşitsizlikleri, aile ve iş dengesizlikleri, cinsiyet ayrımcılığı, iş yerinde taciz, kariyerde yükselme önündeki engeller gibi başlıklar altında toplanabilir. Kadınların cinsiyetlerine bağlı olarak yaşadıkları zorluklar kariyer gelişimlerini ve örgüte olan bağlılıklarını ise olumsuz etkilemektedir. Kadınların kariyerlerini ve örgütsel bağlılıklarını olumsuz yönde etkileyen en önemli sorunlardan biri de cam tavan sendromudur.

Kadınların yoğun olarak çalıştığı bankacılık sektöründe cinsiyetleri sebebi ile yaşanan sorunların başında cam tavan sendromu gelmektedir. Başarılı olmalarına rağmen kadın olmaları sebebi ile kadınların kariyerlerinde ilerlemeleri engellenmekte ve örgüte olan bağlılıkları zedelenmektedir. Bu çalışma bankacılık sektöründe kadın çalışanların karşılaştıkları cam tavan sendromu kaynaklı sorunların örgütsel bağlılıkları üzerine nasıl etki ettiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Çalışmanın kavramsal çerçeve başlığında cam tavan sendromu ve örgütsel bağlılık kavramları üzerinde durulacaktır. İkinci bölümde çalışmanın araştırma kısmı yer almıştır. Araştırma kısmının tasarımı, yöntemi, verilerin toplanması bu bölümde ele alınacaktır. Üçüncü bölümde araştırmanın bulguları yer almaktadır. Çalışma sonuç ve öneriler kısmı ile son bulmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Cam tavan sendromu, kadınların ve azınlık gruplarının üst düzey yönetim pozisyonlarına yükselmelerinin önünde görünmez engeller oluşturan yapısal bir sorundur. Bu kavram, kadınların kariyer ilerlemeleri üzerinde ciddi bir sınırlayıcı olarak kabul edilir ve genellikle önyargılar, kurumsal kültürler ve cinsiyete dayalı liderlik beklentileri ile ilişkilendirilir (Cotter vd., 2001: 655-681).

Cam tavan, kurum içinde cinsiyete dayalı hiyerarşik yapıları ve erkek egemen liderlik modellerini yansıtan bir fenomendir. Bu kavram, sosyoloji ve işletme literatüründe geniş şekilde incelenmiş olup, kadınların liderlik rollerine ulaşmalarını engelleyen kurumsal engeller olarak tanımlanır (Eagly ve Carli, 2007: 63-71).

Cam tavan, kadınların iş gücü piyasasındaki eşitlik ve adalet algısını da olumsuz etkilemektedir. Bu algı, genç kadın profesyonellerin kariyer hedeflerini ve motivasyonlarını sınırlamakta, ayrıca toplumsal cinsiyet rollerinin ve beklentilerinin iş yerinde nasıl pekiştirildiğini ve sürdürüldüğünü de göstermektedir (Ridgeway, 2011: 20).

Cam tavan sendromunun iş dünyasında kadınların üst yönetim pozisyonlarına ilerlemelerine engel olan faktörlerinin incelendiği bir çalışmada, kadınların kariyer gelişimlerinin önünde duran engeller; çoklu rol alma, kadınların algıları ve tercihleri, kişisel faktörler, sosyal faktörler, kurumsal faktörler ve politikalar olarak belirlenmiştir. Araştırma, cam tavan sendromunu ve bu kavram çerçevesinde kadınların iş yaşamındaki engelleri ortaya koymak ve İngiltere ile Türkiye'deki güncel durumu belirlemiştir. Bu bağlamda, kadınların iş yaşamında ilerlemeleri için atılacak adımlar belirlenmiştir (Jafarov ve Kamiloğlu, 2022: 321-339).

Cam tavan sendromunun bankacılık sektöründe çalışan kadınlarda işten ayrılma niyetine etkileri üzerine yapılan bir çalışma, bu sendromun bankacılık sektöründe çalışan kadınların üst yönetim pozisyonlarına ilerlemelerine engel olan faktörler üzerine odaklanmaktadır. Araştırma, bu engellerin kadınların işten ayrılma niyetini nasıl etkilediğini incelemektedir. Sonuçlar, cam tavan sendromunun varlığını ve bu sendromun kadınların kariyer algıları üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu göstermektedir. Araştırmada, cam tavanın kadınların motivasyonunu düşürdüğü, örgütsel bağlılığı azalttığı ve işten ayrılma niyetini artırdığı belirlenmiştir. Bu bulgular, cam tavan sendromunun organizasyonel başarı üzerindeki olumsuz etkilerine dikkat çekmekte ve bu tür engellerin kırılması için stratejik önlemler alınmasının önemini vurgulamaktadır (Sağır, 2020: 567-583).

Kadınların üst yönetim pozisyonlarına ulaşmalarını engelleyen cam tavan sendromunu ve bu sendromun etkilerini ele alan diğer bir çalışma, kadınların kariyer gelişimlerinde karşılaştıkları görünmez engelleri ve bu engellerin aşılmasının zorluğunu vurgulamaktadır. Cam tavan sendromu, kadınların kariyerlerinde ilerlemelerini engelleyen, genellikle görünmeyen ve açıkça ifade edilemeyen engelleri ifade etmektedir. Çalışma, Türkiye'deki ve diğer ülkelerdeki ilgili çalışmalara dayanarak, bu engellerin üst yönetim pozisyonlarına terfi etmeye çalışan kadınların önünde durduğunu göstermiştir. Bu

durum, kadınların yönetimdeki kariyer ilerlemesi üzerinde olumsuz etkileri olmakta ve ciddi problemler yaratmaktadır (Utma, 2019: 178-195).

Kurumların cam tavanı kırmak için yapabileceği stratejiler arasında mentorluk ve koçluk programları, cinsiyete özel kariyer gelişim fırsatları ve liderlik eğitimleri bulunabilir. Ayrıca, performans değerlendirme süreçlerinin gözden geçirilmesi ve cinsiyet eşitliği odaklı kurumsal politikaların güçlendirilmesi önerilmektedir (Barreto vd., 2009: 501-514).

Cam tavan, cinsiyete dayalı hiyerarşik yapıları ve erkek egemen liderlik modellerini yansıtan bir fenomendir ve kadınların liderlik rollerine ulaşmalarını engelleyen kurumsal engeller olarak tanımlanır. Bu sendromun iş gücü piyasasındaki eşitlik ve adalet algısını olumsuz etkilediği, genç kadın profesyonellerin kariyer hedeflerini sınırladığı ve toplumsal cinsiyet rollerinin iş yerinde nasıl pekiştirildiğini gösterdiği belirlenmiştir. Bu bağlamda, kadınların yönetimdeki kariyer ilerlemesi üzerinde ciddi olumsuz etkiler yaratan bu sendromun kırılması için stratejik önlemler alınması gerekmektedir. Mentorluk ve koçluk programları, cinsiyete özel kariyer gelişim fırsatları, liderlik eğitimleri, performans değerlendirme süreçlerinin gözden geçirilmesi ve cinsiyet eşitliği odaklı kurumsal politikaların güçlendirilmesi, bu sendromun etkilerini azaltmak için önerilen stratejiler arasında yer almaktadır. Dolayısıyla, cam tavan sendromu, kadınların ve azınlık gruplarının üst düzey yönetim pozisyonlarına yükselmelerinin önünde yapısal engeller oluşturan önemli bir sorundur. Bu engeller, genellikle önyargılar, kurumsal kültürler ve cinsiyete dayalı liderlik beklentileri ile ilişkilendirilmektedir. Bu çalışma, cam tavan sendromunun kadınların kariyer ilerlemeleri üzerindeki sınırlayıcı etkilerini, özellikle kadınların kariyer hedeflerini ve motivasyonlarını nasıl olumsuz etkilediğini ortaya koymaktadır.

Türkiye’de cam tavan sendromunun tarihsel gelişimi, çeşitli sosyal, ekonomik ve politik faktörlerin etkisi altında şekillenmiştir. Cumhuriyetin ilk yıllarından günümüze kadar geçen sürede, kadınların çalışma hayatındaki konumları ve üst düzey pozisyonlara erişimleri önemli değişiklikler göstermiştir. Ancak, cam tavan sendromu hala varlığını sürdürmekte ve kadınların kariyer gelişimlerinde önemli bir engel teşkil etmektedir. Bu engelin aşılması için eğitim, yasal düzenlemeler, toplumsal farkındalık ve kurumsal kültür değişikliklerine yönelik çabaların devam etmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, cam tavan sendromu, kadınların üst düzey yönetim pozisyonlarına yükselmelerini engelleyen görünmez bir bariyerdir. Bu engellerin aşılması, iş dünyasında cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve kadınların potansiyellerini tam anlamıyla gerçekleştirebilmeleri için kritik öneme sahiptir. Bu nedenle, kurumların cam tavanı kırmak için aktif olarak stratejiler geliştirmesi ve uygulaması gerekmektedir.

Örgütsel bağlılık ise çalışanların kendi kurumlarına duydukları bağlılık derecesini ve bu bağlılığın iş performansları üzerindeki etkilerini ifade etmektedir. Bu kavram, çalışanların işlerine ne kadar adanmış olduklarını ve kurumlarını ne derece desteklediklerini göstermektedir. En bilinen modellerden biri, Allen ve Meyer (1990: 1-18) tarafından geliştirilen Üç Bileşenli Model’dir. Bu model, örgütsel bağlılığı duygusal, devam ve normatif bağlılık olmak üzere üç ayrı bileşene ayırmaktadır. Her biri, çalışanın kuruma bağlılık sürecinde farklı motivasyonlar ve tutumlar sergilemesini açıklamaktadır.

Örgütsel bağlılık, iş dünyasında çeşitli uygulamalarla ele alınmaktadır. Bu uygulamalar, işverenlerin çalışan bağlılığını artırma yöntemlerini ve bu stratejilerin etkinliğini göstermektedir. Özellikle büyük ölçekli şirketler, çalışan bağlılığını artırma stratejilerine büyük yatırımlar yapmaktadır. Nitekim yüksek bağlılık düzeyleri iş performansını, çalışan memnuniyetini ve kurumsal sadakati artırmaktadır (Rhoades ve Eisenberger, 2002: 698-714).

Örgütsel bağlılık, toplumsal ve kültürel faktörlerden büyük ölçüde etkilenir. Toplumsal cinsiyet normları, aile yapısı ve kültürel değerler gibi faktörler, bireylerin iş yerlerine olan bağlılıklarını şekillendirebilir. Kadınlar ve erkekler arasında örgütsel bağlılık düzeylerinde farklılıklar gözlemlenmektedir, bu da toplumsal cinsiyet rollerinin iş yaşamına etkisini göstermektedir (Meyer ve Allen, 1997: 25).

Dolayısıyla, toplumsal ve kültürel faktörlerin örgütsel bağlılık politikalarının şekillendirilmesinde önemli bir rol oynadığı anlaşılmaktadır. Bu faktörler, şirketlerin insan kaynakları stratejilerini ve çalışan bağlılığını artırma yöntemlerini etkileyebilmektedir.

Örgütsel bağlılık artırma stratejileri, şirketlerin ve kurumların çalışan memnuniyetini ve performansını optimize etmeye yönelik politikalarını da içermektedir. Bu stratejiler, çalışanların işe olan bağlılıklarını artırarak, kurumsal performans ve rekabet avantajı sağlamaktadır (Klein vd., 2001: 983-1001).

Literatür çalışmaları cam tavan sendromunun kadınların kariyer gelişimi, iş tatmini ve örgütsel bağlılık düzeyleri üzerinde olumsuz etkiler yarattığını göstermektedir. Kadın çalışanlar, iş yerinde karşılaştıkları görünmez engeller nedeniyle kariyerlerinde ilerlemekte zorluk çekmekte ve bu durum örgütsel bağlılıklarını azaltmaktadır. Cam tavan sendromunun etkilerini azaltmak ve kadınların çalışma hayatında daha etkin rol almasını sağlamak için örgütsel destek, mentorluk programları ve cinsiyet eşitliği politikalarının önemi vurgulanmaktadır. Sonuç olarak, kadınların iş yerinde karşılaştıkları engellerin aşılması ve destekleyici bir iş ortamının yaratılması, hem bireysel kariyer gelişimi hem de kurumsal başarı açısından büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, gelecekte yapılacak araştırmaların ve uygulanacak politikaların, cam tavan

Kadın Çalışanların Yaşadığı Cam Tavan Sendromunun Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri: Bankacılık Sektörü Örneği

sendromunu azaltmaya ve kadınların iş gücüne daha fazla katılımını sağlamaya yönelik olması gerektiği sonucuna varılmaktadır.

3. YÖNTEM

Çalışmanın yöntem bölümünde araştırma kısmına ait bilgiler yer almaktadır. Araştırma nitel araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma desenlerinden örnek olay deseni ile tasarlanmıştır. Veriler görüşme yöntemi ile toplanmıştır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın amacı Karabük ili içerisinde bankacılık sektöründe faaliyet gösteren kadın çalışanların örgütsel bağlılıkları ve yaşadıkları cam tavan sendromu arasındaki ilişkinin tespit edilmesidir. Bankacılık sektörü, kadınların kariyerlerinde karşılaştıkları engelleri ve cam tavan sendromunu incelemek için önemli bir örnek teşkil etmektedir. Bu sektör, cinsiyet dağılımında belirgin farklılıklar gösterir; özellikle üst düzey yönetim pozisyonlarında erkeklerin yoğunluğu, kadınların bu pozisyonlara yükselmesindeki zorlukları net bir şekilde ortaya koymaktadır. Bankacılık, genellikle hiyerarşik ve yapılandırılmış bir kariyer yolu sunar, bu da kadınların kariyer ilerlemelerindeki engelleri ve bu engellerin örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerini gözlemlemeyi kolaylaştırmaktadır.

Ekonomik kalkınma ve finansal istikrar açısından kritik olan bu sektörde kadınların daha fazla temsil edilmesi, genel ekonomik performans ve toplumsal cinsiyet eşitliği üzerinde olumlu etkiler yaratabilir. Ayrıca, bankacılık sektörü düzenli olarak denetlenen ve raporlanan bir alan olduğundan, araştırma yapmak için gerekli veri ve bilgilere erişim kolaydır. Bu sektörde yapılmış önceki çalışmalar ve raporlar, mevcut araştırmanın temellendirilmesi ve karşılaştırma yapılması için değerli kaynaklar sunmaktadır.

Bununla birlikte; bankacılık sektörü, kurumsal kültürün ve politikaların cinsiyet eşitliği üzerindeki etkilerini incelemek için uygun bir alan sağlamaktadır. Sektördeki politika ve uygulamaların, kadınların kariyer ilerlemesini nasıl etkilediği ve cam tavan sendromunun nasıl ortaya çıktığı konusunda kapsamlı bir anlayış geliştirmek mümkündür. Bu nedenle, bankacılık sektörü, kadınların kariyerlerinde karşılaştıkları engellerin ve cam tavan sendromunun etkilerini incelemek için ideal bir seçenek olacaktır.

Günümüzde artan bilimsel çalışmalar neticesinde özellikle sosyal bilimlere dikkate alındığında makro düzeyde yapılan çalışmaların yerini mikro düzeyde yapılan çalışmaların aldığı söylenebilmektedir. Bu nedenden dolayı ilgili çalışmanın Karabük ili özelinde gerçekleştirilmesi bu hususa dikkat edildiğinin bir göstergesidir. Mikro düzeydeki çalışmalar hem sorunların hem de çözüm önerilerinin daha açık bir şekilde tespit edilmesine destek olmaktadır. Ayrıca daha önce ilgili husus hakkında Karabük ili özelinde çalışmanın yapılmamış olması da çalışmanın bir diğer önem teşkil hususu olarak dile getirilebilmektedir.

3.2. Araştırmanın Problemi ve Soruları

Araştırma kadın çalışanların çalışma hayatında yaşadığı sorunları merkeze almaktadır. Bu sorunlardan yola çıkarak kadınların yaşadığı cam tavan sendromu onların iş ve kariyer yaşamlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Bu bağlamda "Kadın çalışanların yaşadığı cam tavan sendromunun örgütsel bağlılıklarını nasıl etkilediği" araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

Araştırma problemine çözüm bulunabilmesi için araştırma soruları belirlenmiştir. Buna göre araştırma soruları şu şekildedir?

- Kadınlar çalışma hayatında hangi sorunlarla karşılaşmaktadır?
- Cam tavan sendromu kadınların iş ve kariyer yaşamını nasıl etkilemektedir?
- Cam tavan sendromu örgütsel bağlılığı nasıl etkiler?

3.3. Desen, Veri Toplama Yöntemi ve Analiz

Araştırma nitel araştırma desenlerinden örnek olay deseni üzerine kurgulanmıştır. Örnek olay deseni ile bir zaman diliminde sosyal olayların nasıl oluştuğu hakkında detaylı, sistematik bir araştırma yapılmasını sağlar. Yaşanan olaylar sonrasında bireylerin ve toplulukların nasıl değiştiği, neler yaşandığı, etkilerinin nasıl gerçekleştiği örnek olay çalışmalarında ele alınır. Bu çalışmada tekli örnek olay çalışması gerçekleştirilmiştir. Bir kurumda çalışanlar ile görüşülmüştür (Subaşı ve Okumuş, 2017: 420; Saruhan ve Özdemir, 2016: 365; Güler vd., 2015: 301-305).

Araştırmada nitel yöntem kullanılarak, derinlemesine görüşmeler yoluyla tüme varım yöntemiyle gerçeklere ulaşılması amaçlanmıştır. Araştırmaya Karabük ilinde bankacılık sektöründe çalışan kadınların cam tavan sendromu hakkındaki

görüşlerinin alınması için yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. 5 kadın katılımcıya 7 demografik, 5 araştırma amacına yönelik toplam 12 soru yöneltilmiştir.

Görüşmelerden elde edilen ses kayıtları yazıya döküldükten sonra betimsel analiz yöntemleri kullanılmıştır. Betimsel analiz, verileri belirli soru veya temalara göre düzenleyip yorumlamayı hedefler. Bu düzenlenen ve yorumlanan veriler, görüşmecilerin ifadeleri ile detaylandırılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 256-259). Sorular, her katılımcının verdiği cevaplar temelinde gruplandırılıp analiz edilmiştir. Katılımcılar, görüşmeye katılma sıralarına göre K1'den K5'e kadar kodlanmıştır.

4. BULGULAR

Bulgular bölümünde yapılan araştırmaya ait ulaşılan veriler yer almaktadır. Katılımcılardan elde edilen bilgiler öncelikle demografik bulgular olarak sunulmuştur. Devamında çalışmanın amacına yönelik bulgular paylaşılmıştır. Betimsel analize uygun olarak araştırma bulguları kadınların çalışma hayatında karşılaştıkları sorunlar, cam tavan sendromu algıları, cam tavan sendromu ile ilgili deneyimleri, cam tavan sendromunun iş ve kariyer yaşamına etkileri ve cam tavan sendromunun çalışan kadınların örgüte olan bağlılığı üzerindeki etkileri temaları üzerinden analiz edilmiştir.

Demografik Bulgular

Araştırmaya 5 kadın katılmıştır. Katılımcıların ortalama yaşları 37'dir. Görüşülen kadınlar bankacılık sektöründe çalışmaktadır. Kadın katılımcıların tümü üniversite mezunudur. Bir katılımcı hariç hepsi evlidir. Evli olan katılımcıların eşleri de çalışmaktadır. Çalışma sürelerine bakıldığında, iki katılımcı 6-10 yıl, diğerleri ise 16-20 yıldır aynı sektörde çalışmaktadır.

Kadın Çalışanların Çalışma Hayatında Yaşadıkları Sorunlar

K1	<i>Günümüzde ne kadar kadın erkek eşitliği var denilse de iş hayatına kadın olarak 1-0 geride başlıyoruz maalesef. İşe alım sürecinin en başından itibaren bakıldığında bekar mı, doğum yapar mı, evlenince işi bırakır mı, süt izni kullanır mı bir ton soruyla başlıyoruz bu maratona. Diğer yandan toplumsal ve kültürel bir sorumluluk olarak kadınlara yüklenen temizlik, yemek, hasta ve çocuk bakımı gibi yorgunlukları sırtımızda taşıyarak daha yorgun başlıyoruz iş gününe. Bunun yanında sırf kadın olduğumuz için gördüğümüz mobbing, yetersiz görülme, duygusal yaklaşır diyerek iş vermemekte yaşadığımız zorluklar arasında.</i>
K2	<i>Kadın olarak; hem iş hayatı hem ev yaşantısının getirdiği sorumluluklardan dolayı yorucu ve yıpratıcı bir hayat içerisindeyiz.</i>
K3	<i>Kadın bir çalışan olarak, çalışma hayatının zorlukları ilk olarak kadının evde de görevleri olması sebebiyle 24 saat devam etmektedir. Bir erkeğe göre daha uzun sürelidir. İkinci olarak, toplum yapısı sebebiyle bazı alanlarda kadın çalışanların kaynaşması daha zor olabilmektedir. Örneğin bir bankacı olarak Kobi-Ticari-Kurumsal olarak bir müşterinizi ziyaret etme, yemeğe çıkarma gibi faaliyetleriniz olabilir. Bir kadın olarak bunu çok normal görüyor olmama rağmen, az önce de belirttiğim üzere toplum yapısı sebebiyle bu durum hoş karşılanamayabiliyor veya taciz gibi durumlar, davet ettiğiniz müşterinin bu durumu yanlış anlama ihtimali olabiliyor. Burada da yine bir tacize maruz kalabiliyorsunuz. Zorlukları kişiye ve mesleğe göre değişmekle birlikte; tecrübe etmeye değer.</i>
K4	<i>Bir kadın olarak sorumluluk, ev ve işte hiç bitmiyor. Bazen tükendiğimi hissediyorum.</i>

Kadın Çalışanların Yaşadığı Cam Tavan Sendromunun Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri: Bankacılık Sektörü Örneği

K5	<i>Ciddiye alınmamamak, ayrımcılığa uğramak, fırsat eşitsizliği, iş ve özel hayat dengesi sağlayamama (bekar veya yeni evlilerin işe alımının yükselmesinin daha zor olması vs)</i>
----	---

Katılımcıların cevaplarından yola çıkarak günümüzde kadın-erkek eşitliği konusunda önemli ilerlemeler kaydedilmiş olsa da, iş hayatında kadınlar genellikle çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadır. Kadınlar, işe alım sürecinden itibaren toplumsal cinsiyetle ilgili birçok önyargı ve soru ile karşı karşıya kalmaktadır. Örneğin, bekar olup olmadıkları, doğum yapıp yapmayacakları veya işten ayrılma olasılıkları gibi konular iş görüşmelerinde gündeme gelebilir. Ayrıca, kadınlara genellikle ev işleri, temizlik ve çocuk bakımı gibi sorumluluklar yüklendiğinden, iş gününe daha yorgun başlamaktadırlar.

İş hayatında da kadınlar, mobbing, yetersizlik algısı ve duygusal yaklaşımlar gibi zorluklarla karşılaşabilirler. Toplumsal ve kültürel faktörler, kadınların bazı iş faaliyetlerini yürütmelerini zorlaştırabilir; örneğin, bir kadın bankacının müşterilerini ziyaret etmesi veya yemeklere davet etmesi toplu yapısı nedeniyle hoş karşılanmayabilir ve bu durum tacize varabilecek tehlikeler doğurabilir.

Kadın çalışanlar, ev ve iş hayatındaki sorumlulukları nedeniyle sürekli bir yük altında olabilirler ve bu durum, uzun süreli bir yorgunluk ve tükenmişlik hissine yol açabilir. İş yerinde ciddiye alınmamak, ayrımcılığa uğramak ve fırsat eşitsizliği gibi sorunlar da bu zorlukları artırmaktadır. Kadınların iş ve özel hayat dengesi sağlamakta yaşadıkları güçlükler, özellikle bekar veya yeni evli kadınlar için işe alım süreçlerini zorlaştırabilir. Genel olarak, kadınların iş hayatında ve evde karşılaştıkları bu zorluklar, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin bir yansımasıdır ve bu durum, kadınların profesyonel yaşamda daha fazla engelle karşılaşmalarına neden olmaktadır.

Cam Tavan Sendromu Kavramı İle İlgili Algılar

K1	<i>Bu kavramı toplumumuzda ve mesleğimizde sürekli yaşamakla birlikte kavram olarak ismini bilmiyordum. Ne şanslıyız ki mesleğimizin akademik çalışması sayesinde daha kavramsal şekliyle öğrenmiş olduk. Belki de önümüze tekrar çıkmayacak fırsatları zaten bana bu görevi vermezler diyerek ittiğimiz bütün durumlarda bu camı kırmak daha kolay olacak böylelikle</i>
K2	<i>Cam tavan sendromu kişinin ilerlemek isteyip önüne bir engel çıktığını düşündüğünde adım atamamasıdır.</i>
K3	<i>Evet duydum mobing olarak tanımlarım. Karşılaşılan engeller daha çok meyve veren ağacın taşlanması gibi geliyor.</i>
K4	<i>Duymadım.</i>
K5	<i>Cam tavan sendromu yaşananlar sonucu oluşturulan bir baskı, bir sınırdır.</i>

Cam tavan sendromu; kavram olarak toplumda ve meslek hayatında sıkça karşılaşılmakla-tecrübe edilmekle birlikte, cam tavan sendromunun tanımı katılımcılar tarafından net olarak bilinmemektedir. Ancak katılımcılara kavramla ilgili bilgileri sorulduktan sonra tanımlaması da yapılmıştır. Bu bilgi, gelecekte karşılaşılabilecekleri fırsatları daha iyi değerlendirmek ve engelleri aşmak için önemli bir adım olabilir.

Cam tavan sendromu, bir kişinin ilerlemek istediğinde önüne çıkan engeller nedeniyle adım atamaması durumunu ifade eder. Bu engeller, genellikle toplumsal ve kültürel normlardan kaynaklanır ve kişinin kariyer gelişimini sınırlayan görünmeyen bir tavan gibi işlev görür. Bu kavram, psikolojik taciz gibi karşılaşılan engelleri daha geniş bir bağlamda anlamamızı sağlar.

Eğer cam tavan sendromu yaşanan baskı ve sınırları ifade ediyorsa, bu, karşılaşılan zorlukların meyve veren ağacın taşlanması gibi olduğu anlamına gelebilir. Bir diğer ifade ile başarılı ve görünür bir kişi olarak engellerle karşılaşmak, genellikle bu kişinin başarısından duyulan rahatsızlığı veya kıskançlığı yansıtır.

Bu kavramı anlamak, özellikle kadınlar ve azınlıklar için kariyerlerinde karşılaştıkları engelleri daha iyi kavrayıp, bu sınırları aşma stratejileri geliştirmelerine yardımcı olabilir. Cam tavan sendromunu tanımak, engellerle başa çıkmak ve kariyer gelişimini desteklemek için önemli bir adımdır.

Kadın Çalışanların Yaşadığı “Cam Tavan Sendromu” İle İlgili Deneyimler

K1	<i>Bankamız yarışma düzenledi, bölgede en çok satış ortalaması yapan çalışana ödül verecek ancak ben “belde şubesinde çalışıyorum ve şansım yok denecek kadar az”, müdürüm “zaten hiç bize göre çalışma yapmazlar” diyerek söylenir. Sanayiye gidip satış yapsan yüzüne bakmazlar; kadınsın deniyor. Sonuç plaket kazandım. Bazen hiçbir camı görmemek lazım.</i>
K2	<i>Çalışma hayatımın ilk yıllarında hissettiğim bu durum iş yapma kalitemi, işime duyduğum sevgiyi ve özeni azaltmıştır.</i>
K3	<i>Evet yaşadım. Kendimi değersiz hissettim, hakkı yenmiş, başarısı, verimi kıskanılmış hissettim. Çalışma motivasyonumu etkiledi. Kişinin geçici, kurumun kalıcı olduğunu biliyor olmama rağmen tam kapasite ile çalışmadım, çalışmadım. Bu da kuruma olan bağlılığımı etkiledi. Kurum hakkında sorularım ve şüphelerim oluştu.</i>
K4	<i>Hayır.</i>
K5	<i>İş hayatında yükselme veya çalışma ortamında karşılaştığı görünmez engeller.</i>

K1’in ifadelerinde cam tavan sendromu ile ilgili bir durum yaşandığı anlaşılmaktadır. Ancak cam tavanları görmemek, bir diğer ifade ile karşılaşılan engelleri dikkate almadan devam etmek, başarılı olmanın anahtarı olabilir.

K2’nin ifadelerinde cam tavan sendromu ile çalışma hayatının ilk yıllarında karşılaştığı yer almaktadır. Bu durumun iş kalitesini, işine duyduğu sevgi ve özeni etkilediği belirtilmiştir. Katılımcı kendisini değersiz hissettiğini, hakkının yenildiğini ve başarısının kıskanıldığını düşünmüştür. Bu durum, çalışma motivasyonunu olumsuz etkilemiştir.

K3 ise; “Kişisel olarak geçici bir pozisyonun farkında olsam da, kurumun kalıcı olduğunu bilmem rağmen, tam kapasiteyle çalışmadım ve bu da kuruma olan bağlılığımı zedeledi” ifadelerini kullanarak kurumu hakkında bazı soruları ve şüpheleri oluştuğunu dile getirmiştir.

İş hayatında yükselme ve çalışma ortamında karşılaşılan görünmez engeller, cam tavan sendromunu deneyimlemenin bir parçası olabilir. Bu engeller, kişinin kariyer gelişimini sınırlayan ve başarıya ulaşmasını zorlaştıran görünmeyen sınırlardır.

Cam Tavan Sendromunun Kadının İş ve Kariyer Yaşamına Etkileri

K1	<i>Cam tavan sendromu mutsuz çalışan oluşumuna yol açar. Özgüveni kırar, kariyerinde ilerleyememesine yol açar bireyin. Belki de yönetmesi gereken kişilere liderlik yapamaz hale gelebilir.</i>
K2	<i>Çalışma isteğini azaltıp kadını istifa etmeye kadar sürükleyebilir.</i>
K3	<i>Cam tavan sendromu kadının iş ve kariyer yaşamını pek tabiki de olumsuz etkiliyor. Kadın bunun farkında ise; buna maruz kaldığının bilincinde ise bu durumdan etkilenmemek için farklı arayışlara başvuracaktır. Konunun kendisi ile ilgili olamadığını bildiği sürece kişiselleştirmeden profesyonelce yaklaşabilmeli.</i>

Kadın Çalışanların Yaşadığı Cam Tavan Sendromunun Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri: Bankacılık Sektörü Örneği

K4	<i>Kadının isteklerini yaşam tarzının etkilediğini düşünüyorum.</i>
K5	<i>Çalışanın nitelikleri ve yeteneklerine göre yükselmesi, terfi alması gerekirken önüne engel çıkarılması durumunda kişide duygusal çöküntü, işe ve kuruma bağlılığın azalması, olumsuzlukların kişinin özel hayatını da etkilemesi, boşa çalışıyor hissine sebep olması nedeniyle mutsuzluk, huzursuzluk ortamını yaratacaktır. Bu da verimsiz çalışma ile sonuçlanacaktır.</i>

Cam tavan sendromu, çalışanlar arasında mutsuzluk ve verimsizlik oluşturabilir. Bu sendrom, bir bireyin özgüvenini kırar ve kariyerinde ilerlemesini engeller. İşyerinde yönetim ve liderlik pozisyonlarına gelmesi gereken kişiler, cam tavan engelleri nedeniyle bu hedeflere ulaşamayabilirler. Sonuç olarak, bu durum çalışanın iş isteğini azaltabilir ve hatta istifaya kadar sürükleyebilir.

Cam tavan sendromu, özellikle kadınların iş ve kariyer yaşamını olumsuz yönde etkiler. Kadın bu sendromun farkında olduğunda, bu durumdan etkilenmemek için çeşitli arayışlara yönelebilir. Konunun kişisel değil, sistemsal bir sorun olduğunu bilirse, profesyonel bir yaklaşım sergileyebilir.

Kadının kariyer hedeflerini ve yaşam tarzını etkileyen cam tavan sendromu, iş yerinde nitelikli ve yetenekli çalışanların yükselmesini engelleyebilir. Bu engeller, çalışanlarda duygusal çöküntüye, işe ve kuruma bağlılığın azalmasına neden olabilir. Ayrıca, iş yerindeki olumsuzluklar kişinin özel hayatını da etkileyebilir ve bu durum, boşa çalıştığı hissini yaratabilir. Sonuç olarak, bu mutsuzluk ve huzursuzluk ortamı, verimsiz çalışmaya yol açabilir.

Cam Tavan Sendromu'nun Çalışan Kadınların Örgüte Olan Bağlılığı Üzerindeki Etkileri

K1	<i>Örgüte karşı güveni kalmaz, mutsuz çalışan olarak kafasında sürekli istifa düşüncesi gezinir. Yani örgüte karşı olumsuz tepkileri oluşur ve aidiyet duygusu gelişmez.</i>
K2	<i>Örgüte olan bağlılığı olumsuz etkilemekle birlikte, yapılan işe olan ilginin de bu ölçüde azalacağı kanaatindeyim.</i>
K3	<i>Kişinin örgüte bağlılığını olumsuz olarak etkilemektedir. Kurumu hakkında soruların, şüphelerin oluşumuna sebep oluyor. Aidiyet duygusu mu yoksa fiziksel ihtiyaçlar mı ikilemi yaşıyor.</i>
K4	<i>Kısıtlandıkça hiç bir şey yapamadıkları için bağlılık da bitmektedir.</i>
K5	<i>Kuruma olan bağlılığı ve inancı zedeler. Kişi de çalışma hevesi kalmayacağından verimsiz bir çalışan olur.</i>

Cam tavan sendromu, çalışanların örgüte karşı güvenlerini sarsar ve mutsuzluk yaratır. Bu durum, çalışanların kafasında sürekli istifa düşüncesinin dolaşmasına neden olabilir. Örgüte karşı olumsuz tepkiler gelişir ve aidiyet duygusu zayıflar. Çalışan, örgüte olan bağlılığının yanı sıra yapılan işe olan ilgisini de kaybedebilir.

Cam tavan sendromu, bireylerin örgüte olan bağlılıklarını olumsuz yönde etkiler ve kuruma yönelik şüpheler ve sorular oluşturarak aidiyet duygusunu zedeler. Çalışan, örgütle ilgili güven sorunları yaşarken, bu durumun fiziksel ihtiyaçlarla mı yoksa aidiyet duygusuyla mı ilgili olduğuna dair bir ikilem yaşayabilir.

Kısıtlandıkça ve engellerle karşılaştıkça, çalışanların bağlılığı da azalır. Kuruma olan bağlılık ve inanç zedelenir, bu da çalışma hevesinin yok olmasına ve verimsiz bir çalışan profiline yol açar. Sonuç olarak, cam tavan sendromu, örgüt içindeki verimliliği ve çalışan memnuniyetini olumsuz yönde etkiler.

4. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Cam tavan sendromu, günümüzde kadın-erkek eşitliği konusunda kaydedilen ilerlemelere rağmen iş hayatında kadınların karşılaştığı önemli bir engeldir. Bu sendrom, kadınların kariyerlerinde karşılaştığı görünmeyen sınırları ve engelleri ifade eder ve bu durum, birçok olumsuz sonuca yol açabilmektedir.

Kadınların çalışma hayatında yaşadığı cam tavan sendromunun toplumsal, kişisel, sosyal faktörler göz önünde bulundurularak yeni stratejiler geliştirilmesi gerektiği araştırma sonucunda ulaşılan sonuçlardan biridir. Bu bağlamda çalışma literatürde Jafarov ve Kamiloğlu (2022)'nin çalışmasıyla bağdaşmaktadır. Çalışma sonucunda cam tavan sendromunun kadınların iş ve kariyer yaşamına olumsuz etkileri olduğu ve işten ayrılmaya varan sonuçlarla karşılaşabildiği bulguları tespit edilmiştir. Bu bağlamda Sağır (2020)'in çalışması ile benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Çalışmada ayrıca cam tavan sendromunun örgütsel bağlılığı zedelediği sonucuna varılmıştır. Bu sonuç Allen ve Meyer (1990)'in çalışmasıyla örtüşmektedir. Çalışmanın bulguları literatür çalışmaları ile benzer sonuçlar içermektedir. Ancak bu çalışmayı literatür çalışmalarından farklı kılan kısmı bankacılık sektöründe çalışan kadınlarla nitel bir araştırma olarak tasarlanmış olmasıdır.

Araştırmada “Kadınlar çalışma hayatında hangi sorunlarla karşılaşmaktadır?” sorusuna cevap aranmıştır. Araştırmaya katılan kadın çalışanlar işe alım sürecinde toplumsal cinsiyet önyargılarının, ev işleri ve çocuk bakımından kaynaklanan ek yükler gibi faktörlerin, kadınların iş yerinde eşit fırsatlar elde etmelerini zorlaştırdığını ve sorunlar yarattığını belirtmişlerdir. Kadınların mobbing, yetersizlik algısı ve duygusal yaklaşımlar gibi zorluklarla karşılaşabildikleri ayrıca toplumsal ve kültürel normların, bazı iş faaliyetlerini yürütmelerini zorlaştırdığı ifade edilerek bu araştırma sorusuna cevap verilmiştir.

Araştırmada “Cam tavan sendromu kadınların iş ve kariyer yaşamını nasıl etkilemektedir?” sorusuna cevap aranmıştır. Katılımcılar mutsuz çalışma ortamının özgüvenlerini kırdığını, kariyerlerine odaklanıp ilerlemelerini engellediğini ve liderlik dahi yapamaz konuma geldiğini belirtmişlerdir. Cam tavan sendromunun iş ve kariyer yaşamına olumsuz etkilerini azaltmak için bu durumu kişileştirmeden profesyonelce hareket etmek gerektiği vurgulanmıştır. Kişilerin kariyerlerinde yükselme imkanlarının niteliklerinin ve yeteneklerinin ön plana alınarak değerlendirilmesi gerektiği, aksi takdirde iş yaşamlarındaki verimliliğin düşebileceği ifade edilmiştir. Bu kapsamda yukarıda yer alan çalışma sorusuna cevap bulunmuştur.

Araştırmada “Cam tavan sendromunun örgütsel bağlılığa olan etkileri nelerdir? Örgütsel bağlılığı nasıl etkilemektedir?” sorularına cevap aranmıştır. Katılımcılar cam tavan sendromu, çalışanların özgüvenlerini kırdığı, kariyer ilerlemelerini engellediği ve iş yerinde liderlik pozisyonlarına gelmelerini zorlaştırdığı katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Bu sendromun, bireylerin örgüte karşı güvenlerini sarstığı, aidiyet duygusunu zayıflatmış ve mutsuzluk yarattığı ifade edilmiştir. Çalışanlar, karşılaştıkları görünmeyen engeller nedeniyle iş yerinde sürekli bir istifa düşüncesiyle baş başa kalabilmektedir. Bu kapsamda yukarıda yer alan çalışma sorusu cevaplanmıştır.

Cam tavan sendromunun etkilerini azaltmak ve iş yerinde daha eşit bir ortam oluşturmak için çeşitli stratejiler uygulanabilir. İlk olarak, fırsat eşitliği sağlamak önemlidir. İşe alım ve terfi süreçlerinde cinsiyet, yaş veya diğer kişisel özelliklerden bağımsız olarak adayların niteliklerine ve performanslarına odaklanılmalıdır. Şeffaf kriterler belirlenmeli ve bu kriterler herkes için eşit şekilde uygulanmalıdır. Ayrıca, kadın çalışanların kariyer gelişimini desteklemek amacıyla mentorluk ve koçluk programları oluşturulmalıdır. Bu programlar, çalışanlara kariyer hedeflerine ulaşmaları için gerekli rehberliği ve desteği sağlayabilir.

Toplumsal cinsiyet farkındalığını artırmak da kritik bir adımdır. İşyerinde toplumsal cinsiyet eşitliği ve önyargı konularında düzenli eğitimler verilmelidir. Çalışanlar, toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve cam tavan sendromu gibi konularda bilgilendirilmelidir. Bu bağlamda, toplumsal cinsiyet eşitliği politikaları gözden geçirilmeli ve güncellenmelidir. Tüm çalışanların bu politikaları anlaması ve uygulaması sağlanmalıdır.

Destekleyici çalışma ortamları oluşturmak da cam tavan sendromunu azaltmada önemli bir rol oynamaktadır. Kadın çalışanların iş ve özel yaşam dengesini sağlamak için esnek çalışma saatleri ve uzaktan çalışma seçenekleri sunulmalıdır. Ayrıca, çocuk bakım hizmetleri veya finansal destekler sunarak, çalışan annelerin iş yerinde daha iyi bir denge kurmaları teşvik edilmelidir.

Ayrımcılık ve mobbing ile mücadele etmek için etkili şikayet mekanizmaları oluşturulmalıdır. Çalışanlar, yaşadıkları sorunları güvenli bir şekilde rapor edebilmelidir. İşyerinde kültürel değişim ve olumlu bir atmosfer yaratmak amacıyla liderlik ve yönetim düzeyinde farkındalık artırılmalıdır.

Başarıları tanımak ve ödüllendirmek de motivasyonu artırabilir. Çalışanların başarılarını adil ve şeffaf bir şekilde tanımak için sistemler kurulmalı ve kariyer gelişim fırsatları sunulmalıdır. Çalışanların yeteneklerini geliştirmelerine ve ilerlemelerine yardımcı olacak fırsatlar sağlanmalıdır.

Son olarak, düzenli geri bildirim almak ve iyileştirme planları oluşturmak gereklidir. Çalışanlardan düzenli geri bildirim toplanmalı ve bu geri bildirimler doğrultusunda iş yerindeki uygulamalar sürekli olarak iyileştirilmelidir. Cam tavan

Kadın Çalışanların Yaşadığı Cam Tavan Sendromunun Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri: Bankacılık Sektörü Örneği

sendromu ve benzeri sorunlarla ilgili iyileştirme planları hazırlanmalı ve uygulanmalıdır. Bu planlar, mevcut zorlukların çözümüne yönelik stratejiler içermelidir.

Ele alınan öneriler, cam tavan sendromunun etkilerini azaltarak daha eşit ve destekleyici bir çalışma ortamı oluşturmayı amaçlamaktadır. Hem bireylerin hem de organizasyonların bu konuda atılacak adımlarla daha adil ve verimli bir iş ortamına kavuşmaları mümkündür.

Cam tavan sendromu, özellikle kadınların kariyer hedeflerine ulaşmalarını engellemekte, iş yapma kalitesini ve motivasyonu düşürmekte ve bu da kuruma olan bağlılığı zedelemektedir. Çalışanlar, kurum hakkındaki şüpheler ve sorular nedeniyle verimsiz hale gelmektedir. Bu engeller, hem bireysel hem de kurumsal düzeyde olumsuz etkiler yaratarak iş yerinde verimlilik ile memnuniyeti düşürmektedir. Çalışanın mutsuzluğu başarısına olumsuz yansımakta ve iş yerinin devamlılığını da etkilemektedir.

Sonuç olarak; cam tavan sendromunun üstesinden gelmek için, kurumlar, daha kapsayıcı ve destekleyici bir çalışma ortamı yaratmak, toplumsal cinsiyet eşitsizliğini azaltmak ve çalışanların kariyer gelişimini desteklemek gibi fırsat eşitliği ve çeşitlilik ilkeleri doğrultusunda toplumsal cinsiyet eşitliğini gözetken uygulamaları devreye almalı ve "Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Programı" oluşturmalıdır. "Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Programı" kapsamında; insan kaynakları uygulamalarından müşterilere dokunan finansman/satış faaliyetlerine, satın almadan kurumsal sosyal sorumluluk alanına kadar geniş bir yelpazede yeni, yenilikçi ve iyi uygulamalar geliştirmeyi amaçlayan aksiyon planları uygulamalıdır. Bu gibi uygulamalar ile, kurumlar, tüm çalışanlarını ve faaliyetlerini kapsayan temel ilke ve esasları benimsemelidir. Cam tavan sendromunun üstesinden gelmek için; adil bir çalışma ortamı yaratmak ve yöneticilerin, erkek ve kadın çalışanların iş birliği içinde duyarlı bir şekilde çalışmalarını oldukça önemlidir. Böylelikle söz konusu uygulamalar, hem kadınların profesyonel yaşamda daha adil fırsatlar elde etmelerini sağlayacak hem de iş yerindeki genel atmosferi ve verimliliği olumlu yönde etkileyecektir.

KAYNAKÇA

- ALLEN, N. J., ve MEYER, J. P. (1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to The Organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
- BARRETO, M., RYAN, M. K., ve SCHMİTT, M. T. (2009). The Glass Ceiling in The 21st Century: Understanding Barriers to Gender Equality. *American Psychologist*, 64(6), 501-514.
- COTTER, D. A., HERMSEN, J. M., OVADÍA, S., ve VANNEMAN, R. (2001). The Glass Ceiling Effect. *Social Forces*, 80(2), 655-681.
- EAGLY, A. H., ve CARLİ, L. L. (2007). Women and The Labyrinth of Leadership. *Harvard Business Review*, 85(9), 63-71.
- GÜLER, A., HALICIOĞLU, M. B. ve TAŞĞIN, S (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- JAFAROV, N., ve KAMILOĞLU, R. (2022). Examining The Barriers to Career Advancement for Women in The Context of The Glass Ceiling Syndrome: A Comparative Study Between The Uk And Turkey. *Gender ve Society Review*, 45(3), 321-339.
- KLEİN, H. J., COOPER, J. T., MOLLOY, J. C., ve SWANSON, J. A. (2001). The Assessment of Commitment: Advantages of A Unidimensional, Target-Free Approach. *Journal of Applied Psychology*, 86(5), 983-1001.
- MEYER, J. P., ve ALLEN, N. J. (1991). A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- MEYER, J. P., ve ALLEN, N. J. (1997). *Commitment in The Workplace: Theory, Research, and Application*. Sage Publications, United Kingdom.
- RHOADES, L., ve EISENBERGER, R. (2002). Perceived Organizational Support: A Review of The Literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698-714.
- RIDGEWAY, C. L. (2011). *Framed by Gender: How Gender Inequality Persists in The Modern World*. Oxford University Press, United Kingdom.
- SAGİR, M. (2020). The Impact of The Glass Ceiling Syndrome On Turnover İntention: A Study in The Banking Sector. *Journal of Gender Studies*, 38(4), 567-583.
- SARUHAN, Ş. C. ve ÖZDEMİRCİ, A (2016). *Bilim, Felsefe ve Metodoloji*, Beta Yayınları, İstanbul.

- SUBAŞI, M., ve OKUMUŞ, K. (2017). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Durum Çalışması. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21(2), 419-426.
- United Nations Population Fund (UNFPA). (2022). Gender Equality. Erişim adresi: <https://turkiye.unfpa.org/en/gender-equality>, 24.05.2024.
- UTMA, N. (2019). The Invisible Barriers to Women's Career Advancement: A Study on The Glass Ceiling Syndrome in Turkey. Journal of Women's Studies, 35(2), 178-195.
- YILDIRIM, A., ŞİMŞEK, H. (2013) Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Tobin Vergisinin Robin Hood Etkisi: Gelir Dağılımında Adaleti Yarattır mı?

The Robin Hood Effect of the Tobin Tax: Does It Create Justice in Income Distribution?

Sercan YAVAN^a

Özet

Gelir eşitsizliği günümüzde önemli bir ekonomik sorun olarak tanımlanmakla birlikte sosyal huzursuzlukların ortaya çıkmasında önemli bir faktör olarak görülmektedir. Toplumdaki gelir dağılımındaki eşitsizliğin ortadan kaldırılması devletin önemli bir işlevidir. Bu nedenle devletin etkili politikalar geliştirme sorumluluğu bulunmaktadır. Bu bağlamda devlet maliye politikası araçlarından biri olan vergileme yoluyla gelir dağılımı adaletsizliğine doğrudan müdahale edebilmektedir. Çalışmada devletin vergileme işlevinin gelir dağılımı adaletinin sağlanması, James Tobin tarafından önerilen Tobin Vergisi üzerinden değerlendirilmiştir. Tobin Vergisi, spekülasyon amaçlı finansal işlemlerin sınırlandırılması için ortaya atılmış bir vergidir. Tobin Vergisi, devletin vergi geliri elde etmesi dışında sosyal adaleti sağlamak için de kullanabileceği bir potansiyeli bulunmaktadır. Tobin Vergisi, servet aktarımı yaparak vergilemenin dolaylı toplumsal işlevinin yerine getirmesinin yanı sıra elde edilen vergi gelirinin sosyal hizmetlere yönlendirilmesi yoluyla da toplumsal adaleti sağlamada doğrudan katkı sağlayabilir. 'Robin Hood' etkisi olarak da isimlendirilen bu toplumsal adaletin tahsisinde, Tobin Vergisi zenginlerden alınan vergilerin yoksul kesimlere servet aktarımı yoluyla sağlayabilir. Tobin Vergisinin uygulanabilirliği, uluslararası işbirliği gerektirmektedir. Bu işbirliği sayesinde Tobin Vergisi, kaynakların daha adil dağıtımını hedefleyen ve uluslararası işbirliğini teşvik eden küresel bir mali araç haline gelecektir. Bu çalışmada, Tobin Vergisinin gelir dağılımı adaletini artırmada önemli bir fırsat sunduğu vurgulanmakta, ancak bu potansiyelin hayata geçirilmesi için kapsamlı bir kamu politikası çerçevesinin oluşturulması ve bu politikaların uygulanması incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tobin Vergisi, Gelir Eşitsizliği, Finansal Piyasalar, Robin Hood Etkisi, Vergi Politikası

Başvuru: 17.07.2024

Kabul: 02.08.2024

Abstract

Income inequality is defined as a significant economic issue in contemporary society and is considered a crucial factor in the emergence of social unrest. The elimination of inequality in income distribution is one of the important functions of the state. Therefore, the state has the responsibility to develop effective policies. In this context, the state can directly intervene in income distribution inequities through taxation, which is one of the fiscal policy tools. This study evaluates the state's taxation function in relation to the achievement of income distribution justice, specifically through the lens of the Tobin Tax proposed by James Tobin. The Tobin Tax is a levy designed to limit speculative financial transactions. Beyond generating tax revenue for the state, the Tobin Tax also has the potential to promote social justice. By facilitating wealth redistribution through taxation, the Tobin Tax can contribute directly to social equity by directing the tax revenues toward social services. Often referred to as the "Robin Hood effect," this mechanism allows the Tobin Tax to transfer wealth from the affluent segments of society to the poorer sections. The applicability of the Tobin Tax requires international cooperation. Such collaboration would enable the Tobin Tax to become a global financial instrument aimed at achieving a more equitable distribution of resources and promoting international collaboration. This study emphasizes that the Tobin Tax presents a significant opportunity for enhancing income distribution justice; however, it also examines the necessity of establishing a comprehensive public policy framework and the implementation of these policies to realize this potential.

Key Words: Tobin Tax, Income Inequality, Financial Markets, Robin Hood Effect, Tax Policy

^a Doç. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Nazilli İİBF, Maliye Bölümü, sercan.yavan@adu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9873-5931,

1. GİRİŞ

Gelir dağılımı adaletini sağlamak, modern ekonominin en büyük sorunlarından biridir. Dünya genelinde genellikle ekonomik serbestleşmenin gelir dağılımı adaletsizliğine yol açtığı düşünülse de, küreselleşme süreci sonrasında birçok alanda hızlı bir serbestleşme gerçekleşmiştir. Bu hızlı serbestleşme, gelir dağılımı üzerinde derin olumsuz etkiler yaratmıştır. Toplumun farklı kesimlerindeki ekonomik adaletsizliklerin azaltılması gelir dağılımı adaletini sağlamaya yardımcı olmaktadır. Bu adaleti sağlamak özellikle de düşük gelir düzeyine sahip grupların yaşam standartlarının yükseltilmesi ve toplumsal huzuru için gereklidir. Bunların sağlanması aynı zamanda ekonomik istikrar ve sürdürülebilir bir ekonomi için gereklidir. Devlet, sosyal ve iktisadi amacı gerçekleştirmek üzere vergi politikaları, sosyal yardımlar ve kamu harcamaları gibi araçlarla gelir dağılımı adaletini sağlamayı hedefler. Devletin maliye politikası, mali amaçlarının yanı sıra mali olmayan amaçlar da taşımaktadır. Mali olmayan amaçlar, ekonomik ve sosyal hedefler olarak ikiye ayrılabilir. Hem ekonomik hem de sosyal hedefleri aynı anda karşılayan önemli bir maliye politikası amacı, gelir dağılımında adaletin sağlanmasıdır. Bu hedef, devletin hem ekonomik hem de sosyal amaçlarını gerçekleştirmesine katkıda bulunur.

Devletin gelir dağılımı adaletini sağlamada kullanacağı farklı mali araçları bulunmaktadır. Bunlardan en önemlilerinden biri olarak vergi politikaları, gelir dağılımı adaletini sağlamada etkilidir. Devlet vergi politikasıyla, yüksek gelir gruplarından daha yüksek vergi alarak elde ettiği bu gelirleri düşük gelir gruplarına dağıtmayı amaçlar. Doğrudan vergileme yoluyla gelir dağılımı adaletini sağlama üzerinden olumlu bir etki yaratılmış olur. Gelir dağılımı adaleti meselesi yalnızca sosyal bir gereklilik değil aynı zamanda ekonomik bir gerekliliktir. Ekonomik gereklilik gelir dağılımı adaleti yoluyla sağlanarak toplumsal zenginleşmeye doğrudan etki edecektir. Ekonomik amaçların gerçekleşmesiyle toplum yalnızca büyümeyecek ve aynı zamanda sürdürülebilir büyümeyi de kapsayan geniş bir kavram olan toplumsal kalkınmayı da sağlayacaktır. Gelir dağılımı adaleti sağlanmanın sosyal gerekliliği yönüyle düşünüldüğünde ise, toplumda adalet ve eşitlik tesisi toplumsal dayanışma ve barışın güçlenmesini sağlayacaktır. Ayrıca adil bir gelir dağılımıyla birlikte toplumdaki her bir bireyin eğitim, sağlık ve diğer tüm temel kamusal hizmetlere erişimi kolaylaşacağından toplumsal refah artışı yaşanacaktır. Devlet tüm bu amaçlarını gerçekleştirebilmesi için, ekonomik ve sosyal politikaların etkin bir şekilde uygulanması ve iyi bir yönetim mekanizması gerekmektedir. Bununla beraber, ekonomik ve sosyal politikaların uyumlu bir şekilde sürdürülebilmesi devletin önemli bir sorumluluğudur.

1970'lerde James Tobin tarafından finansal işlem vergisi önerilmiştir. Bu vergi, spekülasyon amaçlı olarak gerçekleşen finansal işlemler üzerinden alınarak hem gelir eşitsizliğini hem de finansal istikrarı sağlayan bir mali araç olarak tanımlanmıştır. Çalışmada Tobin Vergisi olarak da isimlendirilen bu vergi ile gelir dağılımı adaleti arasındaki ilişki araştırılmıştır. Bu çalışma kapsamında mali bir araç olarak Tobin Vergisinin, gelir dağılımı adaletini sağlamada önemli bir rol oynayabileceği üzerinde incelemelerde bulunulmuştur. Buradan elde edilecek gelirin sosyal ve ekonomik hedefler için kullanılması 'Robin Hood' etkisi yaratabilir. Robin Hood etkisi de, zenginlerden alınıp fakirlere verilmesi prensibine dayanan bir yaklaşımı ifade etmektedir. Tobin vergisi, finansal piyasalardaki büyük kazançları vergilendirerek, bu gelirin düşük gelirli gruplara yönlendirilmesine olanak tanıyabilir. Böylece finansal piyasalardaki spekülasyon amaçlı hareketlerden elde edilen gelirler toplumsal yarar sağlamak için kullanılabilir.

Çalışma kapsamında Tobin Vergisinin, gelir dağılımı adaletinin sağlanmasında bir araç olarak kullanılabilir mi? sorusunun yanıtı aranmaktadır. Çalışma kapsamında Tobin vergisinin teorik çerçevesi, verginin uygulama girişimleri, gelir dağılımında 'Robin Hood' etkisi ve Tobin Vergisinin gelir dağılımı üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir.

2. FİNANSAL DENGE ARAYIŞINDA: TOBİN VERGİSİ'NİN YOLCULUĞU

Klasik finans teorisine göre, varlık fiyatları genellikle doğru bir şekilde yatırım kararlarını yansıtır çünkü piyasada arbitraj fırsatları varsa, arbitrajcılar bu farklılıkları hızla düzeltirler. Keynes ise bu hipotezi şüpheyle karşılamış ve finansal piyasalara klasik teoriden farklı bir bakış açısı sunmuştur. Birçok kişinin yatırım kararlarını doğru bir şekilde hesaplama yeteneğinden yoksun olduğunu savunmuştur. Bunun yerine, yatırımcılar kararlarında iyimser ve kötümser duygu dalgalarına maruz kalmaktadırlar. Bu nedenle fiyatlar, ani bir fikir değişikliğinin sonucu olarak şiddetli bir şekilde değişebilir. Ayrıca, yatırım kararlarındaki günlük değişiklikler fiyatlar üzerinde aşırı bir etkiye sahip olabilir. Bilgisiz yatırımcıların yanlış kararlarını düzeltme şansları sınırlıdır. Aksine, çoğu 'uzman' yatırımcı çoğunluğu alt etmekte ilgilidir. Önemli olan bir yatırımın gerçekte ne kadar değerli olduğu değil, kalabalığın onu nasıl değerlendireceğidir. Keynes, saf "laissez-faire" kapitalizminin toplumsal amacını yerine getirmede başarısız olduğunu savunmuştur. Dolayısıyla bir işlem vergisinin getirilmesi, istikrarsızlaştırıcı kısa vadeli spekülasyonun istikrar sağlayan uzun vadeli yatırım üzerindeki hâkimiyetini azaltarak faydalı bir reform olabilir. Keynes'in önerisi, Tobin'in döviz dinamiklerini yatıştırmak için tüm para birimi işlemlerine tek tip bir vergi getirilmesini önermesiyle yeni bir ivme kazanmıştır (Westerhoff & Dieci, 2006: 294). 1970'lerde para birimi düzenlemelerinin serbestleştirilmesinden bu yana sanayileşmiş ülkeler, sınırsız para işlemlerinin faydalarından yararlanmışlardır. II. Dünya Savaşı'ndan sonra Bretton Woods'ta kurulan 'sabit' para birimi değerlendirme sistemi kapsamında bu sınırsız para işlemlerinin getirdiği avantajlardan yararlanmışlardır (Avitable, 2002: 391). Bretton Woods Sistemi'nin 1970'lerde çökmesinden sonra, Tobin Vergisi kısa vadeli sınır ötesi sermaye akışlarını yönetmek için bir araç olarak dikkat çekmiştir (Yin, Peng, Xiao, & Xiao, 2022: 2).

1971'de Nobel ödüllü ekonomist James Tobin (1918-2002), Breton Woods anlaşmalarının sona ermesinin, döviz kurlarının spekülasyonun etkisine maruz kalması nedeniyle finansal istikrarsızlığı yeniden ön plana çıkaracağından korkmuştur. Para birimlerine yönelik spekülasyon saldırları engellemek ve para politikasının özerkliğini geliştirmek amacıyla döviz işlemlerini vergilendirmeyi önermiştir (Jetin, 2012). 1972'de James Tobin, tüm yabancı para alışverişlerine %0,05-0,5 oranında vergi koyarak aşırı verimli uluslararası para piyasalarının çarklarına biraz kum atmayı önermiştir (Bianconi, Galla, Marsili, & Pin, 2009: 231). Finansal işlem vergisi, 1970'lerin başında döviz kuru oynaklığını azaltmanın bir yolu olarak döviz işlemlerini vergilendirmeyi öneren James Tobin'den sonra Tobin Vergisi olarak da bilinir (Chen, 2016: 83). O dönemde Bretton Woods anlaşması (altının fiyatına bağlı sabit döviz kuru sistemi) kademeli olarak ortadan kaldırıldığı bu sistemden ABD 1971'de geri adım atmıştır. Bu sistem, küresel kapitalizmi yeniden inşa etmek amacıyla II. Dünya Savaşı'nın ardından getirilmiştir. Tobin, serbestçe dalgalanan döviz kurlarına maruz kalan ülkelerin etkilerinden korkmakta ve ikinci en iyi çözüm olarak spekülasyon ticareti bastırarak ve böylece yerel makroekonomik yönetime izin vermek için günümüzde 'Tobin Vergisi' olarak adlandırılan verginin getirilmesini önermiştir (Bianconi vd., 2009: 231).

Tobin'in fikri, Keynes'in finansal piyasalardaki spekülasyonun etkisini azaltan işlemlere vergi koyma fikrinin yalnızca belirli bir uygulamasıdır. Ancak, 'Tobin Vergisi' adı bugün genellikle yalnızca döviz işlem vergilerini değil, genel olarak finansal işlem vergilerini belirtmek için kullanılmaktadır. Bu nedenle, Tobin Vergisi birçok finansal faaliyetin gerçekleşmesi durumunda ortaya çıkabilmektedir (Lavička, Lichard, & Novotný, 2016: 328). Tobin o zamandan bu yana işlem hacmindeki muazzam artışın esas olarak spekülasyon davranışlarından kaynaklandığını savunmuştur. Tobin, finans piyasalarında iki tür yatırımcı olduğunu varsaymaktadır: işlemlerini temel unsurlara dayandıran istikrar sağlayan uzun vadeli yatırımcılar ve fiyatlardaki zaman eğilimlerini tespit etmeye çalışan kısa vadeli spekülasyonlardır. Dolayısıyla, küçük bir işlem vergisi esas olarak piyasayı terk edecek veya en azından işlem hacimlerini önemli ölçüde azaltacak olan sık işlem yapan spekülasyonculara zarar verecektir. Sonuç olarak, bu oynaklıkta bir azalmaya ve piyasa dinamizminde bir artışa yol açacakken, potansiyel vergi gelirleri Tobin için bir yan etki olacaktır (Kirchler, Huber, & Kleinlercher, 2011: 586-587).

Spekülasyonun çarklarına biraz kum atma aracı olarak Tobin Vergisinin üç yönlü amacı bulunmaktadır: (1) döviz spekülasyonunu azaltmak; (2) ulusal ekonomi politikalarını dış şoklara karşı daha az duyarlı hale getirmek; (3) uluslararası kuruluşlar için önemli miktarda gelir elde etmek. Ayrıca, tek başına hareket eden bir ülkenin Tobin Vergisini uygulamasını çok zor bulacağı için teklifin yasallaşmasının uluslararası düzeyde kabul edilmesi ve çok taraflı olarak uygulanması gerekecektir. Böyle bir uluslararası düzenleme olmaması durumunda, döviz işlemleri hızla vergiyi uygulamayan bölgelere kayacaktır. Tek tip bir vergi oranının uluslararası bir anlaşmayı gerektireceğini aklında bulunduran Tobin, aynı zamanda gelirin çoğunu da sağlayacak olan vergiyi uygulayan ülkelerin, bu küçük uluslara yapılan mali transferlerdeki ücreti kendilerinin alabileceğini tavsiye etmiştir (Arestis & Karagiannis, 2022: 7). Hem iç piyasalarında hem de döviz piyasalarında, bir para biriminin değerine dönüştürülmesini içeren tüm spot işlemlerde ödenen tek tip bir uluslararası vergi olan Tobin Vergisi, teorik olarak, döviz ticaretini daha maliyetli hale getirerek spekülasyonun önüne geçecektir. İstikrarsızlaştırıcı kısa vadeli sermaye akışlarının hacmi azalacak ve bu da döviz kuru istikrarının artmasına yol açacaktır. Önerilen verginin bir takım avantajlara sahip olduğu bilinmektedir. Bu, yatırımcıların ekonomik temeller ve politikadaki değişikliklere tepki vermelerine olanak tanıyarak piyasa ticaretinden kaynaklanan 'gürültüyü' azaltacak ve dolayısıyla sermaye kontrolleri gibi koruyucu önlemlerden daha üstün olacaktır. Makroekonomik politikaların uluslararası koordinasyonunu gerektirmesi ve IMF, Dünya Bankası gibi kuruluşlar tarafından politika aracı olarak kullanılabilmesi nedeniyle sadece piyasa etkinliğini değil aynı zamanda küresel finansal istikrarı da artıracaktır (Spahn, 1996: 24).

Tobin'in amaçladığı gibi, Tobin vergisinin temel avantajı döviz spekülasyonunun azaltılması ve bunun sonucunda döviz piyasasında istikrarın artması olacaktır. Tobin Vergisinin önemli bir avantajı, uzun vadeli yatırımlara çok az etkisi olacak veya hiç etkisi olmayacak şekilde uygulanabilmesidir. Böylece, kısa vadeli döviz spekülasyonu piyasası segmenti kasıtlı olarak yavaşlatılırken, piyasanın geri kalanı neredeyse hiçbir kısıtlama olmaksızın serbestçe faaliyet göstermeye devam edecektir. Tobin Vergisi'nin başka avantajları da bulunmaktadır; bunlardan en bariz olanı muazzam miktarda para toplama yeteneğidir. Tobin başlangıçta vergiyi döviz piyasasındaki yıkıcı istikrarsızlığı azaltmanın bir yolu olarak düşünse de, verginin birincil yan etkisi olan vergi gelirleri inkar edilemez derecede çekicidir (Avitable, 2002: 399-400).

Tobin Vergisinin pratikte uygulanabilirliğinde önemli iki temel sorun bulunmaktadır. Birincisi, döviz piyasasındaki işlemler dünyanın her yerinde gerçekleştiğinden, bir Tobin Vergisi *küresel* işbirliği gerektirir. Aksi takdirde, döviz ticareti vergiyi uygulamayan herhangi bir ülkeye hızla kayabilir. Döviz ticareti yüksek ücretli bir iştir ve diğer işletmelere taşıma avantajları sağlayacaktır. Tobin, yerel hükümetlerin vergi gelirini tutmasına izin verilerek işbirliğinin uygulanabileceğini, ancak bunun sorunu uygulamadan ziyade verginin boyutuna kaydıracağını savunmuştur. İkinci uygulanabilirlik sorunu vergi tabanının tanımıyla ilgilidir. Yani, bir döviz işlemi tam olarak nasıl tanımlanacaktır? Modern finansal mühendislik, bir varlığın diğer varlıkların kombinasyonlarıyla kopyalanmasına dayanmaktadır. En azından, vergi spot işlemlere ek olarak vadeli işlemlere ve takas işlemlerine de uygulanmalıdır, çünkü bir spot işlem borç ve vadeli işlemler, vadeli işlemler veya takasların bir kombinasyonu ile kolayca kopyalanabilir. Aslında, sorun bundan bile daha kötüdür. Spot işlemler, farklı para birimlerinde ifade edilen likit menkul kıymetlerin (T-Bonoları gibi) değiştirilmesiyle de yaklaşık olarak hesaplanabilir. Sonuç

olarak, vergi muhtemelen yayılacak ve sonunda geleneksel olarak yerel sermaye piyasası olarak kabul edilen şeyin geniş kesimlerini kapsayacaktır. Bu sorun, diğerlerinden daha fazla, Tobin Vergisini sonunu hazırlama potansiyeline sahiptir (Kasa, 1999).

Tobin Vergisinin finansal düzen ve küresel ekonomi üzerindeki potansiyel etkileri üzerine yapılan çok sayıda tartışmalar bulunmaktadır. Dünya genelinde yapılan bu tartışmalarda daha sıkı finansal düzenlemelerin gerekliliği vurgulanmaktadır. Tobin Vergisiyle spekülasyon amaçlı finansal işlem ve sermayenin sınırlandırılması piyasalardaki istikrarı arttırmada önemli bir araç olarak da kullanılabilir. Tobin Vergisinin genellikle piyasaların istikrarı üzerindeki olumlu etkileri konuşulmuş olsa da, finansal işlemlerden elde edilecek vergi gelirin adaletli bir şekilde dağıtılmasıyla, hem ulusal hem de küresel gelir eşitsizliğini azaltma potansiyeline de sahiptir. Ancak bu vergide uygulama zorlukları ve küresel koordinasyon zorluğu gibi nedenler Tobin Vergisinin etkinliğini sınırlayabilir. Küresel finansal sistemin daha adil ve dengeli bir yapıya kavuşması için uluslararası toplumun küresel bir işbirliği yapması ve güçlü bir politika izlemesiyle mümkün olabilir.

3. TOBIN VERGİSİ: FİNANSAL KRİZLERE KARŞI BİR KALKAN MI?

James Tobin finansal işlemlere vergi koymayı önerdiğinde, bunun “aşırı verimli uluslararası para piyasalarının çarklarına kum atmak” olduğu şeklindeki meşhur tanımı kullanmıştır. Bu her zaman tartışmalı bir konu durumundadır. Tobin'in odak noktası döviz piyasaları ve sağlam makroekonomik politikaların nasıl korunacağı olmuştur. Şimdi, finansal işlemlere uygulanan herhangi bir vergi 'Tobin Vergisi' olarak etiketlenmektedir (Vives, 2017). Tobin benzeri vergilerin yararları hakkındaki tartışma henüz kesin bir sonuca ulaşmamıştır. Verginin savunucuları, artan işlem maliyetinin kısa vadeli yüksek hacimli ticareti (spekülasyon) uzun vadeli pozisyonlardan daha fazla etkilediğini, piyasa oynaklığını ve dolayısıyla çöküş potansiyelini azalttığını iddia etmektedir. Bu bağlamda, vergi, artan oynaklığın refahı ve verimliliği azaltabileceği için, olumsuz bir risk dışısalığı üzerindeki bir Pigovian vergisi olarak düşünülebilir. Tobin Vergisinin muhalifleri genellikle, bunun aslında piyasa likiditesini azaltarak oynaklığı artırabileceğini veya spekülasyon ticaretin fiyatları uzun vadeli denge etrafında sabitlemeye hizmet ettiğini iddia etmektedir (Lavička vd., 2016: 328).

Tobin Vergisi, 1970'lerde ve 1980'lerde politika yapımcıları tarafından ciddi bir şekilde değerlendirilmemiştir. Ya teknik ve politik olarak uygulanabilir olmadığı ya da piyasaların etkin işleyişine müdahale eden gereksiz bir müdahale olarak gösterilmiştir. Ancak, 1970'lerdeki hayal kırıklığı yaratan tepkinin ve ardından 1980'lerde konu hakkında uzun süre sessiz kalmasının aksine, 1990'ların başından bu yana Tobin Vergisine karşı ani bir ilgi artışı yaşanmıştır. Son yıllarda Tobin Vergisine olan ilgi, çok sayıda Avrupa ülkesinde döviz kuru mekanizmasında ve gelişmekte olan piyasa ekonomilerinde kendini gerçekleştiren para birimi krizleri de dahil olmak üzere tekrarlanan ciddi finansal krizler karşısında sınır ötesi sermaye akışlarını yöneten yeni bir uluslararası finansal mimari yaratmaya yönelik acil bir ihtiyaç olduğunun giderek daha fazla kabul edildiğini yansıtmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ve geçiş ekonomilerinde, para birimlerine yönelik algıda başlangıçtaki bazı küçük değişiklikler kısa sürede genelleşmiş, sonrasında finansal ve ekonomik krizlere dönüşmüştür (Nissanke, 2004: 59). Tobin Vergisi ve buna benzer vergilerle ilgili olarak ulusal girişimler olmuştur. Gerçekten, Tobin Vergilerinin fiili uygulamasının çoğu, ister daha genel bir mali işlem vergisi, ister spesifik bir para birimi işlem vergisi biçiminde olsun, ulusal düzeyde meydana gelmiştir. Latin Amerika ve Fransa gibi merkez, merkez sol veya sol siyasi parti ve grupların güçlü olduğu ülkelerde bir miktar destek bulan Tobin'in vergi teklifi, hem ana akım iktisatçılardan hem de muhafazakar iktisatçılardan birçok eleştiriye maruz kalmıştır. Özellikle liberal piyasa sistemlerine ve büyük bir uluslararası bankacılık sektörüne sahip olanlar, bu politika müdahalesinin uygulanmasının imkânsız olmasının yanı sıra döviz piyasalarını da zayıflatacağını iddia etmişlerdir (Arestis & Karagiannis, 2022: 7).

İsveç 1984'te Tobin Vergisini denemiş ve hisse senedi alım satımına %0,5 vergi koymuştur. Ama bu vergiden istediği sonucu alamamıştır. İsveç 1,5 milyar beklentisine karşın sadece 50 milyon İsveç Kronu toplayabilmiştir. Verginin ilk haftasında tahvillerin işlem hacmi %85 düşmüştür ve daha sonrasında 1991'de kaldırılmıştır (Vaidya, 2023). Avrupa'da, 1992 ve 1993 yazlarında, Meksika'da 1994 sonunda, Güneydoğu Asya'da 1997 yazında, Rusya'da 1998 yazında ve en son olarak Brezilya'da, Ocak 1999'da döviz krizleri yaşanmıştır. Giderek artan sayıda eleştirmen, bu döviz krizleri ile döviz piyasasında gerçekleşen çılgınca faaliyetler arasında bir bağlantı kurmuş ve istikrarsızlaştırıcı spekülasyonu azaltmak ve makroekonomik performansı iyileştirmek için ‘döviz piyasasının çarklarına kum atmak’ için önlemler çağrısında bulunmuştur (Kasa, 1999). Eylül 2013'te İtalya hisse senedi alım satımına vergi koymuştur. Her 0,5 saniyede veya daha hızlı gerçekleşen tüm işlemlere %0,02 vergi uygulanmıştır. 2016'da, 11 Avrupa ülkesi, hisse senetleri ve tahvillere %0,1 vergi ve türev işlemlere %0,01 vergi uygulayacakları finansal işlem vergisini önermiştir. Bu vergi yaklaşımı finansal kriz dönemlerinde Şili, Malezya ve Tayland gibi ülkelerde de gündeme gelmiş ve kamuoyunda tartışılmıştır (Vaidya, 2023).

Tobin Vergisi'nin çeşitli ülke uygulama örnekleri, genellikle beklenen başarıyı sağlayamamıştır. Bu başarısızlıkların başlıca nedenleri arasında, uluslararası işbirliği eksiklikleri, uygulama zorlukları ve piyasa adaptasyon sorunları bulunmaktadır. Öncelikle, Tobin Vergisi'nin etkinliği, geniş çapta uluslararası koordinasyon gerektirir. Ancak, ülkeler arasındaki politik ve ekonomik farklılıklar, bu koordinasyonu sağlamakta zorluklara yol açmıştır. Ayrıca, verginin uygulanması sırasında karşılaşılan teknik ve idari zorluklar, piyasalarda likidite sorunlarına ve spekülasyon işlemlerinin

yavaşlatılmasına yol açmıştır. Bu durum, vergilerin öngörülen etkilerinin gerçekleşmesini engellemiş ve verginin başarısızlığına neden olmuştur. Ayrıca, adem-i tahsis ilkesi çerçevesinde, Tobin Vergisi'nin uygulama stratejilerinin dikkatlice gözden geçirilmesi gerekmektedir. Adem-i tahsis ilkesi, devlet müdahalesinin ekonomik kaynakların etkili bir şekilde tahsis edilmesini sağlaması gerektiğini vurgular. Tobin Vergisi, kısa vadeli spekülasyonu hedefleyerek piyasa istikrarını sağlamayı amaçlasa da, uygulama aşamasında, verginin piyasa dinamikleri üzerindeki etkileri dikkatli bir şekilde analiz edilmelidir. Verginin uygulama sürecindeki başarısızlıklar, piyasa oyuncularının davranışlarına ve verginin ekonomik etkilerine dair daha geniş bir değerlendirme gerektirir. Bu bağlamda, Tobin Vergisi'nin uygulama zorluklarını ve adem-i tahsis ilkesini göz önünde bulundurarak yapılacak bir analiz, verginin gelecekteki uygulama stratejilerini geliştirmeye yönelik önemli bilgiler sağlayabilir.

Tobin tipi vergiler bazı ülkelerde kullanılmış ve daha yakın zamanda, 2008 yılı Küresel Kriz'den sonra, 2011'de Finansal İşlem Vergisi gündeme gelerek, Avrupa Komisyonu'nun 2013'teki bir teklifinde finansal işlem vergisi çalışmaları yeniden başlatılmıştır. Büyük Avrupa ülkeleri de dahil olmak üzere 'geliştirilmiş işbirliği' prosedürü kapsamında on bir Avrupa ülkesi bunu uygulamaya koymayı taahhüt etmiş, ancak gecikmeler olmuş ve sonrasında da kendi kendine konulan son tarihlere uyulmamıştır (Estonya çekilmiş, Belçika ve Slovenya şüphe duymuş, Fransa ise anlaşma için baskı yapmıştır). Önerilen verginin fiili amacı, bozuk bir piyasayı düzeltmekten çok gelir elde etmekle ilgilidir (üye devletlerin GSYİH'sinin yaklaşık %0,4'ünü yıllık olarak toplayarak Küresel Kriz sırasında harcanan kamu parasını geri kazanmaktır (Vives, 2017)). Döviz piyasasında bir günde yaklaşık 1,5 trilyon dolar el değiştirmektedir. Bu, bir haftadan kısa bir sürede döviz işlemlerinin dünya ticaretinin yıllık değerini aştığı anlamına gelmektedir. Şaşırtıcı olmayan bir şekilde, anketler dövizin gerçek 'kullanıcılarının' her beş işlemde yalnızca birinde yer aldığını göstermektedir. Gerisi, araçların kendi aralarındaki işlemlerden oluşmaktadır. Dahası, anketler tüm işlemlerin %40'ından fazlasının üç günden az süren gidiş-dönüşleri içerdiğini göstermiştir (Kasa, 1999). Finansal piyasalarda yapılan işlemlerin parasal değer büyüklükleri Tobin vergisinin hükümetler için önemli bir gelir getirici etkisi olduğunu da gözler önüne sermektedir.

Tobin vergisinin birleşik bir küresel vergi konumunu alması durumunda dört önemli fayda sağlayabilir. İlk olarak, ulusal hükümetlerin vergi gelirlerinde önemli ölçüde artış meydana gelmesi muhtemeldir. İkincisi, hiçbir bireysel politika aracının değerine karşı keyfi bir rekabet avantajına sahip kılınmaması için ülkeler arasında eşit bir oyun alanı sağlar. Üçüncüsü, yurt içi varlık spekülasyonunu (vergiden kaçınma ve vergi kaçakçılığı) caydırarak iç pazar istikrarını artırması muhtemeldir. Dördüncüsü, gelişmiş ekonomiler hâlihazırda finansal işlemlere çok fazla gerçek kaynak ayırdığı ölçüde, bu kaynak kullanımını azaltacak ve bu kaynakları diğer üretken kullanımlar için serbest bırakacaktır. Dolayısıyla, tıpkı bir serbest piyasa sisteminin Tobin Vergisinden kaçınmaya yönelik bir teşvik sağlaması gibi, aşırı vergiden kaçınmayı caydıracak güçleri de otomatik olarak harekete geçirir (Arestis & Karagiannis, 2022: 8). Kriz sırasında uluslararası sermaye akımları ve makro politikaların oynadığı role rağmen, uluslararası finansal sistemi düzenleyenlerin bu alanlarda bir iyileşme sağlanmadığı takdirde kayda değer bir sonuç alamayacaktır. Kısa vadede küresel sistemin istikrarını garanti altına alacak temel yapı, orta vadede reel ve finansal sektörün bir arada yer aldığı kapsayıcı bir düzenlemeyle sağlanabilir. Bu aşamada, finansın sınır ötesi hareketliliğini doğrudan kısıtlayan veya finans sektörünü yavaşlatan, ulus devletlere zaman ve politika alanı yaratan Tobin Vergisi gibi dolaylı öneriler, küresel düzenlemede etkili bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu tür araçlar aynı zamanda yeniden dağıtım açısından da önemlidir (Balseven, 2016: 615).

4. TOBIN VERGİSİNİN UYGULANMASINDAKİ SINIRLILIKLAR

Tobin Vergisi'nin küresel bir vergi olup olamayacağı, çeşitli sınırlılıklar ve zorluklar ışığında değerlendirildiğinde, önemli soruları gündeme getirmektedir. Küresel bir vergi olarak Tobin Vergisi'nin uygulanabilirliği, uluslararası işbirliği gereksinimleri, uygulama zorlukları ve finansal piyasalardaki tepkiler gibi birçok faktöre bağlıdır. Uluslararası koordinasyon eksikliği, farklı ülkelerin ekonomik ve politik şartlarının farklılığı, ve çeşitli piyasa dinamikleri, Tobin Vergisi'nin küresel çapta etkin bir şekilde uygulanmasını zorlaştırabilir. Ayrıca, küresel düzeyde bir verginin uygulanması, ülkeler arası anlaşmazlıklar ve egemenlik kaygıları gibi siyasi engellerle karşılaşabilir. Diğer taraftan, Tobin Vergisi'nin küresel bir vergi olarak uygulanması, spekülasyon sermaye hareketlerinin kontrol altına alınması ve uluslararası finansal istikrarın sağlanması açısından önemli bir potansiyele sahip olabilir. Küresel işbirliği sayesinde, bu vergi, dünya genelindeki finansal piyasalarda spekülasyonları sınırlayabilir ve böylece ekonomik krizlerin önlenmesine katkıda bulunabilir. Bununla birlikte, Tobin Vergisi'nin küresel uygulama potansiyelini gerçekleştirebilmek için kapsamlı bir uluslararası anlaşma ve güçlü uygulama mekanizmaları geliştirilmesi gerekmektedir.

Kısa süreli sermaye hareketlerinin kontrol ve kısıtlılığının yönetimi için çeşitli yöntemler bulunmaktadır. Bu yöntemler arasında doğrudan kontrol, kota sistemi ve vergileme teknikleridir. Başta vergileme olmak üzere bu tür kontroller, finansal istikrarsızlığı azaltarak ekonomik krizlerin önlenmesindeki etkisi tartışılmaktadır. Bu tartışmalar vergisel boyutuyla incelendiğinde Tobin Vergisi uygulama sınırlılıkları karşımıza çıkmaktadır. Bu sınırlılıkları tanımlamak uygulanabilir bir Tobin Vergisinin belirlenmesi için kritik öneme sahiptir.

4.1. Teknik Zorluklar ve Maliyetler

Tobin Vergisinin uygulanması ve denetlenmesi, teknik ve lojistik olarak zorluklar içermektedir. Teknik ve lojistik zorlukların üstesinden gelebilmek yüksek maliyet gerektirmektedir (Eichengreen, Tobin, & Wyplosz, 1995). Döviz piyasasında işlemlerin gerçekleştirilmesinde teknolojinin rolü göz önüne alındığında, vergiyi uygulamak için yeni bir uluslararası organizasyon kurmak veya mevcut bir organizasyonu hazırlamak hem teknik açıdan zorlayıcı hem de maliyetli olacaktır (Avitable, 2002: 404). Bununla birlikte, vergiye tabi finansal işlemlerin belirlenmesi, uluslararası kısa vadeli sermaye akışlarının vergilendirilmesi ve verginin fiilen tahsil edilmesi zorluklar doğurabilir (Arestis & Karagiannis, 2022: 7). Yüksek frekanslı işlemleri izlemek ve vergilendirmek için gerekli teknoloji altyapısı pahalı ve karmaşıktır. Bu, verginin etkin şekilde uygulanmasını zorlaştırabilir.

Tobin Vergisinin savunucuları, ulusal otoritelerin uluslararası işbirliğinin gerekliliğini savunmaktadırlar. Ayrıca Tobin Vergisinin uygulanması, izlenmesi ve gelirlerinin dağıtımının IMF veya Dünya Bankası gibi uluslararası bir kuruluş tarafından koordine edilmesi gerekmektedir. Tobin Vergisinin doğup ödenme aşamasına geldiğinde, ödemelerin karada mı yoksa denizde mi yapıldığına bakılmaksızın, uzlaşma risklerini ortadan kaldırmak için tasarlanan teknolojik yeniliklerin, vergiye tabi brüt işlemlerin netleştirilmeden önce tespit edilmesini mümkün kılması nedeniyle Tobin Vergisinin yerleşim yerinde tahsil edilmesini önermektedir. Bu öneriler, Tobin Vergisi getirilmesinin ekonomik olmasının yanı sıra uygulanabilirliğinde siyasi ve teknik sorunlar da içerdiğini göstermektedir (Haberer, 2003: 30). Tobin Vergisi'nin doğup ödenme aşamasında, ödemelerin karada mı yoksa denizde mi yapıldığına bakılmaksızın uzlaşma risklerini ortadan kaldırmak için tasarlanan teknolojik yenilikler, vergiye tabi brüt işlemlerin netleştirilmeden önce tespit edilmesini mümkün kılmaktadır. Kara ve deniz arasındaki hukuki farkın vurgulanması, vergilendirmenin uygulanabilirliği ve etkinliği açısından önemlidir. Uluslararası sularda gerçekleştirilen işlemler, genellikle farklı yasal düzenlemelere ve denetim mekanizmalarına tabi olduğundan, bu işlemlerden kaynaklanan vergi tahsilatında karmaşıklıklar ortaya çıkabilir. Kara tabanlı işlemler ise ulusal yasal çerçeveler içinde daha düzenli ve izlenebilir olduğu için, verginin tahsilatında ve izlenmesinde daha az zorluk yaşanır. Bu nedenle, teknolojik yenilikler sayesinde kara ve deniz işlemlerinin ayırım yapılmaksızın vergiye tabi tutulabilmesi, Tobin Vergisi'nin etkin bir şekilde uygulanmasını sağlar ve vergiye tabi tüm işlemleri kapsayarak adil bir dağılımı hedefler.

Tobin Vergisi'nin uygulanması, izlenmesi ve gelirlerinin dağıtımının IMF veya Dünya Bankası gibi uluslararası kuruluşlar tarafından koordine edilmesi önerilmiştir. Ancak, bu yaklaşım bazı ülkeler için egemenlik kaygılarını beraberinde getirebilir. Bu bağlamda, her ülkenin kendi iç hukuku çerçevesinde Tobin Vergisi'ni uygulaması yönünde alternatif bir görüş de değerlendirilebilir. Bu şekilde, ülkeler kendi mali düzenlemeleri ve politikaları doğrultusunda vergiyi yönetebilir ve tahsil edebilir. Ayrıca, teknolojik yeniliklerin yardımıyla vergiye tabi brüt işlemlerin netleştirilmeden önce tespit edilmesi, uzlaşma risklerini ortadan kaldırarak Tobin Vergisi'nin etkin bir şekilde toplanmasını sağlayabilir. Bu öneriler, Tobin Vergisi'nin ekonomik açıdan getirebileceği faydaların yanı sıra, uygulanabilirliğinin siyasi ve teknik boyutlarını da göz önünde bulundurarak tartışmayı genişletebilir. Uluslararası kuruluşların rolü, verginin global olarak uyumlu bir şekilde uygulanmasını sağlamak açısından önemli olsa da, her ülkenin kendi iç hukuku ile bu vergiyi nasıl uygulayabileceği de detaylı bir şekilde tartışılmalıdır. Bu, ülkelerin IMF ve Dünya Bankası gibi kuruluşların yönetimine girmeden, egemenliklerini koruyarak Tobin Vergisi'ni uygulama imkanını da değerlendirmelerini sağlayacaktır. Dolayısıyla, hem ulusal hem de uluslararası düzeyde farklı yaklaşımlar ve işbirlikleri değerlendirilmelidir.

4.2. Vergi Kaçırma ve Vergiden Kaçınma Riskleri

Tobin Vergisinin temel sorunlardan olan vergi kaçırma ve vergiden kaçınma yatırımcılar üzerinde etkili olacaktır. Piyasa katılımcıları, vergiye tabi olan bir mali işlem seçeneğini vergiye tabi olmayan bir başkasıyla değiştirme konusunda motivasyona sahip olacaktır. Bu tür ikameleri yapabilen finansal piyasalar vergiden kaçınmak için yenilik yapacaktır. Dolayısıyla asıl mesele, finansal yatırımcıların vergiden kaçınmak için faaliyet kalıplarını değiştirerek kullandıkları tüm ikame yöntem ve sınırlarını dikkate alan bir verginin nasıl tasarlanacağıdır (Arestis & Karagiannis, 2022: 8).

Tobin Vergisinin standart olması siyasi irade meselesidir. Ancak, yalnızca bir ülkenin vergi uygulamayarak yabancı bankaları cezabetmesi durumunda, vergiden muaf bölgelere geçiş durumu da göz ardı edilmemelidir. Tobin Vergisi alan tüm bankaların, vergilendirilmeyenlerin rekabet avantajları nedeniyle döviz piyasalarıyla bağlantıları kaybedilebilir. Yerel bankaların işlem odalarını vergi cennetlerine kaydırarak vergiden kaçınabilmeleri durumunda, bankanın ana ülkede bulunan kısmı, offshore bağlı kuruluşunun döviz işlemlerini finanse eden bir borç verenden başka bir şey olmayacaktır (Haberer, 2003: 30). Finansal piyasalardaki aktörler, vergiden kaçınmak için yeni stratejiler geliştirebilir veya işlemleri farklı finansal araçlar veya pazarlar üzerinden yapabilirler.

4.3. Küresel Eşgüdüm Zorunluluğu ve Zorluğu

Birleşik küresel bir Tobin Vergisinin getirilmesinin önünde açık siyasi engeller olabilir. Burada iki temel zorluk öne çıkmaktadır. Bunlardan ilki, gerekli olan uluslararası koordinasyondur; ve ikincisi, hem finans sektörünün hem de ulusötesi şirketlerin siyasi gücüdür. Bileşik küresel verginin, ona küresel özelliğini kazandıracak somut bir uluslararası anlaşma yoluyla koordineli bir uluslararası temelde uygulanması gerektiği konusunda yaygın bir fikir birliği vardır. Yine de gelirlerin toplanması da ulusal bir sorumluluk olacaktır. Burada ortaya çıkan bariz zorluk, vergiden elde edilen gelirin ülkeler arasında

eşit olmayan bir şekilde dağıtılabileceği durumlarda, birleşik küresel verginin uygulamaya konması ve kesin oranı konusunda uluslararası bir anlaşmanın sağlanmasıdır. Çok uluslu ve ulusötesi şirketlerin ve finansal piyasaların ekonomik ve politik etkisinin de azalması beklenebilir (Arestis & Karagiannis, 2022: 13).

Tobin Vergisi'nin birçok avantajı ve dezavantajı olsa da uluslararası toplum tarafından benimsenmesinin önünde durabilecek en büyük engellerden biri uluslararası işbirliği ihtiyacıdır. Uluslararası parasal işlemlere vergi uygulanabilmesi için verginin şartları üzerinde yaygın bir anlaşmanın olması gerekir. Çoğu para birimi işlemi yalnızca birkaç ülkede ve para biriminde gerçekleşse de vergi, ülkelere, onu uygulayan uluslararası anlaşmaların onayını geri alma konusunda bir teşvik sağlayacaktır (Avitable, 2002: 404). Tobin Vergisinin etkili olabilmesi için tüm büyük finansal merkezler arasında koordineli bir şekilde uygulanması gereklidir. Aksi halde sermaye hareketleri vergilendirilmeden önce farklı pazarlara yönlendirilebilir.

4.4. Piyasa İstikrarsızlığı Yaratma Potansiyeli

Uluslararası işlemlere uygulanan Tobin Verginin işlem maliyetlerini artıracığından yatırımın önünde bir engel oluşturabilir. Tobin Vergisi'ne karşı bir diğer argüman da döviz piyasasını olumsuz etkileyeceği yönündedir. Örneğin vergi, faydalı, uzun vadeli mali işlemler ile zararlı, kısa vadeli spekülasyon işlemler arasında ayırım yapılmayarak ekonomik bozulma yaratabilir. Piyasaya yapılacak herhangi bir müdahalenin piyasada verimsizliklere yol açabileceği de ileri sürülmektedir (Avitable, 2002: 403).

Finansal piyasa aktörleri Tobin Vergisi ile karşı karşıya kalmaları durumunda bu vergisel kısıtlamadan kaçınarak yeni stratejiler geliştireceklerdir. Bu durum Tobin vergisinin etkinliğinin azaltılmasına neden olacaktır. Uluslararası bir Tobin vergisi işbirliği olmaması durumunda sermaye hareketleri vergilendirilmeyen alanlara kayabilir. Aynı zamanda Tobin vergisinin gelişmekte olan ülkeler üzerinde de likidite azalmasına neden olabileceğinden gelişmekte olan ülkelerin finans piyasalarında büyük endişeler meydana getirecektir (Eichengreen vd., 1995). Tobin Vergisi, piyasalarda istikrarsızlık yaratabilir ve likidite azalmasına neden olabilir. Bu durum özellikle kısa vadeli sermaye hareketlerinin yoğun olduğu gelişmekte olan ülkeler için endişe yaratır.

4.5. Hukuki Zorluklar

Tobin Vergisi, serbest piyasa ekonomisi ile toplumsal ihtiyaç arasındaki uygun denge konusunda pek çok tartışmayı ateşlemiş olsa da, vergiye karşı çıkan en kritik argüman uygulanabilirliktir. Tobin Vergisi uluslararası düzeyde uygulanırsa uluslararası döviz işlemlerini hangi uluslararası kuruluş denetleyecek? Bu kuruluş vergiyi nasıl değerlendirip toplayabilir ve ne kadar etkili olabilir? Birincisi, ülkeler, vergiyi ödemek istemeyen yatırımcıları çekmek amacıyla, vergiyi uygulayan uluslararası bir anlaşmaya uymayı reddetme konusunda güçlü bir teşvike sahip olacaklardır. İkincisi, ülkelerin buna uyduklarını varsayarsak, hangi uluslararası kuruluş ülkelerin ayrılmak istediklerinde nasıl bir yaptırım uygulayacak ya da uygulayabilecek? Son olarak, para işlemlerinin gerçekleştiği yerlerin çeşitliliği, evrensel yaptırımı imkansız olmasa da zorlaştırmaktadır (Avitable, 2002: 404-405). Tobin Vergisinin uluslararası hukuk çerçevesinde uygulanması ve mevcut anlaşmalarla uyumlu hale getirilmesi gerekecektir.

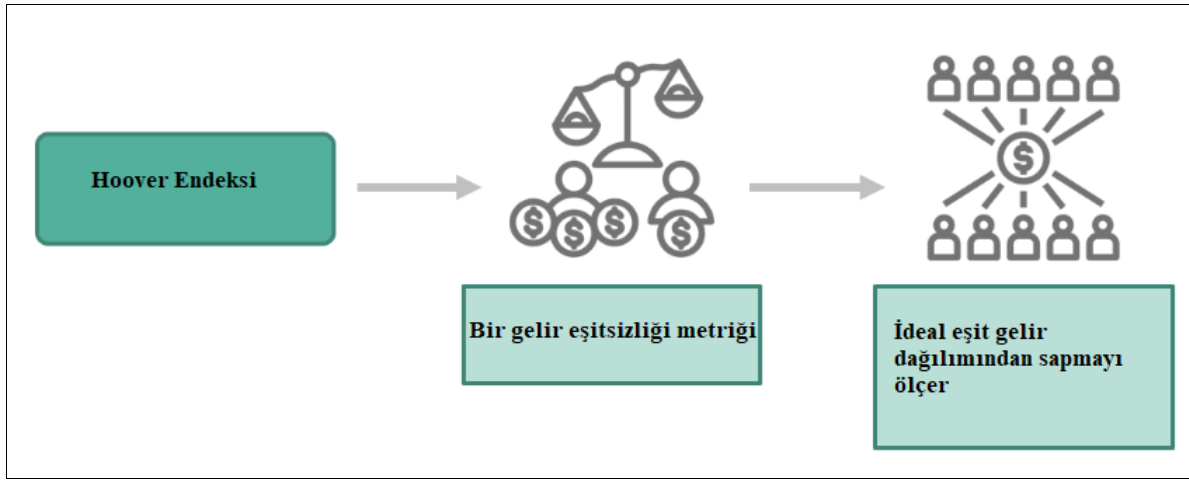
5. GELİR EŞİTSİZLİĞİ VE ROBIN HOOD ETKİSİ

Kaynakların, yani servet ve yoksulluğun eşitsiz dağılımı, insan toplumlarının her yerde bulunan özellikleridir. Kaynak sahipliklerindeki bu asimetri, toplumları yapılandırmada önemli bir faktör oluşturur ve bireylerin fırsatlarını ve refahını büyük ölçüde etkiler. Zenginlik ve yoksulluğun farklı dereceleri, bireylerin ciddi fiziksel ve psikolojik zarar tehlikeleri dışında yaşayıp yaşayamayacaklarını belirledikleri için özellikle gerekli kaynaklar söz konusu olduğunda önemlidir. Bu tür sosyal ve ekonomik eşitsizliklerle nasıl başa çıkılacağı sorusu, dünya genelindeki politikacılar, aktivistler ve araştırmacılar için hayati öneme sahiptir. Kaynak eşitsizliklerini ele almanın bir yolu, zenginlerden alıp fakire veren popüler efsane kahraman Robin Hood'dur. Hırsızlık ve soygunculuk yapmasına rağmen, birçok yetişkin onun adil ve hakkaniyetli kaynak dağıtımları sağlama misyonunu olumlu karşılamaktadır (Essler & Paulus, 2021: 1254).

Robin Hood etkisi, ekonomik eşitsizliği azaltmak için toplumdaki zenginlerin servetinden alınan bir kısmın fakirlere verildiği ekonomik bir durumdur. Robin Hood etkisi, fakirlerin zenginlerin aleyhine daha fazla finansal istikrar elde ettiği ekonomide servetin yeniden dağıtılmasını içerir. Robin Hood etkisi, tarihte zenginlerden alıp fakirlere veren Robin Hood'un adını almıştır. Bu eylemin nedeni, zenginlerin çeşitli yollarla fakirlerden alarak zenginleştiğine ve dolayısıyla serveti yeniden dağıtmak için fakirlerin zenginlerin aleyhine kazanç sağlaması gerektiğine olan inançtan kaynaklanmaktadır. Robin Hood etkisi servet veya gelir eşitsizliği ile ilişkilidir, bu olgu fakirlerin zenginlerin pahasına ekonomik ve finansal istikrar kazanmasına dayanır. Zenginler (daha iyi durumda olanlar) fakirlerin (daha az iyi durumda olanlar) pahasına kazanç sağladığında, bu Robin Hood etkisinin tersidir. Robin Hood etkisinin temel amacı, eşitsizliğin azaltılması için bir ekonomide servet ve gelirin yeniden dağıtılmasıdır. Bazı maliye politikaları da Robin Hood etkisinin kullanılmasına yol açabilir. Bu amaç etkisi, kamunun en iyi çıkarına olan politikalar yürürlüğe konduğunda elde edilir. Örneğin, hükümet zenginlerden daha yüksek vergiler ve fakirlerden daha düşük vergi topladığında ve hiç vergi almadığında, Robin Hood etkisi elde edilir (Gordon, 2024). Robin Hood etkisinin temel hedefleri aşağıda vurgulanmıştır (Gordon, 2024);

- Bir ekonomide servet ve gelirin yeniden dağıtılması.
- Ekonomik eşitsizliği azaltmak ve toplumda daha az refah düzeyine sahip olanlara daha fazla fırsat sağlamak.
- Zenginlerin aleyhine olacak şekilde yoksulların yükünü hafifletmek ve onlara daha fazla mali istikrar kazandırmak, örneğin yoksulların ödediği vergilerin azaltılması ve zenginlerin ödediği vergilerin artırılması.
- Robin Hood etkisi, kamu hizmetlerinin zenginlerin ödediği vergilerle finanse edilmesinin toplumun yoksul kesimleri için de fayda sağlayacağını desteklemektedir.

Robin Hood Endeksi veya Schutz Endeksi olarak da bilinen Hoover Endeksi, bir ekonomideki gelir eşitsizliğini ölçen istatistiksel bir araçtır. Belirli bir nüfus veya coğrafi alandaki mevcut gelir eşitsizliğini ölçmeye yardımcı olur. Hoover Endeksi, ekonomistler, sosyal bilimciler ve politika yapıcılar için değerli bir araçtır çünkü farklı toplumlar veya ekonomilerdeki gelir eşitsizliklerini anlamalarına ve bu konuda değerli içgörüler edinmelerine yardımcı olur. Daha yüksek gelir eşitsizliği olan alanları tanımalarına ve sorunu çözmek için politikalar oluşturmalarına olanak tanır. Dahası, politika yapıcılar mevcut politikaların etkinliğini değerlendirebilir ve gelir eşitsizliğini periyodik olarak değerlendirerek zaman içindeki ilerlemelerini takip edebilirler. Ayrıca, durumu derinlemesine anlamalarına, bilinçli kararlar ve müdahalelerle servetin daha adil bir şekilde dağıtılmasını teşvik edecek önlemleri uygulamalarına yardımcı olur. Hoover Endeksi değeri 0 ile 1 arasında değişebilmektedir. Endeks değerinin 0'a yakın olması gelir eşitsizliğinin düşük olduğunu, 1'e yakın olması ise gelir eşitsizliğinin yüksek olduğunu göstermektedir (Vaidya, 2023).



Şekil 1. Gelir Eşitliği Ölçütü Hoover Endeksi

Kaynak: Vaidya, D. (2023). Tobin Tax—Definition. Geliş tarihi Erişim adresi WallStreetMojo website: <https://www.wallstreetmojo.com/tobin-tax/> (Erişim tarihi: 15.07.2024):

Robin Hood etkisi özünde, genellikle eşitsizliği düzeltmek için gelir ve servetin yeniden dağıtılmasına atıfta bulunur. Bu kavram, yasa koyucuların kamu yararı için ekonomik politikayı en iyi şekilde nasıl yürürlüğe koyacaklarını tartıştıkları siyasette sıklıkla ortaya çıkar. Gelir dağılımının amaçları, toplumun daha az varlıklı kesimleri için ekonomik istikrarı ve fırsatları artırmaktır. Ayrıca sıklıkla kamu hizmetlerine fon sağlamayı da içerir. Gelirin yeniden dağıtılmasını destekleyenler, toplumun daha az varlıklı kesimlerine hizmet eden kamu programlarını en iyi şekilde desteklemek için toplumun daha zengin kesimlerinin vergilerinin artırılması gerektiğini savunmaktadırlar. Servet ve gelirin yeniden dağıtılması gerekliliği de, paranın ve kaynakların toplumsal olarak adil bir şekilde dağıtılması gerektiğini ileri süren dağıtım adaleti kavramından kaynaklanmaktadır. Gelir yeniden dağıtımını destekleyen bir diğer argüman, daha büyük bir orta sınıfın satın alma gücünü artırarak ve bireylere daha iyi bir yaşam standardına ulaşmaları için eşit fırsatlar sağlayarak, genel ekonomiye fayda sağladığıdır. Robin Hood etkisinin bazı savunucuları, kapitalizmin herkesin yararına düzeltilmesi gereken eşitsiz bir servet dağılımı yarattığını savunur (Boyle, 2023).

Robin Hood etkisi, zaman geçtikçe eşitsizliği azaltmak için gelirin yeniden dağıtılması olgusudur. Bu etki zenginlik ve gelir eşitsizliğini azaltmayı, eşitlik arttırmayı hedefler. Bu, vergiler veya diğer yeniden dağıtım araçlarıyla gerçekleştirilebilir. Bir devletin fırsatları eşitleme ve yoksulluğu ve sosyal dışlanmayı azaltma konusundaki kararlılığının iki temel göstergesi, toplam gelirden sosyal harcamalara ayrılan pay ve bu harcamaların ne kadar eşitleyici ve yoksul yanlısı olduğudur. Tipik olarak yeniden dağıtıcı sosyal harcamalar, nakit yardımları ve eğitim ve sağlık harcamaları gibi aynı yardımları içerir. Bir ülkenin yeniden dağıtım potansiyeli gerçekten de hükümet harcamalarının büyüklüğüne ve bileşimine ve bunun nasıl finanse

edildiğine, ayrıca tüm vergilerin ve hükümet harcamalarının toplamındaki artan oranlılığa bağlıdır (Jouini, Lustig, Moumni, & Shimeles, 2018).

Robin Hood etkisinin önemi, toplumsal ve ekonomik eşitsizliği azaltma amacıyla yatar. Toplumlar, gelir ve serveti yeniden dağıtarak toplumsal uyumu teşvik edebilir, yoksulluğu azaltabilir ve üyelerinin genel refahını artırabilir. Bu etki, toplumsal istikrarı korumak için çok önemlidir, çünkü servet ve gelirdeki büyük eşitsizlikler toplumsal huzursuzluğa ve ekonomik verimsizliklere yol açabilir. Dahası, yeniden dağıtım politikaları, tüm üyelerin finansal geçmişlerine bakılmaksızın temel ihtiyaçlara ve ilerleme fırsatlarına erişimini sağlayarak daha üretken bir topluma yol açabilir. Örneğin eğitim ve sağlık, insan sermayesinin gelişimi için hayati öneme sahiptir. Yeniden dağıtım mekanizmaları aracılığıyla bu alanlara yatırım yaparak, bir toplum tüm iş gücünün beceri setini ve üretkenliğini iyileştirebilir, böylece ekonomik büyüme ve gelişmeyi teşvik edebilir (Quiconomics, 2024).

6. KÜRESEL VERGİLENDİRME İLE GELİR ADALETİ: TOBİN VERGİSİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Vergilerin gelirin yeniden dağıtımını ve dolayısıyla ekonomik eşitsizlik üzerindeki etkisine ilişkin fikirler, 19. yüzyılda siyasi iktisatçılar tarafından ortaya atılmıştır. Başlangıçta, bu fikirler alt sosyal sınıfların gelirlerinin adil vergilendirilmesi ve eşitlik ilkesini ihlal etmeden onları vergiden muaf tutma olasılığıyla ilgili olmuştur. Orantılı ve kademeli vergilendirme arasında bir seçim hakkında bir tartışma olmuştur. Bu nedenle, zengin ve fakir tarafından vergi ödemede tek taraflı mağdurları dışlamamak ve vergi adaletini yeniden sağlamak için John Stuart Mill, vergiye tabi olmayan asgari bir gelir getirilmesini önermiş ve servet eşitsizliğini azaltmak için orantılı vergilendirmenin rasyonelliğini kanıtlamıştır. Devlet sosyalizmi okulunun temsilcisi Adolf Wagner, vergilendirmenin mali kriterine sosyal refah kriterini eklemiştir. Hem vergi tabanlarının büyüklüğüne hem de gelir türüne bağlı olan kademeli vergilendirmenin destekçisi olmuştur. 20. yüzyılın başlarında, vergilerin mali işlevinin birincil olduğunu kabul eden İtalyan liberal F. Nitti'nin ideolojisi, vergilerin yeniden dağıtıcı rolünün varlığının nesnellliğini ve orantılı dolaylı vergilere ek olarak ılımlı azami oranlı kişisel gelir vergilendirme sisteminin uygulanmasının rasyonelliğini kanıtlamıştır. 21. yüzyılda sosyo-ekonomik eşitsizlik sorunu küresel hale gelirken, insanlık ülkeler içindeki eşitsizliği azaltmak için vergilendirmeyi kullanma konusunda geniş bir deneyim kazanmıştır. Dahası, vergilendirmenin kademeliliğini artırma önerileri ulusüstü düzeye ulaşmıştır. T. Piketty ve E. Saez, servet üzerinde küresel bir vergi getirmeyi önermiştir. Bu fikir Elizabeth Warren, A. Banerjee ve E. Duflo tarafından desteklenmiştir (Dianov, Koroleva, Pokrovskaja, Victorova, & Zaytsev, 2022: 2).

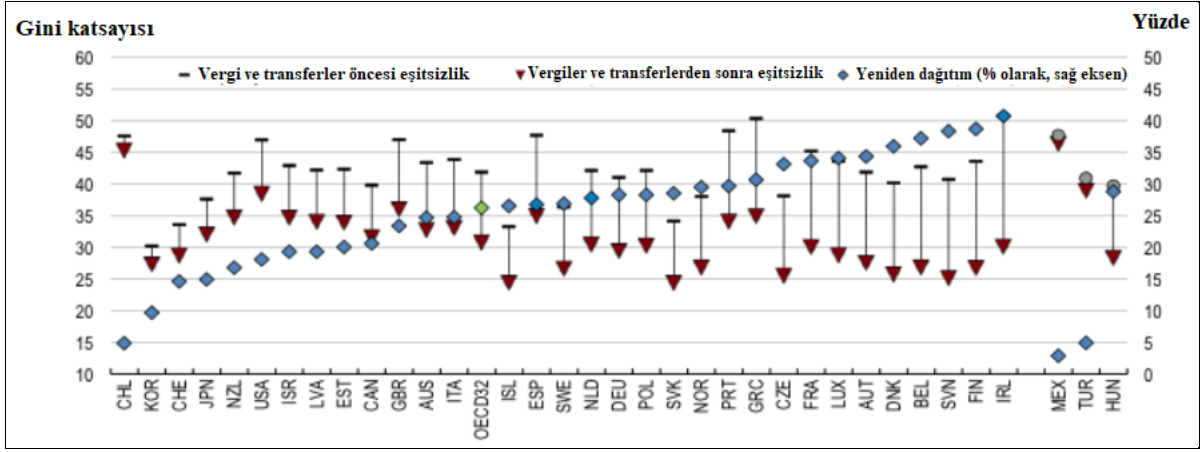
Maliye politikası ile gelir eşitsizliği arasındaki ilişki önemli araştırma ve politika tartışmalarının konusu olmuştur. Maliye politikası, vergilendirme, kamu harcamaları ve yeniden dağıtımla ilgili hükümet kararlarını ifade ederken, gelir eşitsizliği bir toplumdaki gelirin eşitsiz dağılımını tanımlar. Maliye politikasının gelir dağılımı üzerindeki rolü, vergi politikaları, sosyal harcama programı ve yeniden dağıtım transferleri, eğitim ve insan sermayesi geliştirme harcamaları, makroekonomik politikalar ve ekonomik kalkınma veya siyasi ekonomi veya kurumsal faktörler yoluyla farklı biçimler olabilir. Vergilendirme politikaları gelir dağılımını belirlemede önemli bir rol oynar. Daha yüksek gelire sahip bireylerin daha yüksek vergi oranlarına tabi olduğu ilerici vergi sistemleri sıklıkla gelir eşitsizliğini azaltmanın bir aracı olarak görülür (Musibau, Zakari, & Taghizadeh-Hesary, 2024: 3).

Maliye politikasının gelir dağılımını ve refah üzerinde önemli etkisi vardır. Vergi ve sosyal harcama politikalarının uygun bir karışımıyla zenginlik ve gelir adil bir şekilde dağıtılabilir. Son yıllarda, düşük vergiye dayalı büyümenin sonunda herkesin refaha kavuşmasına yol açacağı yönündeki iddialara karşın neredeyse tüm ülkelerde gelir eşitsizliği artmaktadır. Bununla birlikte, 1980'den 2016'ya kadar en tepedeki %1, küresel en alttaki %50'nin iki katı kadar toplam büyüme elde etmiştir. Eşitsiz gelir dağılımı sosyal adaletsizliğin, siyasi huzursuzluğun, etnik ve bölgesel şiddetin önemli bir nedenidir. Gelir ve servet arasındaki yüksek eşitsizlik, yoksulları, suç, isyan gibi yıkıcı faaliyetlere yönlendirmekte ve dolayısıyla ekonomik büyümeyi geciktirmektedir (Khan & Padda, 2021: 370). Vergi ve transfer sistemleri gelirin yeniden dağıtımında ve eşitsizliğin azaltılmasında önemli bir rol oynar, ancak küreselleşmenin baskısı ve yeni çalışma biçimlerinin ortaya çıkması altında bunların etkinliği konusunda endişeler ortaya çıkmıştır. Bu, evrensel bir verginin getirilmesi ve en yüksek gelirlerin ve servetin vergilendirilmesi yoluyla vergi ilerlemeciliğini yeniden canlandırmak konusunda güncel tartışmalara yol açmıştır. Bu alanda kanıta dayalı politika önerileri sunmak için, öncelikle vergi ve transfer sistemlerinin gelir eşitsizliğini azaltıp azaltmadığının açıklanması gerekmektedir (Hermansen & Causa, 2018).

Gelir eşitsizliği, dünya genelinde önemli bir sosyoekonomik sorun olarak ortaya çıkmış ve politika yapıcılarını çeşitli çözümler araştırmaya yöneltmiştir. Maliye politikası, ekonomiler içindeki gelir dağılımını belirlemede önemli bir rol oynamaktadır. Hükümetler daha eşitlikçi toplumlar yaratmaya çalıştıkça maliye politikası ile gelir eşitsizliği arasındaki ilişkiyi anlamak önemli hale gelmektedir. Bu yalnızca ekonomiyi canlandırmak için değil, aynı zamanda bireylere ve hanelere en iyi refahı sağlamak için de yapılmaktadır (Musibau vd., 2024: 2). Eşitsizlik dünya genelinde politika tartışmalarının merkezinde yer almaktadır. Gelişmiş ekonomilerde, küreselleşmenin ve teknolojik değişimin belirgin etkisi ve bu güçlere karşı koymanın maliyeti endişe yaratmaktadır. Eşitsizliğin daha yüksek olduğu gelişmekte olan ekonomilerde, sorun bunun

büyüme ve yoksulluğu azaltmada büyük bir engel teşkil edip etmediğidir. Her iki durumda da, gelirin yeniden dağıtılması yalnızca daha fazla eşitlik sağlamakla kalmayıp aynı zamanda daha hızlı büyüme ve gelişmekte olan ekonomiler için daha hızlı yoksulluk azalması sağlayabilir (Bourguignon, t.y.). Büyüme ile kalkınma arasında önemli bir fark vardır. Büyüme, bir ekonominin toplam üretiminin artması anlamına gelirken, kalkınma daha geniş bir kavram olup, gelir dağılımının iyileştirilmesi, yaşam standartlarının yükseltilmesi, eğitim ve sağlık hizmetlerine erişimin artırılması gibi sosyal ve ekonomik ilerlemeleri kapsar. Dolayısıyla, yoksulluğun azaltılmasında büyümeden ziyade kalkınmanın etkili olduğu savunulabilir. Kalkınma, toplumun geneline yayılan faydalar sağlayarak, eşitsizliği ve yoksulluğu azaltma potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda, politikaların sadece ekonomik büyümeyi hedeflemek yerine, kapsamlı kalkınma stratejilerine odaklanması gerekmektedir. Böylece, gelişmekte olan ekonomilerde eşitsizliğin ve yoksulluğun daha etkin bir şekilde azaltılması mümkün olabilir.

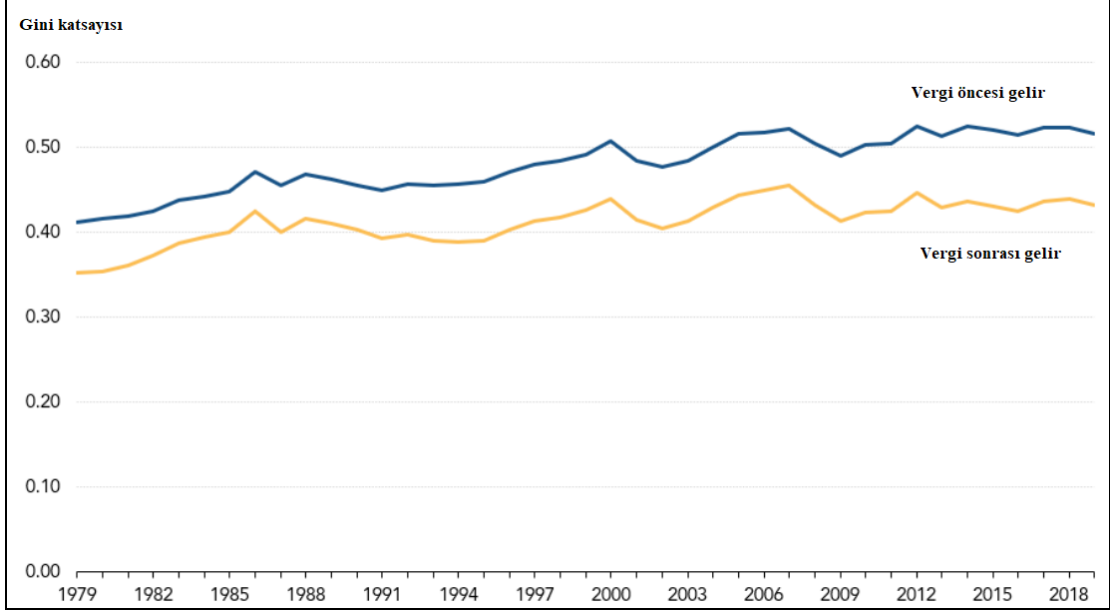
Vergiler ve transferler OECD genelinde piyasa geliri eşitsizliğini ortalama %25'ten biraz daha fazla azaltır (Grafik 1); ancak bu ortalama, İrlanda'da %40'tan Şili'de yaklaşık %5'e kadar değişen büyük bir heterojenliği maskeleymektedir. Yeniden dağıtım düzeyi, benzer piyasa geliri eşitsizliği düzeyleri gösteren ülkelerde de oldukça değişkendir. Örneğin, piyasa geliri eşitsizliği hem Japonya'da hem de Norveç'te yaklaşık 38 Gini puanıdır, ancak harcanabilir gelir eşitsizliği Norveç'te yaklaşık 27 puan iken Japonya'da 32 puandır. Bu tür farklılıklar, kamu sektörünün büyüklüğündeki ülkeler arası farklılıkları yansıtır ve aslında yeniden dağıtım düzeyi, çalışma çağındaki nüfusa nakit desteği için yapılan kamu sosyal harcamalarının düzeyi ve toplam vergi gelirlerinin düzeyi ile güçlü bir şekilde ilişkilidir (Hermansen & Causa, 2018). Vergi ve transferlerin eşitleyici etkisi, vergi ve transferlerden önce benzer eşitsizlik seviyeleri için bile OECD ülkeleri arasında büyük ölçüde değişmektedir.



Grafik 1. Gini katsayıları, Vergi Öncesi-Sonrası Eşitsizlik, Yeniden Dağıtım Farkları(2014)

Kaynak: Hermansen, M., & Causa, O. (2018). Income redistribution through taxes and transfers across OECD countries. Erişim adresi CEPR website: <https://cepr.org/voxeu/columns/income-redistribution-through-taxes-and-transfers-across-oecd-countries> (Erişim tarihi: 15.07.2024)

Vergilendirme ve toplumun en yoksul kesimine yapılan gelir transferleri, eşitsizliği kontrol altında tutmanın ve kısa vadede yoksulluğu azaltmanın en doğrudan yoludur. Bu araçların anlamlı hale gelebilmesi için toplumsal büyümenin faydalarını yoksullara ulaşması gerekmektedir. Vergilerle gelir dağılımı adaletini sağlamaya yönelik yapılan uygulamalar özellikle gelişmekte olan ülkeler üzerinde daha az etkili olmaktadır. Bunun nedeni gelişmekte olan ülkelerde kişisel gelir vergileri ve yoksullara yapılan nakit yardımlar, GSYİH'nin bir oranı olarak, gelişmiş ekonomilere göre neredeyse 10 kat daha düşük kalmasıdır (Bourguignon, t.y.). Gelir eşitsizliğinin yaygın olarak kullanılan bir ölçüsü Gini endeksidir. Endeks, gelir tüm gelir grupları arasında eşit olarak dağıtıldığında sıfır değerine ve en yüksek gelir grubu tüm geliri aldığı bir değerine sahiptir. Bu ölçüye göre, eşitsizlik vergi sonrası gelir için vergi öncesi gelirden tutarlı bir şekilde daha düşük olmuştur (Grafik 2) (Tax Policy Center, 2024).



Grafik 2. Vergi Öncesi ve Vergi Sonrası Gelir Eşitsizlik Endeksi 1979-2019(ABD)

Kaynak: Tax Policy Center. (2024). How do taxes affect income inequality? Erişim adresi Tax Policy Center website: <https://www.taxpolicycenter.org/briefing-book/how-do-taxes-affect-income-inequality> (Erişim tarihi: 15.07.2024)

Vergi öncesi ve vergi sonrası gelirler endeksi arasındaki fark, vergilerin eşitsizliği ne kadar azalttığını ölçer. Fark ne kadar büyükse, vergi geliri o kadar eşitlemektedir. 1980'lerde, gelire göre vergiler düşük gelirli gruplara göre yüksek gelirli haneler için daha fazla düşüğü için fark daralmıştır (Tax Policy Center, 2024). Maliye politikası, politika yapıcılar tarafından vergilendirme düzeyinin ve hükümet harcamalarının belirlenmesidir. Maliye politikası, hükümetlerin gelir dağılımını etkilemesi için temel araçtır. Teorik olarak maliye politikası, gelirin vergiler, kamu harcamaları ve transferler yoluyla nasıl dağıtıldığını etkiler. Bu nedenle maliye politikası, eşitlik planlarını iki şekilde iyileştirir. Birincisi, doğrudan vergiler, gelir dağılımını artırdıkları ve gelir eşitsizliğini azalttıkları için ileridir. Dolayısıyla, gelir üzerinden alınan vergiler, kaynakları zenginlerden fakirlere dağıtır. Zenginlerin gelirlerinin daha büyük bir yüzdesini vergi olarak ödemeleri gerekecektir. İkincisi, vergi gelirlerinin yoksullara yardım amaçlı sosyal harcamalara harcanması durumunda, bunun yeniden dağıtımın sonuçları üzerinde önemli bir etkisi olur (Voto & Ngepah, 2024: 208).

Transfer harcamaları her zaman beklenen eşitleyici etkiyi yaratmayabilir, hatta bazı durumlarda gelir dağılımını daha da bozabilir. Bu durum, özellikle finansal piyasa işleyişinin etkileriyle açıklanabilir. Transfer gelirlerinin eşitsizliği azaltmak yerine artırdığı görülmektedir. Örneğin, devlet tahvillerine ödenen faizler, genellikle yüksek gelirli gruplar tarafından elde edilen kazançlar olduğu için gelir dağılımını bozucu etki yaratır. Buna karşılık, sosyal güvenliğin finansmanına yapılan devlet katkıları düşük gelirli grupların gelirlerini artırıcı etki yapar ve gelir eşitsizliklerini azaltır. Transfer harcamalarının büyük bir kısmının borç faizlerinden oluşması durumunda, transfer gelirlerinin beklenen eşitleyici etkisini sınırlamaktadır (Çetin, 2013: 311). Bu bağlamda, maliye politikalarının sadece transfer harcamaları yerine, finansal piyasaların spekülâtif hareketlerini de düzenleyen vergilendirme araçlarına odaklanması önemlidir. Tobin Vergisi, spekülâtif finansal işlemlerden elde edilen gelirlerin vergilendirilmesi yoluyla, gelir dağılımındaki eşitsizlikleri azaltma potansiyeline sahiptir. Böylece, finansal piyasaların işleyişindeki olumsuz etkilerle mücadele edilerek, gelir dağılımında daha adil bir denge sağlanabilir. Ayrıca, Tobin Vergisi'nin uygulanması, hükümetlere ek gelir sağlayarak sosyal harcamaların artırılmasına ve yoksulluğun azaltılmasına katkıda bulunabilir. Bu tür vergilendirme politikaları, hem ekonomik hem de sosyal açıdan daha sürdürülebilir ve adil bir toplum oluşturulmasına yardımcı olabilir.

Tobin Vergisi finansal işlemler üzerinden spekülâtif işlemler üzerinden alınan küresel bir vergi olarak uygulanması konusu hala tartışmalı bir konudur. Tobin Vergisinin küresel bir vergi olarak uygulanarak gelir dağılımı adaleti sağlanması için birtakım özelliklere sahip olması ve bu özelliklere dikkat edilerek uygulanması gerekmektedir.

- **Spekülâtif Sermaye Hareketlerinin Azaltılması:** Spekülâtif sermaye hareketlerinin azaltılması gerekmektedir. Bunun için de verginin istikrarlı bir şekilde uygulanması gerekmektedir. İstikrarlı bir şekilde uygulanan bu vergi kısa süreli spekülâtif amaçlı döviz hareketlerini caydırarak, piyasa istikrarını sağlayabilir. Bu istikrarlı piyasalarla özellikle gelişmekte olan ülkeler için ekonomik büyüme ve istihdam artışı sağlama açısından faydalı olacaktır. Bu vergi, aynı zamanda spekülâtif sermaye hareketlerinin azalmasına yol açarak kaynakların daha verimli

kullanılarak, kaynakların uzun vadeli yatırımlara yönlendirilmesine yardımcı olacak ve böylece ekonomik büyümeye destek sağlanacaktır.

- **Vergi Gelirleri Artışı:** Tobin Vergisi önemli bir vergi geliri getirme potansiyeline de sahiptir. Tobin Vergisiyle elde edilmiş olan gelirler eğitim, sağlık, altyapı, güvenlik ve sosyal güvenlik gibi kamu hizmetlerine yönlendirilebilir. Yarı kamusal mal niteliğindeki çoğu kamu hizmetinden genellikle düşük gelirlere sahip kişiler faydalanacağından, bu tür kamu hizmetlerinin artışı düşük gelirli kesimlerin yaşam standartlarının iyileşmesini sağlayarak, gelir dağılımını daha adil hale getirebilir. Tobin Vergisinden elde edilecek gelirin ulusal düzeyde ulusal kamusal malların finansmanı kapsamında değerlendirilebileceği gibi küresel kamusal malların arzı için de kullanılabilir. Bu gelirler iklim değişikliği ile mücadele, küresel salgınlarla mücadele ve yoksullukla mücadele gibi küresel sorunların çözümüne katkı sağlayabilir. Böylece Tobin Vergisi geliri hem ulusal hem de küresel boyutta gelir dağılımı adaletine olumlu katkı sağlayacaktır.
- **Gelir Dağılımına Doğrudan Müdahale:** Tobin Vergisi genellikle finansal olarak güçlü ve büyük kuruluşlar tarafından yapılan işlemlerden alınacak bir vergi olarak tanımlanır. Bu yüzden bu yolla alınan vergiler zenginlerden daha az zengin kesime doğru yapılan bir servet transferini de sağlayabilir. Aynı zamanda bu aktarım dışında, elde edilecek vergi gelirlerinin sosyal programlara aktarılması da gelir dağılımı adaletsizliğini azaltarak toplumsal dayanışmayı arttırabilir.
- **Finansal Sistemin Sorumlulukları:** Tobin Vergisi finansal sistemin topluma olan maliyetlerinin (finansal kriz, spekülasyon balonları gibi) azalmasına yardımcı olacaktır. Bu durum finans sektöründeki risk alma davranışlarını azaltacağından, toplumsal maliyetlerin de azaltılmasına yardımcı olacaktır. Krizlere aktarılmayan kamusal kaynaklar gelir dağılımı adaletinin sağlanması için büyük bir fırsat sunacaktır. Ayrıca Tobin Vergisi finansal sektörün üzerinde bir baskı unsuru oluşturacağından burada faaliyet gösteren kuruluşların daha şeffaf ve hesap verebilir olmalarını sağlayabilir.

Özetle Tobin Vergisinin küresel bir vergi olarak kabul edilip uygulanması, ekonomik istikrarı, kamusal hizmetler için kaynakları ve gelir adaletini arttırabilir. Bu etkilerle hem ulusal hem de küresel düzeyde adil bir gelir dağılımına katkı sunabilir. Fakat bu verginin etkin bir şekilde uygulanabilmesi için, Tobin Vergisinin sınırlılıklarının, geçmiş uygulamalarının, gelir dağılımı üzerindeki etkilerinin dikkate alınıp küresel kabul edilebilirliği yüksek bir küresel vergi haline alması için çaba gösterilmesi gerekmektedir.

7. SONUÇ

Gelir eşitsizliği kavramı ekonomik sürdürülebilirlik ve sosyal adaletin sağlanması için önemli bir konudur. Küreselleşen günümüz dünyasında artan ekonomik ve sosyal eşitsizlikler toplumların istikrarını tehdit eden önemli bir sorun haline gelerek, gelir eşitsizliğini giderek arttırmaktadır. Gelir dağılımı adaletsizliği birey ve toplumlar üzerindeki eşitsizlikleri daha da arttırmakta; bu durum sosyal huzuru bozmakta ve ekonomik sorunlara yol açmaktadır. Bu bağlamda, temelde gelir eşitsizliği sorunun giderilmesi için kamusal politikaların geliştirilmesi zorunludur. Bu çalışmada Tobin Vergisinin gelir dağılımı adaletini sağlama potansiyeli incelenmiştir. Tobin Vergisi, piyasaları istikrara kavuşturmayı ve spekülasyon faaliyetleri azaltmayı amaçlayan kısa vadeli döviz ticaretini cezalandırmak için spot döviz işlemlerine uygulanan bir vergidir. Çok fazla kısa vadeli döviz hareketi gören ülkeler, gelir kaynakları geliştirmek için Tobin Vergisini kullanabilir. Hükümetlerin kısa vadeli, önemli miktarda para alışverişinde bulunanlardan küçük miktarlarda vergi koparmak için kullandığı bir mekanizma olduğuna inanıldığından, Tobin Vergisi zaman zaman Robin Hood vergisi olarak da anılır. Tobin vergisinin yalnızca spekülasyon amaçlı finansal hareketleri engellemekle kalmayıp aynı zamanda toplumsal adaleti sağlamada önemli bir mali araç olarak kullanılabilmesi ortaya konmuştur. Tobin Vergisi, zenginlerden daha az zenginlere servet aktarımı sağlamasının yanı sıra buradan elde edilecek vergi gelirlerinin sosyal hizmetlere aktarılması yoluyla da toplumsal eşitlikleri azaltma potansiyeline sahiptir. Böylece Tobin Vergisi, Robin Hood benzeri bir etkiyle gelir dağılımı adaletinin sağlanmasına katkı sağlayabilecektir.

Tobin Vergisinin küresel bir mali araç olarak kullanılabilmesi için öncelikle uluslararası işbirliği gerekliliği bulunmaktadır. Küresel finansal piyasalarda meydana gelen dalgalanmaların ulusal müdahaleler ile çözülemeyeceği gerçeği, Tobin Vergisinin küresel bir vergi olması gerekliliğinin en önemli göstergesidir. Böyle bir küresel verginin benimsenmesi mali kaynakların daha adil dağılımına katkı sağlayabilir. Böylelikle ülkelerarası eşitsizliklerin azaltılması ve finansal istikrarın sağlanabilmesi için önemli bir fırsat ortaya çıkacaktır. Finansal piyasalardaki spekülasyon amaçlı ortaya çıkan toplumsal maliyetler Tobin Vergisi yoluyla telafi edilebilecektir. Bu vergi ile devletler ciddi vergi gelirleri elde edebilirler. Bu aynı zamanda bütçe açıklarının kapatılması ve sosyal harcamaların artırılması gibi faydaları da meydana getirecektir. Elde edilecek vergi gelirinin eğitim, sağlık ve sosyal hizmetlere aktarımı yoluyla, toplumun genel refahı üzerinde de önemli katkılar sağlayabilir. Böyle bir verginin uygulanabilirliği daha önce de belirtildiği üzere uluslararası koordinasyonun gerekliliğini de beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda ülkelerin birbiriyle uyumlu politikalar geliştirilmesi, verginin öngörülen faydalarının gerçekleşmesi için önemli bir adım olacaktır. Aynı zamanda bu koordinasyon Tobin Vergisinin uygulanması sırasında ortaya çıkabilecek potansiyel zorluk ve engellerin ortadan kaldırılması için geliştirilecek çözümler

sağlayacaktır. Politika yapımcıların, Tobin Vergisinin etkin bir şekilde uygulanabilir hale gelmesi için kapsamlı bir strateji ve destekleyici politikalar yürütmesi gerekmektedir.

Sonuç olarak, Tobin Vergisi hem ulusal hem de küresel düzeyde gelir dağılımı adaletinin sağlanması için önemli bir mali araçtır. Fakat bu vergi potansiyelinin hayata geçirilmesi için kapsamlı politikalar geliştirilmesiyle beraber sürekli izleme ve değerlendirmelerin olduğu bir mekanizmanın olması gerekmektedir. Böylelikle Tobin Vergisinin uygulanabilir hale gelmesi sağlanabilir. Küresel olarak uygulanan Tobin Vergisi dünya toplumunun daha adil yaşamasına ve gelir dağılımının sağlanmasına önemli katkı sağlayabilir.

8. KAYNAKÇA

- Arestis, P., & Karagiannis, N. (2022). A Compound Tobin Tax: A Political Economy Investigation. *Panoeconomicus*, 69(1), 1-15.
- Avitable, A. Y. (2002). Saving the World One Currency at a Time: Implementing the Tobin Tax. *Washington University Law Review* *Washington University Law Rev*, 80(1), 391-417.
- Balseven, H. (2016). The Political Economy of Financial Regulation Policies Following the Global Crisis. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(2), 607-616.
- Bianconi, G., Galla, T., Marsili, M., & Pin, P. (2009). Effects of Tobin taxes in minority game markets. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 70(1), 231-240.
- Bourguignon, F. (t.y.). Spreading the Wealth. Geliş tarihi 15 Temmuz 2024, gönderen IMF website: <https://www.imf.org/en/Publications/fandd/issues/2018/03/bourguignon> (Erişim tarihi: 15.07.2024)
- Boyle, M. (2023). Robin Hood Effect: What It Is, How It Works. Geliş tarihi 15 Temmuz 2024, gönderen Investopedia website: <https://www.investopedia.com/terms/r/robin-hood-effect.asp> (Erişim tarihi: 15.07.2024)
- Chen, H. (2016). A Tobin tax only on sellers. *Finance Research Letters*, 19, 83-89.
- Çetin, B. I. (2013). *İktisadi Sistemler Bağlamında Gelir Dağılımı-Kredi Ekonomisi İlişkisi ve Türkiye*. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı.
- Dianov, S., Koroleva, L., Pokrovskaia, N., Victorova, N., & Zaytsev, A. (2022). The Influence of Taxation on Income Inequality: Analysis of the Practice in the EU Countries. *Sustainability*, 14(15).
- Eichengreen, B., Tobin, J., & Wyplosz, C. (1995). Two Cases for Sand in the Wheels of International Finance. *The Economic Journal*, 105(428), 162-172.
- Essler, S., & Paulus, M. (2021). Robin Hood or Matthew? Children's Reasoning About Redistributive Justice in the Context of Economic Inequalities. *Child Development*, 92(4), 1254-1273.
- Gordon, J. (2024). Robin Hood Effect (Economics)—Explained—The Business Professor, LLC. Geliş tarihi 15 Temmuz 2024, gönderen https://thebusinessprofessor.com/en_US/economic-analysis-monetary-policy/robin-hood-effect-definition
- Haberer, M. (2003). Some Criticism of the Tobin Tax. *SSRN Electronic Journal*.
- Hermansen, M., & Causa, O. (2018). Income redistribution through taxes and transfers across OECD countries. Geliş tarihi 15 Temmuz 2024, gönderen CEPR website: <https://cepr.org/voxeu/columns/income-redistribution-through-taxes-and-transfers-across-oecd-countries> (Erişim tarihi: 15.07.2024)
- Jetin, B. (2012). The Tobin tax. İçinde H. K. Anheier & M. Juergensmeyer (Ed.), *Encyclopedia of Global Studie*. Sage.
- Jouini, N., Lustig, N., Moumami, A., & Shimeles, A. (2018). Fiscal Policy, Income Redistribution, and Poverty Reduction: Evidence from Tunisia. *Review of Income and Wealth*, 64(1), 225-248.
- Kasa, K. (1999). Time for a Tobin Tax? - San Francisco Fed. Geliş tarihi 15 Temmuz 2024, gönderen <https://www.frbsf.org/research-and-insights/publications/economic-letter/1999/04/time-for-a-tobin-tax> (Erişim tarihi: 15.07.2024)
- Khan, S., & Padda, İhtisham U. haq. (2021). The Impact of Tax and Expenditures Policies on Income Distribution: Evidence from Pakistan. *ETIKONOMI*, 20(2), 369-384.
- Kirchler, M., Huber, J., & Kleinlercher, D. (2011). Market microstructure matters when imposing a Tobin tax—Evidence from the lab. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 80(3), 586-602.

-
- Lavička, H., Lichard, T., & Novotný, J. (2016). Sand in the wheels or wheels in the sand? Tobin taxes and market crashes. *International Review of Financial Analysis*, 47, 328-342.
- Musibau, H. O., Zakari, A., & Taghizadeh-Hesary, F. (2024). Exploring the Fiscal policy—Income inequality relationship with Bayesian model averaging analysis. *Economic Change and Restructuring*, 57(2), 21.
- Nissanke, M. (2004). Revenue Potential of the Tobin Tax for Development Finance: A Critical Appraisal. İçinde A. B. Atkinson (Ed.), *New Sources of Development Finance* (ss. 58-89). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/0199278555.003.0004>
- Quiconomics. (2024). Robin Hood Effect Definition & Examples. Geliş tarihi 15 Temmuz 2024, gönderen Quiconomics website: <https://quiconomics.com/terms/robin-hood-effect/> (Erişim tarihi: 15.07.2024)
- Spahn, P. B. (1996). The Tobin Tax and Exchange Rate Stability. *IMF*.
- Tax Policy Center. (2024). How do taxes affect income inequality? Geliş tarihi 15 Temmuz 2024, gönderen Tax Policy Center website: <https://www.taxpolicycenter.org/briefing-book/how-do-taxes-affect-income-inequality> (Erişim tarihi: 15.07.2024)
- Vaidya, D. (2023). Tobin Tax—Definition. Geliş tarihi 15 Temmuz 2024, gönderen WallStreetMojo website: <https://www.wallstreetmojo.com/tobin-tax/> (Erişim tarihi: 15.07.2024)
- Vives, X. (2017). A rationale for the Tobin tax. Geliş tarihi 15 Temmuz 2024, gönderen CEPR website: <https://cepr.org/voxeu/columns/rationale-tobin-tax> (Erişim tarihi: 15.07.2024)
- Voto, T. P., & Ngepah, N. (2024). Personal income tax, redistribution and income inequality in Sub-Saharan Africa. *International Review of Economics*, 71(2), 205-223.
- Westerhoff, F. H., & Dieci, R. (2006). The effectiveness of Keynes–Tobin transaction taxes when heterogeneous agents can trade in different markets: A behavioral finance approach. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 30(2), 293-322.
- Yin, Z., Peng, H., Xiao, W., & Xiao, Z. (2022). Capital control and monetary policy coordination: Tobin tax revisited. *Research in International Business and Finance*, 59.

Banka Çalışanlarının İş Tatmini ve Motivasyonu: Tekirdağ İli Malkara İlçesi Banka Çalışanları Üzerine Bir Araştırma^a

Job Satisfaction And Motivation Of Bank Employees: A Research On Bank Employees In Malkara District Of Tekirdag Province

Tanju ÇOLAKOĞLU^b

Merve ÖKTEM^c

Özet

Çalışma hayatına yönelik olarak örgütlerin yönetiminde iş tatmini ve motivasyon kavramlarına yönelik araştırmalar her geçen gün artmaktadır. Gerçekleştirmiş olduğumuz bu çalışma ile amacımız, Tekirdağ ilinin Malkara ilçesindeki banka şubelerinde görev almakta olan beyaz yakalı çalışanların, iş tatminleri ve motivasyonları arasında bir ilişki olduğu ve iş tatmini algılarına olumlu yönde etki eden faktörlerin bulunduğuna ilişkin varsayıma dayanarak bu ilişkiyi incelemek ve bu iki kavram arasında bir ilişki varsa hangi unsurlar arasında anlamlı ilişkiler olduğunun tespitinin yapılmasıdır. Çalışmada iş tatmini unsurlarına ve motivasyonun önemi ve çeşitlerine yer verilecek olup, çalışanların iş tatmini ve motivasyonuna yönelik yaptığımız anket çalışmasından elde ettiğimiz bulgular ışığında iş tatmini ve iş motivasyonu algısı arasındaki ilişki incelenmiş olup bu husustaki sonuçların yorumlamasını yapacak ve bu sonuçları tablolar ile destekleyerek ulaşılmış olduğumuz sonuçlara ve verilere yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: İş Tatmini, İş Motivasyon Algısı, Banka Çalışanları.

Başvuru: 29.07.2024

Kabul: 27.08.2024

Abstract

Research on the concepts of job satisfaction and motivation in the management of organizations regarding work life is increasing day by day. Although there are different studies in the literature, it would be appropriate to conduct new studies that will contribute to the field. Our aim with this study that we have conducted is to examine this relationship based on the assumption that there is a relationship between the job satisfaction and motivation of white-collar employees working in bank branches in Malkara district of Tekirdag province and to determine which elements have significant relationships if there is a relationship between these two concepts. The study will include the elements of job satisfaction and the importance and types of motivation, and in the light of the findings we obtained from the survey study we conducted on the job satisfaction and motivation of employees, the relationship between job satisfaction and job motivation perception will be examined, the results on this subject will be interpreted and the results we have reached will be supported by tables and the results will be given.

Key Words: Job Satisfaction, Job Motivation, Bank Employees

^aBu çalışma Merve Öktem'in Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı'nda, danışman Dr. Öğr. Üyesi Tanju Çolakoglu ile yürütmekte olduğu "Banka Çalışanlarının İş Tatmini ve Motivasyonu Arasındaki İlişki: Tekirdağ'ın Malkara İlçesi Örneği" adlı yüksek lisans tez çalışmasından türetilmiştir.

^b Dr. Öğr. Üyesi Tanju Çolakoglu, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, tanjucolakoglu@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2401-5667

^c Yüksek Lisans Öğrencisi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı, evremetko@gmail.com

GİRİŞ

Örgütlerin bünyesinde çalışmakta olan bireylerin her biri örgütlere sağladıkları fayda açısından büyük öneme sahiptir. Ancak örgütler çalışanlarının motivasyon kaynağı olan gereksinimlerini ve tatmin duydukları unsurları doğru şekilde değerlendirmelidir. Bunu sağlayabilmek için çalışanların istediği verimi ve performansı görebilmesi açısından onların psiko-sosyal gereksinimlerinin neler olduğunu ya da onların yapmakta oldukları işten tatmin duydukları etkenlerin neler olduğunun tespitinin doğru bir şekilde belirlenmesi gerekmektedir. Her birey farklı kişilik özelliklerine sahiptir. Bu yüzden her bireyin işten beklentisi tatmin olduğu ya da olmadığı durumlar birbirinden farklıdır. Bu bireylerin yapmaktan keyif aldıkları ve kendilerini mutlu hissettikleri şartlarda çalışması diğer bir ifade ile iş tatminini yakalaması ile birlikte daha verimli oldukları ve performanslarının da yükseldiği bilgisi birçok örgütte yer alan insan kaynakları departmanlarınca ve birçok şirket yöneticisi tarafından da bilinir. Bu yüzden örgütler çalışanlarının nasıl bir çalışma ortamında çalıştıklarında daha verimli olacaklarının tespit etmesi gerekmektedir. Çünkü iş tatmini ve motivasyonun tespiti hem örgütler hem de çalışanların daha verimli ve yüksek performans ile devamının sağlanabilmesi açısından yüksek öneme sahip bir konudur. Böylece örgütlerin çalışanlarından beklediği başarıyı yakalaması ile çalışanlarının iş tatmini düzeylerinin yükseleceği ifade edilebilir. Çalışanların motivasyonu da onların içinden gelen ulaşmak istedikleri gereksinimleri doğrultusunda gösterdikleri tutum ve davranışlara yansımadır. Örgütler çalışanlarının gereksinimlerini tespit ederek onların motivasyonlarını arttırma çalışmaları yaparak örgüt için artı bir değer katmalarında etkin rol oynayabilirler. Örgütler çalışanlarının gereksinimlerini tespit etmesi ve bu yönde uygulamalar gerçekleştirilmesi halinde onların örgüt yararına yönelik tutum ve davranışlar sergilemesi sağlanabilir.

Bu çalışmada anket yöntemi kullanılarak Tekirdağ ilinin Malkara ilçesindeki banka şubelerinde görev almakta olan beyaz yakalı çalışanların iş tatminleri ve motivasyonları arasında bir ilişki olduğu yönündeki varsayıma dayanarak bu ilişkiyi incelemek ve bu iki kavram arasında bir ilişki varsa hangi unsurlar arasında anlamlı ilişkiler olduğunun tespitinin yapılması amaçlanmıştır.

1. İŞ TATMİNİ

Çalışma hayatında merkezi bir konumda yer alan iş tatmini, uzun yıllardır akademik araştırmaların odak noktası olmuştur. Örgütsel performansı arttırmak isteyen kurumlar için çalışanların iş tatminini sağlamak kritik öneme sahiptir. Örgütlerin daha başarılı olmaları açısından çalışanlarının nasıl daha yüksek performans ile çalışabilecekleri araştırma konusu olmuştur. Bu hususta örgütler çeşitli uygulamalar ile çalışanlarının iş tatmini düzeylerini ölçümleyerek onları hangi konuda tatmin etmeleri gerektiğini tespit etmiştir. Ancak her bireyin iş tatmini aynı unsurlar üzerinden ve aynı derecede gerçekleşmediği bilinmektedir. Bu sebeple iş tatmini düzeyini olabildiğince iyi seviyelerde tutabilmek adına gerekli araştırma ve uygulamaların yapılması gerekir (Davis, 1983: 96; Davis, 1989: 117; Öztekin, 2008: 4'den Akt: Tamış, 2018: 90). İş tatmininin tanımını yapacak olursak, iş tatmini; çalışanların, çalışmakta oldukları örgütteki yaptığı işe yönelik bilgi, beceri, yetenek, yetkinlik ve kişilik özellikleri gibi içsel faktörle ile dışsal faktörler olan ücret, çalışma ortamı ve şartları, çalışma arkadaşları ve yöneticilerle olan ilişkiler arasındaki ihtiyaç – beklenti denkleminin kurulması diğer bir ifade ile gerçekleşmesi ile birlikte hissedilen haz, keyif gibi pozitif duygular bütünü olarak ifade edilmektedir (Tamış, 2018: 89).

Literatüre bakıldığında iş tatminin, çalışan bireylerin mevcutta çalışmakta olduğu işten keyif aldığı ve yaptığı iş neticesinde elde ettiği haz ile mutluluk duygusu yaşadığı fakat yaptığı işten zevk almaması ya da diğer bir ifadeyle haz duymaması sonucunda da mutsuz olduğu dolayısıyla da tatminsizlik yaşadığı ifade edilmektedir (Keser, 2014: 140).

Bu alanda yapılmış çalışmaların neredeyse tamamında, çalışanların iş tatmininin içsel faktörler ve dışsal faktörler olarak ikiye ayrıldığı görülmekte ve çeşitli alt başlıklar altında incelenen unsurların etkilediği bilinmektedir. İçsel faktörler olarak bilinen unsurlar bireysel özellikleri ifade ederken dışsal faktörler ise bireylerin çalışmakta oldukları iş ortamını ve iş ortamındaki ilişkileri ifade etmektedir. Çalışanların iş tatminine etki eden unsurlardan bireysel etkili içsel faktör unsurları; cinsiyet, statü, medeni durum, eğitim düzeyi, sosyo – kültürel çevre, kişilik, meslek, zekâ, yetenek, bilgi, beceri, yeterlilik ve yetkinlikler olarak sıralanmaktadır (Mullins, 1996'dan Akt: Özpehlivan, 2018: 48). Dışsal faktörler: İşin özellikleri, ücret, terfi, ödül, fiziksel çalışma koşulları ve ortamı, örgütsel ilişkiler, yetki ve sorumluluk devri, rekabet, kararlara katılma, iş güvencesi, yönetim biçimi olarak belirtilmiştir (Keser, 2009: 108-110; Eren, 2017: 518-519).

İş tatminini etkileyen içsel faktörlerden cinsiyetin iş tatminine olan etkisinin araştırılmasının hatalı olacağı ifade edilmektedir (Weaver, 1978: 265-274'den Akt: Silah, 2001: 109). İş tatmini konusunda cinsiyetin etkisini araştırmak kadınlar ile erkeklerin eğitim düzeyleri ve oranlarının aynı olmaması, kadınların iş gücü piyasasında, kadın olmaları sebebiyle çok fazla yer alamamaları ya da alsalar bile statü anlamında olmak istekleri noktaya gelebilmeleri hususunda, önlerine cam tavan da dediğimiz görünmez bariyerlerin koyulmuş olmasının, yeterli ve istenen sonucu veremeyeceği görüşü hakimdir. Erkekler ve kadınlar çalışma hayatında örgütler açısından aynı seviyelerde eğitim almış da olsalar aynı düzeyde değerlendirilmez. Bu gibi nedenlerle çalışanların cinsiyetlerine göre iş tatminlerinin ölçülenmesinin doğru sonuçlar veremeyeceği görüşü hakimdir (Aksayan, 1990: 15; Oshagbemi, 2000: 331-343'den Akt: Kesici, 2006: 39; Chiu, 1998'den

Banka Çalışanlarının İş Tatmini ve Motivasyonu: Tekirdağ İli Malkara İlçesi Banka Çalışanları Üzerine Bir Araştırma

Akt: Özpehlivan, 2018: 49). Yapılan çalışmalarda cinsiyet faktörü ile ilgili çeşitli görüşler yer alır. Bu görüşlerin bazıları erkeklerin iş tatmin düzeyini daha yüksek olduğunu ifade ederken kimisi kadınların iş tatmini düzeyinin daha yüksek olduğunu ifade eder (Aktaş, 2019: 20'den Akt: Keleş, 2022).

İş tatminsizliği yaşayan çalışanlar ise, işten uzaklaşmakta, devamsızlık yapmakta ya da işten ayrılma davranışı gibi çeşitli tepkiler ortaya koymaktadır (Özpehlivan, 2018: 94-111).

2. MOTİVASYON

Motivasyonun sözlük tanımına baktığımızda “güdüleme” olarak karşımıza çıkar (sozluk.gov.tr). Motivasyon bireylerin bir amaç veya hedefe ulaşabilmelerinde gerekli olan yakıt diğer bir ifade ile itici güçtür. Motivasyon için bireyin gereksinimlerinin neler olduğunu kendi içinde bilmesi ve tespit etmesi gereklidir (Gün, 2020: 144). Her birey farklı ihtiyaçlara sahiptir bu yüzden farklı şekillerde güdülenirler. İnsanların gereksinimleri onların çalışma hayatındaki performans ve verimlerinde etkili olur. Her birey yaşamı boyunca bir şeye gereksinim duyar ve onu elde etmek için çaba sarf ederler. Bireyler bu gereksinimlerini karşılamak adına bazı tutum ve davranışlar sergileme eğiliminde bulunurlar. Bu tutum ve davranışlar çalışmakta oldukları örgütlere de fayda sağlar. “İnsanların fiziksel ihtiyaçları onların dürtülerini harekete geçirmekte ve psikolojik bir hale gelmektedir”. Bu açıdan bakıldığında bireylerin gereksinimlerine yönelik oluşan güdülerinin onların gösterecekleri davranış ve tutumlarında etkili olur (Yılmaz, 2020: 281-282).

Motivasyon diğer bir ifade ile güdüleme, örgütlerin başarıya ve istedikleri verime ulaşabilmek adına önemi yukarıda da belirtildiği gibi azımsanamayacak bir unsurdur. Motivasyon faktörleri ise teknolojinin gelişmesi ile küresel bir pazar haline gelen günümüz şartlarında dünyadaki tüm örgütlerin bir rekabet içinde olduğu göz önüne alındığında çalışan motivasyonunun da büyük yeri ve önemi mevcuttur. Örgütlerin istenilen amaçlara ulaşabilmede çalışanlarının ihtiyaçlarını anlamak ve onları motive edecek olan unsurların tespit edilmesi hususunda çalışmalar yapması örgüt hedeflerinin gerçekleşmesi anlamında farkında olunması gereken bir durumdur. Personellerin bir işi severek yapması o işte başarıyı getireceği de aşıkardır (Kuzu, 2015: 28).

Motivasyonun birçok çeşidi bulunmaktadır. Yapılan bu çalışmada bunlardan yalnızca dört çeşidine yer verilmektedir. Bu dört motivasyon çeşidi şunlardır; iç motivasyon, dışsal motivasyon, fizyolojik motivasyon, sosyolojik motivasyon ve son olarak psikolojik motivasyondur.

İçsel motivasyon, bireylerin en güçlü şekilde motive oldukları motivasyon türüdür. İnsanların içinden gelen bir motivasyon çeşidi olmasından dolayı bireylerin ihtiyaç duyduğu, arzu ettiği, sahip olmak istediği herhangi bir gereksinimin bireyi harekete geçirmesine onları motive etmesine olanak tanımaktadır (Öktem, 2022; <https://markamutfagi.com>).

Dışsal motivasyon diğer bir ifade ile Fizyolojik motivasyon, bireyler dış uyaranlar tarafından şartlandırılması ile oluşturulur. Bu dış uyaranlar, ödül ve ceza mekanizması şeklindedir. Bir örgütte çalışan bireyler, daha verimli bir şekilde çalıştıklarında diğer bir ifade ile yüksek performans ile çalıştıklarında ödüllendirilecekleri fikrine inandırıldığında bu doğrultuda tutum ve davranış sergileyeceklerdir. Bu ödüllendirilme terfi, ücret artışı, ikramiye vb. şekillerde olabilir (<https://markamutfagi.com>). Fizyolojik motivasyon, bireylerin yaşamlarını sürdürebilmeleri için ihtiyaç duydukları temel gereksinimleridir. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde yer alan piramitteki en alt sıradaki gereksinimler olarak da belirtilir (Genç, 2012: 266).

Psikolojik motivasyon, bu motivasyona yönelik motiflerin saptanması zor ve bireyden bireye değişkenlik gösterir. Bu alanda yapılan çalışmalar herkes tarafından aynı algılanmayacağından bir örgütteki her çalışanın farklı kişilik özellikleri ve farklı bir psikolojik yapısı olması nedeniyle motivasyonu artırma yönünde bir çalışma gerçekleştirilmesi halinde bu noktada bazı sorunlar yaşanması muhtemeldir. Motivasyonu artırmaya yönelik tek bir motivasyon teşvik aracına ulaşılamaması durumu söz konusu ortaya çıkabilecektir (Genç, 2004: 258).

Son olarak sosyolojik motivasyona baktığımızda ise, sosyolojik motivasyon da motivasyonun her bireyin farklı kişilik, etnik köken, toplumsal yapı, inanç ve değerleri vb. olması gibi her toplumunda farklı karakteristik özellikleri olması sebebiyle her zaman aynı şekilde görülmez. Bireyler girmiş oldukları toplum ya da topluluklarda kabul görme ve o toplum, topluluk ya da gruba üye olmak diğer bir ifade ile dahil olmak isterler. Bunu istemelerindeki temel neden yukarıda da bahsettiğimiz sebeplerden dolayı belli değildir. Ancak bireyler, tanınma, ilgi görme, ilgi çekmek, beğenilmek, kabul görmek, görünür olmak, sevilme gibi birçok istek ve arzuya sahiptir. Bu arzu ve istekler değişkenlik gösterebilir (Genç, 2012: 266).

3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu araştırmanın temel amacı Tekirdağ'ın Malkara ilçesindeki bankacılık sektöründe çalışan beyaz yakalı çalışanların iş tatmini ve motivasyonları arasında bir ilişki olduğuna yönelik varsayıma dayanarak bu iki kavram arasındaki ilişkiyi

incelemek ve bu iki kavram arasında bir ilişki varsa hangi unsurlar arasında anlamlı ilişkiler olduğunun tespitinin yapılmasıdır. Bu çalışma ile ulaşılmak istenen bilgiler şunlardır:

- 1- Banka çalışanlarının iş tatmini ile motivasyon arasındaki ilişkiyi ortaya koymak.
- 2- Banka çalışanlarının iş tatmini ve motivasyonlarını üst düzeye çıkaracak unsurların neler olduğunun belirlenmesi ve bununla birlikte önemlilik seviyelerinin de tespit edilmesi ile ortaya koymak.

Bu araştırmanın önemini, banka çalışanlarının çalışmakta oldukları bankadaki motivasyonları ve iş tatminlerini düzeylerine olumlu ya da olumsuz yönde etki eden unsurlar varsa bunların saptanması, iş tatmini ve motivasyonuna olumlu yönde etki eden unsurlar olup olmadığının tespit edilebilmesi oluşturmaktadır. Eğer banka çalışanlarının iş tatmini ve motivasyonlarında etkili olan olumlu unsurlar var ise de bu unsurların daha önceki yıllarda yapılmış herhangi bir çalışmadan farkının ne olduğu ya da farklılık gösterip göstermediğinin öğrenilmesi ve böylece iş tatmini ve motivasyonunun kapsamı dar olan bir çalışmada çalışanlar üzerindeki etkisinin hangi yönde olduğu (olumlu-olumsuz) ve hangi etkenlerden etkilendiği sonuçlarına ulaşabilmek açısından önemlidir.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

4.1. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın örnekleme seçimi için çalışmada kullanılması planlanan değişkenlere yönelik literatür taraması sonucunda ulaşılan çalışmalar göz önünde bulundurularak, seçilen değişkenler için araştırmanın evrenini Türkiye'deki banka çalışanları oluşturmaktadır. Örnekleme seçiminde tesadüfi örnekleme yöntemlerinden basit tesadüfi küme tipi örnekleme yönteminin kullanılmasına karar verilmiştir. Küme tipi örnekleme yöntemi; evrenin çok büyük ve birimlerin geniş coğrafi alana yayılmış olduğu durumlarda evrendeki birimlerden basit tesadüfi seçim yöntemi ile değil de, bu birimlerden oluşan gruplardan tesadüfi seçi yapmak suretiyle örnekleme seçiminin yapıldığı örnekleme yöntemidir (Kılıç, 2013: 44). Bu doğrultuda araştırmanın örnekleme Tekirdağ ili Malkara ilçesinde bulunan bankaların çalışanları olarak kabul edilmiştir.

4.2. Veri Toplama Araçları ve Veri Toplama Süreci

İş tatmini ve iş motivasyonuna ilişkin mevcut literatüre incelenerek oluşturulan anket formu 3 bölüm ve 29 ifadeden oluşmaktadır. Anket formunun oluşturulmasında Kesici (2006), Kök (2006) ve Eren (2013) çalışmalarından yararlanılarak oluşturulmuştur. Anketin ilk bölümü katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 8 ifadeden oluşmaktadır. Anketin ikinci bölümü iş tatminine yönelik soruların içeren ve mevcut alan yazında iş tatminini ölçmek amacıyla en çok tercih edilen Minnesota İş Tatmini Ölçeğine dayalı 17 ifadeden oluşmaktadır. Anket formunun son bölümünü ise iş motivasyonunu ölçmeye yönelik 4 ifade oluşturmaktadır (Bknz Ek1). İfadelerin ölçülmesinden Porter (1974) ölçeğinden yararlanılmıştır. Porter ölçeği: İş tatminine yönelik boyutların kullanılarak çalışanların tatminsizliği ya da tatminini ölçmek için kullanılan sorulardır. Bu sorular ile Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi ölçek olarak alınarak var olan koşullar ile olması gereken koşullar arasında ilişki kurulan bir ölçek türüdür (Tütüncü ve Çiçek, 2000: 126'dan Akt: Toker, 2007: 96).

Porter Ölçeğine göre hazırlanmış olan anket formunda sorulara verilen yanıtlardaki, 1'den 3'e kadar olan katılım derecesi düşük katılımı ifade ederken, 3,01'den 5'e kadar olan katılım düzeyi orta seviye katılım derecesini ve 5,01'den 7'ye kadar olan katılım da yüksek katılıma sahip olduğu belirtilebilir. Bu anlamda 7, %100'lük katılımı ifade etmektedir. Tatmin durumu ise "B" sorusuna verilen değer "A" sorusuna verilen değerden çıkarılması ile elde edilmektedir. Çıkan sonucun (-) olması durumu ise tatmini ifade etmektedir. Bu ölçeğe göre 6 ise en büyük farklılıktır. Yapılan derecelendirmede 0 ve 2 arası düşük düzeyde tatminsizliği; 2,01 ve 4 arası orta düzey tatminsizliği; 4,01 ve 6 arası ise yüksek düzey tatminsizliği ifade eder. Tersisi durumu ise, 0 ile -2 arası çıkan sonuçlar düşük tatmini, -2,01 ile -4 arası çıkan sonuçlar orta düzeydeki tatmini, -4,01 ile -6 arasındaki çıkan sonuçlarda ise yüksek düzeydeki tatmini ifade eder.

4.3. Veri Toplama Süreci

Bu çalışma yazılı anket formları ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma için daha önceki çalışmalarda kullanılmış olan anket formları araştırmaya izin veren 8 banka şubesinde bizzat gidilip gerekli izinler alınarak elden teslim edilmiş olup daha sonra toplanmak üzere bir şube yetkilisine teslim edilmiştir. Anket formlarının doldurulmasına ilişkin gerekli bilgilerin ve açıklamaların ankette öz bir şekilde ifade edilmesinin yanında banka şubelerinde yer alan yönetici ve deneklere de formların doldurulmasına yönelik gerekli açıklamalar yapılmıştır. Anketler olması gerektiği gibi belirtilen süre zarfında banka şubelerindeki yöneticilerin görevlendirdiği yetkili biri tarafından toplanmıştır. Tekirdağ'ın Malkara ilçesinde bulunan 9 banka şubesine toplamda 69 anket dağıtılmış olup anket yapılmasına izin veren 8 banka şubesine 58 anket formu dağıtılmıştır. Fakat 1 banka şubesinden gerekli onay ve izinler alınmadığı için 11 anket hiç çalışmaya dahil edilememiştir. Anket çalışmasının uygulanmasına izin veren banka şubelerine dağıtılan 58 anket içerisinde elimize geçen anket sayısı ise 44 anketdir. Yapılan kontrolde ise bu 44 anketten ise tam ve eksiksiz şekilde yanıtlanan anket sayısı 34 olarak görülmüştür.

4.4. Araştırmanın Modeli, Hipotezleri ve Veri Analiz Yöntemi

Banka Çalışanlarının İş Tatmini ve Motivasyonu: Tekirdağ İli Malkara İlçesi Banka Çalışanları Üzerine Bir Araştırma

Araştırmamızda, banka çalışanlarının yapmakta oldukları işlerine yönelik iş tatminleri düzeyleri ve motivasyonları arasındaki ilişkiye ve bu iki kavrama etki eden unsurlara yönelik bakış açılarına ilişkin hipotezlerimiz yer alır.

H1: Banka çalışanlarının iş tatmini düzeyi ile motivasyonu arasında ilişki vardır.

H2: Banka çalışanlarının iş tatmini algısına olumlu yönde etki eden faktörler vardır.

Araştırmamızın çözümlenmesinde, aritmetik ortalama (A.O.), standart sapma (S.S.) kullanılmıştır. Hesaplanan aritmetik ortalamalar elimizdeki ana kitle ortalamasının bilgisini vermektedir. Ana kitleyi oluşturan her birimin aritmetik ortalamaya olan uzaklığını ise standart sapma verilerinden elde etmekteyiz. Standart sapma verilerinin büyümesi ana kitleyi oluşturan birimlerin aritmetik ortalamadan daha çok uzaklaştığının verilerini ifade etmektedir. Serideki dağılımın az olduğunun bilgisini de standart sapmanın küçüklüğünü ifade etmektedir.

4.5. Araştırmanın Güvenirlik Analizi

Yaptığımız araştırmada kullanmış olduğumuz anketin ikinci bölümünde yer alan iş tatmini analizine yönelik sorularına yapılan güvenirlik analizi sonucunda iş tatmini sorularının tümü yeterli düzeyde güvenilir olduğu tespit edilmiş ve bu yüzden herhangi bir soru çıkarımı yapılmamıştır. Yapılan testin sonucunda Cronbach Alpha değeri 0,97 yani yüksek değerde güvenilir bir anket olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 1: İş Tatmini Ölçeği Güvenirlik İstatistiği

Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
0,975	51

Araştırmada kullanmış olduğumuz anketin üçüncü bölümünde yer alan motivasyona yönelik sorulara yapılan güvenirlik analizi sonucunda motivasyon sorularının tümü yeterli düzeyde güvenilir olduğu tespit edilmiş ve bu yüzden herhangi bir soru çıkarımı yapılmamıştır. Yapılan testin sonucunda Cronbach Alpha değeri 0,87 yani yüksek değerde güvenilir bir anket olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 2: Motivasyon Ölçeği Güvenirlik İstatistiği

Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
0,877	10

4.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmamızın sınırlılığı, araştırmayı gerçekleştirdiğimiz bölge nedeniyle sahip olduğu evren ve bu evrenden hangi oranda genelleme yapılabileceği ile bulunan konum dolayısıyla banka şube sayısının az olması ve dolayısıyla çalışan sayılarının da kısıtlı olması olarak ifade edilebilmektedir.

4.7. Araştırmanın Bulguları

Soru-1: Halen çalışmakta olduğunuz banka hangi sektörün elinde bulunuyor?

Anketimize Özel Bankalarda çalışan 40 bankacılık kariyer çalışandan 25'i, Kamu Bankalarında çalışan 29 bankacılık kariyer çalışandan 9'u katılmıştır. Ankete katılım oranı Özel Bankalarda %73,5 Kamu Bankalarında ise %26,5 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 3: Banka Çalışanlarının Anket sonuçlarına Göre Sektörel Dağılımı

Sektörler	Sıklık	Yüzde
Özel Sektör	25	% 73,5
Kamu Sektörü	9	% 26,5
Toplam	34	100,0

Soru-2: Yaşınız?

Aşağıdaki tabloya bakıldığında, banka çalışanlarının genel olarak 31-39 yaş grubunun çoğunluğu oluşturduğu ve bunu takip eden yaş gruplarının ise 40 ve üstü olduğu görülmüştür. Buradan hareketle banka çalışanlarının orta yaş ve üzeri oldukları bilinir.

Tablo 4: Banka Çalışanlarının Anket Sonuçlarına Göre Yaş Dağılımı

ARAŞTIRMA GENELİ			ÖZEL BANKALAR			KAMU BANKALARI		
Yaş Grupları	Sıklık	Yüzde	Yaş Grupları	Sıklık	Yüzde	Yaş Grupları	Sıklık	Yüzde
25-30	5	%14,7	25-30	4	%16	25-30	1	%11,1
31-39	18	%52,9	31-39	12	%48	31-39	6	%66,6
40 ve Üstü	10	%29,4	40 ve Üstü	9	%36	40 ve Üstü	2	%22,2
Toplam	34	100,0	Toplam	25	100,0	Toplam	9	100,0

Soru-3: Cinsiyetiniz?

Anketin geneline bakıldığında, genel olarak banka çalışanlarının % 44,1'ini kadınlar oluştururken % 55,9'unu ise Erkekler oluşturmaktadır. Kamu bankalarında çalışmakta olan erkek çalışanların sayısı 5 ve kadın sayısı 4 iken Özel banka çalışanlarının 15 erkek çalışan ve 10 kadın çalışanın çalışmakta olduğunu bulgularına varılmıştır.

Tablo 5: Banka Çalışanlarının Anket Sonuçlarına Göre Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Sıklık	Yüzde
Kadın	15	%44,1
Erkek	19	%55,9
Toplam	34	100,0

Soru-4: Öğrenim durumunuz?

Aşağıdaki tablo incelendiğinde, banka çalışanlarının genelinin Fakülte-yüksek okul ve Lisansüstü öğrenim düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Araştırmanın yapıldığı bankaların çoğunluğunu özel bankalar oluşturması nedeniyle kamu bankası çalışanlarının öğrenim durumları sıklık değerlerinin düşük seyrettiği görülmektedir.

Tablo 6: Banka Çalışanlarının Anket Sonuçlarına Göre Öğrenim Durumları Dağılımı

ARAŞTIRMA GENELİ			ÖZEL BANKALAR			KAMU BANKALARI		
Öğrenim Durumu	Sıklık	Yüzde	Öğrenim Durumu	Sıklık	Yüzde	Öğrenim Durumu	Sıklık	Yüzde
Fakülte-Yüksek Okulu	29	%85,3	Fakülte-Yüksek Okulu	21	%84	Fakülte-Yüksek Okulu	8	%88,8
Lisansüstü	5	%14,7	Lisansüstü	4	%16	Lisansüstü	1	%11,1
Toplam	34	100,0	Toplam	25	100,0	Toplam	9	100,0

Soru-5: Bankanızdaki hizmet süreniz?

Aşağıdaki tabloya bakıldığında, Araştırma geneline göre 1 yıldan az ve 1-3 yıl arası iş tecrübesine sahip çalışanların %2,8; 3-8 yıl iş tecrübesine sahip çalışanların %19,4; 8-15 yıl arası çalışma tecrübesine sahip çalışanların %44,4; 15 yıldan fazla süredir çalışan ve iş tecrübesine sahip olan banka çalışanlarının ise %25,0 oranlarında olduğu görülmektedir. Elimizdeki veriler ışığında, Özel bankaların çoğunlukta olması ve çalışan sayılarının da çoğunlukta olması nedeniyle Özel banka çalışanlarının 8-15 yıl ile 15 yıl ve üzeri çalışma tecrübesine sahip olan banka çalışanı oranı Kamuya oranla daha yüksek seyretmektedir. Ancak Kamu bankalarında 1 yıldan az ve 1-3 yıl arası çalışma tecrübesine sahip hiçbir çalışan olmadığına rastlanmıştır.

Tablo 7: Banka Çalışanlarının Anket Sonuçlarına Göre Hizmet Sürelerinin Dağılımı

ARAŞTIRMA GENELİ			ÖZEL BANKALAR			KAMU BANKALARI		
Hizmet Süresi	Sıklık	Yüzde	Hizmet Süresi	Sıklık	Yüzde	Hizmet Süresi	Sıklık	Yüzde
1 Yıldan Az	1	%2,94	1 Yıldan Az	1	%4	1 Yıldan Az	-	-
1-3 Yıl	1	%2,94	1-3 Yıl	1	%4	1-3 Yıl	-	-
3-8 Yıl	7	%20,6	3-8 Yıl	5	%20	3-8 Yıl	2	%22,2
8-15 Yıl	16	%47,1	8-15 Yıl	10	%40	8-15 Yıl	6	%66,6

Banka Çalışanlarının İş Tatmini ve Motivasyonu: Tekirdağ İli Malkara İlçesi Banka Çalışanları Üzerine Bir Araştırma

15 Yıldan Fazla	9	%26,4	15 Yıldan Fazla	8	%32	15 Yıldan Fazla	1	%11,1
Toplam	34	100,0	Toplam	25	100,0	Toplam	9	100,0

Soru-6: Bankanızda hangi bölümde çalışıyorsunuz?

Yaptığımız çalışmaya göre, bir meslek olarak kendi içerisinde, yapılan işin müşteri odaklılık ağırlığına göre aşağıdaki tabloda yer aldığı gibi iki alt meslek grubuna ayrılmıştır. Bankaların “İstihbarat ve Mali Analiz” meslek grubunu oluşturan çalışanların özel bankalardaki karşılığı da pazarlamacılar olması nedeniyle “Müşteri İlişkileri – Pazarlama – Satış” meslek grubuyla aynı kategoride yer verilmiştir. Bankaların “Müşteri İlişkileri – Pazarlama -Satış” bölümlerinde çalışmakta olan banka çalışanlarının daha dışa dönük, sosyal ve daha a rutin olan kademeler olduğundan dolayı iş tatmini seviyelerinin daha yüksek olabileceğinin düşünüldüğü alanlarda çalışmakta olduğunu ifade edilebilir.

Tablo 8: Banka Çalışanlarının Anket Sonuçlarına Göre Meslek Grupları Dağılımı

Meslek Grupları	Sıklık	Yüzde
Gişe/Şube Operasyonları/Dış İşlemler Operasyonları/Kambiyo	8	%23,5
Müşteri İlişkileri- Pazarlama- Satış/İstihbarat ve Mali Analiz	26	%76,5
Toplam	34	100,0

Soru-7: Görev pozisyonunuz?

Aşağıdaki tabloda yer alan görev pozisyonu oranlarına bakıldığında, araştırmamızı gerçekleştirdiğimiz banka şubelerinde çalışanların çoğunluğunun %47 ile “Şube Yöneticileri” görevi unvanına sahip çalışanların oluşturduğunu, %41,2 ile “Asistan – Yetkili” görev unvanında bulunan çalışanlar oluştururken, “Kariyer grubu (Yönetici Adayı) pozisyonunda çalışanların oranı ise %11,8 olarak görülmektedir. Özel bankalardaki Asistan – Yetkili; 6 kişi, Kariyer Grubu (Yönetici Adayı); 3 kişi, Şube Yöneticileri ise 14 kişi olarak saptanmış olup Kamu bankalarında ise bunlar sırası ile Asistan – Yetkili; 5 kişi, Kariyer Grubu (Yönetici Adayı); 1 kişi ve son olarak Şube Yöneticileri; 3 kişi olarak saptanmıştır.

Tablo 9: Banka Çalışanlarının Anket Sonuçlarına Göre Görev Pozisyon Dağılımı

Görev Pozisyonu	Sıklık	Yüzde
Asistan-Yetkili	14	%41,2
Kariyer Grubu (Yönetici Adayı)	4	%11,8
Şube Yöneticileri	16	%47
Toplam	34	100,0

Soru-8: Yettiğiniz sosyo-kültürel çevrenin imkanlarını nasıl değerlendirirsiniz?

Aşağıdaki tabloda çalışanların yetişmiş olduğu sosyo-kültürel çevrenin imkanlarının yüzde olarak oranlarına bakıldığında, araştırmamızı gerçekleştirdiğimiz banka şubelerinden elde ettiğimiz bilgiler doğrultusunda, banka şube çalışanlarının çoğunluğunu %61,7 ile orta düzey sosyo-kültürel imkanlara sahip bir çevrede büyüyüp – gelişen ve yetişen bireylerin oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 10: Anket sonuçlarına Göre Banka Çalışanlarının Yetiştikleri Sosyo- Kültürel Çevre İmkanlarına Göre Dağılımı

Sosyo-Kültürel Çevre İmkanları	Sıklık	Yüzde
Alt- Kısıtlı Düzey	9	%26,5
Orta Düzey	21	%61,7
Üst Düzey	4	%11,8
Toplam	34	100,0

4.7.1. Banka Çalışanlarının Ankette Yer Alan İş Tatmini ile İlgili Yöneltilen Sorulara Verdikleri Yanıtların Değerlendirilmesi

Tekirdağ’ın Malkara ilçesindeki banka çalışanlarının iş tatminlerinin incelendiği bu çalışmaya göre yapılan analiz sonuçları (Tablo 4.9 ve 4.10) yer almaktadır. Çalışanların en çok tatminsizliği boş zamanlarını değerlendirememek diğer bir ifade ile iş hayatları dışında bir etkinliğe vakit bulamama ve sevdikleri ilgi alanlarına yönelik aktiviteler yapamamak olarak saptanmıştır. Belirttiğimiz teşvik aracının önem derecesi yaptığımız çalışmaya göre 2. Sırada yer almaktadır.

Tablo 11: Ankette Yer Alan İş Tatmini ile İlgili Sorulara Verilen Cevapların Araştırma Genelinden Elde Edilen Sayısal Sonuçları

SORU	Şimdi Ne Kadar		Ne Kadar Olmalı		Tatmin Durumu	Ne kadar Önemli	
	A.O.	S.S.	A.O.	S.S.	A.O.	A.O.	S.S.
9.	4,74	1,504	6,44	0,789	-1,710	6,15	1,282
10.	5,06	1,705	6,44	0,705	-1,380	6,15	1,234
11.	5,00	1,518	6,59	0,657	-1,590	6,47	1,161
12.	5,41	1,579	6,35	0,884	-0,940	6,18	1,267
13.	5,53	1,552	6,32	0,912	-0,790	6,29	1,219
14.	5,56	1,440	6,38	0,779	-0,820	6,18	1,290
15.	5,32	1,532	6,35	0,849	-1,030	6,26	1,286
16.	4,91	1,583	6,24	0,781	-1,320	6,26	1,238
17.	5,29	1,467	6,26	0,828	-0,970	6,12	1,297
18.	5,03	1,623	6,47	0,748	-1,440	6,29	1,315
19.	4,29	1,661	6,41	0,857	-2,120	6,65	0,646
20.	5,47	1,542	6,32	0,727	-0,850	6,44	0,660
21.	5,68	1,387	6,29	0,906	-0,620	6,29	1,219
22.	4,32	1,886	6,53	0,896	-2,210	6,53	1,187
23.	4,82	1,466	6,00	1,015	-1,180	6,12	1,250
24.	4,74	2,005	6,38	0,922	-1,650	6,35	1,203
25.	5,00	1,741	6,29	1,115	-1,290	6,41	1,048

Banka çalışanlarının geneline bakıldığında tatmine ulaşamamış olan ikinci sıradaki teşvik aracı ücret olarak saptanmıştır. Bu teşvik aracının önem derecesi ise, 1. Sırada yer almaktadır. Yapılan iş karşılığında elde edilen ücretin günümüz koşullarında yüksek oranda yetersiz olduğunu ifade etmekteyiz. Çalışanların verdiği yanıtlar, onların ücret konusunda kalifiye olmalarına karşın hak ettikleri değeri elde edememelerini göstermektedir. 2006 yılında yapılan benzer bir çalışma ise Denizli ilinde gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada ise tatminsizlik 3. Sıra ve önem derecesi 8. Sırada yer almaktadır. Dönemsel olarak, yıllar önce farklılık gösteren yaşam şartları ve ekonomik olarak alım gücünün daha iyi olması gibi birçok sebepten dolayı 2006 yılında gerçekleştirilen çalışmada önem derecesi daha düşük seyretilmektedir.

Mesleği sevme derecesini ölçtüğümüz sorunun ise banka çalışanları açısından tatminsizlik derecesi 3. Sırada yer alırken önem derecesi 10. Sırada yer almaktadır. Elde ettiğimiz bu sonuçlar bağlamında yapılan işin yüksek stres, baskı, yoğun ve tempolu ayrıca yüksek risklere sahip olmasından kaynaklanabilmektedir.

Teşvik araçlarından tatmin edilemeyen bir diğeri ise adil terfi olanaklarıdır. Terfi olanaklarının adil şekilde gerçekleştirilmesi ve liyakate dayalı objektif şekilde olması çalışanlar açısından önem arz etmektedir. Araştırmamızdaki verilere göre çalışanların %85,7'si Fakülte – Yüksek okul mezunu iken %14,3'ü den Lisansüstü düzeylerinde eğitime sahip olmalarına karşın %41,2 oranında “asistan -yetkili” görevlerinde çalışan ve “şube yöneticileri” pozisyonunda görev alan çalışanların oranı %47 olması durumuna baktığımızda yüzdeler oran olarak aralarında yüksek bir uçurum bulunmamakta fakat “yönetici pozisyonunda” çalışanların oranı bu alanda çalışmaya en alt kademedden başlayan “asistan – yetkili” pozisyonlarındaki çalışanlardan yüksek seyretilmektedir. Yine de “asistan – yetkili” pozisyonundaki çalışanların sektör ayırt etmeksizin bu yöndeki sorunları çözüme kavuşturulmalı ve hedeflerine yönelik kariyer olanakları sağlanmalıdır. Yaptığımız çalışma ile 2006 yılında Denizli ilindeki yapılan çalışmayı karşılaştırdığımızda oranlar bir nebze düşmesine ve fakat tatminsizlik derece ile önem sıralarının değişkenlik göstermesine rağmen “asistan- etkili” pozisyonundaki çalışanların oranı hala çok fazladır.

Banka Çalışanlarının İş Tatmini ve Motivasyonu: Tekirdağ İli Malkara İlçesi Banka Çalışanları Üzerine Bir Araştırma

Tatminsizlik düzeyinin ölçüldüğü diğer bir hususta bulunulan konumdan mutlu olma derecesidir. Banka çalışanlarının bu husustaki tatminsizlik derecesi 5 iken önem sıralaması 3 olarak bulunmuştur. Önem sıralamasına göre düşük öneme sahiptir fakat tatmin açısından orta düzeyde bir tatmin duydukları söylenebilmektedir.

Teşvik araçlarından bir diğeri olan iş güvencesi bankaların çalışanlarına sundukları çeşitli uygulamaları içermektedir. Araştırmamız kapsamında banka çalışanlarının iş güvencesinden duydukları tatminsizlik derecesi 6 iken bu teşvik aracının banka çalışanlarındaki önem sıralaması 7 şeklinde saptanmıştır.

Banka çalışanlarının mesleklerinden duydukları başarı ve gurur teşvik aracının tatminsizlik derecesine baktığımızda 7 ve önem sıralaması olarak ise 10. Sırada yer almaktadır. Önceki yıllarda yapılan çalışmada önem derecesi 13 olan bu husus şu an 10 olarak çıkmakta ancak bu durum çalışanların bu konuya verdikleri önem derecesinin yine yüksek seyrettiğinin bir ifadesi şeklinde ifade edilebilmektedir.

Her türlü soruna karşı yönetim ve yönetici desteği teşvik aracının önem derecesi ise 8. sırada yer almakta ve tatminsizlik oranı genel olarak 8 olarak saptanmış bulunmaktadır.

Teşvik araçlarından çalışılan kurumun sektördeki imajı da tatminsizlik sıralamasında 9 ile düşük düzeyde çıkmış olup yaptığımız çalışmada yerini almıştır.

İnisiyatif alabilme ve bağımsız çalışabilme olanağının elimizdeki bulgulara göre tatminsizlik derecesi genel olarak bakıldığında, 10. sırada yer almakta iken önem derecesi 11 olarak saptanmıştır. Bankacılık mesleğinin gereklerinden olan inisiyatif alabilme hususu bankacılık mesleğiyle bütünleşmiş bir olgu olup hali hazırda kendi bünyesinde barındırmasından kaynaklı olarak çalışanlar bu durumdan tatminsizlik duymamaktadır.

Öneri getirebilme imkânı banka çalışanlarının 11. Sırada yer alan tatminsizlik konusudur. Önem sıralamasında ise, 8. Sırada yer almaktadır. Elde etmiş olduğumuz bu sonuca göre, çalışanların mesleki yönden birbirleriyle iyi iletişim halinde olmaları daha huzurlu bir ortamda ve güzel dostluklar eşliğinde çalışıyor olmaları birbirlerinden habersiz olarak yanıtladıkları soruların bize gösterdiği sonuca göre diğer bir ifade ile fikir birliğinde oldukları bir husus olduğunu ifade edebilmekteyiz.

Teşvik araçlarından mesleki gelişime kurum katkısı ise genele baktığımızda tatminsizlik sıralaması 12 ve önem sıralaması ise 11 olarak saptanmıştır. Bu teşvik aracının kamu bankalarındaki tatminsizlik sıralaması 8 ve önem sıralaması 11 olarak bulunmuştur.

Tatmin edilemeyen diğer bir teşvik aracı olan yöneticilerle olan ilişkiler hususu ise, genel anlamda tatminsizlik sıralaması 13 ve önem sıralaması olarak 9 bulunmuştur. Banka çalışanları bu konuya büyük önem vermektedir. Bu hususun tatminsizlik açısından 13. Sırada yer alması yüksek tatminsizlik duymalarını ifade etmektedir.

Fiziki çalışma ortamı ve şartları ve mesleki dayanışma teşvik unsurlarının art arda çıkmasını da birbiriyle ilişkili olmasından kaynaklı olduğu kanısındayız. Fiziki çalışma ortamı ve şartları genele bakıldığında, tatminsizlik sıralaması 14 ve önem sıralaması 4 olarak saptanmıştır. Mesleki dayanışmanın genel tatminsizlik sıralaması 15 ve önem sırası 9 olarak saptanmıştır.

Çalışma arkadaşlarıyla olan ilişkiler çalışılan her ortamda önem verilen bir teşvik aracıdır. Yaptığımız çalışmaya göre genele baktığımızda tatminsizlik sıralamasında 16. sırayı alırken önem sıralaması olarak 7 olarak bulunmuştur. Buradan çıkaracağımız sonuç ise, gerçekten de düşündüğümüz gibi çalışanlar açısından bu unsurun yüksek öneme sahip olduğunu göstermektedir.

Yapılan işle ahlaki değerlerin uyumu, banka çalışanlarının en çok tatmin duydukları yani tatminsizlik düzeylerinin en az olduğu husustur. Banka çalışanlarının yaptığımız çalışma neticesinde ahlaki açıdan herkesçe kabul görmüş norm ve değerlerin olduğu bu hususta bir çatışma ya da tutarsızlığın olmadığı bir anlayışa sahip olduklarının bir ifadesi olarak belirtebilmekteyiz. Bu teşvik aracının ise, önem derecesinin 7 çıkması çalışanların bu hususta hiç endişe etmediklerini göstermektedir.

Yukarıdaki tablonun (anketin sayısal sonuçları) daha anlaşılır ve soruların analiz edilmiş hali tatminsizlik sıralaması ve çalışanlardaki önem sıralamasının incelendiği tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 12: Araştırma Geneline Göre Teşvik Araçlarının Tatminsizlik Sırası ve Önem Sıralaması

SORU	TEŞVİK ARACI	T.S.	Ö.S.
------	--------------	------	------

9.	Mesleği sevmeye	3	10
10.	Meslekten duyulan başarı ve gurur	7	10
11.	Bulunulan konumdan mutlu olma	5	3
12.	Yöneticilerle olan ilişkiler	13	9
13.	Çalışma arkadaşlarıyla olan ilişkiler	16	7
14.	Mesleki dayanışma	15	9
15.	Öneri getirebilme imkânı	11	8
16.	Her türlü soruna karşı yönetim ve yönetici desteği	8	8
17.	Mesleki gelişime Kurum Katkısı	12	11
18.	İş güvencesi	6	7
19.	Ücret	2	1
20.	Fiziki çalışma ortamı ve şartları	14	4
21.	Yapılan işle ahlaki değerlerin uyumu	17	7
22.	İş dışındaki yaşam için zaman yaratabilme olanağı	1	2
23.	İnisiyatif alabilme ve bağımsız çalışma olanağı	10	11
24.	Adil terfi olanakları	4	6
25.	Çalışılan kurumun sektördeki imajı	9	5

Yukarıdaki tablolarda yaptığımız araştırmanın geneline ulaşılmış sonuçlar yer almaktadır. Gerçekleştirmiş olduğumuz çalışmanın iş tatminine yönelik sorularının sayısal verileri (Bkz.: Tablo: 3.10). Bu sayısal verilerin her iş tatmini sorusunun tatminsizlik sıralaması ve önem sırasının gösterildiği (Bkz.: Tablo:3.11) şeklindedir.

4.7.2. Banka Çalışanlarının Ankette Yer Alan Motivasyon ile İlgili Sorulara Verdikleri Yanıtların Değerlendirilmesi

Üçüncü bölümün (motivasyon soruları) ilk üç ifadesinin ilk (şimdiki ne kadar) sorularının aritmetik ortalaması alınarak motivasyon ortalaması (mtvort) değişkeni oluşturulmuştur. Motivasyon modelde bağımlı değişken olarak kabul edilmiştir. Bu bağımlı değişken üzerinde iş tatmini ile ilgili soruların etkisine bakmak için çoklu doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir.

İş tatmini sorularının yer aldığı ikinci bölümdeki 9'dan 25'e kadar olan iş tatmini sorularının ilk (şimdiki ne kadar sorularının) bağımsız değişken olarak alındığında ortaya çıkan varyans %96,1 oranında çıkmıştır. Dolayısıyla iş tatminine yönelik soruların yer aldığı ikinci bölümdeki soruların ilk sorularına verilen yanıtlar üçüncü bölümde yer alan motivasyon sorularının altında yer alan ilk "şimdiki ne kadar" sorularından 22 ve 25. soruların cevaplarının bağımlı olduğu saptanmıştır.

Tablo 13: İş Tatmini Mevcut Durum (Algı) Model Özeti

Model	R	R Kare	Düzeltilmiş R Kare	S.Sapma Hatası
1	0,980 ^a	0,961	0,920	0,45270

a. Bağımsız Değişkenler: s25.1, s15.1, s24.1, s11.1, s10.1, s21.1, s19.1, s14.1, s23.1, s13.1, s12.1, s9.1, s17.1, s16.1, s22.1, s18.1, s20.1

ANOVA tablosunun anlamlılık sütunundaki değer ise söz konusu değişkenler arasındaki ilişkinin $p < 0,01$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 14: İş Tatmini Mevcut Durum Anlamlılık Düzeyi (ANOVA^a)

Model	Kareler Toplamı	Df (Serbestlik Derecesi)	Ortalama Değeri	F (Anlamlılık Değeri)	Sig.(Anlamlılık Değeri)
Regresyon	81,597	17	4,800	23,421	0,000 ^b

Banka Çalışanlarının İş Tatmini ve Motivasyonu: Tekirdağ İli Malkara İlçesi Banka Çalışanları Üzerine Bir Araştırma

Artık Değer	3,279	16	0,205		
Toplam	84,876	33			

a. Bağımlı Değişken: Motivasyon Ortalaması

b. Bağımsız Değişkenler: s25.1, s15.1, s24.1, s11.1, s10.1, s21.1, s19.1, s14.1, s23.1, s13.1, s12.1, s9.1, s17.1, s16.1, s22.1, s18.1, s20.1

Aşağıdaki tabloda yer alan bağımsız değişkenlerimiz olarak aldığımız anket çalışmasının (B) kısmında yer alan iş tatminine yönelik 17 sorunun her birinin altında yer alan ilk soruları ile motivasyon sorularının yer aldığı (C) bölümünde yer alan ilk 3 sorunun altında yer alan ilk soruları olan “Şimdi Ne Kadar” sorularından s18.1’e verilen yanıtlar arasındaki ilişki $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı iken, s22.1 ile s25.1 anlamlı olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre bağımlı değişken olan iş tatmini ile ilgili olarak mevcut durum algısı ile iş tatmini 22. Soru (İşinizden duyacağınız tatmin açısından, banka işleriniz, dinlenmeniz, sevdiğiniz ya da hobileriniz için zaman yaratabilme olanağınız) ve 25. Soru (İşinizden duyacağınız tatmin açısından, bankanızın, diğer bankalarla kıyasladığımızda, var olduğunu düşündüğünüz saygınlık ve prestijinin derecesi.) aralarında pozitif yönlü bir ilişki bulgulanmıştır

Tablodaki iş tatminine yönelik katsayıların motivasyon üzerindeki etkisi s18.1, s20.1, s15.1 bağımsız değişkenlerinin bir katkısının bulunmadığı söylenebilmektedir.

Bu veriler ışığında H2 hipotezinde belirtilen banka çalışanlarının iş tatmini düzeyi ile motivasyonu arasında bir ilişki olduğu varsayımı yapılan anketteki sorulardan 22 ve 25’inci sorulara verilen yanıtlar banka çalışanlarının iş tatmini ve motivasyonları arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ve fakat 18,20,15’inci sorulara verilen yanıtların ise iş tatmini ve motivasyonlarına bir etkisinin bulunmadığını göstermektedir.

Tablo 15: İş Tatmini Algısı ve İş Motivasyonu Algısı Arasındaki İlişki

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	Sig.
	B	Standart Sapma Hatası	Beta		
1 (Sabit)	-0,185	0,419		-0,440	0,666
s 9.1	0,167	0,166	0,157	1,009	0,328
s10.1	-0,126	0,108	-0,134	-1,163	0,262
s11.1	-0,137	0,114	-0,130	-1,202	0,247
s12.1	0,115	0,125	0,113	0,919	0,372
s13.1	0,127	0,154	0,121	0,829	0,419
s14.1	0,167	0,128	0,150	1,311	0,208
s15.1	-0,050	0,145	-0,048	-0,347	0,733
s16.1	0,123	0,171	0,121	0,719	0,483
s17.1	0,115	0,164	0,105	0,698	0,495
s18.1	-0,017	0,156	-0,017	-0,108	0,915
S19.1	0,135	0,137	0,140	0,990	0,337
s20.1	-0,041	0,180	-0,040	-0,230	0,821
s21.1	-0,113	0,129	-0,097	-0,877	0,393
s22.1	0,327	0,134	0,384	2,442	0,027

s23.1	-0,199	0,174	-0,181	-1,143	0,270
s24.1	0,052	0,079	0,065	0,651	0,524
s25.1	0,367	0,169	0,399	2,179	0,045

a. Bağımlı Değişken: Motivasyon Ortalaması

İş tatmini sorularının yer aldığı ikinci bölümdeki 9'dan 25'e kadar olan iş tatmini sorularının ikinci (ne kadar olmalı) bağımsız değişken olarak alındığında ortaya çıkan varyans %96,7 oranında çıkmıştır. Dolayısıyla iş tatminine yönelik soruların yer aldığı ikinci bölümdeki soruların ikinci "Ne Kadar Olmalı" sorularına verilen yanıtlar üçüncü bölümde yer alan motivasyon sorularından ilk üç tanesinin altında yer alan ikinci "Ne Kadar Olmalı" sorularının aritmetik ortalaması alınarak motivasyon ortalaması (Motivasyon Beklenti Ortalaması) değişkeni oluşturuldu. Motivasyon modelde bağımlı değişken olarak kabul edildi. Bu bağımlı değişken üzerinde iş tatmini ile ilgili soruların etkisine bakmak için çoklu regresyon analizi gerçekleştirildi.

Tablo 16: İş Tatmini Ne Kadar Olmalı (Beklenti) Model Özeti

Model	R	R Kare	Düzeltilmiş R Kare	Standart sapma Hatası
1	0,983 ^a	0,967	0,931	0,21479

a. Bağımsız Değişkenler: s25.1, s15.1, s24.1, s11.1, s10.1, s21.1, s19.1, s14.1, s23.1, s13.1, s12.1, s9.1, s17.1, s16.1, s22.1, s18.1, s20.1

Bu çalışmada uygulanmış olan ankette yer alan 9'dan 25'e kadar olan iş tatmini sorularının ikinci soruları olan (Ne Kadar Olmalı) soruları bağımsız değişken olarak alındığında, ANOVA tablosunun anlamlılık sütunundaki değer ise söz konusu değişkenler arasındaki ilişkinin $p < 0,01$ düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 17: İş Tatmini Ne Kadar Olmalı Anlamlılık Düzeyi (ANOVA^a)

Model	Kareler Toplamı	Df (Serbestlik Derecesi)	Ortalama Değeri	F (Anlamlılık Değeri)	Sig.(Anlamlılık Değeri)
1 Regresyon	21,344	17	1,256	27,214	0,000 ^b
Artık Değer	0,738	16	0,046		
Toplam	22,082	33			

a. Bağımlı Değişken: Motivasyon Beklenti Ortalaması

b. Bağımsız Değişkenler: s25.1, s15.1, s24.1, s11.1, s10.1, s21.1, s19.1, s14.1, s23.1, s13.1, s12.1, s9.1, s17.1, s16.1, s22.1, s18.1, s20.1

Aşağıdaki tabloya göre; anketimizde yer alan 13. soru (işinizden duyacağınız tatmin açısından, çalışma arkadaşlarınızı benimseme ve takdir etme dereceniz.) ve 21. Soru olan (İşinizden duyacağınız tatmin açısından, yaptığımız işle ahlaki değerlerinizin uyum derecesi.) numaralı iş tatmini soruları ile iş motivasyonu arasında mükemmel ilişki bulunmuştur. Araştırmanın analizi sonucunda 13. ve 21. soruların cevaplarının bağımlı değişkenimiz üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır. 15, 16, 17 ve 19 numaralı iş tatmini soruları ile iş motivasyonu arasında güçlü ilişki bulunmuştur.

Anket sonuçlarında yer alan 13. soru işinizden duyacağınız tatmin açısından, çalışma arkadaşlarınızı benimseme ve takdir etme dereceniz.), 16. soru (işinizden duyacağınız tatmin açısından, kişisel, sosyal veya ekonomik sorunlarınızı çözümünde yönetim ve yöneticilerinizden gördüğünüz desteğin derecesi), 17. soru (işinizden duyacağınız tatmin açısından, kişisel ve mesleki gelişiminize kurum katkısı.), 19. soru (işinizden duyacağınız tatmin açısından, yaptığımız işle aldığımız ücretin uyum derecesi.) sorularının "t" değerine bakıldığında, pozitif yönlü ilişki tespit edilmiş olup 15. soru (İşinizden duyacağınız tatmin açısından, işinizle ilgili sorunları veya işin yapılış yöntemi ile ilgili konuları yöneticilerinizle görüşerek serbestçe tartışabilme ve öneri getirebilme imkanımız.) ve 21. soru olan (işinizden duyacağınız tatmin açısından, yaptığımız işle ahlaki değerlerinizin uyum derecesi.) numaralı soruların "t" değerlerine baktığımızda iş tatmini soruları ile iş motivasyonu arasında negatif (ters)

Banka Çalışanlarının İş Tatmini ve Motivasyonu: Tekirdağ İli Malkara İlçesi Banka Çalışanları Üzerine Bir Araştırma

yönlü ilişki tespit edilmiştir. Yani 13, 16, 17 ve 19'uncu sorulara verilen yanıtlar puan olarak arttıkça motivasyonda artmış ve fakat 15 ve 21 numaralı sorulara verilen cevaplar puan olarak arttıkça motivasyon düşmüştür.

Bu veriler ışığında H1 hipotezinde belirtilen banka çalışanlarının iş tatmini algısına olumlu yönde etki eden faktörler olduğuna dair varsayımına göre yapılan anketteki sorulardan 13 ve 21 numaraları sorulara verilen yanıtlar en yüksek derecede olumlu etkiye sahip olup bunun beraberinde 15, 16,19,17'inci sorulara verilen yanıtlarda iş tatmini algısında olumlu etki yaratan faktörlerdir. Bu faktörler sırasıyla; Çalışma arkadaşlarıyla olan ilişkiler (13), yapılan işle ahlaki değerlerin uyumu (21), öneri getirebilme imkanı (15), her türlü soruna karşı yönetim ve yönetici desteği (16), ücret (19), mesleki dayanışma (17) şeklindedir. Bu sonuçlar H2 hipotezimizi doğrulamaktadır.

Tablo 18: İş Tatmini Beklentisi ve İş Motivasyonu Beklentisi Arasındaki İlişki

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	Sig.
	B	Standart Sapma Hatası	Beta		
1 (Sabit)	-0,446	0,715		-0,624	0,542
S9.2	-0,320	0,179	-0,308	-1,791	0,092
s10.2	0,237	0,131	0,204	1,813	0,089
s11.2	0,463	0,242	0,372	1,918	0,073
s12.2	0,003	0,093	0,004	0,036	0,972
s13.2	0,529	0,119	0,589	4,446	0,000
s14.2	-0,028	0,105	-0,027	-0,268	0,792
s15.2	-0,385	0,157	-0,399	-2,448	0,026
s16.2	0,323	0,134	0,308	2,409	0,028
s17.2	0,390	0,182	0,394	2,141	0,048
s18.2	0,307	0,251	0,281	1,221	0,240
S19.2	0,210	0,098	0,220	2,154	0,047
s20.2	-0,022	0,143	-0,019	-0,153	0,880
s21.2	-0,523	0,093	-0,579	-5,654	0,000
s22.2	-0,267	0,218	-0,292	-1,224	0,239
s23.2	0,159	0,113	0,197	1,410	0,178
s24.2	0,050	0,188	0,056	0,266	0,793
s25.2	-0,053	0,083	-0,073	-0,644	0,529

a.Bağımlı Değişken: Motivasyon Beklentisi Ortalaması

5. SONUÇ

Gerçekleştirmiş olduğumuz saha çalışması sonucunda banka çalışanlarının iş tatmini düzeylerinin ve motivasyonlarının arasındaki ilişki ile iş tatmini algılarına etki eden unsurlara ait bulgular aşağıdaki gibidir:

Çalışmamızın amacı, diğer çalışmalardan farklı olarak daha küçük bir örneklem üzerinde gerçekleştirilen, Tekirdağ ilinin Malkara ilçesindeki banka şubelerinde görev almakta olan beyaz yakalı banka çalışanlarının, iş tatminleri ve motivasyonları arasında bir ilişki olduğu ve iş tatmini algılarına olumlu yönde etki eden faktörlerin bulunduğu ilişkin varsayımına dayanarak bu ilişkiyi incelemek ve bu iki kavram arasında bir ilişki varsa hangi unsurlar arasında anlamlı ilişkiler olduğunun tespitinin yapılmasıdır. Buna göre;

Araştırmayı gerçekleştirdiğimiz banka şubelerinde en çok tatmin duyulan husustan en az tatmin duyulan diğer bir ifade ile en çok tatminsizlik duyulan hususları sıralayacak olursak; yapılan işle ahlaki değerlerin uyumu en çok tatmin duyulan husus ile 1. sırada yer almaktadır. İkinci olarak tatmin duyulan husus çalışma arkadaşlarıyla olan ilişkiler, üçüncü tatmin duyulan husus mesleki dayanışma, dördüncü tatmin duyulan husus fiziki çalışma ortamı ve şartları, beşinci sırada yer alan

husus yöneticilerle olan ilişkiler, altıncı olarak bulunan husus mesleki gelişime kurum katkısı, yedinci husus öneri getirebilme imkânı, sekizinci tatmin duyulan husus inisiyatif alabilme ve bağımsız çalışma olanağı şeklinde bulunmuştur.

Bu çalışma sonucunda en yüksek tatminsizlik yaşanan hususlar en az tatminsizlik yaşanan hususlara doğru sıralandığında; ilk sırada iş dışındaki yaşam için zaman yaratabilme hususu yer almaktadır. İkinci tatminsizlik duyulan husus ücret olarak bulunmuş, üçüncü sırada mesleği sevme hususundan tatminsizlik duyulmaktadır. Dördüncü tatminsizlik hususumuz adil terfi olanakları, beşinci tatminsizlik duyulan husus bulunulan konumdan mutlu olma, altıncı tatminsizlik duyulan husus iş güvencesi olmuştur. Son olarak yedinci tatminsizlik yaşanan husus meslekten duyulan başarı ve gurur olarak saptanmıştır. Araştırmamızın ön kabullerine baktığımızda ise;

Ön kabullerimizden ilki “Tekirdağ’ın Malkara ilçesindeki banka çalışanlarının iş tatmini düzeyi ile motivasyonu arasında ilişki vardır.” Varsayımımız her iş tatmini hususu ile ilişkilendirilememiş olsa da bazı hususlar aralarında pozitif yönlü bir ilişki yaratmış bulunmaktadır.

Diğer bir ön kabulümüz karşılaştırmasını yaptığımız çalışma “Bankalarda Motivasyon ve İş Tatmini İlişkisi ve Uygulamadan Bir Örnek” (2006) konulu tez ile arasında yıllardan dolayı önemli farklılıkların olduğu durumların mevcut olduğu varsayımı da her hususun farklılık göstermediği ancak bazı hususların farklılık gösterdiği dolayısıyla bu varsayımımızın da olumlu yanıt vermediğini ifade edebilmekteyiz.

Gerçekleştirmiş olduğumuz çalışmanın ilk aşamasında; tatmin durumunun belirlenmesine yönelik olarak yöneltilen “Ne Kadar Olmalı” sorusunun aritmetik ortalamasının “Şimdi Ne Kadar” sorusunun aritmetik ortalamasından çıkarılması ile elde edilmektedir. Bu ölçüğe göre en büyük farklılığın altı olduğu bilinmektedir. Aritmetik ortalamaların çıkarılmasıyla elde edilen değer eğer (-) bir değer ise tatmin durumu ifade etmektedir. Anketin genelinde bu değerler 0,620 ile +2,210 arasında bulunmuştur. Bizim çalışmamızda yer alan anketteki derecelendirmeye göre 0 ve 2 arası tatminsizliğin düzeyinin yüksek olduğunu ifade etmektedir. Bu araştırmaya göre 0 ve 2 arası düşük derece tatminsizliği göstermektedir. Elde ettiğimiz veriler ışığında, araştırmamızı gerçekleştirmiş olduğumuz banka çalışanlarının yapmakta oldukları işi etkileyen ya da çalışmalarını etkileyen olgulara karşı tatminsizlik düzeyi düşük seyretmiştir.

Gerçekleştirmiş olduğumuz çalışmanın ikinci aşamasında ise gerçekleştirmiş olduğumuz regresyon analizi sonuçlarına göre;

I-İş tatminin mevcut durumu ile ilgili algı ve iş motivasyonu algısı arasındaki ilişkiye yönelik bulgulara baktığımızda (Bkz.: Tablo Katsayılar 1)

İş Tatmini Algısı → İş Motivasyonu Algısı (bağımlı değişken)

İlk olarak, 22 numaralı soru ile ölçülen “İşinizden duyacağınız tatmin açısından, banka işleriniz, dinlenmeniz, sevdikleriniz ya da hobileriniz için zaman yaratabilme olanağınızın” Şimdi ne kadar (mevcut durum algısı) şeklindeki iş tatmini algısını ölçen soru ile iş motivasyonu algısı arasında (0,027 anlamlılık düzeyinde) pozitif yönlü bir ilişki ortaya konmuştur. Bu çalışma İş dışındaki yaşam için zaman yaratabilme olanağının (dinlenme sürelerinin dengeli olması, iş dışı aktiviteler için zaman ayırabilme gibi faktörler) iş motivasyonu algısını olumlu etkilediğini göstermektedir.

Bu soru zaten çalışmanın ilk kısmındaki sonuçlara göre tatminsizlik sıralamasında ilk sırada önem sırasında ikinci sıradadır. İş tatmini ortalamalarını en fazla düşüren etken aynı zamanda çalışanların en önem verdiği ikinci etkidir. Bu soru mevcut durum açısından motivasyon düşüklüğünün sebebinin ortaya koymaktadır. Mevcut durum ile ilgili ortalama 7 üzerinden 4,32 olarak ölçümlenmiştir. Bu soru ile ilgili beklentinin 6,53 olduğu göz önünde bulundurulduğu zaman (- 2,210) gibi bir tatmin düzeyi ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan önem sırasında ikinci sırada (7 üzerinden 6,53) olması, bu konuda yapılacak iyileştirmelerin iş tatmini ile ilgili olumlu sonuçları olacağını daha ilk aşamada göstermiştir.

Birinci aşamadaki ön buluntuları destekler biçimde ikinci aşamada yapılan analiz iş tatmini düzeyini etkileyen etkenlerin iş motivasyonunu da etkilediğini göstermiştir.

25 numaralı soru olan “İşinizden duyacağınız tatmin açısından, bankanızın, diğer bankalarla kıyasladığınızda, var olduğunu düşündüğünüz saygınlık ve prestijinin derecesi” nin Şimdi ne kadar (mevcut durum algısı) şeklindeki iş tatmini algısını ölçen soru ile iş motivasyonu algısı arasında (0,045 anlamlılık düzeyinde) pozitif yönlü bir ilişki ortaya koymuştur. Bu çalışma bankalarda çalışmakta olan çalışanların buldukları bankanın prestij ve saygınlığı açısından iş motivasyonu ile ilgili algısının olumlu etkilediğini göstermektedir.

Bu soru gerçekleştirdiğimiz çalışmanın ilk kısmındaki elde ettiğimiz verilere göre tatminsizlik sıralamasında dokuz ve önem sıralamasında beşinci sırayı almış bulunmaktadır. Mevcut durum ile ilgili ortalama 7 üzerinden 5,00 olarak ölçümlenmiştir. Bu soru ile ilgili beklentinin 6,41 olduğu göz önünde bulundurulduğu zaman (-1,290) gibi bir tatmin düzeyi ortaya çıkmaktadır. Önem sıralaması beş olan (7 üzerinden 6,41) olması, bu konuda da gerekli iyileştirmeler yapılmalıdır.

Banka Çalışanlarının İş Tatmini ve Motivasyonu: Tekirdağ İli Malkara İlçesi Banka Çalışanları Üzerine Bir Araştırma

II- İş tatmini ile ilgili beklenti ve iş motivasyonu ile ilgili beklenti arasındaki ilişkiye yönelik bulgulara baktığımızda (Bkz.: Tablo Katsayılar - 2)

İş Tatmini Beklentisi \longrightarrow İş Motivasyonu Beklentisi (bağımlı değişken)

13 numaralı soru “İşinizden duyacağınız tatmin açısından, çalışma arkadaşlarınızı benimseme ve takdir etme dereceniz” Şimdi ne kadar (mevcut durum algısı) şeklindeki iş tatmini beklentisini ölçen soru ile iş motivasyonu beklentisi arasında (0,000 anlamlılık düzeyinde) pozitif yönlü bir ilişki ortaya konmuştur. Bu çalışma banka çalışanlarının çalışma arkadaşlarıyla olan ilişkilerinden (birbirlerini benimseme, birbirlerinin başarılarını takdir etme gibi faktörlerin) iş motivasyonu beklentisini olumlu etkilediği görülmektedir.

Araştırmamızın ilk aşamasına göre bu sorunun tatminsizlik sıralaması 16 ve önem sıralaması 7 olarak karşımıza çıkmaktadır. İş tatmini ortalamasını düşürmemektedir. En çok tatmin duyulan ikinci ve aynı zamanda çalışanların orta düzeyde önem verdiği bir etkidir. Mevcut durum ile ilgili ortalama 7 üzerinden 5,53 olarak ölçümlenmiştir. Bu soru ile ilgili beklentinin 6,29 olduğu göz önünde bulundurulduğunda (-1,110) gibi bir tatmin düzeyi ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan önem sırasında (7 üzerinden 6,29) olması, bu konuda yapılacak iyileştirmelerin de iş tatmini ile ilgili olumlu sonuçları olacağını da bize ifade etmektedir.

Bu sorudan elde edilen sonuçlara göre de birinci aşamadaki ön buluntuların destekleyerek ikinci aşamada yapılan analiz ile iş tatmini beklenti düzeyini etkileyen etkenlerin iş motivasyonu beklentisini de etkilediğini göstermiş bulunmaktadır.

15 numaralı soru “İşinizden duyacağınız tatmin açısından, işinizle ilgili sorunları veya işin yapılış yöntemi ile ilgili konuları yöneticilerinizle görüşerek serbestçe tartışabilme ve öneri getirebilme imkânınız “Şimdi ne kadar (mevcut durum algısı) şeklindeki iş tatmini beklentisinin ölçüldüğü soru ile iş motivasyonu beklentisinin arasında (0,026 anlamlılık düzeyinde) pozitif yönlü bir ilişki ortaya koymuştur. Çalışanların yaptıkları işe yönelik olarak ortaya çıkabilecek sorunları veya işin yapılışına yönelik yöntemler ile ilgili yöneticileriyle görüşebilmesi ve öneri getirebilmesi hususlarında iş motivasyonu beklentisinin olumlu etkilediğini ifade edebilmekteyiz.

Araştırmamızın ilk aşamasına göre bu sorunun tatminsizlik sıralaması on bir ve önem sıralaması olarak ise sekizinci sırada yer almaktadır. Çalışanların bu hususa verdiği önem derecesi orta düzeydedir. Bu yüzden iş tatmini ortalamasına etkisi çok fazla bulunmamaktadır. Mevcut durum ile ilgili ortalama 7 üzerinden 5,32 olarak ölçümlenmiştir. Bu soru ile ilgili beklentinin 6,26 olduğu göz önünde bulundurulduğunda (-1,030) gibi bir tatmin düzeyi ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan önem sırasında sekizinci (7 üzerinden 6,26) olması, bu konuda yapılacak iyileştirmelerin iş tatmini hususunda olumlu sonuç ve etkileri sağlayacağını ifade edebilmekteyiz.

16 numaralı soru “İşinizden duyacağınız tatmin açısından, kişisel, sosyal veya ekonomik sorunlarınızı çözümünde yönetim ve yöneticilerinizden gördüğünüz desteğin derecesi” Şimdi ne kadar (mevcut durum algısı) şeklindeki iş tatmini beklentisini ölçen soru ile iş motivasyonu beklentisi arasında (0,028 anlamlılık düzeyinde) pozitif yönlü bir ilişki ortaya koymuştur. Bu çalışmaya göre çalışanların kişisel, sosyal veya ekonomik sorunların çözümünde yöneticilerden destek görülmesi durumunun düzeyi hususunda iş motivasyonu beklentisinin olumlu etkilendiğini ifade edebilmekteyiz.

Araştırmamızın ilk aşamasına göre bu sorunun tatminsizlik sıralaması sekiz ve önem sıralaması da tatminsizlik sıralamasındaki gibi sekiz olarak bulgulanmıştır. İş tatmini ortalamasındaki değer düşmesinde yüksek bir etkiye sahip olmadığını ifade edebilmekteyiz. Bu soru mevcut durum açısından motivasyon düşüklüğünde düşük düzeyde de olsa bir etkiye sahip olduğunu belirtmekte bir sakınca görmemektedir. Mevcut durum ile ilgili 7 üzerinden 4,91 olarak ölçümlenmiştir. Bu soru ile ilgili beklentinin 6,26 olduğu göz önünde bulundurulduğunda (-1,320) gibi bir tatmin düzeyi ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan önem sırasında sekizinci (7 üzerinden 6,26) olması, bu konuda yapılacak iyileştirmelerin iş tatmini hususunda olumlu sonuç ve etkileri sağlayacağını ifade edebilmekteyiz. Bu husus 15 numaralı soru ile bir nebze de olsa aynı etkiye sahiptir.

17 numaralı soru “İşinizden duyacağınız tatmin açısından, kişisel ve mesleki gelişiminize kurum katkısı” Şimdi ne kadar (mevcut durum algısı) şeklindeki iş tatmini beklentisini ölçen soru ile iş motivasyonu algısı arasında (0,048 anlamlılık düzeyinde) pozitif yönlü bir ilişki ortaya koymuştur. Bu çalışma kapsamında çalışanların çalışmakta oldukları kurumlardaki (eğitim, seminer, kurs vb. gönderme ya da yüksek lisans gibi bir eğitim almaları halinde bu eğitim ücretinin karşılanması gibi faktörler) kendilerini geliştirebilme fırsatları sunması, kişisel ve mesleki gelişime kurumlarının katkı sağlaması hususu iş motivasyonu beklentisini olumlu şekilde etkilendiğini göstermektedir.

Araştırmamızın ilk aşamasına göre bu sorunun tatminsizlik sıralaması on iki ve önem sıralaması ise on bir olarak bulgulanmıştır. Bu soru mevcut durum açısından motivasyon düşüklüğünde düşük düzeyde de olsa bir etkiye sahip olduğunu belirtmekte bir sakınca görmemektedir. Mevcut durum ile ilgili 7 üzerinden 5,29 olarak ölçümlenmiştir. Bu soru ile ilgili beklentinin 6,12 olduğu göz önünde bulundurulduğunda (-0,970) gibi bir tatmin düzeyi ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan

önem sırasında sekizinci (7 üzerinden 6,12) olması, bu konuda yapılacak iyileştirmelerin iş tatmini hususunda olumlu sonuç ve etkileri sağlayacağını ifade edebilmekteyiz.

19 numaralı soru “İşinizden duyacağınız tatmin açısından, yaptığımız işle aldığımız ücretin uyum derecesinin” Şimdi ne kadar (mevcut durum algısı) şeklindeki iş tatmini beklentisini ölçen soru ile iş motivasyonu beklentisinin arasında (0,047 anlamlılık düzeyinde) pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Bu çalışma kapsamında ücretin iş motivasyonu algısında olumlu etkisinin olduğu görülmektedir.

Araştırmamızın ilk aşamasına göre bu sorunun tatminsizlik sıralaması ikinci ve önem sıralaması ise birinci sıradadır. Dolayısıyla bu husus yani ücret ilk aşamada tatminsizlik beklentisi yaratmaktadır. Araştırmanın ikinci aşaması olan regresyon analizine göre ise, iş tatmini ortalamalarını en fazla düşüren etken aynı zamanda çalışanların önem verdiği ilk etken olarak bulunmuştur. Bu soru mevcut durum açısından motivasyon düşüklüğünün sebebini ortaya koymaktadır. Mevcut durum ile ilgili ortalama 7 üzerinden 4,29 olarak ölçümlenmiştir. Bu soru ile ilgili beklentinin 6,65 olduğu göz önünde bulundurulduğu zaman (- 2,120) gibi bir tatmin beklentisi düzeyi ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan önem sırasında ilk sırada (7 üzerinden 6,65) olması, bu konuda yapılacak iyileştirmelerin iş tatmini ile ilgili olumlu sonuçları olacağını daha ilk aşamada göstermiştir.

Son olarak 21 numaralı soru “İşinizden duyacağınız tatmin açısından, yaptığımız işle ahlaki değerlerinizin uyum derecesi” Şimdi ne kadar (mevcut durum algısı) şeklindeki iş tatmini beklentisini ölçen soru ile iş motivasyonu beklentisi arasında ise (0,000 anlamlılık düzeyinde) pozitif yönlü bir ilişki ortaya konmuştur. Bu çalışmaya göre çalışanların yaptıkları işle ahlaki değerlerin uyumunun derecesi iş motivasyon algısına etki ettiğini ifade edebilmekteyiz.

Araştırmamızın ilk aşamasına göre bu sorunun tatminsizlik sıralaması on yedi ve önem sıralaması yedi olarak bulgulanmıştır. İş tatmini beklentisi ortalamasının düşmesine etki etmemekte ancak iş tatmini beklentisi ortalamasının yükselmesinde etkin rol oynamaktadır. Bu soru mevcut durum açısından motivasyonun yükselmesinde etkili olmaktadır. Mevcut durum ile ilgili ortalama 7 üzerinden 5,68 olarak ölçümlenmiştir. Bu soru ile ilgili beklentinin 6,29 olduğu göz önünde bulundurulduğu zaman (- 0,620) gibi bir tatmin düzeyi ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan önem sırasında ilk sırada (7 üzerinden 6,29) olması, bu konuda yapılacak herhangi bir iyileştirme bulunmadığını ve bu husustaki iş tatmini düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Son olarak algı ve beklenti ile ilgili yorum yapacak olursak; algı, istatistiksel olarak anlamlı olan teşvik araçlarının “t” değerinin düzeyleri iki soru ile 22 (2,442 düzeyinde) ve 25 (2,179 düzeyinde) motivasyonu olumlu yönde etkiliyor (Bkz.: Tablo – 3.16).

Beklenti ise istatistiksel olarak anlamlı düzeyde olan altı soru ile 13,15,16,17,19 ve 21 (Bkz.: Tablo – 3.17) etkiliyor. Bu teşvik araçlarının “t” değerlerinin düzeyleri 13 (4,446 düzeyinde), 15 (-2,448 düzeyinde), 16 (2,409 düzeyinde), 17 (2,141 düzeyinde), 19 (2,154 düzeyinde) ve son olarak 21 (-5,654 düzeyinde). Bunlardan 13,16,17,19 pozitif yönde etkiliyor. 15 ve 21 soruları ise ters yönde etki göstermektedir.

Sonuç olarak yukarıdaki bilgilere bakıldığında, “H1: Banka çalışanlarının iş tatmini düzeyi ile motivasyonu arasında ilişki vardır” ve “H2: Banka çalışanlarının iş tatmini algısına olumlu yönde etki eden faktörler vardır.” şeklinde belirtilen hipotezler anket sorularına verilen yanıtlara göre doğrulanmıştır. Çalışma kendinden önceki çalışmaların çoğuna paralel biçimde iş tatminin iş motivasyonu üzerindeki etkini doğrulamıştır. Bununla birlikte beklentilerin iş tatmini üzerindeki etkileri, beklenti ve mevcut durum arasındaki farkın büyüklüğünün etkileri gibi etkenler çalışmanın kapsamlı hali olan tez çalışmasında ele alınmıştır. Bu çalışma çerçevesinde ele alınan iş tatmini kriterlerine atfedilen önem, mevcut durum (algı) ve ne kadar olmalı (beklenti) arasındaki farkın motivasyon üzerindeki etkisinde azaltıcı veya çoğaltıcı etki göstermiştir. Çalışanların önem verdiği konularda algı ve beklenti arasındaki fark düşük olsa da motivasyon üzerindeki etki yüksek gerçekleşmiştir. Öte yandan çalışanların göreceli olarak daha az önem verdiği konularda algı ve beklenti arasındaki fark yüksek olsa da motivasyon üzerindeki etki daha düşük gerçekleşmiştir.

KAYNAKÇA

Birkan, K. C. (2009). Çalışanların Motivasyonel Öncelikleri ve Bir Motivasyon Faktörü Olarak Liderliğin Önemi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul [Ulusal Tez Merkezi | Anasayfa \(yok.gov.tr\)](http://www.ulusaltezmerkezi.gov.tr) 01/04/2023

Bozkurt, Ö. ve Bozkurt, İ. (2008). “İş Tatminini Etkileyen İşletme İçi Faktörlerin Eğitim Sektörü Açısından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Alan Araştırması”, Doğu Üniversitesi Dergisi, 9 (1): 1-18.

Eren, E. (2017). Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi. İstanbul: Beta Yayınevi.

Banka Çalışanlarının İş Tatmini ve Motivasyonu: Tekirdağ İli Malkara İlçesi Banka Çalışanları Üzerine Bir Araştırma

Genç, N. (2004). Yönetim ve Organizasyon. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Genç, N. (2012). Yönetim ve Organizasyon. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Gün, U. (2020). Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi ve Değişim Süreçleri. İstanbul: Cinius Yayınları.

<https://markamutfagi.co/motivasyon-turleri-nelerdir/> Erişim Tarihi: 23.07.2024.

Keleş, B. (2022). Örgütsel Adalet ve Etik Liderliğin İş Tatminine Etkisi: Gaziantep İli Halıcılık Sektörü Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep [Ulusal Tez Merkezi | Anasayfa \(yok.gov.tr\)](#) 17/03/2023

Keser, A. (2009). Çalışma Psikolojisi. Bursa: Ekin Yayınevi.

Kescici, Serdar (2006), Bankalarda Motivasyon ve İş Tatmini İlişkisi ve Uygulamadan Bir Örnek. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli [Ulusal Tez Merkezi | Anasayfa \(yok.gov.tr\)](#) 11.10.2023

Kılıç, S. (2013), “Örnekleme Yöntemleri”, Journal of Mood Disorders, 3(1):44-46 .

Kuzu, L. (2015). Üretim İşletmelerinde İnsan Kaynakları ve Çalışan Personelin Motivasyonu. İstanbul: İGÜ Yayınları.

Öktem, E. (2022). Sağlık Hizmetlerinde Kalite ve Çalışan Motivasyonu: Kocaeli İli Gebze İlçesinde Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Nişantaşı Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Kocaeli [Ulusal Tez Merkezi | Anasayfa \(yok.gov.tr\)](#) 01/04/2023

Özcan, D. E. (2011). Örgüt Yapısı ve İş Tatmini. İstanbul: Beta Yayınevi.

Özpehlivan, M. (2018). “İş Tatmini: Kavramsal Gelişimi Bireysel ve Örgütsel Etkileri, Yararları ve Sonuçları”. Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, s. 43-70 [633623 \(dergipark.org.tr\)](#) 17/03/2023

Özpehlivan, M. (2018). İş Tatmini: Kavramsal Gelişimi, Bireysel ve Örgütsel Etkileri, Yararları ve Sonuçları. Ankara: Gece Akademi.

Porter, L.W., Steers, R.M., Mowday, R. T. and Boulian, P.V. (1974). “Organizational Commitment, Job Satisfaction, and Turnover among Psychiatric Technicians”. Journal of Applied Psychology, 59(5), 603-609.

Sabuncuoğlu, Z. ve Tüz, M. (1995). Örgütsel Psikolojisi. Bursa: Ezgi Kitabevi.

Silah, M. (2001). Çalışma Psikolojisi. Ankara: Selim Kitabevi.

TDK, [motivasyon ne demek TDK Sözlük Anlamı \(sozluk.gov.tr\)](#) Erişim Tarihi: 23.07.2024.

Yılmaz, A. (2020). İnsan Kaynakları Yönetimi ve Örnek Olaylar. İstanbul: Seçkin Yayıncılık.

Yüzçelik, D. (2022). Çalışma Koşullarının Beyaz Yakalı Çalışanların İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyetleri Üzerindeki Etkisi: Kişilik Özellikleri Açısından Bir Değerlendirme. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir [Ulusal Tez Merkezi | Anasayfa \(yok.gov.tr\)](#) 17/03/2023

EK: ANKET FORMU**A-BANKALARDA MOTİVASYON VE İŞ TATMİNİ İLİŞKİSİ İLE İLGİLİ ANKET FORMU**

Bu anket, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi'nde yüksek lisans öğrencisi olan Merve Öktem tarafından, motivasyon ve iş tatmini ilişkisinin banka çalışanları üzerindeki ve banka uygulamalarındaki bir boyutunu ölçmeye yönelik olarak hazırlanmıştır. Araştırmada elde edilen bilgiler hiçbir kişi ya da kuruma verilmeyecek sadece bilimsel amaçla kullanılacaktır.

Göstereceğiniz ilgiden dolayı şimdiden teşekkür eder, çalışmalarınızda başarılarınızın devamını dilerim.

Anket 30 sorudan oluşmaktadır. Ankete vereceğiniz cevaplar araştırma sonuçlarını doğrudan etkileyeceğinden, her soruya tam ve eksiksiz olarak cevap vermenizi rica ederim. Sorulara vereceğiniz cevaplar en az seviyeden en çoğa doğru 1'den 7'ye kadar sıralanmıştır. Lütfen, size uygun olan dereceyi gösteren sayıyı daire içine alınız.

A-KİŞİSEL VE MESLEKİ ÖZELLİKLER İLE İLGİLİ SORULAR**1. Halen çalışmakta olduğunuz banka hangi sektörün elinde bulunuyor?**

Kamu Sektörü () Özel Sektör ()

2. Yaşınız?

18 – 24 () 25 – 30 () 31 – 39 () 40 ve Üstü ()

3. Cinsiyetiniz?

Kadın () Erkek ()

4. Öğrenim durumunuz?

- a) İlköğretim ()
b) Lise ()
c) Meslek Yüksek Okulu ()
d) Fakülte – Yüksek Okul ()
e) Lisansüstü ()

5. Bankanızdaki hizmet süreniz?

- a) 1 yıldan az ()
b) 1 – 3 yıl ()
c) 3 – 8 yıl ()
d) 8 – 15 yıl ()
e) 15 yıldan fazla ()

6. Bankanızda hangi bölümde çalışıyorsunuz?

- a) Gişe/ Şube Operasyonları/ Dış İşlemler Operasyonları – Kambiyo ()
b) Müşteri İlişkileri – Pazarlama – Satış /İstihbarat ve Mali Analiz ()

7. Görev pozisyonunuz?

- a) Asistan – Yetkili (Servis Yetkilisi, Görevlisi veya asistanı) ()
b) Kariyer Grubu (Uzman, Uzman Yard. Veya M.T.) ()
c) Şube Yöneticileri (Şube Müdürü, Müdür Yardımcısı veya Yönetmen)()

8. Genel olarak, büyüyüp yetiştiğiniz sosyo – kültürel çevrenin imkanlarını nasıl değerlendirirsiniz?

- a) Üst düzeyde sosyo – kültürel imkanlara sahip bir çevrede yetiştim ()
b) Orta (yeterli) düzeyde sosyo – kültürel imkanlara sahip bir çevrede yetiştim ()
c) Asgari (alt – kısıtlı) düzeyde sosyo – kültürel imkanlara sahip bir çevrede yetiştim()

B- İŞ TATMİNİ İLE İLGİLİ SORULAR**9. İşinizden duyacağınız tatmin açısından, mesleğinizi sevme dereceniz.**

	Çok Az				Çok Fazla		
Şimdi ne kadar	1	2	3	4	5	6	7
Ne kadar olmalı	1	2	3	4	5	6	7
	Çok Önemsiz				Çok Önemli		
Bu sizin için ne kadar önemli	1	2	3	4	5	6	7

10. İşinizden duyacağınız tatmin açısından, yaptığınız işi saygın bir iş olarak görme ve mesleğinizden duyduğunuz başarı ve gurur dereceniz.

	Çok Az				Çok Fazla		
Şimdi ne kadar	1	2	3	4	5	6	7
Ne kadar olmalı	1	2	3	4	5	6	7
	Çok Önemi				Çok Önemli		
Bu sizin için ne kadar önemli	1	2	3	4	5	6	7

11. İşinizden duyacağınız tatmin açısından, bulunduğunuz konumdan mutlu olma dereceniz.

	Çok Az				Çok Fazla		
Şimdi ne kadar	1	2	3	4	5	6	7
Ne kadar olmalı	1	2	3	4	5	6	7
	Çok Önemsiz				Çok Önemli		

Banka Çalışanlarının İş Tatmini ve Motivasyonu: Tekirdağ İli Malkara İlçesi Banka Çalışanları Üzerine Bir Araştırma

Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

12. İşinizden duyacağınız tatmin açısından, yöneticilerinizi benimseme ve takdir etme dereceniz.

Çok Düşük	Çok Yüksek						
Şimdi ne kadar	1	2	3	4	5	6	7
Ne kadar olmalı	1	2	3	4	5	6	7

Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

13. İşinizden duyacağınız tatmin açısından, çalışma arkadaşlarınızı benimseme ve takdir etme dereceniz.

Çok Düşük	Çok Yüksek						
Şimdi ne kadar	1	2	3	4	5	6	7
Ne kadar olmalı	1	2	3	4	5	6	7

Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

14. İşinizden duyacağınız tatmin açısından, yöneticileriniz ve çalışma arkadaşlarınızla olan anlaşılabilir durumunuzun ve mesleki dayanışmanızın derecesi.

Çok Kötü	Çok İyi						
Şimdi ne kadar	1	2	3	4	5	6	7
Ne kadar olmalı	1	2	3	4	5	6	7

Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

15. İşinizden duyacağınız tatmin açısından, işinizle ilgili sorunları veya işin yapılış yöntemi ile ilgili konuları yöneticilerinizle görüşerek serbestçe tartışılabilir ve öneri getirebilme imkanınız.

Çok Yetersiz	Çok Yeterli						
Şimdi ne kadar	1	2	3	4	5	6	7
Ne kadar olmalı	1	2	3	4	5	6	7

Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

16. İşinizden duyacağınız tatmin açısından, kişisel, sosyal veya ekonomik sorunlarınızı çözümünde yönetim ve yöneticilerinizden gördüğünüz desteğin derecesi.

Çok Yetersiz	Çok Yeterli						
Şimdi ne kadar	1	2	3	4	5	6	7
Ne kadar olmalı	1	2	3	4	5	6	7

Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

17. İşinizden duyacağınız tatmin açısından, kişisel ve mesleki gelişiminize kurum katkısı.

Çok Yetersiz	Çok Yeterli						
Şimdi ne kadar	1	2	3	4	5	6	7
Ne kadar olmalı	1	2	3	4	5	6	7

Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

18. İşinizden duyacağınız tatmin açısından, çalıştığınız bankanın size iş güvencesi verme derecesi.

Çok Düşük	Çok Yüksek						
Şimdi ne kadar	1	2	3	4	5	6	7
Ne kadar olmalı	1	2	3	4	5	6	7

Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

19. İşinizden duyacağınız tatmin açısından, yaptığımız işle aldığımız ücretin uyum derecesi.

Çok Düşük	Çok Yüksek						
Şimdi ne kadar	1	2	3	4	5	6	7
Ne kadar olmalı	1	2	3	4	5	6	7

Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

20. İşinizden duyacağınız tatmin açısından, bankanızın size sunduğu fiziki çalışma ortam ve şartları.

Çok Yetersiz	Çok Yeterli						
Şimdi ne kadar	1	2	3	4	5	6	7
Ne kadar olmalı	1	2	3	4	5	6	7

Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

21. İşinizden duyacağınız tatmin açısından, yaptığımız işle ahlaki değerlerinizin uyum derecesi.

Çok Az	Çok Fazla						
Şimdi ne kadar	1	2	3	4	5	6	7
Ne kadar olmalı	1	2	3	4	5	6	7

Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

22. İşinizden duyacağınız tatmin açısından, banka işleriniz, dinlenmeniz, sevdiğinizleriniz ya da hobileriniz için zaman yaratabilme olanağımız.

Çok Yetersiz	Çok Yeterli						
Şimdi ne kadar	1	2	3	4	5	6	7
Ne kadar olmalı	1	2	3	4	5	6	7

Çok Önemsiz **Çok Önemli**
Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

23. İşinizden duyacağınız tatmin açısından, bağımsız olarak iş yapabilme ve gerekli durumlarda inisiyatif alabilme dereceniz.

Çok Yetersiz **Çok Yeterli**
Şimdi ne kadar 1 2 3 4 5 6 7
Ne kadar olmalı 1 2 3 4 5 6 7

Çok Önemsiz **Çok Önemli**
Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

24. İşinizden duyacağınız tatmin açısından, yaptığınız işte adil bir şekilde terfi edebilme imkanınız.

Çok Adaletsiz **Çok Adaletli**
Şimdi ne kadar 1 2 3 4 5 6 7
Ne kadar olmalı 1 2 3 4 5 6 7

Çok Önemsiz **Çok Önemli**
Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

25. İşinizden duyacağınız tatmin açısından, bankanızın, diğer bankalarla kıyasladığınızda, var olduğunu düşündüğünüz saygınlık ve prestijinin derecesi.

Çok Az **Çok Fazla**
Şimdi ne kadar 1 2 3 4 5 6 7
Ne kadar olmalı 1 2 3 4 5 6 7

Çok Önemsiz **Çok Önemli**
Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

C-İŞ MOTİVASYONU İLE İLGİLİ SORULAR

26. İş motivasyonunuz açısından, bankanızın size sunduğu, iş güvencesi, ücret düzeyi ve çalışma ortamı şartları gibi maddi motivasyon araçları uygulamalarını değerlendirecek olursanız.

Çok Kötü **Çok İyi**
Şimdi ne kadar 1 2 3 4 5 6 7
Ne kadar olmalı 1 2 3 4 5 6 7

Çok Önemsiz **Çok Önemli**
Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

27. İş motivasyonunuz açısından, bankanız uygulamalarında karşılaştığınız, statü, yetki ve sorumluluk dengesi, rekabet, kurum dışılık bilincinden duyulan gurur, sosyal katılım vb. psiko – sosyal motivasyon araçları uygulamalarını değerlendirecek olursanız.

Çok Kötü **Çok İyi**
Şimdi ne kadar 1 2 3 4 5 6 7
Ne kadar olmalı 1 2 3 4 5 6 7

Çok Önemsiz **Çok Önemli**
Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

28. İş motivasyonunuz açısından, bankanızdaki amaç birliği, eğitim ve yükselme imkanı sağlamak yoluyla başarıya yöneltme, etkili iletişim, yönetime ve kararlara katılma, inisiyatif alma ve çalışmada bağımsızlık sunma yoluyla işi çekici kılma, takdir edilme gibi örgütsel ve yönetsel motivasyon araçları uygulamalarını değerlendirecek olursanız.

Çok Kötü **Çok İyi**
Şimdi ne kadar 1 2 3 4 5 6 7
Ne kadar olmalı 1 2 3 4 5 6 7

Çok Önemsiz **Çok Önemli**
Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

29. Yukarıda sözü geçen maddi, psiko – sosyal ve örgütsel – yönetsel motivasyonel özendirme araçlarının, işinizden duyacağınız tatmin üzerindeki etkisinin önemini nasıl değerlendiriyorsunuz.

Çok Önemsiz **Çok Önemli**
Bu sizin için ne kadar önemli 1 2 3 4 5 6 7

Dijital Ekonomide İşgücü Piyasası: İşgücü Talebinin Vasıf Boyutunda Yine, Yeni ve Yeni Baştan Dönüşümü

Labor Market in the Digital Economy: Transformation of Labour Demand in The Skill Dimension New, Again and Again from The Start

Ali İhsan Çelen^a

Özet

Bu çalışmanın temel amacını; dijital ekonomik yapıda yaşanan gelişmelerin vasıf temelinde işgücü talebini kısa-orta ve uzun vadede ne yönde etkileyeceğini saptamak oluşturmaktadır. Yöntem olarak ilgili uluslararası kurum ve kuruluş raporları incelenmiş ve literatür taraması gerçekleştirilerek betimleme, analiz ve yorumlama çerçevesinde nitel veri analizine başvurulmuştur. Sonuç olarak 21. Yy.'nin ilk çeyreğinde dijital dönüşüm dalgasını tanımlayan temel kavramlar; üstel hız, genişlik ve derinliktir. Bu etki vasıf gerektirmeyen işlerin dönüşümünde daha radikaldir. Dolayısıyla ulusal veya uluslararası arenada rekabet gücünü korumak isteyen işveren, temelde tasarruf ve esneklik güdüsüyle hareket etmekte dolayısıyla vasıflı işgücüne olan talebini arttırmaktadır. Bu etkinin yakın bir gelecekte vasıfsız-yarı vasıflı işgücünde negatife, vasıflı işgücünde pozitif evrilmesi beklenmektedir. Bu gelişme uyum politikaları bağlamında; işletmeleri dijital becerileri geliştirme, hükümetleri ise istihdam merkezinde daha fazla sosyal politika geliştirme konusunda zorlayacaktır. Vasıfsız işgücü çoğu zaman dijital dönüşüm tartışmalarının merkezinde yer almaktadır. İnovasyon, robotizasyon ve otomasyonun bir sonucu olarak gelecekte vasıflı işgücü için daha fazla fırsat ve düşük vasıflı/savunmasız gruplar için daha az fırsat beklenmektedir. Bunun nedeni her şeyden önce düşük vasıflı işlerin dijitalleşmesidir. Bu çerçevede, kısa vadede vasıfsız ve yarı vasıflı işgücüne yönelik talebin nötr olması, orta vadede talebin azalması, uzun vadede ise talebin dönüşmesi beklenmektedir. Kısa ve orta vadede vasıflı işgücüne talep devam edecektir. Ancak uzun vadede ortaya çıkması beklenen yeni meslekler, yeni vasıflı işgücüne olan talebi hızlandıracaktır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Ekonomi, İşgücü Talebi, Vasıf.

Jel Kodları: E24, J21, J23, J24, J62

Başvuru: 10.07.2024

Kabul: 26.09.2024

Abstract

The main purpose of this study is; The aim is to determine how the developments in the digital economic structure will affect the labor demand on the basis of skills in the short-medium and long term. As a method, reports of relevant international institutions and organizations were examined and a literature review was carried out. And qualitative data analysis was used within the framework of description, analysis and interpretation. As a result, the basic concepts that define the digital transformation wave in the first quarter of the 21st century are; exponential speed, breadth and depth. This effect is more radical in the transformation of unskilled jobs. And employers who want to maintain their competitiveness in the national or international arena basically act with the motivation of savings and flexibility, thus increasing their demand for skilled labor. This effect is expected to turn negative in the unskilled-semi-skilled workforce and positive in the skilled workforce in the near future. This development is in the context of adaptation policies; It will challenge businesses to improve digital skills and governments to develop more social policies for employment. Unskilled labor is often at the center of discussions in digital transformation. More opportunities for skilled labor and fewer opportunities for low-skilled/vulnerable groups are expected in the future as a result of innovation, robotization and automation. This is due to the digitalization of low-skilled jobs first and foremost. In this context, neutral demand for unskilled and semi-skilled labor is expected in the short term, decreasing demand in the medium term and transforming demand in the long term. Skilled labor will continue to be in demand in the short and medium term. However, new professions expected to emerge in the long term will accelerate the demand for new skilled labor.

Key Words: Digital Economy, Labour Demand, Skill.

Jel Codes: E24, J21, J23, J24, J62

^a Dr. Öğr. Üyesi, Ordu Üniversitesi, Ünye İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, alihansancelen@gmail.com, Orcid No: 0000-0002-8009-3432

GİRİŞ

İşletme sözlüklerinde dijital kavramı; bilgi bilimi, iletişim ve hesaplama boyutlarıyla tanımlanmaktadır. Buna göre bilgi bilimi açısından dijital; sonsuz değişken ve sürekli analog olgunun (gün içinde güneş ışığının parlaklığı gibi) aksine, sonlu ve süreksiz bir olguyu (açık veya kapalı ampul gibi) ifade etmektedir. Ayrıca verilerin veya bilgilerin bir tablo, grafik, çizim veya diğer biçiminden farklı olarak gösterilmesi anlamına da gelmektedir. Buna göre dijital cihazlar sadece bölümleri ve alt bölümleri gösterirken aralarındaki miktarları göstermemektedir. Örneğin dijital bir saat yalnızca bir tam sayı olarak saat, dakika ve saniye göstermektedir. İletişim boyutuyla dijital ise verileri elektrik sinyaline dönüştürmenin iki yönteminden birini (diğeri analog) oluşturmaktadır. Bu kapsamda dijital teknolojiye ilgili veriler için bir kod kullanılmakta ve elektrik voltajının açık veya kapalı (var veya yok) olmasına göre “1” ve “0” sembollerine yer verilmektedir. Bu kapsamda dijital iletişimin ilk kullanılması telgraf ile mümkün olmuştur. Telgraf döneminde (1840’lı-1960’lı yıllar arası) mesaj içeren harfler, sayılar ve noktalama işaretleri için mors kodu kullanılmıştır. Kullanılan kod ise yalnızca kısa bir dokunuş (nokta) ve uzun bir dokunuştan (çizgi) oluşmuş ve iletişim elektriksel darbeler ile mümkün kılınmıştır. Öte yandan dijital kavramının hesaplama boyutunu ise yine bir miktarın (veri) iki basamaklı (ikili) bir kodla gösterimi oluşturmaktadır. Örneğin dijital bir bilgisayar, eşit güçte elektrik darbelerinin varlığı ve yokluğu ile her türlü veriyi (metin, grafik, sayı, ses, video gibi) temsil etmektedir. Bu kapsamda dijital devreler ve bilgisayar çipleri (yalnızca iki sayı “1” ve “0” gerektirdiğinden) veri işlemede analoglara göre çok daha hızlı olduğundan tüm modern bilgisayarlar dijital özellik taşımaktadır (Cambridge Dictionary, 2024; Wikipedia, 2024).

Öte yandan Alan Turing 1936’da hesaplanabilecek her şeyi hesaplayan (Nazilerin güçlü kodlarını deşifre etmek için matematiksel şifrelemenin nasıl kullanılacağını gösteren) bir bilgi işlem makinesi geliştirmiştir. Sonrasında 1945 yılında bilgisayarın temel mimarisini kavramsallaştıran J. V. Neumann’ın bir işleme birimi, kontrol birimi, çalışma belleği, girdi-çıkı cihazları ve harici bir depolama içeren tasarımı (mantıksal devreyi uygulamak için vakum tüpleri kullanan ilk bilgisayar) gelmektedir. 1947 yılında Bell Laboratuvarlarında radar çalışmaları sırasında modern transistörün icat edilmesinden sonra 1950’de tekil transistörlerin anakarta lehimlenmesi gerçekleşmiştir. 1951-1961 arasında Robert Noyce ve Jack Kilby entegre devreyi icat ederek silikon yonga plakaları üzerine doğrudan transistörleri ve diğer elektronik bileşenleri yerleştirmek için yöntemler geliştirmiştir. 1965 yılında entegre devre imalatçısı Gordon Moore, silikon mikroçipli bilgisayar sayısının her bir iki yılda iki katına çıktığını keşfetmiştir. 2010 yılında mikroişlemci özellikleri (hız, transistör sayısı vb.) geometrik olarak iki katına çıkmış, 2017 yılında ise Xeon Platinum’un mikro işlemci sayısı 8 milyar transistöre çıkmıştır (Sachs, 2022: 167-168)

Bu kapsamda dijital dönüşüm dalgası (DDD) 21. yy.’ın ilk çeyreğinde hız, kapsam-derinlik ve sistem bakımından oldukça karmaşık ve çok yönlü bir yapı kazanmıştır. Bu durum sürecin farklı kavramlarla birlikte tanımlanmasının önünü açmıştır. Buna göre DDD; Avrupa kıtasında Endüstri 4.0 ve IOT (Internet of Things), Asya kıtasında akıllı şehirler ve AI (Artificial Intelligence), Çin’de MIC (Made In China) ve robotik, Japonya’da Toplum 5.0, ve Büyük Veri (Big Data) ve Kuzey Amerika’da endüstriyel internet ve Blok Zincir (Block Chain) kavramlarıyla tanımlanmaktadır (Fukuyama, 2018). Kullanılan bu kavramlar DDD’nin ekonomik, sosyal, siyasi, kültürel vb. birçok alanı derinden etkilediğini, değiştirdiğini ya da dönüştürdüğünü göstermektedir. Bu etki alanlarının üretim-tüketim süreci temelinde şekillenmesi dijital ekonomi alanını ayrıca önemli kılmaktadır (ILO, 2021). Dolayısıyla yapılan çalışmada öncelikle dijital ekonominin temel bileşenleri ve işleyişi; temel dinamikleri, küresel hacmi ve istihdam potansiyeli ele alınmıştır. Ardından dijital ekonomide çalışma, işin dönüşümü ve farklılaşan işgücü talebi boyutunda değerlendirilmiş ve son olarak dijitalleşmenin istihdam ilişkileri üzerindeki etkileri işgücü talebi boyutunda ve vasıf merkezinde değerlendirilmiştir.

1.LİTERTÜR İNCELEMESİ

Fukuyama’ya (2018) göre; IOT, AI, MIC (Made In China) ve robotik- Toplum 5.0, ve Büyük Veri (Big Data) endüstriyel internet, Blok Zincir (Block Chain) vb. kavramlar dijital dönüşümü tanımlamak için kullanılmaktadır. Bynjolfsson ve McAfee’ye (2015) göre bu dönüşüm 21. yy.’ın ilk çeyreğinde üstel bir hız kazanmış ve yeni teknolojiler öncelikle kıyasla hız, genişlik-derinlik ve sistem bakımından farklı bir yöne evrilmiştir. Tapscott, (1998); Degryse, (2016a) ve McKinsey&Company’e (2023) göre bu sürecin temel özelliklerini bilgi ekseninde; bulanıklaşma, sanallaşma, genişleme, internet, yakınlaşma, bütünleşme, buluşma, hayal gücü, yenilik, ışık hızı, güncellenme, sınır tanımama, kuralsızlık, küresel işbirliği, çelişkiler, uyumsuzluk oluşturmaktadır. ILO’ya (2021) göre; COVID-19 küresel salgını üretim ve tüketim süreçlerini yeniden şekillendirmiş, dijital ekonomiyi büyütmüş, etkilerini yaygınlaştırmış ve güçlendirmiştir.

Degryse, (2016b); Bynjolfsson ve McAfee, (2015); Pettinger, (2020); Küpper vd, (2019); Tokol, (2019); Schmidt ve Rosenberg’e (2015) göre yaşanan dijital teknolojiler ile ekonomik anlamda müthiş bir ilerleme kaydedilmiştir. Yaşanan yeni teknolojilerin insanlığa büyük yararlar sağlama potansiyeli taşımalarının yanı sıra karamsar yönleri de bulunmaktadır. Toffler’a, (1981) göre dijital toplumlar mecazi anlamda progeria (erken yaşlanma) yaşamaktadırlar. Bu nedenle Değişim dalgaları bir anlamda denetim dışına çıktığından gelişmelere yetişmek ve uyum sağlamak büyük bir çaba gerektirmektedir. ILO’ya (2013) göre teknolojik gelişmeler yakın bir gelecekte çalışma hayatını etkileyecek olan faktörlerin başında

Dijital Ekonomide İşgücü Piyasası: İşgücü Talebinin Vasıf Boyutunda Yine, Yeni ve Yeni Baştan Dönüşümü

gelmektedir. Ford'a (2018) göre yeni gelişmeler çoğu zaman çalışanlar ile teknolojik araç, gereç ve makineleri rakip haline getirmiş ve bireyin üretim sürecindeki rolünü sürekli azalmaktadır.

Dereli 'ye (2001) göre yeni çağda iş, bilgisayarın olduğu her yerdedir. OECD (2016)'ya göre dijital ekonominin önemli bir uzantısını endüstri 4.0 oluşturmaktadır. Statista'ya (2024) göre internet kullanıcı sayısı, sosyal medya kullanıcı sayısı, e-ticaret sitesi sayısı her geçen gün artmaktadır ve internet ekonomisi sürekli genişlemektedir. Erdut'a (1998) göre işverenlerin yeni teknolojilere yönelmelerinin iki temel nedeni; işgücünden *tasarruf sağlanması* ve yeni teknolojilerin *esneklik* içermesidir. Loranger, Sinclair ve Tebrake'ye (2018) göre dijital ekonomik hacmin büyümesi yönündeki beklentiler her geçen gün artmaktadır. ILO'nun (2021) gerçekleştirdiği bir araştırmaya göre internet temelli çevrimiçi ve konum temelli platform sayıları 10 yıllık süre zarfında 5 kat artmıştır. Frey ve Osborne'na (2013) göre şüphesiz bu durum endüstriler ve meslekler genelinde işin doğasını yeniden şekillendirecektir.

Küpfer vd.'ne (2019) göre endüstri 4.0 çağında insanlar ve makineler arasındaki olası ilişki optimizasyon, hibrit ve uzmanlaşma olmak üzere üç temel senaryo çerçevesinde gerçekleştirilecektir. Schmidt ve Rosenberg'e (2015) göre işgücü piyasası yeni teknolojilerin dayattığı değişimler ile şekillenecektir. Frey ve Osborne'na (2013)'e göre en önemli etki, iş yıkımı şeklinde olacaktır. Eurofound'a (2018) göre işgücü piyasaları üzerindeki en önemli etkilerinden biri, yeni atipik çalışma ilişkileri çerçevesinde oluşan parçalanmadır. Bu durum ILO'ya göre (2021)'e platform çalışma internet temelli ya da konum temelli gerçekleşecektir. Ford'a (2018), Tilley'e (1998) Hietala ve Härkin'e (2020) göre istihdam sürecinde en temel etkiyi robot teknolojisi oluşturacaktır. Mandl'e, (2021)'e göre tüm bu gelişmeler işgücü talebi boyutunda bazı fırsatları ve tehditleri de beraberinde getirmektedir. OECD'ye (2016a) göre tüm bu gelişmeler vasıflı emeğe olan talebi arttırmaktadır. Charles, Xia ve Coutts'un (2022) ILO öncülüğünde yapılan bir araştırmada piyasaların halihazırda daha fazla dijital beceri gerektirdiği kesinleşmiştir ve bu gelişme COVID-19 salgını nedeniyle önemli oranda hızlanmıştır. Yorgun'a (2019) göre vasıfsız çalışanlar işe yaramazlar sınıfı olarak da adlandırılmaktadır. Vasıfsız işgücü dijital dönüşümde çoğunlukla tartışmaların merkezinde yer almaktadır. Prieto ve Valenduc'a (2016) göre dijital ekonominin yükselişi özellikle düşük vasıflı kadınlar için yeni zorlukları da beraberinde getirmektedir. Bachus'a (2019) göre inovasyon, robotizasyon ve otomasyonun bir sonucu olarak gelecekte düşük vasıflı ve savunmasız gruplar için daha az fırsat olacaktır.

2.YÖNTEM

Çalışma, dijital ekonomik yapıda temel dinamiklerin istihdam ilişkilerine işgücü talebi bağlamında nasıl ve ne yönde etkilediğini ortaya koymaya odaklandığından betimleme, analiz ve yorumlama çerçevesinde nitel veri analizine dayanmaktadır. Bu kapsamda ILO (Uluslararası Çalışma Örgütü) başta olmak üzere CEDEFOP (Avrupa Mesleki eğitimi Geliştirme Merkezi), WB (Dünya Bankası), OECD (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı); IFC (Uluslararası Finans Birliği); McKinsey&Company raporları incelenerek ve ilgili literatür taraması yapılarak araştırma gerçekleştirilmiştir.

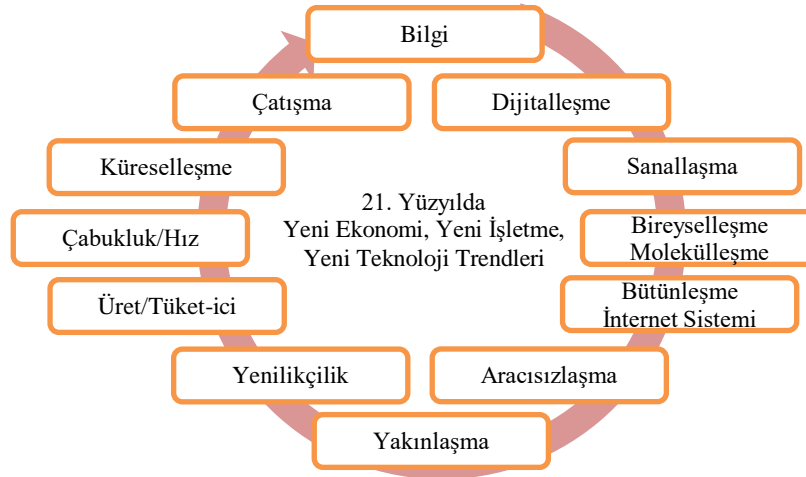
3.TEMEL BİLEŞENLERİYLE DİJİTAL EKONOMİ VE İŞLEYİŞİ

3.1.Tanımı ve Temel Dinamikleri

Tarihsel gelişim sürecinde teknolojiye meydana gelen her yeni buluş ile insanlar; diğer insanlar, başka devletler, başka ülkeler hakkında çok daha fazla şey öğrenmişler ve daha fazla etkileşime girmişlerdir (Stephanie, 2014). Çoğu zaman ani ve radikal değişimlere yol açan bu gelişmeler karşılıklı bağımlılık çerçevesinde insanların dünyayı algılama biçimlerini, ekonomik sistemleri ve sosyal yapıları derinden etkilemiştir. Yaklaşık 10 bin yıl önce avcılık ve toplayıcılık döneminden tarıma geçiş ile hayvanlar evcilleştirilmiş, taşımacılık ve iletişim insan emeği ile birleşmiş, gıda üretimi artmış buna bağlı olarak nüfus artmış, insan yerleşimleri yaygınlaşmış dolayısıyla kentler ve şehirler yükselişe geçmiştir. 18. yy.'ın ikinci yarısında buhar makinesi kas kuvvetinden mekanik kuvvete geçişi beraberinde getirmiş sonrasında endüstrileşme, dalgalar halinde günümüze kadar evrilerek ulaşmıştır (Fraye, 2018: 40-45; Schwab, 2016: 15).

Ekonomik ve toplumsal yapıdaki bu değişim ve etkileşimler endüstrileşmeye, endüstrileşmeden de içinde bulunduğumuz (post-endüstriyel) döneme diğer bir ifade ile teknolojik değişimin günümüzde ulaştığı (1960-1980 birinci dalga-BT'nin dönüşümü, 1990-2000 ikinci dalga-internetin yükselişi, 2000-2010 üçüncü dalga-dalga/dijital dönüşüm aşamaları ile birlikte) son aşama olan *yeni teknolojiler* aşamasına (Erdut, 1998: 1) ya da *dijitalleşme* olarak da adlandırılan aşamaya ulaşmıştır (Gopal vd., 2018: 331; Gupta, 2018: 9-10). Bu süreçte fiberoptik kabloların geliştirilmesi; veri iletim hızını, doğruluğunu ve ölçeğini arttırmıştır (Sachs, 2022: 168). Yaşanan gelişmeler dönüşümün çok daha hızlı, kapsamlı ve derin olmasına yol açmıştır. İnternet temelinde satın alınabilenin araştırılması, kullanıcıların işbirlikleri oluşturabilmeleri, paylaşılabılır sosyal

medya ile verilerin hızlı bir şekilde toplanabilmesi ve paylaşılabilmesi vb. gelişmeler dijital ekonominin yükselmesinde etkili olmuştur.



Şekil 1: Dijitalleşme Çağında Ekonomi, İşletme ve Teknoloji Trendleri

Kaynak: Tapscott, 1998:63-66'dan esinlenerek hazırlanmıştır

Dijital ekonomide *bilgi*, üretimin temel ögesi olduğundan kol gücünden beyin gücüne geçiş diğer ekonomik modellere kıyasla daha hızlı gerçekleşir hale gelmiştir. Bilginin hızlı üretilmesi ve paylaşılması; üretici ile tüketici arasındaki mesafeyi *bulanıklaştırmış*, fiziksel şeyler *sanallaşmış*, sanal şirketler, ekipler, devletler, işler *genişlemiş* derin ve zengin ilişkilere dayalı ağ ekonomileri önem kazanmıştır. Aynı şekilde *internete* dayalı yeni işletme türleri, *bütünleşmiş* ağlar ve buna bağlı olarak *ağa dayalı* kuruluşlar yaygınlaşmıştır. Üretici-tüketici arasındaki *mesafe ortadan kalkmış*, ekonomi sektörleri birbirine *yakınlaşmış* bilgisayar, iletişim ve içerik teknolojilerinden sorumlu organizasyon yapıları *bütünleşmiş* veya aynı noktada *buluşmuştur*. Başarının genel dinamiklerinden olan hammadde, verimlilik, ölçek, işgücü maliyeti vb. faktörlerin yerine insanın *hayal gücü*, *yenilik*, *ışık hızı*, *güncellenme* ve *sınır tanımayan* bilgi akışları almıştır. Mekan ve zaman *bağımsızlaşmış*, *küresel işbirliği* artmıştır (Şekil 1). Ancak tüm bu gelişmelere karşılık; kitlesel ve sosyal *çelişkiler yükselmiş*, *kutuplaşma* başlamış, vasıflı-vasıfsız çalışan arasındaki *uçurum giderek artmış*, *karın dağılımında çelişkiler* artmıştır (Tapscott, 1998: 63-66; Degryse, 2016a: 8-9; McKinsey&Company, 2023). Diğer bir ifade ile yaşanan *dijital devrim*; ekonomide, iş dünyasında, toplumsal yapılarda ve bireysel tercihlerde görülmedik değişim paradigmalarını bir araya getirmektedir (Stephanie, 2014; Schwab, 2016:11-17; Pettinger, 2020). Yaşanan değişim; ülkeler, şirketler, sektörler arasında çekirdek, dar ve geniş kapsamlarda bir bütün olarak toplum sistemlerinde çok yönlü bir dönüşümü ifade etmektedir. *Çekirdek kapsamda* dijital ekonomi; sadece BİT teknolojileri kapsamında değerlendirilirken telekomünikasyon, bilgi hizmetleri, donanım imalatı, BİT altyapısı vb. teknolojileri kapsamaktadır. *Dar kapsamda* dijital ekonomi; iş modelleri ile dijital teknolojilerin yakından ilişkili olduğu sektörleri içermekte ve dijital hizmetler, platform ekonomi, paylaşım ekonomisi, gig ekonomi vb. tanımları içermektedir. *Geniş kapsamda* ise dijital ekonomi; faaliyetlerini dijital teknoloji ile tamamlamaya çalışan geleneksel endüstrileri de içerecek şekilde e-ticaret, endüstri 4.0, akıllı tarım, e-devlet vb. boyutları kapsamaktadır (Tablo 1).

Dijital Ekonomide İşgücü Piyasası: İşgücü Talebinin Vasıf Boyutunda Yine, Yeni ve Yeni Baştan Dönüşümü

Tablo 1: Dijital Ekonominin Sınırları

		Çıktılar		
		Dijital	Dijital Olmayan	Toplum
Bir Üretim Faktörü Olarak Dijital Girdiler	Yüksek	Çekirdek Ölçü Dijital içerik üreticilerinin ekonomik faaliyetleri	Dar Ölçü Dijital girdilere bağımlı üreticilerin ekonomik faaliyetleri	Dijital Toplum
	Orta	Çekirdek Ölçü Dijital içerik üreticilerinin ekonomik faaliyetleri	Geniş Ölçü Üreticilerin ekonomik faaliyetleri dijital girdilerle önemli ölçüde iyileştirilmiştir	
	Düşük	Çekirdek Ölçü Dijital içerik üreticilerinin ekonomik faaliyetleri	Geleneksel Ekonomi	Geleneksel Toplum

Kaynak: OECD, 2020; Bukht ve Heeks, 2017: 13; Atherton, Cameron ve Pham, 2018: 24

Aynı şekilde yaşanan gelişmelerin temelinde üç yönü bulunmaktadır. *İlk olarak* yaşanan dijital teknolojiler ile müthiş bir ilerleme kaydedilmiştir. Merkezinde donanım, yazılım ve bilgisayar ağlarının bulunduğu bu teknolojiler toplumda ve ekonomide buhar makinesinde olduğundan çok daha büyük bir değişim ve dönüşümü yaratacak kabiliyete sahiptir. *İkinci olarak* yaşanan yeni teknolojiler ile sağlanan büyük ve köklü dönüşüm insanlığa büyük yararlar sağlama potansiyeli taşımaktadır. Diğer bir ifade ile her yeni gelişme daha fazla seçenek ve daha fazla özgürlük demektir. *Son olarak* yaşanan yeni teknolojiler karamsar yönler taşımakta diğer bir ifade ile alışık olmadığımız sorunlar ortaya çıkarma potansiyeli de taşımaktadır (Degreyse, 2016b; Byynjolfsson ve McAfee, 2015: 18-19; Pettinger, 2020; Küpper vd, 2019; Tokol, 2019: 148-150; Schmidt ve Rosenberg, 2015: 295; Toffler, 1981: 33-34).

3.2. Küresel Hacmi ve İstihdam Potansiyeli

ILO'ya göre teknolojik gelişmeler yakın bir gelecekte çalışma hayatını etkileyecek olan faktörlerin başında gelmektedir (ILO, 2013). Nitekim endüstriyel robotların 2000-2012 yılları arasında %60 artış göstermesi (Ford, 2018: 20-21), sürecin işverenler için daha fazla *tasarruf ve esneklik* anlamına gelmesi (Erdut, 1998: 148) ve işlerin *bilgisayarların olduğu yerlere* taşınması (Dereli, 2001) özellikleri bu kapsamdaki beklentilerin haklılığını göstermektedir. İşçiler, üreticiler ve tüketiciler için *derin ve radikal bir değişim dalgası* (CICOPA, 2018; IFC, 2023) anlamına da gelen bu gelişme sayısal verilere de yansımıştır. Bu kapsamda örneğin 2009 yılında dünya genelinde bireysel internet kullanıcı sayısı nüfusun %26'sı iken Nisan 2023 itibariyle dünya çapında internet kullanıcılarının sayısı 5.18 Milyara (dünya nüfusunun %64.6) yükselmiştir. Sosyal medya kullanıcılarının sayısı ise 4.80 Milyara (dünya nüfusunun %59.9) ulaşmıştır. Nisan 2024 tarihi itibariyle dünya genelinde internet kullanıcı sayısı 5.44 milyar iken sosyal medya kullanıcı sayısı 5.07 milyar kişiye ulaşmıştır (Statista, 2024). Oransal olarak bakıldığında ise dünya genelinde internet kullanım oranı Aralık 1995'te %0.4 iken bu oran Aralık 2000'de %5.8; Aralık 2005'te %15.7; Eylül 2010'da %28.8; Aralık 2015'te %46.4; Aralık 2020'te %64.2; Aralık 2022'de %69 olarak gerçekleşmiştir (Worldometer, 2023).

2022 yılında dünyada 26 Milyondan fazla e-ticaret sitesi bulunmakta ve bu sayı her geçen gün hızla artmaktadır. 2021 yılında perakende e-ticaret satışları dünya genelinde 4.9 Trilyon \$'a yükselmiştir. Mobil e-ticaret satışları 2021 yılında bir önceki yıla göre %15.2 artış göstermiştir. 2021 yılında dünya genelinde 2.14 Milyar dijital alıcı bulunmakta ve bu rakam toplam nüfusun %27'sine denk gelmektedir. 2022 yılı itibariyle dünyanın en büyük e-ticaret pazarları şu şekildedir: Çin (2779 Milyar \$), ABD (843 Milyar \$), İngiltere (169 Milyar \$), Japonya (144 Milyar \$), Güney Kore (121 Milyar \$), Almanya (102 Milyar \$), Fransa (80 Milyar \$), Hindistan (68 Milyar \$), Kanada (44 Milyar \$), İspanya (37 Milyar \$). 2019 yılında 9.2 Milyon e-ticaret sitesi var iken bu rakam 2022 yılında 26.2 Milyona yükselmiştir. Bu kapsamda özellikle Güneydoğu Asya'da internet ekonomisinin boyutu 2015 yılında 32 Milyar \$ iken bu rakam, 2018'de 72 Milyar \$, 2019'da 102 Milyar \$, 2020'de 116 Milyar \$, 2021'de 161 Milyar \$, 2022'de 194 Milyar \$'a yükselmiştir. Aynı zamanda bu rakamın 2025 yılında 330 Milyar \$'a yükselmesi beklenmektedir. COVID-19 döneminde dünyada e-ticaret site sayıları %204 artış göstermiştir. 2014 yılında dünya genelinde 1.32 Milyar kişi çevrimiçi alışveriş yaparken bu rakam 2021 yılında 2.14 Milyar kişiye yükselmiştir. Aynı şekilde 2014 yılında 1336 Milyar \$ olan küresel e-ticaret satış büyüklüğü 2021'de 4938 Milyar \$'a yükselmiştir. Bu rakamın 2025 yılında 7391 Milyar \$'a yükselmesi beklenmektedir (Statista, 2023). Bu kapsamda örneğin

AB-27 düzeninde mal veya hizmet siparişi vermek için interneti kullanan kişi (çevrimiçi satınalma) yüzdesi; 2008 yılında %28.78 iken bu oran 2009 %32.28; 2010 %36.18; 2011 %38.51; 2012 %40.54; 2013 %43.12; 2014 %46.20; 2015 %49.22; 2016 %51.16; 2017 %53.90; 2018 %56.14; 2019 %59.79 olarak gerçekleşmiştir (Eurostat, 2023; WB, 2023).

ILO'nun gerçekleştirdiği bir araştırmaya göre internet temelli çevrimiçi ve konum temelli platform sayıları (2010 yılında 142 iken 2020 yılında 777) 10 yıllık süre zarfında 5 kat artmıştır. Bu artış ABD'de %29, Hindistan'da %8, ve Birleşik Krallıkta %5 olarak gerçekleşmiştir. Aynı şekilde bu artış taksicilik ve teslimat sektörlerinde 10 kat olarak gerçekleşmiştir. İnternet temelli çevrimiçi platformlarda işgücü arzı talepten fazla gerçekleşmiş ve kazançlar aşağı yönlü baskılanmıştır. Örneğin 5 büyük internet temelli çevrimiçi platformlarda işgücü talebinin büyük bir kısmı gelişmiş ülkelerden gelirken işgücü arzının büyük bir kısmı gelişmekte olan ülkelerden gelmiştir. Küresel çapta dijital çalışma platformlarına yatırım ve platform gelirleri dengesiz dağılmıştır. Örneğin; Asya 56 Milyar \$, Kuzey Amerika 46 Milyar \$, Avrupa 12 Milyar \$, Latin Amerika, Afrika ve Arap ülkelerinde toplam 4 Milyar \$ olarak gerçekleşmiştir (ILO, 2021).

Öte yandan dijital ekonominin önemli bir uzantısı olan endüstri 4.0'ın yakın bir gelecekte KOBİ'lere; stok maliyetlerinde (%30-%40), üretim maliyetlerinde (%10-%20), lojistik maliyetlerinde (%10-%20), kompleks yapı kaynaklı maliyetlerde (%60-%70), kalite maliyetlerinde (%10-%20), tamir maliyetlerinde (%20-%30) önemli maliyet tasarrufları sağlaması beklenmektedir. Bu durum dijital alt yapıya yapılan yatırımın ekonomideki büyüme ve istihdamı desteklemesi adına kritik bir önem taşımaktadır. Nitekim 1990-2012 yılları arasında OECD ülkelerinde BİT varlıklarındaki üretkenlik artışının BİT dışı varlıklara kıyasla ortalama %50'den daha fazla olduğu bilinmektedir (Schröder, 2017: 10; OECD, 2016b: 11). Bu ve benzeri gelişmeler önümüzdeki yıllarda dijital ekonomik hacmin tahmin edilenden daha da fazla büyüyeceğini göstermektedir (Loranger vd., 2018).

4. DİJİTAL EKONOMİDE ÇALIŞMA VE İŞİN DÖNÜŞÜMÜ

4.1. İşin Dönüşüm Boyutları

Günümüzde dijitalleşme ile artan algoritmalaşma bilgisayarların, rutin olmayan bilişsel görevleri de yapabilir hale gelmesine yol açmıştır. Şüphesiz bu durum endüstriler ve meslekler genelinde işin doğasını yeniden şekillendirme potansiyeli taşımaktadır (Frey ve Osborne, 2013). *Optimizasyon*, *hibrit* ve *uzmanlaşma* olmak üzere üç temel senaryoda gerçekleşmesi beklenen bu değişimin *optimizasyon senaryosunda*; insan emeğinin değerinin düşeceği, makinelerin teknoloji izleme ve kontrol görevini devralacağı beklenirken *hibrit senaryoda* insanlar ve makineler birlikte çalışmaktadır. *Uzmanlaşma senaryosunda* ise siber/fiziksel sistemler bir araç ve destekleyici bir rol üstlenirken vasıflı işgücü belirleyici rolünü korumaktadır (Küpper vd., 2019).

Öte yandan bir başka görüşe göre etki; *değişim/dönüşüm*, *yaratım* ya da *yıkım* şeklinde gerçekleşecektir. Bu kapsamda özellikle insan/akıllı makine ara yüzü; yeni yönetim biçimleri/dijital platformlar, kitle kaynak kullanımı, paylaşım ekonomisi vb. gelişmeler eğitim, sanat, medya, yasal hizmetler, yönetim, insan kaynakları, işletme, finansal, sağlık hizmetleri vb. birçok işi değiştirecek/dönüştürecektir. Örneğin 25-29 Ekim 2019 tarihleri arasında ABD'de (18 yaş ve üstü çalışan 1180 kişi ile) yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre; bilgi çalışanlarının 2/3'ü 2030 yılına kadar ofis ortamının ortadan kalkacağını düşünmektedir (Zapier, 2019). Aynı şekilde Eurofound (Eurofound, 2018) tarafından önceleri kalabalık çalışma (crowded work) şeklinde ifade edilen platform çalışma kavramı, 2018 yılından itibaren daha kapsamlı görev türlerini karşılayacak şekilde kullanılmaya başlanmış ve internet/konum temelli gerçekleşebilen (ILO, 2021) 10 tür platform çalışma türü belirlemiştir (Eurofound, 2018). Uygulamada Amazon Mechanical Turk gibi platformdaki mikro işçilerden Glovo, MyPoppins, Urban Company gibi isteğe bağlı çalışanlara kadar her türlü yetenek ve ihtiyaca yönelik platformlar gün geçtikçe yaygınlaşmaktadır (Instituut GAK, 2021). *İş yaratma potansiyeline* göre ise gelişen yeni sektörler, yeni ürünler ve yeni hizmetler yeni istihdam alanları açacaktır (Schmidt & Rosenberg, 2015: 296). Bu süreç sürekli yeni beceriler edinme zorunluluğu ile tanımlanmaktadır (Huws, 2018: 65). *İş yıkımı* potansiyeline göre ise büro, yazı işleri, satış, ticaret, nakliye, lojistik, üretim endüstrisi vb. birçok sektörde işler otomatikleşme ile yok olacaktır. Nitekim 2013 yılında yapılan bir araştırmaya göre (10-20 yıl içinde) ABD'de toplam istihdamın %47'si risk taşımaktadır. (Frey ve Osborne, 2013). Aynı şekilde dijitalleşme ile çalışan sayısında düşüş bekleyen şirketlerin yüzdesine bakıldığında Japonya ve Meksika'da en fazla %5-%10 azalma bekleyen şirket oranı %27'dir. Bunu ABD (%26) ve Kanada (%25) takip etmektedir. %11-%20 azalma bekleyen şirket oranı %22 ile Çin iken bunu Japonya ve Kanada (%19) takip etmektedir. Aynı şekilde %20'den fazla azalma bekleyen şirket oranı %21 ile Çin iken bunu Polonya (%20), Japonya ve Meksika (%11) takip etmektedir (Küpper vd., 2019).

4.2. Farklılaşan İşgücü Talebi

Bir ülkenin nüfusu ve nüfus yapısı *emek arzı* boyutunu oluştururken, yatırımlarla yeni iş sahalarının açılması *emek talebi* boyutunu oluşturmaktadır (Zaim, 1997: 9). Emek talebinin emek arzından fazla olması durumu nicelik boyutunda uygulamada çok sık karşılaşılan bir durum değil iken çoğunlukla nitelik boyutunda görülmektedir. Ancak emek talebinin emek arzından az olması durumu hem nicelik hem de nitelik boyutunda çok sık karşılaşılan bir durumdur. Bu kapsamda internet öncesi şirketlerin tüm faaliyetlerini kıt bilgi, kıt dağıtım, kıt kaynaklar, kıt pazar erişimi ve kıt raf alanlarına göre

Dijital Ekonomide İşgücü Piyasası: İşgücü Talebinin Vasıf Boyutunda Yine, Yeni ve Yeni Baştan Dönüşümü

düzenlemelerine karşın günümüz şirketlerinin internet çağında ucuz bilgi, bağlılık ve bilgisayar eksikli çalışmaları (Schmidt ve Rosenberg, 2015: 25-28; ILO, 2021) işgücü arzı ve talebinin işleyişini dolayısıyla işgücü piyasalarını farklı bir boyuta taşımıştır. Dijital çağda; bilgi-işlem sistemleri, yazılım geliştirme teknikleri ve ağ teknolojilerinde yaşanan gelişmeler robotların montajını, kurulumunu ve bakımını eskisinden *daha hızlı* ve *daha az maliyetli* hale getirmiş dolayısıyla işgücü talebi bir anlamda insan/robot tercihinin dönüşümüdür. Aynı şekilde daha akıllı hale gelen robotların; bir zanaatkarın becerisini taklit edebilir, yeni roller üstlenebilir, istenilen boyutta ve çeşitlilikte ürünler sunabilir, çok daha fazla değişkenle başa çıkabilir, hassaslık gerektiren birçok işi kolaylıkla ve hızlı bir şekilde yapılabilir, insan meslektaşlarının yanında yeni pozisyonlar alabilir ya da farklı beceri ve yetenekleri kullanabilir hale gelmesi dijital ekonomide işgücü talebini yönlendiren temel etken olmuştur (Tilley, 1998; Hietala ve Härkin, 2020). Bu gelişme işgücü arzı boyutunda farklı fırsat ve tehditleri de beraberinde getirmektedir (Mandl, 2021):

- *Fırsatlar*: Yüksek vasıflı işçiler için artan işgücü piyasası fırsatları ve iyi çalışma koşulları, işgücü kıtlığının üstesinden gelmek için *hafifleme stratejisi* olarak otomasyonun kullanılması, otomasyon ve yapay zekâ (AI) sayesinde işgücü piyasasının yüksek vasıflı segmentinde iş yaratma potansiyelindeki artış, sigortacılık vb. sektörlerde dolaylı iş yaratma etkileri, teknoloji uzmanlığı/veri analistliği vb. alanlarda iş yaratma, 3D baskı, giyilebilir cihazlar ve IOT ile ilgili alanlarda yeni meslek profilleri, kadınlar, engelliler, gençler ve göçmen işçiler dahil olmak üzere işçilere gelir yaratma fırsatları, serbest meslek faaliyetlerinde daha fazla bulunabilme avantajı vb. fırsatlar.
- *Tehditler*: Düşük vasıf gerektiren rutin işçiler için iş kaybı, değişen beceri şartlarına uyum sağlamak için çalışanların ve eğitim sisteminin sınırlı yetenekleri, Bilim, Teknoloji, Mühendislik ve Matematik (STEM) ve çok disiplinli becerilere sahip çalışanlarla ilgili eksiklikler, atipik istihdam türlerinde istenmeyen artış, yüksek düzeyde rutin görevler içeren işlerde düşüş, otomasyondan etkilenen işgücünün sınırlı uyarlanabilirliği, sözleşme istikrarında azalma, artırılmış gerçeklik ile hizmet sektöründe bazı meslek profillerinin kaybolması, güvencesiz istihdam, elverişsiz çalışma koşulları ve sosyal korumada eksiklik, işgücü piyasasının daha da parçalanması, haksız rekabet ve sosyal damping sorunları, kariyer ve beceri geliştirme için sınırlı fırsatlar, bazı platform çalışma türlerinde vasıfsızlaşma riski, daha kötü istihdam ve çalışma koşullarına yol açan algoritmik görev atamaları yönetimi ve kontrolü vb. tehditler.

Öte yandan işletmeler; bürokratik olmayan örgüt modellerini uygulama konusunda daha cesaretli davranma, sürekli enformasyon akışını teminat altına alma, tabandan zirveye (organik tarzda) büyüme, daha az katı, kısa süreli, belirli bir işe özgü (ad-hoc), işlere özgü çalışma sistemini benimseme, uzaktan, bir araya getirilen anti-hiyerarşik başına buyruk ekipleri öncelenme, merkezileşme ile ademi merkezileşme arasında hareket eden çift yönlü yapılanma, *enformasyon akışını* önceleyen politikalara ağırlık vermektedirler (Toffler, 1994: 71-80). Ayrıca çalışan/işveren hedeflerinin bütünleştiği, *etkin bilgi kullanımının* sağlandığı, bilgi işçisinin *yaratıcılığını* en iyi şekilde kullanabildiği ve uygulayabildiği, *artı değer yaratan işgücüne* sahip çıkma yönünde politikalara ağırlık verilmektedir (Tapscott, 1998: 62-64). Bu gelişme; hem çalışanların değişim beklentisini hem de işletmelerin beceri ve yeteneklerini karşılayan proaktif yaklaşım politikalarını (Mandl, 2021) öncelikli hale getirmiştir.

4.3. Dönüşümün Temel Dinamikleri

Dijital ekonominin taşıdığı temel özelliklerin işgücü piyasalarına yansımalarının özellikle vasıfsız/yarı vasıflı bireylerin aleyhine olmak üzere; siber demokrasi- hiper demokrasi, dijital apartheid, güvencesiz esneklik, bireyselleşme, belirsizlik, piyasalaşma, kayıtdışılık, aşınma ve bulanıklaşma çerçevesinde görülmesi beklenmektedir. Bu kapsamda:

Siber demokrasi-Hiper demokrasi: Dijital dönüşümün çalışanlar, işletmeler ve hükümet ortaklaşa hareket ederek başarıyla sağlanması her bir taraf için fayda sağlayacaktır. Ülkelerin rekabet gücüne sahip işletmelere ihtiyacı hayati önem taşımaktadır. Aksi bir durumda ortaya çıkan işsizlik sorunun yıkıcılığı önemli oranda negatif bir etki oluşturacaktır. Dijital ekonomide düşük ücretle rekabet gücünün korunmasına yönelik stratejiler faydadan çok zarar getirmektedir. Nitekim işgücünün alım gücünün, motivasyonunun ve yaşam kalitesinin düşmesi hem işletmeler hem de hükümetler için yeni sorunlar anlamına gelmektedir. Aynı şekilde işgücünün daha kapsamlı roller üstlenerek organizasyon yapısının dönüşümünde daha fazla ve daha etkin rol alması gerekmektedir (Tapscott, 1998: 34). Bu süreçte devletin sadece kontrol makamı olarak değil işletme düzeyinde sosyal diyalogu destekleyici, sürdürülebilir kalkınma hedeflerini geliştirici veya bu kapsamdaki önlemleri teşvik edici ve konuya ilişkin farkındalığı artırıcı rollerini güçlendirecek politikaları yürütmesi önem kazanmaktadır. Aynı şekilde çalışma ortamında bilgi ve yeterlilik ağı oluşturularak daha iyi işbirliği, sinerji ve amaç birliğinin oluşturulması büyük önem taşımaktadır. Özellikle teknoloji, hukuk ve sosyo-ekonomik gerçekliğin bulunduğu noktada etkin işleyen çalışma denetiminin boyutları potansiyel tehlike ve riskler açısından belirleyici olacaktır (Richthofen, 2010: 79-80). Tüm bu gelişmeler daha iyi bir gelecek için devlet aktörünün önemini ön plana çıkarmaktadır. Ancak devlet aktörünün; nasıl tanımlanacağı, sosyal politikaların piyasacı devlet anlayışının neresinde konumlanacağı, koruyucu, düzenleyici ve hizmet sunucu rollerinin nasıl şekilleneceği tartışmaları yine devlet aktörünün etkinliği merkezinde önem kazanmaktadır (Yorgun, 2019: 92-95)

Dijital Apartheid: Eğitim, yaş, etnik yapı, iş sözleşmesi türü, mesleki farklılık vb. konularda yaşanan çalışan sınıfı bölünmelerinin gelecekte daha da artacağı diğer bir ifade ile çalışma sınıfındaki homojenliğin daha da azalacağı yönündeki beklentiler giderek artmaktadır. Aynı şekilde parçalanmış bir toplum yapısına göre şekillenen bireysel talep ve sorumlulukların şirketler (türü, sektörü, parasal güçleri, bilgi temelleri veya stratejileri açısından) üzerindeki etkileri de göz önünde bulundurulmaktadır (Yorgun, 2019: 116). Bu kapsamda örneğin gelecekte işgücü piyasasının kazananları; makine ile ikame edilemeyen becerilere beceri sahip olanlar, akıllı makineler ile çalışabilme becerilerine sahip olanlar veya akıllı makineler üretmek ve programlamak için ileri düzeyde becerilere sahip olanlar olması bekleniyor iken kaybedenlerinin becerileri kolaylıkla akıllı makineler ile ikame edilebilenler olması beklenmektedir. Son 40 yıllık dönemde özellikle iş kayıplarının tarım, madencilik ve imalat gibi mal üreten sektörlerde yoğunlaşmış olması bunun en önemli göstergelerinden biri olarak kabul edilmektedir. Özellikle makineler tarafından işinden edilen vasıfsız işçilerin kazançlarının hiç artmadığı veya giderek azaldığı görülürken aynı makineler ile daha vasıflı hale gelen vasıflı işçilerin kazançlarının arttığı önemli bir eğilim olarak değerlendirilmektedir. Bu durum ileri teknolojilerin gelir eşitsizlikleri üzerindeki etkilerini göstermektedir. Bu noktada özellikle; vasıfsız işçilerin eğitim ve öğretim programları ile vasıflarının artırılması, devletin kaybedenleri tazmin etmesi ve kazananları vergilendirilmesi politikaları etkin görülmektedir (Sachs, 2022: 172-180). Bu nedenle teknolojik gelişmeler artan eşitsizliklerin temel dinamiklerini taşımaktadır. Öte yandan ILO'ya göre iyi kalitede ve işgücü piyasasına uygun bir eğitim sistemi; bireylere tam kapasitelerini kullanma, istihdam ve sosyal fırsatlardan faydalanma hem işçilerde hem de işletmelerde verimliliği artırır, yenilik ve kalkınmayı artırır, hem yerli hem de yabancı yatırımları teşvik etme, işsizliği azaltma, yüksek düzeyde üretim elde etme, işgücü piyasası fırsatlarını genişletme, sosyal eşitsizlikleri azaltma vb. konularda katkı sağlamaktadır. Bu kapsamda ILO 97. oturumunda; sürekli ve kesintisiz öğrenme yolları, okul öncesi ve ilköğretimden başlayarak gençleri orta, yükseköğretim ve mesleki eğitim için yeterli şekilde hazırlayan bir eğitim sistemi, genç, kadın ve erkekler için süreklilik gösteren bir kariyer rehberliği ve danışmanlık hizmetleri, girişimci yetenekleri ve yaşam boyu becerileri geliştiren eğitim ve öğretim fırsatları, okuryazarlık, aritmetik iletişim becerileri, takım çalışması, problem çözme becerileri ve öğrenme kabiliyeti dâhil temel beceriler, profesyonel, teknik ve insan kaynakları becerileri, bilgi ve tecrübelerin yeni mesleklere veya endüstrilere uygulanabilmesi, yeteneklerin kolayca kodlanabilmesi, beceri sertifikalandırma, ulusal, bölgesel veya uluslararası işgücü piyasalarında sosyal ortaklıklar kurma vb. konularda beceri geliştirmeye odaklanmış ve bu kapsamda bütünsel bir yaklaşım ortaya koymuştur (ILO, 2008: 18-19).

Güvencesiz Esneklik: 1970'li yıllardan sonra görülen belirsizlik ve istikrarsızlıklara bir yanıt olarak ortaya çıkan esneklik fordizme karşı alternatif bir gelişme kuramı olarak algılanmaya başlanmıştır. Sadece üretim biçimi değil bir ekonomik gelişme kuramı olarak da dikkat çekmeye başlayan esneklik günümüzde; uluslararası rekabet gücünü geliştirmenin, kriz dönemlerinde akılcı çözümlerin, yenilik stratejilerinin, yeniden yapılanma ve uyum politikalarının bir formülü olarak değerlendirilmektedir. Bu kapsamda dijital ekonomide; üretim sistemi, endüstriyel yapı, sermaye yapısı, teknoloji, üretim teknikleri, tüketim biçimleri, emek süreçleri, üretim organizasyonları, endüstriyel ilişkiler, emek piyasalarının yeniden şekillenmesi, rekabet ve işbirliği biçimleri, mali ve ticari hizmetler, genel ve mesleki eğitimler, vergilendirme, sosyal güvenlik, refah dağılım sistemleri vb. alanlardaki (Şen, 2004: 96) hızlı, kapsamlı ve derin dönüşümler, değişimler ve gelişmeler esneklik kavramına farklı bir boyut kazandırmıştır. Nitekim kitle üretimi ve standartlaşma ile ön plana çıkan endüstri toplumları yerine farklı ve yeni teknolojilerle şekillenen, standartlıktan uzak, çeşitli ve esnek üretim ilişkilerinin var olduğu bilgi toplumunun ön plana çıkması yeni atipik çalışma ilişkilerini de yaygınlaştırmıştır. Endüstri 3.0'ın işyeri dışındaki çalışma ilişkilerini yaygınlaştırmasına (Tokol, 2019: 150) müteakiben endüstri 4.0'ın platform tabanlı çalışma ekseninde yeni çalışma ilişkilerini tetikleme işgücü piyasalarını farklı bir boyuta taşımıştır. Bu nedenle önümüzdeki dönem esnekleşme eğilimlerinin daha da artacağı beklenmektedir (Yorgun, 2019: 120). Özellikle dijital ekonomide hızlı yaşanan değişim ve gelişim hatta tüketici taleplerine göre şekillenen yapı bu dönüşümü zorunlu kılmaktadır. Yaşanan hızlı konjontürel dalgalanmaların işletmeler üzerinde oluşturduğu daha fazla uyum baskısı esnekliğin boyutlarını derinleştirmektedir. Bu kapsamda örneğin platformlar tarafından tek taraflı belirlenen ve bir bağlılık sözleşmesi niteliği taşıyan hizmet sözleşmeleri; çalışma süresi, ücret, müşteri hizmetlerinde nezaket kuralları, geçerli hukuk ve verilerin mülkiyeti vb. faktörleri kapsamaktadır. Çalışanlar tarafından çoğunlukla geleneksel istihdam ilişkisi dışında görülen bu tür iş ilişkileri, işyeri koruması ve diğer haklara erişim konusunda önemli sorunları da beraberinde getirmektedir (ILO, 2008:7).

Bireyselleşme: Sermayenin küreselleşmesi, üretim süreçlerinin giderek parçalanması ve yayılması, çalışmanın bireyselleşmesi, kolektif hareketlerin azalması ve bireysel kariyer beklentilerinin yoğunlaşması endüstri ilişkilerini etkileyen temel değişkenlerdendir (Yorgun, 2019: 118). ILO'nun 98 sayılı ve 87 sayılı sözleşmeleri tüm işçiler için tanımlanan toplu hakları kapsamı açısından oldukça önemlidir. Ancak dijital platformlar üzerinden çalışanların coğrafi olarak dağınık halde bulunmaları bu kapsamdaki hakların kullanılmasını zorlaştırmaktadır. Buna rağmen dijital üzerinden çalışanların farklı dijital araçlarla; örgütlenme, grev yapabilme, dava açabilme ve kooperatifler kurma vb. faaliyetlere başvurdukları bilinmektedir. Ayrıca çalışanların dijital platformlarda çoğunlukla serbest kategoride çalışmaları (özellikle küresel boyutta) ülkelerin bu kapsamdaki kanunlarını da önemli hale getirmektedir. Nitekim Kanada, İrlanda, Japonya, İspanya vb. ülkeler serbest çalışanların toplu pazarlık ile ilgili haklarını tanımladılar (ILO, 2008: 7). Dijital ekonominin önemli bir yönünü oluşturan küresel taşeronluk ile (küresel dilleri konuşan ve gitgide standart hale gelen küresel yazılım paketlerini kullanabilen

Dijital Ekonomide İşgücü Piyasası: İşgücü Talebinin Vasıf Boyutunda Yine, Yeni ve Yeni Baştan Dönüşümü

çalışanların varlığı sayesinde) işi, hiçbir sorun yaşamadan bir yerden diğer bir yere ya da çalışandan çalışana taşımak mümkün hale gelmiştir. Çalışanlar arasında ücretler, çalışma koşulları ya da diğer hakların korunması ve elde edilmesi konusunda etkin bir caydırıcılık oluşturan bu gelişme, dijital ekonomide iş güvencesini ve pazarlık gücünü yerle bir eden temel faktör olma potansiyeli taşımaktadır (Huws, 2018: 50). Bu kapsamda örneğin 2002-2003 yılında yürürlüğe giren uluslararası işbölümü (EMERGECE) projesi, küresel e-taşeronluk sitemini yaygınlaştırmıştır. Bu gelişme e-taşeronluğu (yüzyıl başından günümüze kadar olan süreçte) küresel şirketlerin en önemli stratejilerinden biri haline getirmiştir (Huws, 2018: 60-65).

Belirsizlik: Dijital platformlarda çalışanların elde ettiği kazanç düzeyleri gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından farklılık göstermektedir. Gelişmekte olan ülkelere yaşayan bireyler gelişmiş ülkelere kıyasla daha az kazanmaktadırlar. Aynı şekilde internet temelli işlerde işgücü arzı fazla olduğu için saat başına ücretler düşüktür. Örneğin internet temelli işlerde ortalama 3,40\$, serbest platformlarda saat 7,60\$ civarındadır. Aynı şekilde gelişmekte olan ülkelere uygulamalı sektörlerdeki (teslimat ve taksi) kazançlar geleneksel sektörlerden daha fazladır. Dijital platformlarda çalışmak, birçok kişi için (1/3 oranında) ana gelir kaynağı niteliği taşımaktadır. Bu oran gelişmekte olan ülkeler ve kadınlarda daha fazladır. Aynı belirsizlik çalışma saatleri için de geçerlidir. Nitekim dijital platformlar hem konum temelli işleri hem de çevrimiçi işleri aynı anda yapma olanağı sunmaktadır. Dolayısıyla bu durum bireylerde birden fazla iş yapma isteğini arttırmaktadır. Aynı anda birden fazla iş yapmak isteyen bireylerin çalışma saatleri; internet temelli işlerde haftalık ortalama 23-28 saat, konum temelli işlerde 60-65 saat düzeyine çıkabilmektedir (ILO, 2021: 5-6). Ücretler ve çalışma saatleri çerçevesinde ön plana çıkan belirsizlik dezavantajlı grupları da kapsamaktadır. Nitekim dijitalleşme ile ortaya çıkan ve daha da derinleşen sosyal sorunlar dezavantajlıların durumunu ne yönde etkileyeceği belirsizliği önemli bir sorun alanını oluşturmaktadır. Dijital ekonomide bilenler ve bilmeyenler, erkekler ve kadınlar, gençler ve yaşlılar, kentlerin iç mahalleleri ve kent merkezleri, beyazlar ve azınlıklar, profesyonel çalışanlar ile saat başı ücretle çalışanlar, gelişmiş dünya ile gelişmemiş dünya, en azından evinde bilgisayar olanlar ile olmayanlar vb. kesimler arasında oluşan boşluklar potansiyel sorun alanlarını oluşturmaktadır (Tapscott, 1998: 31). Özellikle internet temelli çevrimiçi platformlarda ayrımcılık, uyruk ve cinsiyet konularında dışlanma ve bunlara bağlı olarak düşük ücret sorunları yaşanmaktadır. Örneğin konum temelli çalışanlarda kadın çalışanların tacize uğramaları, taksicilik yapanların saldırgan ve kaba davranışlara maruz kalmaları, teslimat kuryelerinin farklı konularda ayrımcılığa maruz kalmaları bunlardan bazılarıdır (ILO, 2008: 8).

Piyasalaşma: 1990'lı yıllardan itibaren bilgi teknolojisinin yaygınlaşması aynı şekilde 90'lı yılların ikinci yarısından itibaren internetin yaygınlaşması gibi gelişmeler hem ulusal işgücü piyasalarında hem de küresel işgücü piyasalarında vasıflı çalışanlar lehine önemli şartlar sunmuştur. Daha önce de belirtildiği gibi bilgi toplumunun kutuplaşma temelli eşitsiz bir toplum modeli özelliği taşıması (Erdut, 1998: 148-149) sosyal koruma ihtiyacının giderek artması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu kapsamda dijital dönüşüm kaynaklı işsizler için sosyal koruma ve refah sistemleri gözden geçirilmeli ve kapsamı genişletilmelidir. Dijitalleşme ile yaygınlaşan platform çalışanlara yönelik sözleşmeler istikrarlı hale getirilmeli, istihdamın kalitesi gözden geçirilmeli dolayısıyla çalışan ve işverenlere yönelik hak ve yükümlülükler yeniden düzenlenmelidir. (Mandl, 2021). Dijital ekonomide en önemli tartışma alanlarından birini de aile oluşturmaktadır. Bu kapsamda yeni teknolojiler, endüstrileşmenin dağıttığı aileyi yeniden toplama yönünde mi yoksa (şiddet yanlısı, ırkçı, medyatik, pornografik vb. etkilerle) daha fazla dağıtma yönünde mi etkili olacağı büyük merak konusudur. Bu kapsamda aile yapısının dağılması modern sosyal güvenlik sistemlerini diğer bir ifade ile devlet tarafından sunulan sosyal güvenlik hizmetlerine daha fazla yük oluşturma potansiyeli taşımaktadır. Aynı şekilde bu eğilim çalışma, öğrenme, alışveriş, eğlence, sağlık, yaşlılara bakma, demokratik süreçlere katılma vb. faaliyetleri de etkileme potansiyeli taşımaktadır (Tapscott, 1998: 32). Ayrıca dijital ekonomide özellikle; yaşlılık aylığı, emekli yardımları, engellilik sigortası, sağlık sigortası, işsizlik sigortası, işe bağlı yararlanma yardımları konularında önemli açıklar bulunmaktadır. Aynı şekilde dijital ekonomide sosyal korumaya erişim sınırlıdır. Nitekim uygulamalı temelli taksicilik ve teslimat sektörlerinde özellikle kadınlar iş sağlığı ve güvenliği konularında sorunlar yaşanmaktadır (ILO, 2008: 7). Buna göre çoğu hükümetin dijital ekonomiyi anlamadaki yetersizlikleri ekonomik, sosyal, siyasi anlamda birçok soruna zemin hazırlamaktadır. Bu süreçte değişim sistemini bürokrasiden ve hiyerarşiden ibaret görmek önemli bir hata olacaktır. Bu anlamda sunulan hizmetlerin ve diğer rollerin teknolojik anlamda dönüştürülmesi ve elektronik bir yapıya dönüşmesi büyük önem taşımaktadır. Diğer bir ifade ile akıl çağının tüm insanlığın iyiliği için kullanılmasını sağlayan yeni sistemler geliştirilmelidir (Tapscott, 1998: 34).

Kayıtdışılık: Dijitalleşmenin resmi istihdam düzenlemelerinden uzaklaştıran yönü kayıtdışı çalışma ilişkilerinin yaygınlaşmasına dolayısıyla sosyal hak ve korumanın bozulmasına yol açmaktadır. Örneğin uber çalışma ilişkileri hem gelişmiş ekonomilerde hem de gelişmekte olan ekonomilerde yeni kayıtdışı istihdam şekillerini ortaya çıkarması noktasında büyük önem taşımaktadır (CICOPA, 2018). Aynı şekilde dijitalleşmenin taşıdığı belirsizlik, vergilendirmede yaşanan güçlükler ve hukuksal zeminin değişim/dönüşüm sürecine uydurulamaması ya da geç uydurulması kayıtdışılığı tetikleme potansiyeli taşımaktadır.

Aşınma: Üretim ve tüketim sürecinde denetim türleri birbiri yerine ya da aynı olabilecek şekilde farklılaşabilmektedir. Denetim temelde; kişisel, bürokratik, Taylorcu ve piyasa olmak üzere dört farklı şekilde gruplandırılabilir. Bu

kapsamda *kişisel denetim*: Bireyler arasındaki ilişkiler ve yükümlülükler üzerinden uygulanmaktadır. Hediye ilişkileri, karşılıklı iyiliklerin değiş tokuşu ve resmi sözleşme koşullarının göz ardı edildiği bu denetim türünde çalışanlar haksızlığa ve çaresiz bırakılmaya açıktırlar. *Bürokratik denetim* sendikalarla müzakere edilmiş formel ve açık kurallar eşliğinde gerçekleştirilen bu denetim türü, genelde katı giriş kurallarının yaygın olduğu kurumlarda ve kamu kurumlarında yaygındır. *Taylorcu denetim* çoğunlukla hedefler ve kotalar üzerinden bireysel ya da takım üzerinden yapılan bu denetim türü, yönetici tarafından açıkça belirtilerek yapılabildiği gibi sinsice ve suç ortağı çalışanlar aracılığı ile derin haksızlıklar ile gerçekleşebilmektedir. Özellikle her şeyin elektronik olarak izlenebildiği, denetimin çalışanlar tarafından çok yüksek derecede içselleştirilebildiği ve güç kaynağının belirsiz olduğu bir çağda taylorcu denetim sistemlerini saptamak zorlaşmıştır. *Piyasa denetimi* dijital ekonomide tüketicilerin elde ettikleri çok yönlü ve kapsamlı kıyaslama ve seçme avantajı üreticiler üzerindeki rekabet baskısını arttırmıştır. Bu durum özellikle serbest meslek sahipleri ve bağımsız üreticilerce sunulan mal ve hizmetin mükemmelleştirilmesini önemli hale getirmiştir. Kimi zaman mesleki birlikler ve odalar gibi Sivil Toplum Kuruluşları aracılığı ile korunması düşünülen rekabet gücü girişimleri bir anlamda mesleki denetimlere dönüşebilmektedir. Örneğin aşırı uzun çalışmalarda bürokratik denetim etkin olabileceği gibi haftalık çalışma saatlerinin düzenlenmesi ve sadece belirlenen hedeflerle ücretlendirilmesi durumlarında taylorcu denetim görülebilmektedir. İşi bitirememesi durumunda bireysel itibarın zedeleneceği düşünülüyorsa kişisel bir denetim önem kazanırken işin zamanında, kaliteli ve ideal ölçülerde müşteri memnuniyeti dikkate alınarak ve rekabet gücünün korunması çerçevesinde düşünülüyorsa piyasa denetimi önem kazanmaktadır (Huws: 2018: 130-135). Bu kapsamda dijitalleşme ile oluşan bilgi otoyolu daha önce hiç görülmemiş ve değiştirilemez bir biçimde kişilik mahremiyeti ve haklarını yok etme eğilimindedir. Diğer bir ifade ile kişisel bilgilerin kime verileceği ve ne amaçla kullanılacağı konusunda bireysel yetkilerin kaybı sorunu yaygınlaşmaktadır (Tapscott, 1998: 31). Özellikle internet temelli iş ilişkilerinde (örneğin müşteri-çalışan eşleşmelerinde) farklı algoritmalar kullanılmaktadır. Algoritmalarda en etkin faktörün puanlama olması ve puanlamanın kabul veya ret oranlarını içeren ölçütlerle birleşmesi çalışanların, işi reddetme seçeneğini dolayısıyla özgürlüğünü kısıtlamaktadır. Örneğin uygulama temelli taksicilik ve teslimat sektörlerinde çalışan bireyler puanlarının olumsuz etkilebileceği endişesiyle işi kabul etmek zorunda kalmaktadırlar. Puanlarının düşmesi ise; erişimlerinin azalması, prim kayıpları, mali cezalar veya devre dışı bırakma vb. durumlarla sonuçlanabilmektedir (ILO, 2008: 7). Aynı şekilde bu kapsamda çalışanların resmi şikâyet ya da yardım alma gibi süreçlerden habersiz olmaları yaşanabilecek mağduriyetleri arttırabilecektir. Bu kapsamda küreselleşme açısından dereğülasyonun, günümüz dünyasının olağan bir düzeniymiş gibi görülmesi ve yorumlanması; birçok ülkede sade, daha az karmaşık, daha düşük hacimli ve kullanımı kolay düzenleme çerçevelerini zorunlu kılmaktadır. Bu durum ülkeler düzeyinde çalışma mevzuatlarının giderek karmaşıklaşması anlamına gelmektedir. Bu süreçte ülkeler arasındaki uluslararası etkileşim, ulusal tepkiler, teknolojilerin ithali ve gelişme kapasitesi belirleyici olurken, teknolojik gelişmeleri dış dünya paralelinde geliştirilmeyen, güncellenmeyen ve artan riskleri bütünleştirmeyen mevzuatlar bireysel ve toplu düzeyde hak kayıplarına zemin hazırlamaktadır (Richthofen, 2010: 72).

Bulanıklaşma: Dijital ekonominin en önemli etkilerinden biri şüphesiz iş-yaşam dengesi üzerinde olacaktır. Nitekim giderek yaygınlaşan uzaktan çalışma sistemlerinin daha özgür, esnek, zevkli çalışma ortamları yaratma potansiyelinin yanı sıra insanları yalnızlaştırma, toplumdan soyutlama, sosyopatlaşma eğilimleri de bulunmaktadır. Aynı şekilde dijitalleşme ofis, ev, araba, otel odası, uçak koltuğu, mutfak, tuvalet vb. birçok mekânı istila etmekte dolayısıyla çalışma ve boş zaman arasındaki ayırım giderek bulanıklaşmaktadır. Yine bu bağlamda stres başta olmak üzere tükenmişlik, örgütsel bağlılığın zayıflaması, dışlanma veya dışlama gibi çalışma psikolojisine özgü problemlerin yaygınlaşma eğilimi söz konusudur (Tapscott, 1998: 32).

5.İŞGÜCÜ TALEBİNDE VASIF FAKTÖRÜ

5.1.Vasıflı İşgücüne Artan Talep

Dijitalleşme sürecinde BİT'lerin yoğun kullanımı, iş arkadaşları ve müşterilerle daha fazla etkileşim, daha fazla problem çözme ve daha az fiziksel çalışma gerektiren görevlerle ilişkili becerilerin önemini arttırmıştır. Sürekli ihtiyaç hale gelen bu gelişme (OECD, 2016a) vasıflı emeğe olan talebi; özellikle bilgisayar becerileri, internet becerileri, iletişim becerileri ve gelişmiş dijital beceriler çerçevesinde mikro ve makro düzeyde arttırmıştır. Emek arzı açısından; temel *bilgisayar becerilerinin* öğrenilmesi, altyapı ve uygulamalardaki değişikliklere esnek bir şekilde *uyum sağlama becerilerinin* kazanılması, iş fırsatlarının takibi için *internet becerilerinin* geliştirilmesi, özgüven sağlamak, etkin düşünceyi tetiklemek, barışçı topluluklar oluşturmak ve iyi ilişkiler kurmak için *etkin iletişim becerilerinin* kazanılması, özellikle e-ticaret, BİT, yazılım, veri analistliği gibi mesleklerde *ileri dijital becerilerin kazanılması* zorunlu hale gelmiştir. Nitekim 2013 yılında yapılan bir araştırmaya (Pirzada ve Khan, 2013: 126-132) göre iletişim becerileri ve bilgisayar becerileri istihdam edilebilirliği diğer beceri değişkenlerine kıyasla daha fazla arttırmaktadır. Diğer bir ifade ile beceri eğitimi ileri düzeyde beceri gelişimi için bir temel sağlamaktadır ve bu durum istihdam edilebilirliği arttırmaktadır. Bu etki hem el emeğine

Dijital Ekonomide İşgücü Piyasası: İşgücü Talebinin Vasıf Boyutunda Yine, Yeni ve Yeni Baştan Dönüşümü

dayanan mavi yakalıları hem de küresel düzeyde üst düzey beceri isteyen beyaz yakalıları kapsayacak şekilde yayılma göstermektedir (Ritzer, 2011: 245).

Nitekim Drucker'ın tanımladığı bilgi işçisi tanımının da ötesinde Google, dijital çağda vasıflı işgücünün en önemli grubunu *üretken akıl* olarak tanımlamaktadır. Analitik, ticari zeka sahibi, rekabetçi, işini takıntı derecesinde seven, çok sayıda fikre sahip, meraklı, riski seven, kendini yönetebilen, açık, detaycı, konuşkan, karizmatik vb. özellikleri ile ön plana çıkan üretken akıllar, dijital ekonomide başarının anahtarı olarak görülmektedir. Bu nedenle; IBM, General Electric, General Motors, Johnson & Johnson vb. şirketler bu gruptaki işgücünü *vazgeçilmez* olarak nitelendirmektedirler (Huws, 2018: 45-46; Schmidt ve Rosenberg, 2015: 32-35). Gerek ulusal gerek uluslararası düzeyde en çok talep edilen işgücü olmalarına karşın en fazla işgücü arzı kıtlığı yaşanan grubun da yine bu grup olması eğitim sistemlerinin kalitesini sorgulatmaktadır. Özellikle MINT (Matematik, Bilişim, Doğa Bilimleri ve Teknoloji) alanında yetişmiş insan gücü ihtiyacı ile tanımlanan bu süreç yeni eğitim stratejileri gerektirmektedir.

Bu kapsamda örneğin Almanya uluslararası talepleri karşılama konusunda oldukça yetkin görülmektedir. 2007-2015 yılları arasında MINT mezun sayısı %50 arttırılmıştır. Bu durumda bile MINT mezun sayısı dijital dönüşümün gerisinde kalmıştır. Ortaya çıkan vasıflı eleman açığını doldurmak 110 günü aşmaktadır. Mekatronik ve otomasyon teknolojisi olmayan teknik mesleklerde bile ağ bağlantılı üretime hızlı geçişi engelleyebilecek bir işgücü sıkıntısı yaşanmaktadır. Özellikle gelişim sürecinin belirsizliği ve değişkenliği bu kapsamdaki sorunların artacağına bir belirtisi olarak görülmektedir (Küpper vd., 2019). Aynı şekilde Hindistan küresel anlamda en yetenekli işgücünü bünyesinde barındıran ve özellikle gelişmiş ekonomilere bu kapsamda hizmet sunan bir ülke konumundadır. Çin; PC tabanlı uygulama geliştirme, kalite güvence testi, sistem entegrasyonu, veri işleme ve ürün geliştirme gibi konularda küresel projeler çekmektedir. 1990'ların ortalarından bugüne küresel firmalara eğitilmiş, İngilizce bilen, düşük maaşlı, teknolojik anlamda yetenekli bireyleri bünyesinde barındırması açısından Hindistan önemli bir küresel işgücü ve hizmet sağlayıcısı konumunda olan Çin ile rekabet halindedir. Benzer şekilde internet programlama, web tasarımı, web sunucusu, web veri tabanı gibi konularda uygulama geliştirme alanlarına yoğunlaşan Rusya, aynı zamanda iyi eğitilmiş, deneyimli, İngilizce donanımlı orta ve üst düzey yöneticilik yeteneği bulunan ve müşterilerle direk iletişim kurma becerisine sahip bir işgücü arzına sahiptir. Belarus, Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Polonya, Romanya, Ukrayna vb. ülkeler özellikle karmaşık bilimsel projeler ve ticari tasarımlar için uygulama geliştirme konularında uzmanlaşırken Latin Amerika (Arjantin, Brezilya, Meksika vb. ülkeler) web programlama ve uygulama geliştirme konularında uzmanlaşmıştır (Leavitt, 2007; CEDEFOP, 2021). Aynı şekilde Birleşik Krallık ve AB ülkelerinde açık iş pozisyonlarının dörtte üçünden fazlası dijital beceriler gerektirmektedir. Avustralya, Kanada, Yeni Zelanda, Singapur ve Amerika Birleşik Devletleri gibi ülkelerde 2019'daki tüm iş ilanlarının %70'i dijital mesleklerle yöneliktir. Çin, Endonezya, Malezya ve Meksika'da dijital açıdan yetkin işgücüne olan talep artmıştır. Sahra Altı Afrika'da 2030 yılına kadar 230 milyondan fazla işin dijital beceriler gerektireceği beklenmektedir. Şirketlerin %38'inin otomasyon ve dijitalleşmeyi halihazırda hızlandırdığı tahmin edilmekte ancak bu hız ülkeler bazında farklı boyutlarda gerçekleşebilmektedir. Avusturya, Kosta Rika, Fransa, Almanya, Birleşik Krallık, Yunanistan, Guatemala, İtalya, Japonya, Meksika, Panama ve İsviçre'deki işverenlerin otomasyona geçme olasılığı Çin, Çek Cumhuriyeti, Hindistan, İsrail, Portekiz, Slovenya, İspanya ve diğer ülkelerdekilere göre daha yüksektir. Dünya çapında vasıflı işgücü sıkıntısı yaşanmaktadır. Örneğin 2018 yılında AB'deki işletmelerin %57'si BİT uzmanı bulmakta zorluk çekmiştir. AB'nin aktif işgücünün yaklaşık %30'unun dijital becerileri ya hiç yok ya da çok azdır. Brezilya, Çin, Endonezya ve Meksika gibi diğer ülkelerde de benzer eğilimler görülmektedir. Körfez İşbirliği Konseyi ülkelerinde, daha fazla beceriye yönelik artan bir eğilim olmasına karşın büyük veri, analitik, siber güvenlik ve bulut bilişim gibi yeni gelişen teknolojilere sahip profesyoneller hâlen az bulunmaktadır (Charles vd., 2022).

5.2.Yarı Vasıflı ve Vasıfsız İşçüğe Azalan/Dönüşen Talep

Dijitalleşme çağında robotların; basit ve manuel araçlarla belirli bir mesleki nitelik gerektirmeyen, kısa bir eğitim ve alıştırma ile gerçekleştirilebilen (düşük vasıf gerektiren) işleri kolayca yapabilir hale gelmeleri vasıfsız çalışanların istihdamını olumsuz yönde etkilemektedir. Diğer bir ifade ile dijital ekonomide ihtiyaç duyulan vasıflara sahip olmayan ya da zaman içinde vasfına ihtiyaç duyulmayan umudunu yitirmiş kişiler için işsizlik, en temel tehdit alanıdır (Yorgun, 2019: 119-121). Nitekim 2001 yılında yapılan bir araştırma; teknolojik gelişmelerin yüksek eğitilmiş işçiler lehine ticaret ve dış kaynak kullanımından daha güçlü bir etkisinin olduğunu ortaya koymuştur. Diğer bir ifade ile bilgisayarlara ve Ar-ge'ye yapılan yatırımlar eş zamanlı olarak yüksek eğitilmiş olan işgücüne özellikle bazı üniversitelerde potansiyel çalışan konumunda olan bireylere olan talebi arttırmaktadır. Yine aynı araştırmaya göre ticarete yönelen firmalarda işgücü talebi çoğunlukla az eğitilmiş işgücü üzerinde negatif olmaktadır. Firmaların dış kaynak kullanımını yaygınlaştıracak faaliyetlere yönelmesi tüm eğitim seviyeleri üzerinde negatif bir etkiye sahipken düşük eğitilmiş bireylerde bu etki oldukça güçlüdür (Paul ve Siegel, 2001).

Öte yandan toplum düzeyinde zaten var olan cinsiyet eşitsizliğinin devam etmesiyle birlikte çoğunlukla kadınların istihdam edildiği vasıfsız ve yetersiz çalışma koşulları yeni sorunlar yaratma potansiyeli taşımaktadır. Bu kapsamda yapılan

bir araştırmaya göre (Prieto ve Valenduc, 2016) düşük eğitim sahibi kadınlar Avrupa düzeyinde dijital ekonomiye katılım konusunda *en dezavantajlı* grubu oluşturmaktadır. Bu durum BİT eğitim programları ile düşük eğitimli kadınların STK'lar tarafından yürütülen dijital becerilerini geliştirmeye yönelik girişimleri önemli hale getirmiştir. Örneğin siber/fiziksel eğitim girişimleri yoluyla dijital becerilerin edinilmesi iş bulma açısından Belçika'da İspanya'ya kıyasla daha etkili uygulamadır. Bu durum Belçika'da daha fazla iş fırsatının olmasından kaynaklanmaktadır. Aynı şekilde vasıfsız ya da düşük vasıflı kadınların istihdam edilmesinde çevrimiçi çalışma türleri daha etkin kullanılmaktadır. Ancak bu durum gerçek güvencesizlikten sanal güvencesizliğe evrilme boyutunda yeni sorun alanları oluşturma potansiyeli taşımaktadır. Nitekim dijital ekonomide; soyut, yaratıcı, problem çözme ve koordinasyon görevlerini gerçekleştiren yüksek eğitimli çalışanların düşük beceriye sahip çalışanların yerini aldığı varsayımına dayalı gerçekleştirilen bir çalışmaya (Auter ve Dorn, 2013: 1589-1591) göre ABD'de ve potansiyel olarak diğer ülkelerde ücret ve istihdam kutuplaşmasının itici gücünü rutin görev, faaliyetlerin otomasyonu ve işgücü uzmanlaşmasındaki değişiklikler oluşturmaktadır. Sonuç olarak ABD'de son 25 yılda düşük vasıflı mesleklerin çoğunda reel kazançlarda ve istihdamda, hizmet sektöründe yer alan mesleklere kıyasla düşüş yaşanmıştır. Aynı şekilde 1980-2005 yılları arasında üniversite mezunu çalışanların saatlik kazançları diğer düşük vasıflı mesleklerdeki ücretlere kıyasla artış göstermiştir. Bu durum ABD başta olmak üzere diğer endüstrileşmiş ülkeler açısından da işgücünün kutuplaşması bağlamında bir potansiyel oluşturmaktadır.

Bu kapsamda örneğin yüksek teknoloji sektörlerinin iş yaratma ve düşük/orta vasıflı işçiler için ücretleri belirleme üzerindeki etkisinin tartışıldığı bir çalışmada (Lee ve Clarke, 2019: 10) yüksek teknolojiler düzeyinde her yeni iş, yaklaşık 0,7 düzeyinde ticarete konu olmayan bir iş yaratmaktadır. Bu sonuç yüksek teknoloji sektörünü çekme ve büyütme konusunda önemli bulunmaktadır. Diğer yandan artan fiyat düzeyleri dikkate alındığında düşük vasıflı işlerin ücretlerinde düşüş gözlemlenmektedir. Bu etki işgücü piyasasına yeni giren bireylerden de kaynaklanabilmektedir. Bunun yanında düşük vasıflılar işgücü talebine daha fazla bağımlılık göstermekte ve ticarete konu olmayan işlerde istihdam edilmektedirler. Kısmen olumlu görülen bu durumun en temel belirleyicilerinden birini yeni işlerin kalite düzeyi belirlemektedir. Bu süreçte işletmelerin; *otomasyon, güncellenme, dijitalleştirilme* ve *stabilizasyon* politikaları etkin rol oynamaktadır. Nitekim düşük vasıflı işlerin *otomasyonunda* yüksek teknoloji yoğunluğuna karşılık gelen kaynaklara sahip farklı işletme türleri, güçlü rekabet baskısı ve ürünlerin bireyselleştirilmesini esas alınmaktadır. Bu süreçte yıkıcı yenilikler ortaya çıkarken düşük vasıflı işlerin geniş kapsamlı ikamesi mevcuttur. Düşük vasıflı işlerin *güncellenmesinde* ise artan rekabet baskısına bağlı olarak işbirlikleri artmakta, esneklik baskısı ve ürün geliştirme politikaları belirleyici olmaktadır. Bunun yanında yaratıcı sistemler önem kazanmakta dolayısıyla ikame artı faaliyetler gerekmektedir. Aynı şekilde düşük vasıflı işlerin *dijitalleştirilmesinde*; fiyatlar, maliyet ve yenilik baskısı belirleyici olmakta ve siber fiziksel sistemler, yardımcı sistemler ve internet platformları önem kazanmaktadır. Aynı süreçte düşük vasıflı işlerin otomatikleştirilemeyen yeni türleri (örneğin çöplerin, e-atıkların ayrıştırılması gibi işler) de ortaya çıkmaktadır. Düşük vasıflıların ya da vasıfsızların kısmen istihdamını kolaylaştıran bu gelişme yeni meslekler kategorisinde oldukça sınırlıdır (Hirsch-Kreinsen, 2016: 14).

Sonuç olarak dijital ekonomide vasıfsız ya da yarı vasıflı bireylerin dijital ekonomideki konumunu belirleyen en temel faktör *işsiz kalma* riskidir. Yeni çalışma modellerine uyum sağlayamayan ya da yeterli vasıf düzeyine ulaşamayan gruplar bu değişim ve dönüşüm sürecinde sadece işsizlik değil düşük ücretlere bağlı eşitsizlik, adaletsizlik, ayrımcılık, yoksullaşma, güvencesiz çalışma, çalışma saatlerinde belirsizlik, kayıtdışı çalışma dolayısıyla daha az sosyal koruma, bulanıklaşan iş-yaşam dengesi vb. potansiyel sorunlara daha açık hale gelmektedir. Buna rağmen artan iklim krizine bağlı olarak yoğunlaşan teknoloji kullanımının döngüsel ekonomi çerçevesinde kısıtlı da olsa istihdam yarattığı yönünde görüşler de vardır. Nitekim KU-Leuven HIVA (Belçika Çalışma ve Toplum Araştırma Enstitüsü) çalışmasına (Bachus, 2019) göre yeni teknoloji destekli yapı, tüm düzeylerde yeni işler sunma konusunda yeteri kadar esnek değildir. Sistem değiştirme danışmanı, döngüsel ekonomi koçu, materyal kimliği geliştiricisi vb. yeni mesleklerin yanı sıra onarım ekonomisi kapsamında tamircilik gibi alt düzey vasıf gerektiren işlerin yeniden popüler hale gelmesi beklenmektedir. Örneğin geri dönüşüm, atık toplama, ayırma, manuel olarak işleme vb. işler çerçevesinde işleme vasıfsız ya da düşük vasıflı bireyler için diğer istihdam alanlarını oluşturmaktadır. Diğer bir ifade ile DDD'de işgücü piyasalarının işleyişi vasıf boyutunda işsizlik/istihdam ekseninde şekillenmektedir. Bu gelişme çoğunlukla vasıflı işgücünün lehine iken vasıfsız işgücünün aleyhinedir (Tablo 2)

Tablo 2: Dijital Ekonomide İşgücü Talebinin Muhtemel Boyutları (Kısa/Orta/Uzun Vade)

Vasıf Düzeyi	İşgücü Talebi	Robot/İnsan Tercihi	Robot/İnsan İlişkisi
Vasıfsız	Nötr/Azalan/Dönüşen	Birlikte/İkame/Daha Çok İkame	Dost-Rakip-Düşman
Yarı Vasıflı	Nötr/Azalan/Dönüşen	Birlikte/İkame/Daha Çok İkame	Dost-Çıkarıcı-Rakip/Düşman
Vasıflı	Artan/Artan/Yeni Artan	Birlikte/Birlikte/İkame	Dost-Dost-Rakip/Düşman

Kaynak: Yazar Tarafından Oluşturulmuştur

Kısa-orta-uzun vadede oldukça karmaşık ve belirsiz şartlar altında gerçekleşen ve gerçekleşmesi beklenen istihdam ilişkilerinin temel belirleyicisi (nasıl sanayi toplumlarında insan/makine ise) insan/robot ilişkisidir. Robot teknolojisinin insan

Dijital Ekonomide İşgücü Piyasası: İşgücü Talebinin Vasıf Boyutunda Yine, Yeni ve Yeni Baştan Dönüşümü

yetilerini bedensel/düşünsel hatta duygusal alanda taklit becerisinin boyutu, işgücü talebini kısa-orta-uzun dönemde nötr-azalan-artan ya da dönüşen şeklinde etkileyebileceği gibi işverenin işgücü talebini; birlikte-ikame şeklinde etkileyecektir. Yaşanan gelişmelerin işgücü arzındaki algısı ise yine vasıf boyutuna göre kısa-orta-uzun dönemde dost-rakip-düşman şeklinde farklılaşacaktır. Yazılım teknolojilerinin (özellikle yapay zeka yetkinliklerinin) bedensel/düşünsel/duygusal alandaki taklit becerisi DDD'de temel belirleyici iken bunu işverenin ulusal/uluslararası rekabet becerileri tamamlamaktadır.

6. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Dijital dönüşüm; endüstri 4.0, IOT, AI, MIC, robotik, Toplum 5.0, Büyük Veri (Big Data) endüstriyel internet, Blok Zincir vb. kavramlarla tanımlanmaktadır. Bu dönüşüm 21. yy.'ın ilk çeyreğinde üstel bir hız kazanmış hız, genişlik-derinlik ve sistem bakımından farklı yöne evrilmiştir. Bu sürecin temel özelliklerini bilgi ekseninde; bulanıklaşma, sanallaşma, genişleme, internet, yakınlaşma, bütünleşme, buluşma, hayal gücü, yenilik, ışık hızı, güncellenme, sınır tanımama, kuralsızlık, küresel işbirliği, çelişkiler, uyumsuzluk oluşturmaktadır. COVID-19 küresel salgının üretim ve tüketim süreçlerini yeniden şekillendiren özelliği, dijital ekonomiyi büyütmüş, etkilerini yaygınlaştırmış ve güçlendirmiştir. Yaşanan dijitalleşme ile sağlanan büyük ve köklü dönüşümün insanlığa büyük yararlar sağlama potansiyeli taşımasının yanı sıra karamsar yönleri de bulunmaktadır. Bu nedenle değişim dalgaları bir anlamda denetim dışına çıktığından gelişmelere yetişmek ve uyum sağlamak büyük bir çaba gerektirmektedir.

Aynı şekilde dijital gelişmeler yakın bir gelecekte çalışma hayatını etkileyecek olan faktörlerin başında gelmektedir. Dijitalleşme, çalışanlar ile teknolojik araç, gereç ve makineleri rakip haline getirmiş buna bağlı olarak bireyin üretim sürecindeki rolü sürekli azalmıştır. İş bir anlamda, bilgisayarın olduğu her yere taşınmıştır. İşverenlerin yeni teknolojilere yönelmelerinin iki temel nedenini; işgücünden *tasarruf sağlanması* ve yeni teknolojilerin sunduğu *esneklik* oluşturmaktadır. Bu durum dijital ekonomik hacmin büyümesi yönündeki beklentileri her geçen gün artmaktadır. Çoğu zaman bu süreç yeni teknolojilerin dayattığı değişimler ile şekillenmektedir. En önemli etkinin *iş yıkımı* şeklinde olması beklenmektedir. Aynı şekilde *yeni atipik çalışma* ilişkileri çerçevesinde oluşan parçalanma (internet ya da konum temelli platform çalışma) hali hazırda bulunan işleri dönüştürmekte/değiştirmektedir.

Öte yandan istihdam sürecinde bir diğer etkiyi *robot teknolojisindeki* ilerleme oluşturmaktadır. İşgücü talebi boyutunda bazı fırsat ve tehditleri de beraberinde getiren bu gelişme, vasıflı emeğe olan talebi özellikle bilgisayar becerileri, internet becerileri, iletişim becerileri ve gelişmiş dijital becerileri çerçevesinde makro ve mikro düzeyde arttırmaktadır. Piyasaların halihazırda daha fazla dijital beceri gerektirdiği kesinleşmiştir ve bu gelişme COVID-19 salgını ile önemli oranda hızlanmıştır. Vasıfsız işgücü dijital dönüşümde çoğunlukla tartışmaların merkezinde yer almaktadır. İnovasyon, robotizasyon ve otomasyonun bir sonucu olarak gelecekte vasıflı işgücü için daha fazla, düşük vasıflı/savunmasız gruplar için daha az fırsat beklenmektedir.

Ayrıca dijital ekonomide iş gücü talebinin özellikle orta ve uzun dönemde önemli bir belirsizlik hakimiyeti içerisinde şekilleneceği kesindir. Ancak 21. yy.'ın ilk çeyreğinde gerçekleşen değişimlere bakıldığında (az gelişmiş, gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerde farklı boyutlarda olmak üzere) zamanla vasıfsız iş gücüne talebin *azalacağı*, vasıflı iş gücü talebinin ise *artacağı* yönündeki beklentiler artmaktadır. Bu durum düşük vasıf gerektiren işlerin *en başta* ve *en hızlı dijitalleşmesinden* kaynaklanmaktadır. Bu kapsamda vasıfsız/yarı vasıflı iş gücü için kısa vadede *nötr* talep, orta vadede *azalan* talep ve uzun vadede de *dönüşen* talep beklenmektedir. Aynı şekilde robot/insan tercihi; kısa vadede *birlikte*, orta vadede *çok robot* tercihi ve uzun vadede *daha çok robot* tercihi yönünde değişmesi beklenmektedir (Tablo 2).

Vasıfsız çalışan için kısa dönem robot/insan etkileşimi *dost* iken zamanla *rakip* ve uzun dönemde *düşman* ilişkilerin oluşması potansiyeli vardır. Yarı vasıflı işgücü ise kısa vadede fazla etkilenmeyeceğinden *dost* iken zaman içinde *çıkarıcı* uyum sağlama potansiyeline göre *rakip* veya *düşman* ilişkiler çerçevesinde olabilecektir. Vasıflı işgücü ise kısa ve orta vadede talep edilmeye devam edecektir. Ancak uzun vadede ortaya çıkması beklenen yeni meslekler, ileri vasıflı işgücüne talebi *hızlandıracaktır*. Robot/insan tercihi kısa ve orta vadede *birlikte* iken bazı robotların vasıflı işgücüne talebi azaltması beklentisi ile *ikame* şeklinde olabilecektir. Bu durum kısa ve orta vadede *dostluk* ilişkisi içinde iken uzun vadede *rakip/düşman* ilişkisine dönüşme potansiyeli taşımaktadır. Özellikle *yapay zekâ* alanındaki belirsiz ve tedirgin edici gelişmeler uzun vadede daha belirleyici bir özelliğe sahiptir. Bu dönüşüm istihdam ilişkilerini yine değiştirmekte, yeniden değiştirmekte ve yeni istihdam ilişkileri çerçevesinde yeni baştan oldukça hızlı ve karmaşık değiştirmektedir (Tablo 2).

7.KAYNAKÇA

- ATHERTON, J., CAMERON, A. ve PHAM, T. H. (2018). “Vietnam Today: First of the Vietnam's Future Digital Economy Project”, <https://www.csiro.au/-/media/D61/Files/FutureVietnameseDigitalEconomy.pdf> , 01.05.2024.
- AUTER, D. H. ve DORN, D. (2013). “The Growth of Low-Skill Service Jobs and the Polarization at the US Labour Market”, American Economic Review, <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/aer.103.5.1553>, 05.05.202.
- BACHUS, K. (2019). “Up to 30.000 Extra Jobs By 2030”, <https://ce-center.vlaanderen-circulair.be/en/blog/post/up-to-30-000-extra-jobs-by-2030> , 04.04.2024.
- BROUGHAM, D. ve HAAR, J. (2018). “Smart Technology, Artificial Intelligence, Robotics and Algorithms (STARA)”, Employees' Perception of Our Future Workplace, 24(2)- 239-257.
- BUKHT, R. ve HEEKS, R. (2017). “Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy”, Centre for Development Informatics Global Development Institute. <https://diodeweb.files.wordpress.com/2017/08/diwp68-diode.pdf> , 20.05.2024.
- BYYNJOLFSSON, E. ve MCAFEE, A. (2015). The Second Machine Age: Akıllı Teknolojiler Devrinde Çalışma, İlerleme ve Refah, Türk Hava Yolları, İstanbul.
- CAMBRIDGE DICTIONARY (2024). Digital. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/digital> , 06.05.2024.
- CEDEFOP (2021). “Digital Skills Level”. <https://www.cedefop.europa.eu/en/tools/skills-intelligence/digital-skills-level?year=2021#1> , 02.03.2024.
- CHARLES, L., XIA, S. ve COUTTS, A. P. (2022). “Digitalization and Employment: A Review. International Labour Organization. https://webapps.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed_emp/documents/publication/wcms_854353.pdf , 0.04.2024.
- CICOPA (2018). “Strategic Paper: The Future of Work: Where Do Industrial and Service Cooperatives Stand”, <http://www.cicopa.coop/wp-content/uploads/2018/03/The-Future-of-Work.pdf> , 15.02.2024.
- DEGREYSE, C. (2016b). “Here Are The New Social Risk of The Fourth Industrial Revolution”, <https://www.socialeurope.eu/here-are-the-new-social-risks-of-the-fourth-industrial-revolution>, 03.02.2024.
- DEGRYSE, C. (2016a). “Digitalisation of the Economy and Its Impact on Labour Markets”, <https://www.etui.org/publications/working-papers/digitalisation-of-the-economy-and-its-impact-on-labour-markets> , 01.02.2024.
- DERELİ, T. (2001). “Teknolojik Gelişmeler ve Yeni İstihdam Türleri”, <https://www.isguc.org/?p=article&id=62&cilt=3&sayi=2&yil=2001> , 03.02.2024.
- ERDUT, T. (1998). Yeni Teknolojilerin İş İlişkileri Üzerindeki Etkileri, TÜHİS Yayınları, İzmir.
- EUROFOUND. (2018). Employment and Working Conditions of Selected Types of Platform Work, Publications Office of the European Union, Luxembourg.
- EUROSTAT. (2023). “Digital Economy & Society in Tech EU, <https://ec.europa.eu/eurostat/cache/infographs/ict/wide-menu.html> , 15.04.2024.
- FORD, M. (2018). Robotların Yükselişi, C. Duran (Çev.), Kronik Kitap, İstanbul.
- FRAYER, H. (2018). Sanayi Çağı, M. R. Ayas, B. Akarsu ve H. Batuhan (Çev.), Doğu Batı yayınları, Ankara.
- FREY, C. B. Ve OSBORNE, M. (2013). “The Future of Employment: How Susceptible are jobs to Computerisation”, https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment.pdf , 01.05.2024.
- FUKUYAMA, F. (2018). “Society 5.0: Aiming for A New Human-Centered Society”, https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th_Special_Article_02.pdf , 20.05.2024.
- GOPAL, G., SUTER-CRAZZOLA, C., TOLDO, L. ve EBERHARDT, W. (2018). “Digital Transformation in Healthcare Architectures of Present and Future Information Technologies”, Chinal Chemistry and Laboratory Medicine (CCLM), 57(3), 328-355.
- GUPTA, S. (2018). Organizational Barriers to Digital Transformation, KTH Royal Institute of Technology. Stockholm.
- HIETELA, J. ve HARKIN, J. (2020). “Creating Human for AI Revolution: Digital Transformation of the Workforce”, <https://www.valamis.com/publications/digital-transformation-of-the-workforce-white-paper>, 01.05.2024.
- HİRSCH-KREINSEN, H. (2016). Digitalisation and Low-Skilled Work, Friedrich Ebert Stiftung, Bonn.
- HUWS, U. (2018). Küresel Dijital Ekonomide Emek, C. Şenesen (Çev.), Yordam Kitap, İstanbul.
- IFC. (2023). “Building a Better Future, <https://www.ifc.org>, 01.05.2024.
- ILO. (2008). “ILO Declaration on Social Justice for a Fair Globalization”, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-/dgreports/-/cabinet/documents/genericdocument/wcms_371208.pdf , 01.05.2024.
- ILO. (2013). “World of Work”, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-/dgreports/-/dcomm/documents/publication/wcms_216068.pdf , 01.05.2024.
- ILO. (2021). “Dünyada İstihdam ve Sosyal Görünüm: Çalışma Yaşamının Dönüşümünde Dijital Çalışma Platformlarının Rolü”, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-/europe/-/ro-geneva/-/ilo-ankara/documents/publication/wcms_774395.pdf , 10.04.2024.

Dijital Ekonomide İşgücü Piyasası: İşgücü Talebinin Vasıf Boyutunda Yine, Yeni ve Yeni Baştan Dönüşümü

- INSTITUUT GAK. (2021). "Platform Workers: Decent Rights & Pay", <https://wageindicator.org/about/projects/platform-workers-decent-rights-pay>, 01.03.2024.
- KUPPER, D., LORENZ, M., KNIZEK, C., KUHLMAN, C., MANUE, K., LASSING, A. ve BUCHNER, T. (2019). "Advanced Robotics in the Factory of the Future", <https://www.bcg.com/publications/2019/advanced-robotics-factory-future>, 11.05.2024.
- LEAVITT, N. (2007). "The Changing World of Outsourcing", <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=4404801>, 20.03.2024.
- LEE, N. ve CLARKE, S. (2019). "Do Low-Skilled Workers Gain from High-Tech Employment Growth? High Technology Multipliers, Employment And Wages in Britain, 48(9), 1-11.
- LORANGER, A., SINCLAIR, A. ve TEBRAKE, J. (2018). "Measuring The Economy in An Increasingly Digitalized World: Are Statistics Up To The Task?", <https://www.cigionline.org>, 20.01.2024.
- MANDL, I. (2021). "Employment Impact of Digitalisation", <https://www.eurofound.europa.eu/tr/author/mandl-irene>, 20.05.2024.
- MCKINSEY&COMPANY. (2023). "What is The Digital Transformation", <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-digital-transformation>, 25.03.2024.
- OECD. (2016a). "New Skills for The Digital Economy: Measuring The Demand Supply of ICT Skills At Work", https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/new-skills-for-the-digital-economy_5j1wnkm2fc9x-en, 01.05.2024.
- OECD. (2016b). "New Markets and New Jobs", https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/new-markets-and-new-jobs_5j1wt496h37l-en, 18.05.2024.
- OECD. (2020). "A Roadmap Toward A Common Framework for Measuring The Digital Economy: Report for the G20 Digital Economy Task Force: Saudi Arabia", <https://www.oecd.org/sti/roadmap-toward-a-common-framework-for-measuring-the-digital-economy.pdf>, 01.05.2024.
- PAUL, J. M. ve SIEGEL, S. D. (2001). "The Impacts of Technology, Trade and Outsourcing on employment and labour composition", The Scandinavian Journal of Economics, 103(2), 241-264.
- PETTINGER, T. (2020). "Digital Economy-Pros And Cons", <https://www.economicshelp.org/blog/164275/economics/the-digital-economy-pros-and-cons/>, 14.05.2024.
- PIRZADA, K. ve KHAN, F. (2013). "Measuring Relationship Between Digital Skills and Employability European" Journal of Business and Management, 5(4), 124-134.
- PRIETO, L. A. ve VALENDUC, G. (2016). "Digital Skills and Labour Opportunities for Low-Skilled Women", https://www.researchgate.net/publication/298433813_Digital_Skills_and_Labour_Opportunities_for_Low-Skilled_Woman, 14.03.2024.
- RİCHTHOFEN, W. V. (2010). Çalışma Denetimi, Uzman Tercüme (Çev.), Milli Prodüktivite Merkezi, Ankara.
- RİTZER, G. (2011). Küresel Dünya, M. Pekdemir (Çev.), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- SACHS, J. D. (2022). Küreselleşme Çağları: Coğrafya, Teknoloji ve Kurumlar, A. S. Erdoğan (Çev.), Yeditepe Üniversitesi Yayınevi, İstanbul.
- SCHMIDT, E. ve ROSENBERG, J. (2015). Google Nasıl Yönetiliyor? C. Özdemir (Çev.), Timaş Yayınları, İstanbul.
- SCHRÖDER, C. (2017). The Challenges of Industry 4.0 for Small and Medium-Sized Enterprises, Friedrich Ebert Stiftung, Bonn.
- SCHWAB, K. (2016). Dördüncü Sanayi Devrimi, Z. Dicleli (Çev.), Optimist Yayın Dağıtım, İstanbul.
- STATISTA. (2023). "e-Commerce-Worldwide", <https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/worldwide>, 14.03.2024.
- STATISTA. (2024). "Number of Internet and Social Media Users Worldwide as of April 2024", <https://www.statista.com>, 14.03.2024.
- STEPHANIE, F. (2014). "How Technology Has Changed Outsourcing", <https://impacthub.org/resources/blog/how-technology-has-changed-outsourcing-3/>, 12.03.2024.
- ŞEN, S. (2004). Esnek Üretim-Esnek Çalışma ve Endüstri İlişkilerine Etkileri, Turhan Kitapevi, Ankara.
- TAPSCOTT, D. (1998). Dijital Ekonomi: Ağ Üzerindeki Akıl Çağında Umut ve Tehlike, . E. Koç (Çev.), Koç Sistem Yayınları, İstanbul.
- TILLEY, J. (1998). "Automation, Robotics And The Factory of The Future", <https://www.mckinsey.com/capabilities/operations/our-insights/automation-robotics-and-the-factory-of-the-future>, 14.02.2024.
- TOFFLER, A. (1981). Gelecek Korkusu: Şok, Altın Kitaplar, İstanbul.
- TOFFLER, A. (1994). "İşletmelerin Değişen Yapıları", M. Özel (Der), Küresel Rekabet, İz Yayıncılık, İstanbul.
- TOKOL, A. (2019). Endüstri ilişkileri ve yeni gelişmeler. Bursa: Dora Yayıncılık.
- WB. (2023). "Digital Development", <https://www.worldbank.org/en/topic/digitaldevelopment/overview>, 20.01.2024.
- WORLDOMETER. (2023). "Society&Media", <https://www.worldometers.info/>, 10.01.2024.

- WIKIPEDIA. (2024). Digital History. https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_history , 10.06.2024.
- YORGUN, S. (2019). Ekonomik Politikalar ve Endüstri İlişkilerinin Geleceği. İstanbul: Beta Yayınevi.
- ZAIM, S. (1997). Çalışma Ekonomisi (10. Baskı). İstanbul: Filiz Kitapevi.
- ZAPIER. (2019). “The Remote Work Report By Zapier”, <https://zapier.com/blog/remote-work-report-by-zapier/>, 14.03.2024.

Twitter (X) Ortamında Kamuoyunun Sigortaya Dair Düşüncelerinin Bir Analizi

An Analysis Of Public Opinion On Insurance In Twitter (X) Environment

Serkan AĞILLI^a

Özet

Sigorta kişilerin mal, mülk ve hayatına dair gelebilecek risk ve hasarlara karşı bir teminat içeren sözleşme niteliğindedir. Bu kapsamda sigorta insanların yaşam boyu karşılaşılabilecekleri zararların bir kısmının karşılanması, giderilmesi konusunda önemli bir yere sahiptir. Ancak sigorta işleyişlerine, sözleşmelerin içeriğine veya sigorta bedellerine yönelik insanların farklı bakış açıları veya düşünceleri olabilir. Bu nedenle bireylerin sigortalar hakkındaki düşüncelerini incelemek ve tartışmak önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı da, Twitter (X) ortamlarında bireylerin sigortaya dair düşüncelerini analiz etmek, bakış açılarını ortaya koymaktır. Amaç doğrultusunda, araştırmanın analizi için bilgisayar tabanlı MAXQDA kullanılmıştır. Veriler öncelikle bir sosyal medya ağı olan Twitter'dan çekilmiş ve tekrar tekrar okunarak kodlar oluşturulmuştur. Araştırma sonucunda, özellikle bireylerin sigorta ve sigortacılıkla ilgili şikâyet içeren veya sigorta talepleri içeren tweetlerine rastlanmıştır. Her iki ana kodun altında yine tekrarlanan tweet ifadelerinin bir sonucu olarak, alt kodlar oluşturulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sigorta, Twitter (X), MAXQDA

Başvuru: 02.08.2024

Kabul: 26.09.2024

Abstract

Insurance is a contract that includes a guarantee against risks and damages to people's property, property and life. In this context, insurance has an important place in covering and eliminating some of the losses that people may face throughout their lives. However, people may have different perspectives or opinions on the functioning of insurance, the content of contracts or insurance costs. Therefore, it is important to examine and discuss individuals' opinions about insurances. Therefore, the purpose of this study is to analyze individuals' thoughts about insurance in Twitter (X) environments and to reveal their perspectives. For this purpose, computer-based MAXQDA was used to analyze the research. The data were first extracted from Twitter, a social media network, and codes were created by repeatedly reading them. As a result of the research, especially tweets of individuals containing complaints about insurance and insurance or insurance requests were found. Sub-codes were created under both main codes as a result of repeated tweet expressions.

Key Words: Insurance, Twitter (X), MAXQDA

^a Bağımsız Araştırmacı-Serkan Ağilli - agilli.serkan35@gmail.com Orcid No: 0000-0002-7465-5021

1. GİRİŞ

Sigorta kavramı, Latince “Sicurtia” sözcüğünden türemiştir. “Sicurtia” sözcüğü ise güvence, teminat anlamlarına gelmektedir (Güvel ve Güvel, 2008: 25). Bununla birlikte sigortalar çeşitlilik içermektedir ve buna göre sigortalar farklı türlere ayrılmaktadır. Sigortanın türleri özel ve sosyal olmasına, gönüllü ve zorunlu olmasına ve hayat ve hayatdışı olmasına göre ayrılmaktadır. En temel olarak sigorta özel ve sosyal sigorta olarak ikiye ayrılmaktadır.

Özel sigorta, özel hukuka dayalı olarak birey, firma veya şirketlerin zarara uğrama veya tehlikesiyle karşılaşma söz konusu olduğunda zararı telefî etmek amacıyla gerçekleşen bir sigorta türüdür. Özel sigortalar kanuni zorunluluk yanı sıra kanuni zorunluluk dışında da sigortacı ve sigortalı taraflara arsında, tarafların isteğine bağlı olarak, serbestçe gerçekleşen sözleşmeye dayanmaktadır (Söyler, 2021: 250). Türk Ticaret Kanunu’nun (TTK) 1401. Maddesinde ise sigorta sözleşmesi; “sigortacının bir prim karşılığında, kişinin para ile ölçülebilir bir menfaatini zarara uğratan tehlikenin, rizikonun, meydana gelmesi hâlinde bunu tazmin etmeyi ya da bir veya birkaç kişinin hayat süreleri sebebiyle ya da hayatlarında gerçekleşen bazı olaylar dolayısıyla bir para ödemeyi veya diğer edimlerde bulunmayı yükümlendiği sözleşme” olarak tanımlanmaktadır (TTK, Madde:1401). Tanımında da bahsedildiği üzere, kişiyi özellikle maddi zarara uğratabilecek tehlikelere ve herhangi gerçekleşmesi muhtemel olumsuzluklara karşı teminat oluşturma adına yapılan sözleşme olma niteliği ile sigortanın işlevlerinin de riski önleme, güvenlik önlemleri alma ile ilgili olduğu söylenebilir.

Sosyal sigortalar ise özel sigortalardan farklılıklar içermekte olup, kaynağı kamu hukukuna dayalı olan, belirli bir topluluk veya meslek grubunun sosyal güvenliğini sağlamak adına oluşturulan zorunlu nitelik taşıyan sigortalardır (Söyler, 2021: 253). Kapsamı kanunlarla belirlenmiş olan bu sigorta türü, her ne kadar özerk bir yapıya sahip olsa da devlet tarafından kurulmaktadır, kimi zaman da devletin katkılarıyla finanse edilmektedir (Ekinci, 2018: 13). “Sosyal sigortalar, ülkemizdeki iki sosyal güvenlik kuruluşunca sağlanmaktadır. Bunlardan biri, 5502 sayılı Kanunla kurulan Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK), kamu görevlilerinin, işçilerin ve kendi adına bağımsız çalışanların emeklilik, yaşlılık, analık, hastalık, malullük ve ölüm gibi durumlarını güvence altına almaktadır. Diğer, 4904 sayılı Kanunla kurulan Türkiye İş Kurumu (İŞKUR) ise 4447 sayılı Kanunla öngörülen işsizlik sigortası kapsamındaki kişilerin işsizlik ve kısa çalışma ödeneklerini tediye etmektedir” (Söyler, 2021: 253). Bunların dışında Sosyal Güvenlik Kurumu sosyal güvenliği sağlamaktadır ve bu nedenle devlet, sigortacı olarak konumlanmaktadır. Devletin taraflardan sigortacı olarak yer alması dolayısıyla kişilerin sigortadan yararlanmak için kamu personeli veya işçi gibi bir statü de olması gereklidir (Ekinci, 2018: 13). Bununla birlikte özel ve sosyal sigortalar arasında, zorunluluk, kapsam, örgütlenme, prim, garanti gibi birçok kriter çerçevesinde farklılıklar bulunmaktadır.

Tüm bunlardan yola çıkılarak ifade edilebilir ki hem özel hem de (devlet destekli) sosyal sigortalar bireylerin yaşamında önemli bir yere sahiptir, sigortalardan faydalanmaları hayatları boyunca ve/veya gelecekteki karşılaşacakları sağlık, yaşlılık vb. gibi riskleri minimize etme açısından değer taşımaktadır. Bireylerin hayatları açısından bu denli önem taşıyan sigortalara yönelik toplumun bakışını ve sigortayla ilgili duygu ve düşüncelerini değerlendirmek gerekmektedir. Bu kapsamda bu çalışmanın amacı; milyonlarca bireyi ilgilendiren sigortaya yönelik kamuoyunun görüş ve düşüncelerini araştırmaktır. Diğer bir deyişle; çalışma, sigortayla ilgili tweetlerin eğilimlerini ve sosyal medyada sunulan duygu ve düşünceleri anlamayı amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında öncelikle özel ve sosyal sigorta tarihi derlenerek, konuyla ilgili literatür taraması yapılmıştır. Ardından sigorta ile ilgili kamuoyunun görüşlerini öğrenmek amacıyla; Twitter (X) ortamında bireylerin sigorta hakkında yazdıkları tweetlere erişim sağlanarak, tweetler analiz edilmiştir. Sigorta hakkındaki tweetlere yönelik düşünceler, nitel çalışmalarda kullanılan MAXQDA programıyla analiz edilmiştir. Yılın sonundaki ve yılbaşındaki farklılıkları veya süreklilikleri göstermesi düşüncesiyle, 2021 yılının son ayı olan aralık ayı ile 2022 yılının ilk ayı olan ocak ayında, Twitter kullanıcılarının attığı tweetler toplanmıştır. Araştırma sonucunda; ilk olarak sigorta ve sigortacılıkla ilgili atılan tweetlerde geçen kelimeler dikkate alınarak, konuyla ilgili kelime bulutu şekillendirilmiştir. Ardından şikâyet ve sigorta talebi olarak, iki ana kod gözlemlenmiştir. Ayrıca söz konusu şikâyet ana kodu altında yer alan alt kodlar da araştırılmış ve incelenen örneklem kapsamında alt kodların sayıları ve oranları tespit edilmiştir. Alt kodlar kapsamında; yetkililere şikâyet ve sigorta acentesi şikâyetinin en yüksek oranlara sahip olduğu gözlemlenmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Dünyada ve Türkiye’de Sigortacılığın Gelişimi ve Tarihi

Sigortacılığın tarihçesi, günümüzdeki amaç ve kapsamından uzak olsa da Antik dönemlere kadar gitmektedir. Örneğin; sigortanın başlangıcını MÖ 4500 yılları olarak kabul eden kaynaklar bulunmaktadır. Bu dönemde Mısır’daki bazı esnaflar bir sandık kültürü geliştirmişler ve buna göre, esnaflardan biri öldüğünde ölen esnafın ailesine, bu sandıktan para yardımı yapılmışlardır (Mermer, 2010: 6). Bunun yanı sıra Antik dönemlere ait sigorta ile ilgili risk önlemeye yönelik gelişmelerin genellikle ticaret bağlamında tüccarlar tarafından ortaya çıktığı ileri sürülmektedir. Tarihte, sigorta anlayışının, özellikle de deniz yoluyla gerçekleştirilen ticaretlerdeki riski önlemeye yönelik geliştiği düşüncesi hâkimdir (Çipil,2019:47). Bununla beraber sigortacılığın gelişmesinde Londra’daki büyük yangının önemli bir etkisi olmuştur. İlk olarak Londra’da talep gören yangın sigortası, gittikçe yaygınlaşmış ve tüm dünya ülkelerine doğru yayılım göstermiştir. Bugüne kadar devamlılığını

sürdürebilen bir diğer sigortacılık girişimi 1688 yılında Edward Lloyd tarafından Tower Street'te açılan Lloyd's Coffee House'da (kahvehanesinde) gerçekleştirilen sigorta işlemleridir. Bu kahvehanedeki sigortacılık işlemlerinin devam ederek artmasıyla Lloyd's of London, dünyanın en yaygın şekilde bilinen sigorta markası ve sigorta piyasası haline gelmiştir (Çipil, 2019: 52).

Türkiye'de sigortacılığın tarihi ve gelişimi dönemselsel olarak farklılıklar içermektedir. Osmanlı Devleti'nde ilk olarak Avrupa'da olduğu gibi denizcilik ticaretinde, sigortacılık anlayışına rastlanmaktadır. 1808 tarihli Napolyon Kanunu'ndan esinlenerek hazırlanan 1864 yılındaki Denizcilik Ticareti Kanunu'nda yer alan deniz sigortaları ilk örneklerdir. Ancak bunların da bizzat Osmanlı Devleti'ne ait olmadığını, yabancı ülkedeki şirketlere bağlı olduğunu bilmek gerekir. Çünkü bu dönemlerde sigortacılık Osmanlı Devleti'nde uygulanmamaktadır. Yabancı sigorta şirketleri, Osmanlı Devleti'ndeki faaliyetlerini 1870 tarihinde gerçekleşen Beyoğlu yangını ile genişletmişlerdir (Arseven, 1987: 416). Osmanlı Devleti'nde kurulan ilk sigorta şirketi olarak bilinen "Osmanlı Sigorta Şirket-i Umumiyyesi" (Osmanlı Umum Sigorta Şirketi) 1893 yılının şubat ayında kurulmuştur (Baskıcı, 2002: 7). Sigorta şirketlerinin sayısı zamanla artmasına rağmen Birinci Dünya Savaşı'nda Osmanlı Devleti'nin yenilgiye uğramasıyla beraber sigorta şirket sayıları gitgide azalmıştır. 1908 yılında aktif sigorta şirket sayısı 120 iken, 1920 yılında bu sayı 53'e düşmüştür (Gökoğlu, Kırkbeşoğlu ve Tuzlukaya, 2015: 268). Türkiye'deki önemli gelişmelerden biri de, sigorta sektöründe düzenleme yapmak ve bir denetim mekanizması sağlamak, ülke dışına döviz çıkışının önüne geçmek, sigortacılıkta yerli sermayeli kurulan şirketlerin oranlarını artırmak üzere Cumhuriyet Dönemine denk gelen 1927 yılında "1149 sayılı Sigorta Şirketleri Teftiş ve Murakabesi Kanunu" ile "1160 sayılı Mükerrer Sigorta Kanunu" şeklinde iki Kanun'un yürürlüğe girmesidir. Bu Kanunlarla ilişkili olarak da, 1929 yılında yine İş Bankası'nın katkısı ile Milli Reasürans Türk A.Ş. kurulmuştur. 1939 yılında, sigorta şirketlerinin denetiminin ve kontrolünün sağlanması Ticaret Bakanlığı tarafından gerçekleştirilmiştir (Mermer, 2010; Gökoğlu, Kırkbeşoğlu ve Tuzlukaya, 2015; Çipil, 2019). Türkiye'deki sigortacılıkla ilgili önemli gelişmelere yol açan durumlardan biri de, 1959'da "7397 sayılı Sigorta Şirketlerinin Murakabesi Hakkında Kanun"un yürürlüğe girmesidir (Erdal ve Erdal, 2018: 191). Bu Kanun ile sigorta şirketleri ile oluşturulan cemiyetin adı "Türkiye Sigorta ve Reasürans Şirketleri Birliği" olarak değiştirilmiştir (Çipil, 2019: 64). Sigortacılık anlayışının değişimi ve gelişimi ülkenin içinde bulunduğu siyasi ve ekonomik değişimlere paralel olarak ilerlemiştir. 1980'li yıllarda Türkiye yeni bir siyasi ve ekonomik yapılanmaya girmiş olup, serbestleşme hız kazanmıştır.

Bu kapsamda, sigorta şirketlerinin kuruluşu serbest bırakılmış, serbest tarife sistemine geçilmiş, sermaye güncelleştirmeleri ve sigorta branşları ile ilgili düzenlemeler yapılmıştır (Gökoğlu, Kırkbeşoğlu ve Tuzlukaya, 2015: 270). Böylece 1987 yılında 7397 sayılı Kanun, "yasal alandaki boşlukları doldurmak, sigorta şirketlerini mali yönden geliştirmek ve sigorta araçlarının durumunu yeniden düzenlemek amacıyla" yürürlüğe girmiştir. Devamında sigorta şirketlerinin, Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'na bağlanmıştır (Erdal ve Erdal, 2018: 192). 1999 yılında İstanbul'da meydana gelen büyük depremin etkisiyle deprem sigortaları zorunlu hale getirilmiştir. Bu deprem sigortalarından sorumlu olan kurum ise "Doğal Afet Sigortaları Kurumu" (DASK) olmuştur (Afet Sigortaları Kanunu, 2012). Bununla beraber 31.12.2001 tarihinde zorunlu reasürans devri sona ererek, 28 Mart 2001 tarihinde "Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu" kabul edilmiş ve sistem 27 Ekim 2003 yılında aktif hale gelmiştir (Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu, 2001). 2003 yılında "Trafik Sigortası Bilgi Merkezi Yönetmeliği" tarafından "Trafik Sigortası Bilgi Merkezi (TRAMER)" kurulmuştur (Trafik Sigortaları Bilgi Merkezi Yönetmeliği, 2007). 14 Haziran 2005 tarihinde, "5363 sayılı Tarım Sigortaları Kanunu", üreticilerin riskler nedeniyle uğrayacağı hasarların tazmin edilmesini temin etmek amacıyla tarım sigortaları, yürürlüğe girmiştir (Tarım Sigortaları Kanunu, 2005). Aynı zamanda Türkiye'deki sigortacılık anlayışının gelişiminde Türkiye'nin Avrupa Birliğine uyum süreci etkin bir faktör olmuştur. Sigortacılığın Avrupa Birliği şartlarına uygun hale getirilmesi söz konusu olmuştur. Nitekim ekonomik katkı, sigorta bilinci, sigorta işletmelerinin mali yeterliliği, üzerine düşünülmesi gereken konular olarak belirlenmiştir (Alp ve Kırkbeşoğlu, 2015: 250). Bu nedenle 2007 yılının haziran ayında Cumhuriyet Dönemi'nden bugüne beklenen ve sektörün gelişmesinde dönüm noktası kabul edilen, "5684 sayılı Sigortacılık Kanunu" yürürlüğe girmiştir (Sigortacılık Kanunu, 2007).

2.2. Sosyal Güvenliğin Bir Boyutu Olarak Sosyal Sigortaların Tarihine Bakış

Çağdaş bir nitelik taşıyan ve bir insan hakları meselesi olarak değerlendirilen sosyal güvenlik kavramı, "toplum halinde yaşamaktan kaynaklanan tehlikeler de dahil olmak üzere insanın karşı karşıya bulunduğu tehlikelerin ekonomik sonuçlarına karşı emniyet sağlanmasını ifade eder" (Arıcı, 2018: 3). Bu anlamda sosyal güvenlik, hastalık, yaşlılık, doğum, iş göremezlik, iş kazası, işsizlik, ölüm vb. gibi nedenlerle ortaya çıkması muhtemel fizyolojik, ekonomik ve sosyal risklere yönelik, kamusal önlemler yoluyla toplumun kendini korumasıdır. Tarihsel süreç içerisinde de farklı dönemlerde sosyal güvenliğe yönelik önlemler alınmaya çalışılmıştır. Örneğin ilkçağlardan sanayi dönemine kadar, sosyal güvenlik ve sosyal koruma önlemleri üzerinde daha çok aile, din kurumunun ve vakıfların etkisi büyüktür. Ayrıca öncesinde sosyal güvenlik ve koruma yardım, dayanışma ve hayır temelli iken sanayi devrimi ile kurumsal bir boyut kazanmıştır (Güvercin, 2004: 90). Sosyal güvenlik önlemleri açısından sanayi dönemi önemli bir dönemeç olarak kabul edilmektedir. Sanayi döneminin ekonomik yapılanması olan kapitalizmin getirdiği işçilerin kötü çalışma ve yaşam koşulları gibi olumsuzluklar devletlerin gerekli tedbirler almasını

gerektirmiştir. Özellikle Almanya’da ilk olarak işçilerin olumsuz şartlarına ve risklerle karşılaşma durumlarına karşı tedbir amaçlı olarak sosyal sigorta sistemi benimsemiştir. 1870’li yıllarda Bismarck Dönemi Almanya’sında kamuoyunda tartışılan sosyal güvenlik sistemlerine yönelik girişimlerde bulunulmuştur. Bunun üzerine sırasıyla 1884’te ilk olarak Hastalık Sigortası, 1885’te İş Kazaları Sigortası, 1891’de Malullük ve Yaşlılık Sigortası yürürlüğe girmiştir. Almanya’daki gelişmeler zamanla tüm ülkelere yayılmış ve diğer ülkeler de sosyal sigortalar için çeşitli kanunlar çıkarmışlardır (Dilic, 1991: 76-80).

Türkiye’ye bakıldığında ise ilk sosyal sigorta kanunlarına yönelik gelişmeler 1930’lara dayanmaktadır. 1936 tarihli ve 3008 sayılı İş Kanunu, Türkiye’deki sosyal sigortaların kuruluşunun temelini oluşturmaktadır ve bu Kanunda sosyal sigortalara ilişkin temel ilkelere de yer verilmiştir. Ancak İkinci Dünya Savaşı nedeniyle aksamalar olmuş; Kanunda yer alan sosyal sigortalara yönelik sistemler 1945 yılına kadar oluşturulamamıştır. Böylece Sosyal sigorta ile ilgili ilk kanun, 27.06.1945 tarihli ve 4772 sayılı İş Kazaları, Meslek Hastalıkları ve Analık Sigortaları Kanunu olmuştur (Oral, 2019: 23) ve 1946 yılında uygulanmaya başlanmıştır. Ardından 1949 yılında, Yaşlılık, 1950 yılında Hastalık Sigortasına ilişkin kanunlar çıkarılmakla birlikte Yaşlılık Sigortası, 1957 yılında Malullük, Yaşlılık ve Ölüm sigortasına dönüştürülmüştür (Dilic, 1991: 80). “1950 yılında ise 5434 Sayılı Emekli Sandığı Kanunu ile kamu sektörü çalışanları tek çatı altında sosyal güvenlik sistemine dâhil edilmişlerdir” (Yenihan, 2017: 190). 1951 yılından itibaren aşamalı olarak uygulanmaya konulan Hastalık Sigortası, zamanla ülke içerisinde yaygınlaşmaya başlamıştır (Dilic, 1991; Ayhan, 2012). “1964 yılında ise 506 Sayılı Sosyal Sigortalar Kanunu ile önceki dönemlerde muhtelif şekil ve tarihlerde düzenlenen sigorta kolları tek bir kanun ile birleştirilerek İşçi Sigortaları Kurumu, Sosyal Sigortalar Kurumu (SSK) adını almıştır. 1972 yılında yürürlüğe giren Esnaf ve Sanatkarlar ve Diğer Bağımsız Çalışanlar Sosyal Sigortalar Kurumu Kanunu (Bağ-Kur) sayesinde kendi nam ve hesabına çalışanlar da sosyal güvenlik sistemine dâhil edilmişlerdir. Bunun sonucunda SSK, Emekli Sandığı ve Bağ-Kur’dan oluşan parçalı bir sosyal güvenlik sistemi hayata geçirilmiştir” (Aktaran, Yenihan, 2017: 190-191). Böylece Türkiye’de, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı’na bağlı olarak faaliyet gösteren ve özel şirketlerde çalışan kesime yönelik Sosyal Sigortalar Kurumu (SSK), Maliye Bakanlığı’na bağlı ve kamu çalışanlarına yönelik Emekli Sandığı, yine Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı’na bağlı olan ve serbest çalışanlara yönelik olmak üzere birbiriyle organik bağı bulunmayan üç ayakta oluşan sosyal güvenlik sistemi kurulmuştur (Ulutürk ve Dane, 2009: 132). Ayrıca sosyal sigortalar aralıklı zamanlarda revize edilerek güncel hale getirilmiştir. En önemli gelişme 20.05.2006 tarihli Resmî Gazete’de yayımlanarak Sosyal Güvenlik Kurumu Başkanlığı’nın kurulması olmuştur (Oral, 2019: 3-4). 5510 Sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanununun yürürlüğe girmesi ile sosyal sigortalılarla ilgili dönüşümler hız kazanmış ve 506 sayılı SSK, 1479 sayılı Bağ-Kur ve 5434 sayılı Emekli Sandığı Kanunları yürürlükten kaldırılmış ve tümü tek çatı altında toplanmıştır (Ulutürk ve Dane, 2009: 135-136). Sosyal güvenlik adına bu şekilde bir reform yapılması “Sosyal sigortacılık ilkelerine dayalı, etkin, adil, kolay erişilebilir, aktüeryal ve mali açıdan sürdürülebilir, çağdaş standartlarda, bütün nüfusu kapsama alacak bir sosyal güvenlik sistemi oluşturmak” (T.C. Başbakanlık, 2005:97) amacıyla gerçekleştirilmiştir. Sosyal güvenlikle ilgili reformun amacından da anlaşılacağı üzere, sosyal sigortalılar memur, işçi veya serbest meslek sahibi olmak üzere tüm kişileri ve/veya nüfusu kapsamayı hedeflemektedir (Akpınar ve Ögütöğulları, 2020: 133). Nüfusu kapsayıcı nitelikte sosyal sigortalıların reformize edilmesinde uluslararası kuruluşların da etkisi bulunmaktadır. Türkiye’de olduğu gibi dünyada da sosyal güvenliğin herkesi kapsama alma konusunda başarısız ve yetersiz olması ILO’yu 2000’li yılların başlangıcından itibaren bu konuda çeşitli program ve kampanyalar düzenlemeye itmiştir (Alper, 2017:4).

Bununla beraber, 5510 sayılı Kanun ile sigortalılığın kapsamı da belirlenmiştir. Buna göre bütün sigorta kolları bakımından sigortalı sayılanlar ve bazı sigorta kollarının uygulanacağı sigortalılar (kısmi sigortalılık) olarak en temelde ikiye ayrılmakla birlikte kimlerin sigortalı sayılmayacağı da belirlenmiştir (Şenocak, 2010: 60). “Nitekim, 5510 sayılı Kanun öncesi dönemde SSK’lı olarak bilinen ve Kanunun 4. Maddesinin birinci fıkrasının (a) bendinde sayılan sigortalılar 4/1-a’lı; 4. Maddenin birinci fıkrasının (b) bendinde yer alan ve Bağ-Kur’lu olarak bilinen sigortalılar 4/1-b’li ve 4. Maddenin birinci fıkrasının (c) bendinde yer alan ve Emekli Sandığı mensubu olarak bilinenler de 4/1-c’li sigortalı olarak tanımlanmıştır” (Şenocak, 2010: 61). Kısaca, 4a, 4b ve 4c kategorisine mensup olarak çalışanlar sigortalı olarak kabul edilmiştir. Kısmi sigortalılık kapsamında yer alan gruplar ise hükümlü ve tutuklular (m. 5/a), çıraklar ve meslek lisesi öğrencileri (m. 5/b), stajyer öğrenciler (m. 5/b), üniversitelerde kısmi zamanlı çalıştırılan öğrenciler (m. 5/b), harp malulleri ve Terörle Mücadele Kanunu gereğince aylık bağlananlar (5/c), İŞKUR, meslek edindirme kurslarına katılanlar (5/e), 4046 sayılı Kanun (Özelleştirme Kanunu) kapsamında iş kaybı tazminatı alanlar, müteahhitlerce yurtdışına çalıştırılan Türk işçilerinden (5/g) oluşmaktadır. Oluşabilecek herhangi bir tereddütte istinaden kimlerin sigorta kapsamına alınmayacağı dahası 5510 sayılı Kanunun 6. maddesine göre, kısa ve uzun vadeli sigorta kolları bakımından sigortalı sayılmayacağı da detaylı bir şekilde belirtilmiştir. Buna göre işverenin işyerinde ücretsiz çalışan eşi ve çocukları (m. 6/a), evde akrabalar arasında yapılan işlerde çalışanlar (m. 6/b), askerlik hizmetini yapmakta olanlar (m. 6/d), geldikleri ülkede sigortalı olan yabancılar ve yurt dışında ikamet eden kendi adına bağımsız çalışanlar (m. 6/e), yapım ve üretim işlerinde çalışan öğrenciler (m. 6/f), işe alıştırılmakta olan veya rehabilite edilen hasta veya maluller (m. 6/g), 18 yaşını doldurmamış olanlar (m. 6/h), süreksiz tarım işçileri ile prime esas kazancın alt sınırından düşük geliri olan tarımsal faaliyette bulunanlar (m. 6/ı), prime esas kazancın alt sınırından düşük geliri olan kendi adına bağımsız çalışanlar (m. 6/k), bulunduğu ülkede sigortalı olan sözleşmeli dış temsilcilik

çalışanları (m. 6/1), gençlik ve spor faaliyetlerine katılanlar (m. 6/m) zorunlu sigortalılık ilişkisi dışında tutulmuşlardır (Şenocak, 2010: 66-78).

2.3. Özel ve Sosyal Sigorta Kapsamında Literatür İncelemesi

Türkiye’de sigorta sektörü ve sigortacılığa dair yapılan bilimsel çalışmalar incelendiğinde; Türk sigortacılık sektöründeki sigorta suiistimalleri, suiistimallerin türleri ve boyutları üzerine (Yıldırım, 2013) bununla birlikte Türkiye’deki sigorta sektörünün dünya ile karşılaştırılmasına yönelik çalışmalar yapılmıştır (Kuşçu ve Revanoğlu, 2011; Kayaköy Taş, 2015). Bunların dışında Türkiye’deki sigorta sektörünün prim üretimleri (Çekici ve İnel, 2013; Şener ve Behdioğlu, 2013; Attila ve Gülay, 2022) ve sigorta sektörünün finansal krizleri (Tunay ve Tunay, 2013) ile ilgili araştırmalar yürütülmüştür. Ek olarak literatürde sigorta acentelerinin sorunlarının neler olabileceğini araştıran (Çakar ve Yıldırım, 2015) ; Türkiye’deki sigorta sektöründeki hayat dışı sigorta şirketlerinin performansını analiz eden (Pehlivan ve Akpınar, 2022) çalışmalara rastlanmıştır. Ayrıca MAXQDA programı kullanılarak özel sigorta/sigortacılıkla ilgili çalışmalar da bulunmaktadır (Acar, 2022; Onocak, Demir ve Köse, 2022; Üstün ve Toker Tuna, 2022; Ersoy ve Meral, 2023).

Sosyal güvenlik boyutu olan devlet destekli sosyal sigortalarla ilgili literatürdeki yapılan çalışmalara bakıldığında; genellikle sosyal güvenlik tartışmaları arasında yer verilmiş olup; sosyal güvenliğin ilkelerini inceleyen (Ayhan, 2012) Türkiye’de sosyal güvenliğin tarihsel sürecini konu edinen (Güvercin, 2004; Şenocak 2009; Bayri 2013) Türkiye’deki sosyal güvenliği sosyal devlet anlayışı ile ilişkili olarak analiz eden (Türkoğlu, 2013); sosyal güvenlik açıklarının neler olduğunu ışık tutan (Canbay ve Demir, 2013); sosyal güvenlik üzerine yapılan reformları analiz eden (Güzel, 2005; Alper 2017) ve sosyal güvenlik sisteminin değişimleri ve/veya gelişmelerini tartışan (İzgi, 2008; Ulutürk ve Dane, 2009; Gökbayrak, 2010) kavramsal ve kuramsal çalışmalar yürütüldüğü görülebilmektedir. Bununla beraber literatürde sosyal sigortaların, karşılaşılabilecek risklere yönelik, toplanan primlerinin finansman yöntemini değerlendirme (Güneş ve Yakar, 2004; Öçal ve Boyacıoğlu, 2018); kadının istihdamı açısından sosyal güvenliğin değerlendirilmesi (Aydın, 2016); sosyal güvenliği aile yardımı uygulamaları ile ilişkilendirerek açıklama (Atatanır, 2011) ve mevsimlik tarım işçilerinin sosyal güvenlik haklarını değerlendirme (Demir, 2015) amaçlı gerçekleştirilen çalışmaların varlığı tespit edilmiştir. Ancak sosyal medya mecralarında genel bir sigorta araştırması; dahası hem sosyal hem özel sigorta ile ilgili kamuoyu bakış açılarını inceleyen bir çalışmanın varlığına rastlanamamıştır. Bu nedenle bu araştırma hem amacı hem de metodolojisi bakımından özel ve sosyal sigortalar alanına katkı sağlama niteliği taşımaktadır.

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı; milyonlarca bireyi ilgilendiren sigortaya yönelik kamuoyunun görüş ve düşüncelerini araştırmaktır. Diğer bir deyişle; çalışma, sigortayla ilgili tweetlerin eğilimlerini ve sosyal medyada sunulan duygu ve düşünceleri analizini yapmayı amaçlamaktadır. Böylece sigorta ile ilgili bireylerin görüşlerini öğrenmek amacıyla nitel çalışmalarda kullanılan MAXQDA programı, kullanılarak erişim sağlanan tweetler analiz edilmiş ve temel olarak ana kodların altında yer alan alt kodlar tartışılmıştır.

3.2. Araştırmanın Sınırlılığı

Sadece Twitter (X) kullanıcısı olan kişilerin görüşleri alınmıştır. Bu nedenle internet ve sosyal medya kullanmayan veya interneti olup sosyal medya kullanan ancak Twitter (X) kullanıcısı olmayan kişilerin düşüncelerini yansıtmamaktadır. Sadece Türkçe dilindeki tweetler analiz edilmiştir. Diğer dillerdeki atılan tweetlerle aradaki benzerlik ve farklılıklar kapsam dışı kalmıştır.

3.3. Araştırmanın Alanı

Sosyal medya, etkileşimli bir söylem platformudur. Twitter (X)^b kitleler için ilk elden bilgi kaynağıdır. İnsanların çeşitli konulardaki duygularını ve fikirlerini özgürce paylaşabilecekleri güçlü kamu platformları sunarak modern toplumda rutinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Herhangi bir kişi bazı olaylar karşısında sesini duyurmak istediğinde kişinin bu düşünceleri veya olaya ait bilgiler hızlı bir şekilde yayılabilmektedir ve sosyal destek platformları olarak kullanılabilir.

Kişiler, duygu ve bakış açılarını yansıtan sosyal destek platformlarından olan Twitter (X) aynı zamanda mikroblog olarak da tanımlanmaktadır. Mikrobloglar kullanıcıların sosyal ağlarına kısa yorumlar şeklinde bir mesaj göndermelerine olanak tanır ve kullanıcı tarafından oluşturulan içerik değerli bir kaynak oluşturmaktadır. En popüler mikroblog hizmeti olan Twitter, sosyal medya kullanıcıları için önemli bir bilgi kaynağı ve haber aracı olarak ortaya çıkmıştır. Twitter, herhangi bir nitelikteki

^b Bu araştırmanın başlangıcından sonra (22 Temmuz 2023 tarihinde) bir sosyal medya ağı olan Twitter, X adını almıştır. Halen gündelik dilde Twitter yaygın olarak kullanıldığı için, sosyal medyanın adı Twitter olarak kullanılmıştır.

belirli bir olaya yönelik kamuoyu görüşlerini ve düşüncelerini görebilmek için mükemmel bir araç niteliğindedir. Bu tür özelliklerinden dolayı Twitter (X), araştırmacılar ve bilim insanları arasında bireylerin düşüncelerinin çeşitli perspektiflerini araştırmak için popüler bir yer haline gelmiştir. Bu çalışmada da Twitter (X), söz konusu kapsamlı özellikleri nedeniyle, kamuoyunun sigorta ile ilgili duygu, düşünce, görüş, eğilimleri araştırmak için bir alan olarak tercih edilmiştir.

3.4. Bilgisayar Destekli Nitel Veri Analizi: MAXQDA

Nitel çalışmalarda derinlikli bilgiler ortaya çıkartabilmek için araştırma sahasından yoğun veriler toplanmaktadır. Ancak bu veriler ne kadar fazla olursa analiz sürecinde kodlama, temalar oluşturma konusunda elde analiz tekniği izlendiği taktirde bir o kadar zorlayıcı olmaktadır. Bununla beraber teknolojinin gelişmesi bilimsel araştırma süreçlerinde araştırmacıların yararlanabileceği birçok bilgisayar tabanlı programların da üretilmesini sağlamıştır.

Bilgisayar Destekli Nitel Veri Analizi ile ilgili araştırma ve tartışmalar 1980'lerden itibaren kayda değer artış göstermiştir ve analizlerde sayısız özel program paketleri veya kelime işlemci programları kullanılmakla birlikte ATLAS.ti, Hyper-Research, NVİVO gibi kod tabanlı teori yapılandırıcılar kullanılmaktadır (Berg ve Lune, 2015; Creswell, 2020). Bu uygulamalardan biri de daha önce de ifade edildiği üzere dağıtıcısı Almanya'daki VERBI Software olan MAXQDA'dır. "MAXQDA araştırmacıya nitel metinleri sistematik olarak değerlendirmesi ve yorumlaması için yardım eden bir bilgisayar yazılım programıdır. Ayrıca teoriler geliştirmek ve teorik sonuçları test etmek için güçlü bir araçtır." (Creswell, 2020: 205). Görselleştirme MAXQDA'nın güçlü yönlerinden biridir. Görselleştirme için renklendirme yapılabilir ve aynı zamanda bu renklere anlamlar da verilebilir (Baş ve Akturan, 2017:193-206). Kod sistemi hiyerarşik bir haritalama sunar. Tablolaştırma veya grafikleştirme yapmaya imkân tanır. Aynı zamanda oluşturulan kodların üzerinde oranlar da gösterilmektedir. Böylece klasik nitel veri analizinde mümkün olmayan istatistik verilerden de kısmen faydalanılabilmektedir. Tüm bunların dışında sosyal medya ağlarından veri çekebilir veya sosyal medya ağlarından indirilen veriler Word dosyasına aktararak Word dosyası MAXQDA'ya aktararak veriler işlenebilir. Nitel bir çalışma olan bu çalışmada da sosyal medya ağlarından Twitter üzerinden yoğun veri toplandığından dolayı ve kodlama ve alt kodlama kısımlarında faydalı olması, verileri görselleştirme ve tablolaştırma sağlaması aynı zamanda niceliksel veri de sağlaması yönünden faydalı olacağı düşüncesiyle, verilerin analizi kısmında, MAXQDA kullanılması düşünülmüştür.

3.5. Veri Toplama ve Analiz

Bu çalışmada sigortaya yönelik duygu ve düşünceleri tespit etmek amacıyla nitel araştırmalarda kullanılan MAXQDA programı aracılığıyla sigorta ile ilgili atılan tweetler analiz edilmiştir. Yılın sonundaki ve yılbaşındaki farklılıkları veya süreklilikleri gösterir düşüncesiyle, 2021 yılının son ayı yani aralık ayı ve 2022 yılının ilk ayı yani ocak ayında Twitter kullanıcılarının attığı tweetler toplanmıştır.

İlk aşama olarak; tweetleri analiz edebilmek amacıyla öncelikle Twitter developer dan API numarası edinilmiştir. İkinci aşama olarak; API numarası edindikten sonra Orange Data Mining programı ile tweetler çekilmiştir. Tweetleri sınırlandırmak için çalışmanın amacı ile ilgili "#sigorta", "#sigortacılık" terimleri ve etiketleri girilmiştir. Sosyal veya özel sigorta diye bir ayrıma gidilmemiştir. Üçüncü aşama olarak; Seçilen hashtaglere veya kelimelere karşılık gelen tweetler çalışmanın veri toplama süresince gün gün toplandıktan sonra, hepsi MS Word programına kaydedilerek, tüm tweetler birleştirilmiştir. Dördüncü aşama olarak; Microsoft Word'de birleştirilen veriler, nitel araştırmalarda hem görselleştirme ve grafik gibi unsurları kullanma imkânı tanıyan hem de niceliksel oranları da görmeyi mümkün kılan MAXQDA programına aktarılmıştır.

Veriler MAXQDA uygulamasına yüklendikten sonra, tüm tweetler tek tek okunmuştur. Ardından, ilgisiz olan ve retweet yapılan tweetler temizlenerek bir ön işlem uygulaması yapılmıştır. Ayıklanan tweetler tekrar tekrar okunarak, tweetlerdeki benzer ifadeler ve benzer düşünceleri bir araya getirmek üzere kodlama işlemi yapılmıştır. Kodlama nitel çalışmaların özünü oluşturmaktadır. İnsanların ortak düşünce ve duygularını kümeleştirmeye yaramaktadır. Tweetlerin tekrar tekrar okunması ile özellikle kamuoyunun sigorta ve sigortacılıkla ilgili şikâyet içeren veya sigorta talepleri içeren tweetlerine rastlanmıştır. Bu nedenle hem 2021 Aralık hem de 2022 Ocak ayında iki ana kod ortaya çıkmıştır. Bunlardan birisi şikâyet birisi de sigorta talebidir. Her iki ana kodun altında yine tekrarlanan tweet ifadelerinin bir sonucu olarak, aşağıda yer alan, bulgular kısmında da ayrıntılı olarak yer verilen ve analizleri yapılan alt kodlar oluşturulmuştur.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

4.1. Sigorta ve Sigortacılıkla İlgili Atılan Tweetlerde Geçen Kelimeler

Twitter'da (X) Twitter kullanıcılarının sigorta ve sigortacılıkla ilgili, eğilim, duygu, düşünce, isteklerinin ne olduğunu anlamak için en çok hangi ifadeleri kullandığı analiz edilmiştir. Kelime bulutu, en çok tekrarlanan sözcükleri merkeze alarak ve yazı boyutuna göre şekillenmektedir. Buna göre en merkezdeki çok tekrarlanan kelime büyük puntolu ve daha az tekrarlananlar küçük puntolu olacak şekilde, büyük puntodan küçük puntoya doğru sıralanmaktadır. Araştırma kapsamında elde edilen kelime bulutu Şekil:1'de yer almaktadır.



Şekil 1. Tweetlerde Geçen Kelimelerin Sıklığını Gösteren Kelime Bulutu

Şekil 1'de de görüldüğü gibi; Twitter kullanıcılarının en sık kullandığı kelime sigorta olmakla birlikte staj, ücretli, başlangıcı, yarım, stajsskbaşlangıcıolsun, öğretmen gibi kelimeler sigortayla ilişkili olarak kullanılmıştır. Ayrıca çözerseiktidarçözer ve bazı siyasi ve medya yetkililerinin kelime bulutunda isimlerinin yer alması Twitter kullanıcılarının sigorta kapsamında devlet yetkililerine ve siyasetçilere seslendiklerini göstermektedir.

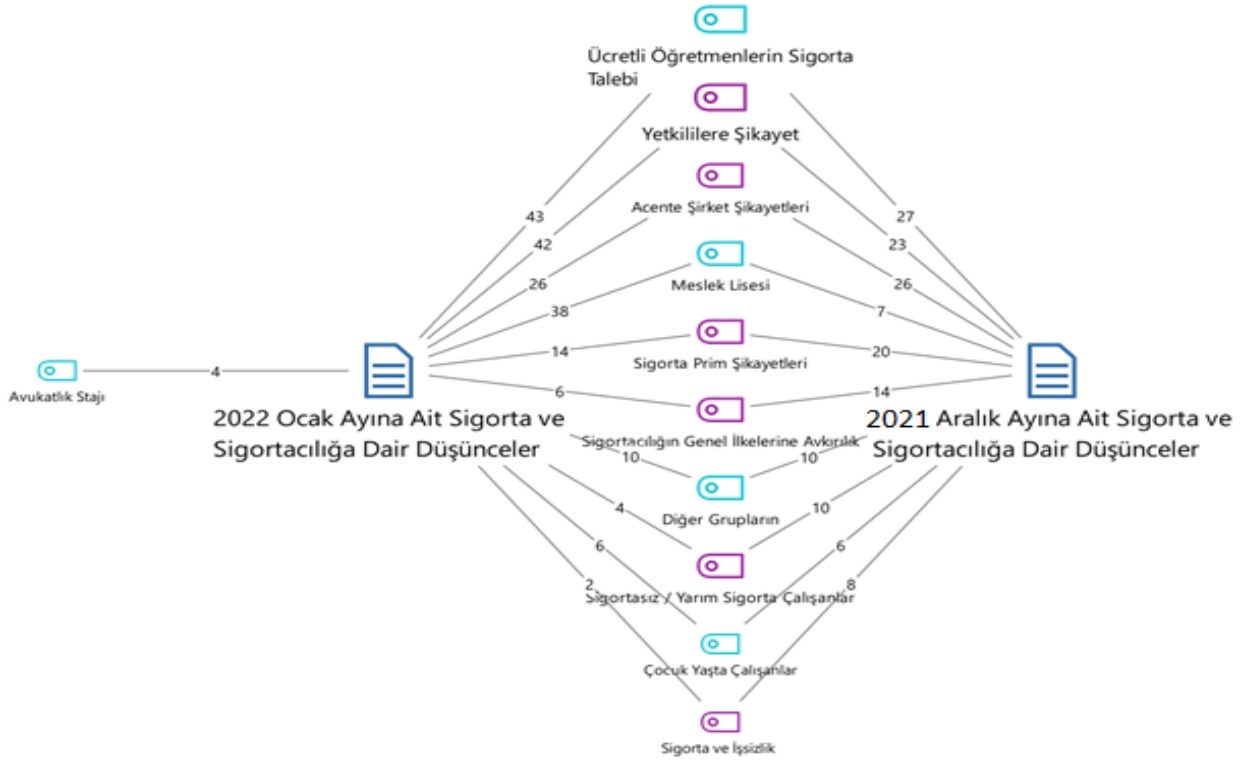
4.2.Sigorta ve Sigortacılığa Dair Atılan Tweetlerin Kodları

4.2.1. 2021 Aralık ve 2022 Ocak Aylarında Sigorta ve Sigortacılığa Dair Atılan Tweetlerin Kodları

Bu araştırma kapsamında yılın son ayının analizini gerçekleştirmek üzere 2021 Aralık ve yeni bir yılın ilk ayı 2022 Ocak ayında sigorta ve sigortacılığa dair düşüncelerin neler olduğu kümeleştirilmek istenmiştir. Böylece nitel araştırmanın gerekliliği olan kodlama, MAXQDA tek vaka modeli kod hiyerarşisi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. 2021 Aralık ayının tek vaka modeli kod hiyerarşisinde, sigorta ve şikâyet talep olmak üzere iki kod oluşmuş. Şikâyet kodunun altında sigorta ve işsizlik, sigortacılığın genel ilkelerine aykırılık, sigortasız/yarım sigorta çalışanlar, yetkililere şikâyet, acente şirket şikâyetleri, sigorta prim şikâyetleri olmak üzere 6 alt kod oluşmuştur. Sigorta talep kodunun altında staj yapanların sigorta talepleri, ücretli öğretmenlerin sigorta talebi olmak üzere üç alt kod oluşmuştur. Ayrıca staj yapanların sigorta talepleri alt kodunun altında meslek lisesi ve çocuk yaşta çalışanlar olmak üzere iki alt kod daha oluşmuştur.

2022 Ocak ayına ait sigorta ve sigortacılığa dair atılan tweetlerde de şikâyet ve sigorta talep şeklinde iki ana kod ortaya çıkmıştır. Bununla beraber ocak ayının şikâyet kodunun altında da sigorta ve işsizlik, sigortacılığın genel ilkelerine aykırılık, sigortasız/yarım sigorta çalışanlar, yetkililere şikâyet, acente şirket şikâyetleri ve sigorta prim şikâyetleri alt kodları oluşmuştur ve sigorta talep kodunun altında da staj yapanların sigorta talepleri, ücretli öğretmenlerin sigorta talepleri ve diğer grupların şeklinde alt kod oluşmuştur. Ayrıca aralık ayındakine benzer bir şekilde staj yapanların sigorta talepleri alt kodunun altında da kodlar oluşmuştur. Burada da meslek lisesi ve çocuk yaşta çalışanlar şeklinde alt kodlar oluşması açısından her iki ayda da benzerlik vardır. Sadece tek farklılık avukatlık stajı yapanların da sosyal sigortalardan faydalanmak için seslerini Twitter'dan duyurmaya çalıştıkları görülmektedir. Bu kodlara göre sigorta ile ilgili olarak Twitter kullanıcılarının öncelikle şikâyet ve taleplerini dile getirdikleri görülmektedir. Bununla beraber Aralık 2021 ve Ocak 2022 ayındaki benzerlikleri ve farklılıkları daha net görmek için görselleştirmelerden faydalanılmıştır.

4.2.2. Aralık 2021 ve Ocak 2022 Tweetlerin Karşılaştırılması

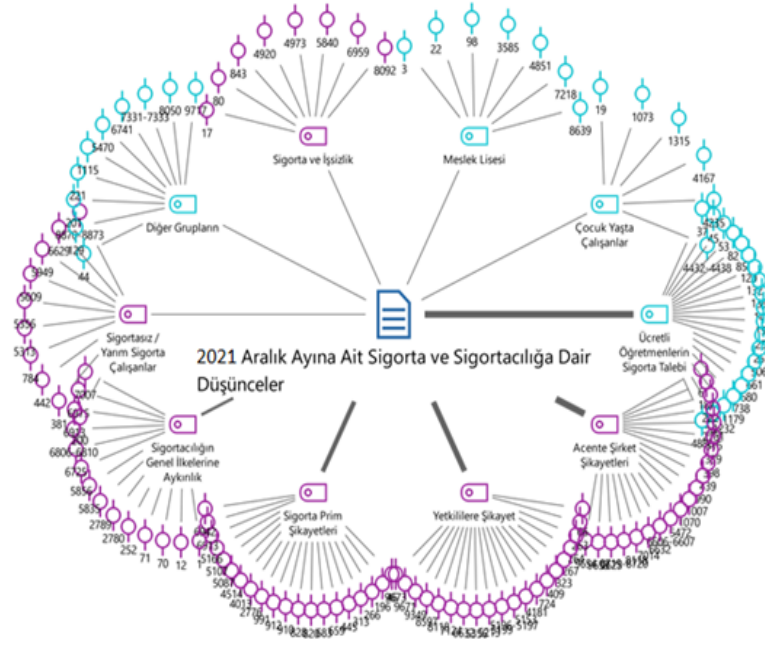


Şekil 2: 2021 Aralık ile 2022 Ocak Ayının İki Vaka Modeli Karşılaştırması

“İki vaka modeli kullanılarak, kodların kapsamı görselleştirilebilmektedir. İlgili konular, iki durumda veya yalnızca bir durumda ortaya çıkar. Kodların frekansları vaka bazında üretilebilir ve bunların notları da entegre edilebilir. İki durum modeliyle iki belgeyi, belge grubunu, belge setini veya bu düzeylerin bir karışımı karşılaştırılabilmektedir” (Aktaran Çiçekdağı, Korkmaz Orhan ve Özdemir Akgül, 2022: 875). Şekil 2’de de görüldüğü üzere çalışma kapsamında iki vaka modeli kullanılarak 2021 Aralık ile 2022 Ocak ayının karşılaştırması yapılmıştır. Buna göre, iki ayda atılan tweetler kapsamında oluşturulan kodlardan çoğunluğu ortaklık göstermektedir. Ücretli öğretmenlerin sigorta talebi, yetkililere şikâyet, acente şirket şikâyetleri, meslek lisesi, sigorta prim şikâyetleri, sigortacılığın genel ilkelerine aykırılık, diğer gruplar, sigortasız/yarım sigorta çalışanlar, çocuk yaşta çalışanlar, sigorta ve işsizlik ortak kodlardır. Ocak ayında atılan tweetler neticesinde avukatlık stajı farklı bir kod olarak ortaya çıkmaktadır.

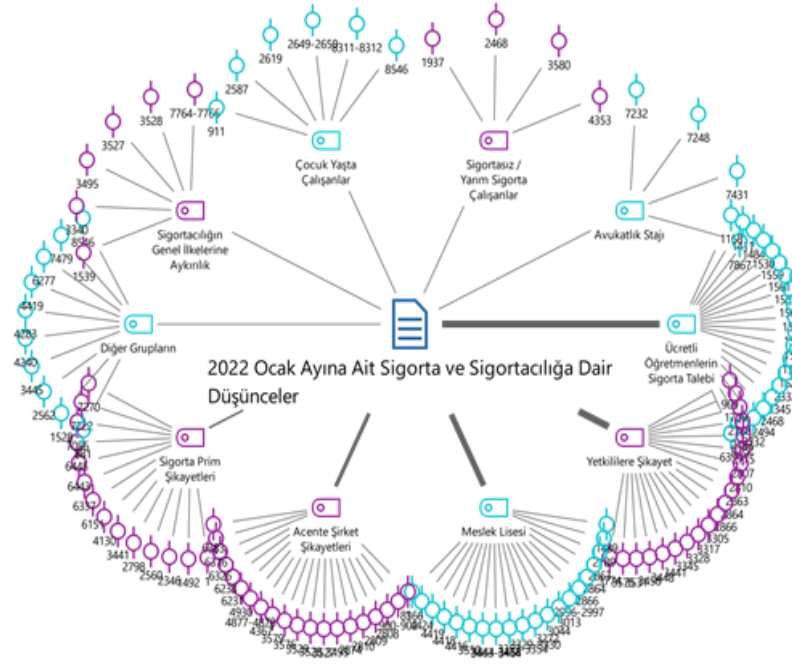
4.2.3. 2021 Aralık ve 2022 Ocak Ayına Dair Düşüncelerin Ağırlıkları

Ağırlıkları analiz etmek için kullanılan “Tek vaka modeli; seçilen belgenin notlarını, kodlarını kod bölümlerini görünür kılmayı amaçlamaktadır. Belge ile kodlar çizgilerle birbirine bağlanmıştır ve her bir çizginin genişliği birbirinden farklıdır. Genişlik her bir kodun önemine işaret etmektedir” (Aktaran Burucuoğlu ve Erdoğan Yazar, 2020:109).



Şekil 3: 2021 Aralık Ayının Tek Vaka Modeli

Şekil 3'de yer alan 2021 Aralık ayında atılan tweetlerin tek vaka modeli incelendiğinde ücretli öğretmenlerin sigorta taleplerinin, ağırlıklı olduğu görülmektedir. Ücretli öğretmenlerin sigorta talepleri ardından ağırlıkları yüksek olanlar, sırasıyla acente şirket şikayetleri, yetkililere şikayet, sigorta prim şikayetleri, sigortacılığın genel ilkelerine aykırılıktır. Ağırlıkları en düşük olanlar ise çocuk yaşta çalışanlar ve meslek lisesidir. Buna göre 2021 Aralık ayında en fazla ücretli öğretmenlerin sigorta talebi için tweet atıldıkları anlaşılmaktadır. Twitter kullanıcılarının sigorta şirketleri şikayetleri de yine çok fazla atılan tweet konusu olmaktadır.



Şekil 4: 2022 Ocak Ayının Tek Vaka Modeli

Şekil 4'te yer alan ocak ayında atılan tweetlerin tek vaka modeli incelendiğinde aralık ayı ile kıyaslandığında benzerlikler ve farklılıklar bulunmaktadır. Örneğin Ocak 2022'de de ücretli öğretmenlerin sigorta taleplerinin, en ağırlıklı olduğu görülmektedir. Ücretli öğretmenlerin sigorta talepleri ardından ağırlıkları yüksek olanların sıralaması değişmiş olup, yetkililere şikayet, meslek lisesi, acente şirket şikayetleri şeklinde bir sıralama oluşmuştur. Ağırlıkları en düşük olanlar ise avukatlık stajı ve sigortasız/yarım sigorta çalışanlardır. Buna göre ücretli öğretmenlerin sigorta talep tweetleri süreklilik göstermektedir. Bu ayda ayrıca Aralık 2021'de ağırlığı en düşük olan meslek liselerinde eğitim gören ve staj yapanların sigorta talep tweetlerinin de ağırlıklı olduğu görülmektedir.

4.3. Alt Kodların İstatistikleri

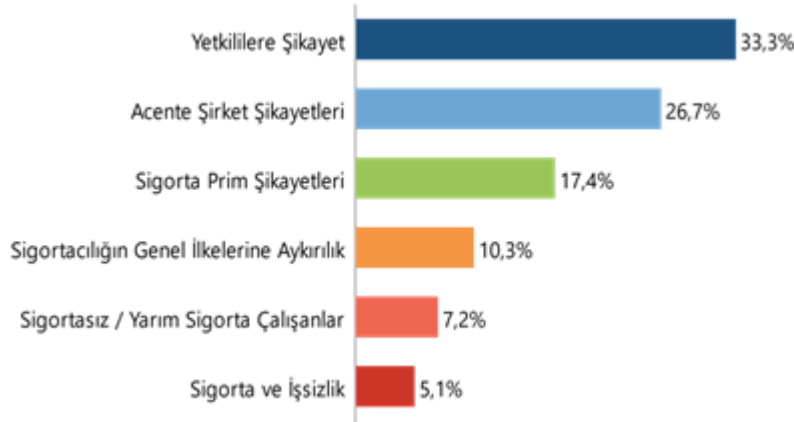
MAXQDA, daha öncede ifade edildiği üzere, alt kodların istatistik verilerine ulaşmayı da sağlamaktadır. Çalışmanın bu bölümünde de alt kodların sayıları ve yüzdelik oranları verilmiştir.

4.3.1. Şikâyet Kodunun Alt Kodlarının İstatistiği

	Bölümler	Yüzde
Yetkililere Şikayet	65	33,33
Acente Şirket Şikayetleri	52	26,67
Sigorta Prim Şikayetleri	34	17,44
Sigortacılığın Genel İlkelerine Aykırılık	20	10,26
Sigortasız / Yarım Sigorta Çalışanlar	14	7,18
Sigorta ve İşsizlik	10	5,13
TOPLAM	195	100,00

Şekil 5: Şikâyet Alt Kodunun Sayıları

Öncelikle alt kodların ne kadar kodlandığını sayı olarak vermek gerekirse; şikâyet kodu altındaki yetkililere şikâyet alt kodu 65 kere kodlanmış, acente şirket şikâyetleri 52, sigorta prim şikâyetleri 34, sigortacılığın genel ilkelerine aykırılık 20, sigortasız/yarım sigorta çalışanlar 14, sigorta ve işsizlik 10 olmak üzere toplamda 195 kere kodlanmıştır.



Şekil 6: Şikâyet Alt Kodunun Oranları

Şekil 6'da, sigorta kodunun her bir alt kodunun kodlanma sıklıklarının yüzdelikleri yer almaktadır. Şikâyet koduna ait yetkililere şikâyet alt kodunun kodlanma sıklığının %33,3; acente şirket şikâyetleri alt kodunun %26,7 olduğu belirlenmiştir. Sigorta prim şikâyetleri alt kodunun kodlanma sıklığı %17,4; sigortacılığın genel ilkelerine aykırılık %10,3; sigortasız/yarım sigorta çalışanlar alt kodunun %7,2; sigorta ve işsizlik alt kodunun %5,1 olduğu saptanmıştır. Bu istatistiki verilerden yola çıkarak sigorta ve sigortacılık kapsamında atılan tweetlerde, tweet kullanıcılarından oluşan kamuoyunun sigorta uygulamaları eksiklikleri ile ilgili yetkilileri sorumlu tuttuğu birincil veri olarak ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan sigorta şirketlerinin de uygulamalarını eleştirmekte oldukları sonucu da çıkmaktadır.

Burada şikâyet kodunun alt kodlarının içeriğine ve ilgili ifadelerden bazılarına yer vermek gerekir. En yoğun kod sıklığı olan şikâyet kodunun bir alt kodu "yetkililere şikâyet", Twitter'da kişilerin sigorta ve sigorta ile ilgili süreçleri şikâyetlerini yetkili birimlere bildirmesini, seslenmesini içermektedir. Yetkililer olarak nitelendirilenler ise genellikle bankaları, devlet veya bakanlıkları kimi zaman da ekonomistleri ifade etmektedir. Tweetler incelendiğinde kamuoyunun -sözleşmeye dayalı, taraflarının sigortacı ve sigortalının olduğu- özel sigorta ve sigortacılıkla ilgili ifade etmek istediklerini özellikle de şikâyet içeren durumları sosyal ağlar yoluyla aktardığı anlaşılmaktadır. Ancak burada doğrudan özel sigortalının içeriği veya ilkeleri ile ilgili değil, bazı özel sigortalı zorunlu sözleşmeye tabi tutan banka ve ilişkili oldukları sigorta şirketlerine yönelik şikâyetlerin olduğunu vurgulamak gerekir. Twitter kullanıcılarından bazıları bankanın zorunlu sigorta yapmasını yetkilileri kendi cümlesinin başına ekleyerek şikâyette bulunmuştur:

@Tbankası Sayın yetkililer Kredi kullandık sigorta zorunlu yapıldı hastalık vs bize sorulmadı. Şimdi sigorta şirketi Zorluk çıkartıyor banka hiç orali değil". (Ocak, 2022).

@Kbankası Bankanızdan şikayetçiyim. Kafasına göre sormadan hayat sigortası yapıp 575 lira nakit paramı şak diye hesabımdan kesiyor. Sizi her yere şikâyet edeceğim tüm yasal yollara başvuracağım paramı iade edeceksiniz bana sormadan sigorta yapamazsınız kuruşumu bile alamazsınız! (Aralık, 2021).

Şikâyet kodunun "acente şirket şikâyetleri" alt kodu, sigorta şirketleriyle bir sözleşme yapan kişilerin sorunla karşılaştıklarında sigorta şirketleriyle iletişim kuramamaları ve kamuoyunu nezdinde sigorta şirketiyle olan problemlerini sosyal ağlardan çözüme kavuşturma amaçlı yazdıkları ifadelerden oluşmuştur. Sigorta şirketlerini şikâyette bulunanların ifadelerinden bazıları şu şekildedir:

X sigortamı. Bence bir daha düşünün, dolandırılan acentesinin acısını müşterisinden çıkaran şirket. Kendi acentesi İdeal grup sigorta dolandırılmış, benim araç sigortasını haber vermeden iptal etmiş. Ben de sigortam var diye Allah'a emanet dolaşıyorum trafikte (Ocak, 2022).

Diğer yollardan sorunuma hiçbir çözüm bulamadığım için burada yazıyorum. ...Y bankası iştiraki olması nedeniyle X sigortayı tercih ettim. Son 10 gün içerisinde şirketiniz nedeniyle oldukça mağdur edildim. Tebrik ediyorum (Aralık, 2021).

@Zbankası Destek parayı alırken herkes şahane ama hesapla ilgili sorun düzeltmeye gelince herkes sıyrılıyor. Dolar bu haldeyken benim hesabımla ilgili sorunumu kim düzelterek? (Aralık, 2021).

Görüldüğü üzere Twitter'da doğrudan acente şirketlerinin kendilerini etiketleyerek ya da ismini belirterek acente şirketleriyle ilgili sorunlarını dile getiren kişiler de bulunmaktadır. Acente şirket şikâyeti alt kodu altında yer alan ifadelerin tamamıyla sözleşmeye dayalı özel sigortacılıkla ilgili olduğu görülebilmektedir ve özel sigortalının anlaşma ilkelerine uymadıkları Twitter kullanıcılarının bazıları tarafından ifade edilmektedir. Şikâyet kodu altındaki "sigorta prim şikâyetleri" alt kodu ise Twitter kullanıcılarının bazılarının sigorta primlerinin yüksekliği veya işçi çalıştıranların çalışanlarına ödemesi gereken sigorta primlerinin kişilere ekonomik bir yük oluşturduğuna dair ifadelerinden ortaya çıkmıştır. Bu sigortanın 4a sigorta sistemi kapsamına girdiği anlaşılmaktadır. 4a sigorta sistemi, özel işyeri olan işverenlerin "iş kazaları, meslek hastalıkları, hastalık, doğum, yaşlılık ve ölüm gibi durumlarda mali güvence sağlamak" adına çalıştırdıkları elemanları için Sosyal Sigortalar Kurumuna prim ödeme yükümlülüğünü içermektedir (Monopolisigorta, 2024). Esnaf vb gibi kendi işyerleri olan ve eleman çalıştıran kişilerin primlerle ilgili şikâyetlerine Twitter mecrasında karşılaşılmaktadır. Twitter kullanıcılarının bazılarının ifadeleri şu şekildedir:

Ben esnafım 3200 veriyorum şu an sigortaya gücüm yetmiyor geçtim 10 bini 5 bin yapsalar benim gücüm yetmez nasıl olacak asgari ücretle beraber devletin esnafa destek olması gerekmiyor mu sigorta maliyeti falan (Aralık, 2021).

Ödediğim bağkur ve sigorta primleri artıyor. ...Sadece karnımı doyuruyorum 2 yıldır ve bundan çok sıkıldım. (Aralık, 2021).

Bunun yanı sıra şikâyet kodunun altında yer alan "sigortacılığın genel ilkelerine aykırılık" alt kodu hem sigorta şirketlerinin hem de sigorta yaptıran kişilerin sigortacılık genel ilkelerine uygun hareket etmemekten doğan birtakım problemleri Twitter'da ifade etmeleri sonucunda oluşmuştur. Sözleşmeye dayalı özel sigortalı kapsamında sigortanın riski önleme veya azaltma gibi bir misyonu olmakla birlikte, sigorta ile elde edilebilecek haksız kazançların önüne geçilmesi için sigortanın genel ilkeleri belirlenmiştir. Sigortanın ilkeleri yasal zemine dayandırılır ve bu nedenle bu ilkelere uymak

zorunluluğu bulunmaktadır. Sigortanın ilkelerinden bazıları ise sigortalanabilir menfaat, mutlak iyi niyet prensibi, tazminat prensibi, halefiyet (hakların devri- rücu) prensibi, hasara katılım prensibi, hasara en yakın neden prensibi şeklinde sıralanabilir. İfadelerden biri şu şekildedir:

@... Hizmetleriniz iyi hoş ama, uçuşum güvende hizmetiniz kapsamında uçak biletim için sigorta yaptırdım. İptal ettirdim ücret iadesi için 1 haftadır uğraşıyorum. Sigorta yaptırırken 5dk, ama iadeye gelince hala çözüm yok. Sizin gibi kurumsal bir firmadan bunu deneyimlemek çok üzücü (Aralık, 2021)

Örneğin bu ifadeden, sözleşmenin içeriği bilinmemekle birlikte, halefiyet (Hakların Devri- Rücu) ilkesinin yerine getirilmediğine dair bir söylem bulunmaktadır. Halefiyet ilkesi bir kişinin sigorta sözleşmesi yaptırdığı bir konuda hasara uğramasına sebep üçüncü kişiler bulunmakta ise sigorta şirketi hasara uğrayan sigortalının zararını ödemekle birlikte zarara neden olan üçüncü kişilerden de kusuru oranında bedelin tazminini talep etmesini içermektedir (Hızlı, 2007: 19). Bu ilkenin içeriğinden yola çıkarak kişinin halefiyet ilkesine yönelik bir şikâyeti dillendirdiği söylenebilir. Öte taraftan sigortanın genel ilkeleri arasında yer alan tazminat ilkesine uymayan bireylere yönelik ifadeler yer almaktadır:

Adam çok pahalı pürolar almış. Sonra bunları sigortalatmış. Oturup hepsini içmiş ve sigorta şirketini mahkemeye vermiş pürolar küçük çaplı bir yangında yandı diyerek. Muazzam bir tazminat almış.... (Ocak, 2022).

Sigortanın tazminat temel ilkesinin güdülmesindeki temel amaç, sigortalının sigortacı tarafından sağlanacak olan tazminat bedeli ile zenginleşmesini yani hukuki çerçevede yer alan sebepsiz zenginleşmenin önüne geçmektir. Bu nedenle tazminat bedeli poliçe kapsamına alınarak herhangi bir hasar karşısında sigortacının sigortalıya ödeyeceği miktar poliçede yer alan miktardan fazla olamayacağı ve sigortalının sigorta yaptırdığı azami bedelin üzerinde olamayacağı teminat altına alınmıştır (Çipil, 2019: 71). Twitter kullanıcısının ifadesinden ise sigorta yaptıran kişinin, sigorta şirketine tazminat ödeterek haksız kazanç sağladığı yönündedir ve sigortacılığın genel ilkelerinin ihlal edildiğine dair bir başka örnektir. Bu sigortanın genel ilkelerine aykırılık alt kodunun da özel sigortacılıkla ilgili olduğunu belirtmek gerekir. Şikâyet kodunun altında yer alan “sigortasız-yarım sigorta çalışanlar” alt kodunun içeriği ise sigortası olmayan, çalışmak istediğinde işverenlerin sigorta yapmak istemediğini vurgulayan veya yarım sigorta ile çalıştırılan kişilerin sigorta ile ilgili şikâyetleri neticesinde belirlenmiştir.

Hayat şartları çok zorlaştı iş bulmakta zorlanıyoruz..izinde olan mahkumlar olarak bizim iş bulma şansımız iyice azaldı iş yerleri bugün varsın yarın belki cezaevine geri döneceksin diye sigorta yapmak istemiyorlar.. (Aralık, 2021).

Ben yazın iş bulup kendi harçlığını çıkartayım en azından diyorum, iş veren 12 saat için 1500 TL veriyor, sigorta yapmıyor. Sonra biz iş beğenmiyor oluyoruz. Köle olmak istemiyoruz (Aralık, 2021).

Sigortası olmayan veya yarım sigorta çalışan kesimlerin, cezaevinden izinli çıkan ve asgari ücretle geçinmeye çalışan veya işverenlerin asgari ücretli iş teklif ettiği, özellikle de esnek çalışma modeline tabi olan bireylerden oluştuğu kullanıcı ifadelerinden anlaşılmaktadır. Kişiler ya sigortasızlık ya da iş kazası ve meslek hastalığı gibi belli başlı boyutları içeren kısmi sigortalılığı^c eleştirirken aynı zamanda zorunlu sigortalılık ilişkisine tabi olmak istemekte dirler. Şikâyet kodunun altında yer alan “sigorta ve işsizlik” alt kodu kişilerin özel işyerlerinde çalışanlara yönelik ödemesi gereken sigorta primleri ilgili şikâyetlerini dile getirdikleri ifadelerden ortaya çıkmıştır. Burada genel olarak kişiler özel şirketlerin çalışanlarına sigorta ödeyemediği için işçilerini işten çıkardığı veya işe yeni çalışan almama kararı aldığı bu nedenle sigorta primlerinin yüksek olmasının işsizlik sonucunu doğuracağını belirtmişlerdir. Bu da yine sigorta prim şikâyetleri kodunun içeriğini belirtirken vurgulandığı gibi sosyal sigortaların 4a sisteminin işverenlere yükümlüğü kıldığı primlerle bağlantılı olduğunu söylemek gerekir. İfadelerden bazıları ise şu şekildedir:

Şimdi buraya güzel bi senaryo bırakayım bakalım olacak mı askeri ücreti 4.000 tl üstü yap iş verenden bi altı ay sigorta ve stopaj alma o arada seçimi patlat sonra işverenden sigorta almaya başla iş veren 4 olan eleman sayısını üçe düşürsün merhaba işsizlik (Aralık, 2021).

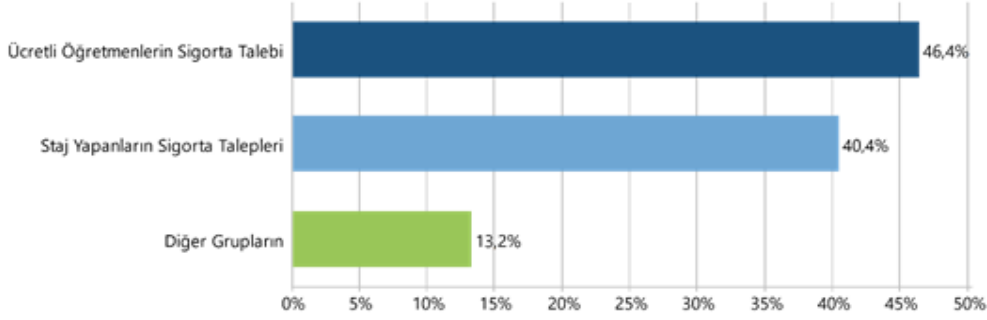
Eğer bu devlet sigorta primlerini bu kadar artırırsa çok işsiz olacak, çoook (Aralık, 2021).

Şikâyet kodu altındaki alt kodlardan da anlaşılacağı üzere şikâyet kodu özellikle özel sigorta acenteleri veya şirketleri, işyeri sahibi olan işverenlerin çalışanlarına özel sigorta yapması ve devlete ödedikleri sigorta primleri ile ilgili olduğu anlaşılmaktadır. Bununla beraber sigorta talep kodu ise genellikle devlet destekli sosyal güvenlik haklarından ve/veya

^c “Hizmet akdiyle çalışmakla birlikte, 4857 sayılı İş Kanununun 12 ve 13’üncü maddelerine istinaden kısmi süreli veya çağrı üzerine çalışanlar ile ev hizmetlerinde ay içinde 30 günden az çalışanlar sigortalıların, ay içerisinde kısmi çalıştıkları toplam sürelerin, 7,5 saate bölünmesiyle çıkan sürenin sigortalıya hizmet olarak mal edilmesi imkânı getirilmiştir. Bu kapsamda çalışanlar da genel sağlık sigortasına kapsamına alınacak ve ay içerisinde eksik kalan çalışma günlerinin genel sağlık sigortası primi açısından tamamlamaları zorunlulukları olacaktır. Daha açık ifadelerle, bu durumda olanlar ay içinde genel sağlık sigortasından tam olarak yararlanacaklardır” (SGK, 2022).

sigortalardan yararlanmak için kişilerin Twitter’da yazdıkları sigorta talep ifadelerinden oluşmaktadır. Özel sigorta şirketleri ile ilgili şikâyet veya sorunlar dile getirilirken sosyal sigortalılar için talep ifadeleri ön plana çıkmaktadır.

4.3.1. Sigorta Talep Kodunun Alt Kod İstatistikleri



Şekil 7: Sigorta Alt Kodunun Oranları

Şekil 7’de görüldüğü gibi sigorta talep koduna ait ücretli öğretmenlerin sigorta talebi alt kodunun kodlanma sıklığının %46,4; staj yapanların sigorta talepleri alt kodunun %40,4; diğer gruplar alt kodunun %13,2 olduğu tespit edilmiştir. Bu kodlama sayıları ve sıklıklarına bakıldığında ücretli öğretmenlerin sigortasız çalıştırıldığı ve sigorta ihtiyaçlarının giderilmesi için birçok tweet attıkları seslerini duyurmaya çalıştıkları anlaşılmaktadır. Sigorta talep kodu altında yer alan kodların açıklamasına yer vermek gerekirse; alt kodlardan birini olan “ücretli öğretmenlerin sigorta talebi” dengesiz bir maaş ödemesi olan ve sosyal hakları olmayan, SGK primleri de düzenli olarak yatırılmayan ücretli öğretmenlerin talep ifadelerinden oluşmaktadır. Alt kodlama sıklığı %46,4 olan “ücretli öğretmenlerin sigorta talebi” kodunu oluşturan ifadelerden birkaçı şu şekildedir:

Ücretli öğretmen de bu devlete hizmet eden bir öğretmen. Yarım öğretmen konumunda olmak istemiyoruz. En az asgari ücret ve tam gün sigorta bizim de hakkımız. Buna bi düzenleme gelmeli (Aralık, 2021).

Bu ülkede yarım sigorta ile asgari ücretin altında maaş ile çalışan ismine Ücretli öğretmen denilen bir kesim hiç görülüyor çözüm bulunmuyor (Aralık, 2021).

Tam ay maaş alan bir ücretli öğretmenin eline geçen para ancak bu. Asgari ücretin çooook çooook altı. Hemde tam saate girildiği taktirde. Gerisini varın siz düşünün. En az asgari ücret ve tam sigorta istiyoruz. #ÜcretliÖğretmenlerAdaletİstiyor (Ocak, 2022).

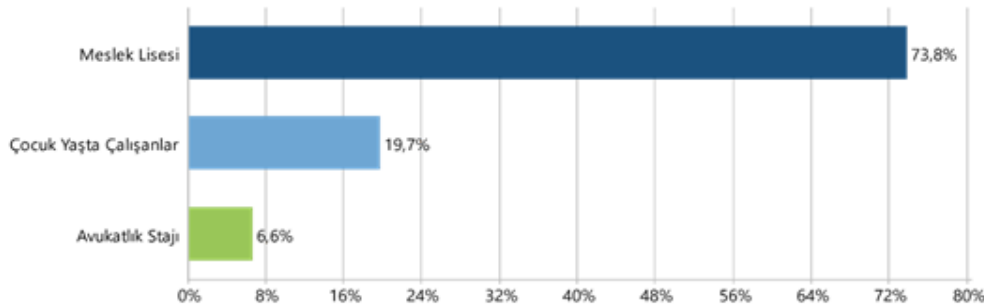
Twitter kullanıcılarının ifadelerinden de anlaşılacağı gibi, ücretli öğretmenler maaş ve kadro sıkıntılarını da belirtmekle birlikte yarım sigorta ile çalıştıklarını vurgulayarak tam sigorta talepleri üzerine tweet gönderisinde bulunmaktadırlar. Ücretli öğretmenlerin yeteri kadar sosyal haklardan yararlanamadığı gerçeği ortaya çıkmaktadır. Daha önce de vurgulandığı üzere ücretli öğretmenlerin sigortadan kastettikleri, kısmi olmayan tüm sigorta kollarını kapsamına alan sosyal sigorta türünü oluşturmaktadır. Nitekim 1980 sonrası neoliberal politikaların uygulanmasıyla beraber düşük ücret, güvencesiz, yarı zamanlı, geçici, sözleşmeli ve esnek çalışma modeli birçok sektörde görülmeye başlanmıştır. Türkiye’de öğretmenlik mesleği kadrolu ve ücretli öğretmenlik olmak üzere farklı modellerde uygulanmaktadır. Buna göre ücretli öğretmenler “geçici öğretmen” statüsünde yer almakla birlikte ders saati karşılığında ücret almakta, sigorta primleri de ders saatleri üzerinden değerlendirilmektedir (Polat, 2013: 68-71). Bu anlamda ücretli öğretmenlerin sigortalılık ilişkisi^d prime esas kazançlar çerçevesinde belirlenmektedir (SGK Genelge, 2015). Sağlık güvencesi için belirli işgünü çalışmaları gerekli olmakla birlikte bu süreyi dolduramadıklarında sağlık haklarından faydalanamamaktadırlar. Aynı zamanda yıllık, mazeret ve idari izin hakları bulunmamaktadır ve kadrolu öğretmenlere kıyasla düşük ücret almaktadırlar. Ücretli öğretmenlerin bu farklı

^d 2013/11 SGK Genelgesinin 1.7- Usta öğreticiler ve kamu idarelerinde ders ücreti karşılığı görev verilenler başlığı altında ücretli öğretmenlerin sigortalılık ilişkisi şu şekilde belirlenmiştir: “Milli Eğitim Bakanlığı tarafından düzenlenen kurslarda usta öğretici olarak çalıştırılanlar ile kamu idarelerinde ders ücreti karşılığı görev verilenler sigortalı sayılmıştır. Milli Eğitim Bakanlığına bağlı her derece ve türdeki örgün ve yaygın eğitim kurumlarında ek ders ücreti karşılığında ilgili mevzuatı çerçevesinde uzman ve usta öğretici olarak çalıştırılanlar 657 sayılı Kanununun 89 uncu maddesine göre her derecedeki eğitim ve öğretim kurumları ile üniversite ve akademi (askeri akademiler dahil), okul, kurs veya yaygın eğitim yapan kurumlarda ve benzeri kuruluşlarda öğretmen veya öğretim üyesi bulunmaması halinde ücretle ek ders görevi verilenlerden Kanununun 4 üncü maddesinin birinci fıkrasının (c) bendine tabi olmayanlar (a) bendi kapsamında sigortalı olacaklardır. Kanununun 80 inci maddesinin birinci fıkrasının (j) bendi ile Milli Eğitim Bakanlığına bağlı her derece ve türdeki örgün ve yaygın eğitim kurumlarında uzman ve usta öğretici olarak çalıştırılanların prim ödeme gün sayısı 30 günü aşmamak kaydıyla, bir takvim ayı içerisinde hak kazandıkları brüt ek ders ücreti toplam tutarının, prime esas günlük kazanç alt sınırına bölünmesi sonucu bulunacaktır”. (SGK Genelge, 2015: 6-7)

istihdam biçimine tabi olmaları, tayin, izin, iş ve sağlık güvencesi, görevde yükselme, ücret, emeklilik vb. özlük hakları açısından (Polat, 2013: 81) olduğu gibi sigorta primlerinin ders saatleri üzerinden, sadece bir kısmının ödenmesi açısından da çeşitli sorunlar yaşadıkları anlaşılmaktadır. “Diğer gruplar” adlı alt kod ise ücretli öğretmenlik, meslek liseleri ve avukatlık stajı sigorta talepleri dışındaki farklı kesimlerden kişilerin, devlet destekli sosyal sigorta taleplerinden oluşmaktadır. Bu diğer gruplar arasında asgari ücretli çalışanlar, korucular, zorunlu askerlik yapanlar, özel klinik imkânlarından ve psikolojik danışmanlığın sigorta kapsamına alınmasını isteyenler ve ev hanımlarının sigorta talepleri bulunmaktadır. Bu grupların devletin katkılarıyla finanse edilen, devletin sigortacı konumunda olduğu sosyal sigortalardan faydalanmak istedikleri anlaşılmaktadır. Bu anlamda toplumun her kesiminden bireylerin güvence altında yaşamak adına sosyal sigortalara önem verdiği ifade edilebilir. Bireylerin geleceklerini, emeklilik süreçleri de dâhil olmak üzere teminat altına almak istedikleri anlaşılmaktadır.

4.3.2.1. Staj Yapanların Sigorta Talepleri Altında Yer Alan Kodların İstatistiği

Sigorta talep kodunun altında yer alan staj yapanların sigorta talepleri alt kodunun altında meslek lisesi, çocuk yaşta çalışanlar ve avukatlık stajı olmak üzere üç alt kod olduğu daha önce de ifade edilmişti. Bu bölümde bu üç alt kodun oranları incelenmiştir.



Şekil 8: Staj Yapanların Sigorta Talepleri Alt Kodunun Oranları

Şekil 8’de staj yapanların sigorta talepleri alt kodunda yer alan meslek lisesi, çocuk yaşta çalışanlar ve avukatlık stajı incelendiğinde; meslek lisesi alt kodunun kodlanma sıklığının %73,8, çocuk yaşta çalışanlar alt kodunun kodlanma sıklığı %19,7; avukatlık stajı alt kodunun sıklığının %6,6 olduğu görülmektedir. Buna göre sigortasız staj yapan meslek lisesi mezunlarının kendilerine sigorta sağlanması yönünde yüksek oranda talepleri bulunmaktadır. Hukuk mezunu olan ve avukatlık stajı yapanların ise sigorta taleplerinin çok az oranda olduğu anlaşılmaktadır.

Sigorta talep kodunun altında yer alan “staj yapanların sigorta talepleri” alt kodunun altındaki “meslek lisesi” alt kodu, ortaöğretim kurumları içerisinde yer alan meslek liselerinde eğitim sürecinde staj yapan öğrencilerin, staj yaptıkları dönemin sigorta kapsamına dâhil edilmesini istemelerini içermektedir. Görüldüğü üzere staj yapanların sigorta talepleri alt kodu altında da en yüksek kodlanma sıklığı %73, 8 ile meslek lisesi olmuştur. Meslek lisesi alt kodundaki oranın yüksek olarak çıkması Twitter’da taleplerini #StajSskBaşlangıcıOlsun hasthagi ile yürütmeleri ve gündem oluşturabilmeleridir. Meslek lisesi öğrencilerinin sigorta talepleri şu şekilde Twitter’da yer almaktadır:

Erken emeklilik değil borçlanma hakkı istiyoruz. Meslek lisesi mezunları olarak yaptığımız stajın sigorta başlangıcı olarak kabul edilmesini istiyoruz. #StajSskBaşlangıcıOlsun (Aralık, 2021).

Çalışıp emek vermiş meslek lisesi stajyerlerinin sigorta girişi başlangıç sayılmalıdır, elinde sigorta kartı var ama emeklilik için sigorta başlangıcı kabul edilmiyor, bu durum emeğin karşılığının verilmemesidir (Ocak, 2022).

Liseye giderken son sınıfta 3 gün işletmede 2 gün okulda eğitim aldık. Bizler emeğimizin karşılığı olan sigorta başlangıcımızın stajın da dahil edilmesini bekliyoruz (Ocak, 2022).

Aslına bakıldığında 5510 sayılı Kanun’da Çıraklar ve Meslek Lisesi Öğrencileri (m. 5/b) hakkında bir madde bulunmaktadır ve meslek lisesi öğrencileri kısmi sigortalılık kapsamında yer almaktadırlar. Buna göre “1986 tarih ve 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu’nda belirtilen aday çırak, çırak ve işletmelerde mesleki eğitim gören öğrenciler, iş kazası ve meslek hastalığı ve hastalık sigortası kapsamında sigortalı sayılırlar” (Şenocak, 2010: 66). Meslek lisesinde eğitim gören ve bu süreçte staja tabi tutulan öğrencilerin iş kazası ve meslek hastalıkları sigortası bakımından sigortalı sayılması kısmi sigortalılık ilişkisi olduğunu göstermektedir. Caniklioğlu’nun belirttiğine göre de (2019: 38) “Bazı kişiler vardır ki esas itibarıyla Kanun’un kapsamına girmesini gerektirecek bir faaliyette bulunmamasına rağmen yaptıkları işler nedeniyle Kanun’da öngörülen sosyal tehlikelerle karşılaşabilmektedirler. Sosyal koruma düşüncesiyle bu gibi faaliyetlerde bulunan kişiler de Kanun’un kapsamına alınmaktadırlar. Ancak bu kişiler tüm sigorta kolları açısından değil yaptıkları işin niteliğine

göre karşılaşabilecekleri sosyal risklere karşı sosyal güvenceye kavuşturulmaktadır. 5510 sayılı Kanun da bu genel ilkeye uygun olarak özel hükümler öngörmüştür". Kanun'da koşullar ve kapsam belirtilmesine rağmen bir dijital mecra alanı olan Twitter'deki kamuoyu paylaşımlarına bakıldığında Twitter kullanıcılarının bazılarının, eğitim hayatları içerisinde, ortaöğretim kademesinde staj yaptıklarını ve sigorta girişlerinin staj yaptıkları dönemde yapılmasına rağmen sosyal sigorta haklarından yararlanamadıklarını gündem oluşturarak belirttikleri görülmektedir. Ayrıca kısmi olmayan sigorta taleplerini ifade etmektedirler. Aynı zamanda sosyal sigortanın sunduğu emeklilik haklarından daha erken faydalanmayacak olmaları yine kendi ifadeleri ile emeklerinin karşılıklarını alamama olarak nitelendirilmektedir. Sigorta talep kodunun altında yer alan "staj yapanların sigorta talepleri" alt kodunun altındaki "çocuk yaşta çalışanlar" alt kodu, kod sıklığı, %73,8 olan staj hakkını dile getiren meslek liselilerinin ve çırak olarak küçük yaşta çalışmaya başlayan kişilerin ifadeleri sonucu ortaya çıkmıştır. Ancak kendini çocuk işçi, küçük yaşta/çocuk yaşta çalışan olarak tanımladıkları için ayrı bir kod altında yer verme gereği duyulmuştur. Çocuk yaşta çalışanların kod sıklığı %19.7'dir. Her iki kod sıklığı birlikte değerlendirildiğinde ise %93, 5 alt kod sıklığı ile en yüksek oranda staj yapanların ve erken yaşta çalışmaya başlayanların sigorta başlangıç tarihinin erkene alınması, kısmi olmayan sigorta taleplerini dillendirdikleri anlaşılmaktadır. Buna göre "çocuk yaşta çalışanlar" alt koduna ait ifadeler şu şekildedir:

Bizler 16, 17 yaşlarında iş hayatına atılmış çocuklardık. Elimize SSK kartı verilip sigortanız başladı denildi öğretmenlerimiz tarafından. Biz ne biliriz primmiş uzun vadeli sigorta koluymuş. SONUÇ: Çocuktuk ve kandırıldık (Aralık, 2021).

Çocuktuk belki de devlet güvencesi altında çalıştırılırken, herşeye aklımız ermişte, elimize tutuşturulan sigorta sicil kartının ileride hiç bir şeye yaramayacağını anlayamamışız hak yerini bulacak (Aralık, 2021).

#ÇocukİşçilerKürsüye 3308 madde 7 işe girişle başlar diyor giriş var çalışma emek var sayılmıyor başlangıç sayılır günler sayılmazdı 5510 da yapılan değişiklikle tam sigorta ile başlar dendi mağdur olduk 1987 Özal borçlanma ile çözdü meclise gelen teklifler hep red oldu (Aralık, 2021).

Sigorta talep kodunun altında yer alan "staj yapanların sigorta talepleri" alt kodunun altındaki "avukatlık stajı" adlı kod, meslek elemanı olarak yetişen avukatların staj esnasında uygulanmaya konmayan sigorta güvencesine dair ifadeleri sonucu oluşmuştur. Avukatlık stajı yapan yükseköğrenim mezunu öğrenciler, birçok sosyal haklarının yeterli olmadığını ve yine özellikle sigorta taleplerini dile getirmişlerdir:

Avukatlık stajı mezuniyet sonrası yapılır, bir yıldır, tümüyle güvencesiz, parasız, sigorta primsizdir. Hatta eskiden sağlık sigortası da yoktu, şimdi lütfedip GSS verdiler. Patron avukatın keyfine bırakılmıştır sömürünün koşulları, usulü (Ocak, 2022).

Stajyer avukatlara sigorta yasağı kaldırılmalı, SGK iş günü gasbı sona ermelidir (Ocak, 2022).

Stajyer avukat, maaş bile ödenmiyor, sigortası da yok (Ocak, 2022).

5510 Sayılı Kanun'da yükseköğrenim kurumları öğrencilerinin de staj dönemlerinde kısmi sigortalı sayılmasını öngören düzenleme yapılmıştır. Çünkü stajyer, öğrenim kurumlarında aldığı teorik bilgiyi işyeri ortamında geliştiren kişi olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca stajyerlerin işyeri ortamına katılmaları dolayısıyla iş kazasına uğramaları veya meslek hastalığına yakalanmaları olasılıkları bulunmaktadır. Bu nedenle Kanun, stajyerleri iş kazası ve meslek hastalığı çerçevesinde sigorta kapsamına almıştır (m.5/b). Diğer taraftan "bu kişilerden bakmakla yükümlü olunan kişi durumunda olmayanlar hakkında, ayrıca genel sağlık sigortası hükümleri de uygulanacaktır" şartı da eklenmiştir (Canıklıoğlu, 2019: 39). Ancak uygulamada Avukat stajyerliği yapan kişilerin çeşitli sıkıntılarla yüz yüze kaldıkları ve sigorta ile ilgili olan sorun ve taleplerini Twitter ortamından duyurdukları görülmektedir.

5.SONUÇ VE GENEL DEĞERLENDİRME

Sigorta, bireylerin hayatları veya sahip olduğu mal, mülklerin hasara veya zarara uğrama riskine karşı aldıkları bir tedbir niteliğindedir. Sigortayla ilgili tweetlerin eğilimlerini ve sosyal medyada sunulan duygu ve düşüncelerini anlamayı amaçlayan bu çalışmada, öncelikle olarak kelime bulutu yorumlanmıştır. Buna göre Twitter alanında en sık kullanılan kelime sigorta olduğu tespit edilmekle beraber sigorta kelimesi ile birlikte ve ilişkili olarak kullanılan farklı kelimeler de ortaya çıkmıştır. En ilişkili olanlar ise "staj", "ücretli", "başlangıcı", "yarım", "stajsskbaşlangıcıolsun", "öğretmen" gibi kelimelerden oluşmaktadır. Bu ifadeler Twitter kullanıcılarının genellikle sosyal sigortalarla ilişkili kelimeleri kullandıklarını göstermektedir.

2021 Aralık ayına ve 2022 Ocak ayına ait sigorta ve sigortacılığa dair atılan tweetlerde şikâyet ve sigorta talep şeklinde iki ana kod ortaya çıkmıştır. Bununla beraber her iki ayın şikâyet kodunun altında sigorta ve işsizlik, sigortacılığın genel ilkelerine aykırılık, sigortasız/yarım sigorta çalışanlar, yetkililere şikâyet, acente şirket şikâyetleri alt kodları oluşmuştur ve sigorta talep kodunun altına ise her iki ayda da benzer şekilde staj yapanların sigorta talepleri, ücretli öğretmenlerin sigorta talepleri ve diğer grupların şeklinde alt kod oluşmuştur. İki vaka modeli kullanılarak 2021 Aralık ile 2022 Ocak ayının

karşılaştırması yapıldığında iki ayda da atılan tweetler kapsamında oluşturulan kodlardan çoğunluğu ortaklık göstermektedir. Sadece ocak ayında atılan tweetler neticesinde avukatlık stajı farklı bir kod olarak ortaya çıkmaktadır. 2021 Aralık ve 2022 Ocak ayına dair düşüncelerin ağırlıklarına bakıldığında, 2021 Aralık ayında ilk olarak, ücretli öğretmenlerin sigorta taleplerinin, ikinci olarak acente şirket şikâyetlerinin ağırlıklı olduğu bulunmuştur. Twitter kullanıcılarının sigorta şirketleri şikâyetleri de ikinci çok fazla atılan tweet konusu olduğu ortaya çıkmıştır. Ocak 2022’de de yine ücretli öğretmenlerin sigorta taleplerinin, en ağırlıklı olduğu görülmüş olup, sadece ücretli öğretmenlerin sigorta talepleri ardından ağırlıkları yüksek olanların sıralaması değişmiş olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Acente şirket şikâyetleri ise üçüncü ağırlıklı alt kodu oluşturmuştur. Buna göre ücretli öğretmenlerin sigorta talep tweetleri süreklilik göstermiştir ve sonuç olarak insanların genel olarak sosyal sigortalar hakkında tweetler yazdığı tespit edilmiştir.

Bununla birlikte ana kodlardan birisi olan şikâyet kodunun altında da “yetkililere şikâyet”, “acente şirket şikâyetleri”, “sigorta prim şikâyetleri”, “sigortacılığın genel ilkelerine aykırılık”, “sigortasız/yarım sigorta çalışanlar”, “sigorta ve işsizlik” olmak üzere 6 alt kod ortaya çıkmıştır. Bu altı alt kod arasından yetkililere şikâyet alt kodu en yüksek kodlanma sayısına sahiptir. En düşük kodlanma sayısına sahip olan ise sigorta ve işsizlik alt kodudur. Şikâyet alt kodunun kodlanma sıklığı sonuçlarına bakıldığında ise yetkililere şikâyet oranının en yüksek olduğu, ikinci en yüksek oran ise sigorta acentesi şikâyetleri olduğu ortaya çıkmıştır. Bu oranlar, Twitter ortamlarında bireylerin genellikle sigorta ile ilgili olarak şikâyetlerini dile getirdiklerini göstermektedir. Şikâyetler için başka alanlar kullanmak yerine Twitter ortamlarında yetkililere seslenmektedirler. İkincil olarak sigorta acentesi ile ilgili sorunları dile getirdikleri anlaşılmıştır. Bu durum, bireylerin, sigorta ile ilgili bir sorun yaşadığında, bu sorunlarını, doğrudan ilgili birimlerle veya acentelerle çözmediklerini göstermektedir. Aynı zamanda, bireylerin, Twitter ortamlarında olumsuz duygu ve düşüncelerini belirtmekte olduğu ve sigorta ile ilgili sorunlarına bu ortamlarda çözüm aramakta oldukları anlaşılmıştır. İlerleyen yıllarda yapılabilecek çalışmalarda; sigorta poliçeleri, tazminat ödemeleri ve prim tahsilatları gibi farklı bakış açılarını da dikkate alarak sigorta kullanıcılarının düşünce ve görüşleri araştırılabilir. Diğer taraftan sigorta talep ana kodunun altında en yüksek orandan en düşük orana doğru sırasıyla ücretli öğretmenlerin, staj yapanların ve daha az oranda diğer grupların sigorta talepleri yer almaktadır. Bu durum toplumda yaşayan bireylerin kendilerinin risklere karşı güvence altına alınmasına yönelik düşüncelerini dile getirdikleri anlaşılmaktadır. Bununla beraber sigorta talep alt kodunun altında da üç kod ortaya çıkmış olmakla birlikte bu üç alt kod “meslek lisesi”, “çocuk yaşta çalışanlar” ve “avukatlık stajı” şeklindedir. Bu alt kodlara bakıldığında meslek lisesinde eğitim alırken staj yapan ancak bu stajları gerçekleştirirken sigorta hakkı tanınmayan bireylerin Twitter (X) ortamlarından seslerini duyurmaya çalıştıkları, özünde geriye dönük olarak staj yaptıkları dönemlerin sosyal güvence kapsamına alınması yönünde talepleri olduğu anlaşılmaktadır. Böylece sosyal sigortaların ekseninin genişletilmesine yönelik çalışmaların yapılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- ACAR, S. (2022). “Stratejik Yönetim Çerçevesinde Türkiye’deki Hayat Sigortası Şirketleri: Vizyon İfadelerine Yönelik Bir Analiz”. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 311-324.
- AKPINAR, T. ve ÖĞÜTOĞULLARI, E. (2020). “Türkiye’de Sosyal Güvenliğin Kısa Tarihçesi. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*”, 6, 132-141.
- ALP, Ö. S. & KIRKBEŞOĞLU, E. (2015). “Sigorta Endeksi Getirisinin Doğrusal Olmayan Yapısı”, *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, (7) 13, 245-260
- ALPER, Y. (2017). “Sosyal Güvenlik Reformu (2008-2016): Kapsamla İlgili Gelişmeler. *Sosyal Siyaset Konferansları*”, 68–2015 (1), 1-23.
- ARICI, K. (2018) “Genel Olarak Sosyal Güvenlik (Kavram- Amacı-Konusu ve Tarihi Gelişimi)”, Y. ALPER, S. TEKELİ (Ed.) *Sosyal Güvenlik*, (3-31) Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- ARSEVEN, H. (1987). “Sigortanın Tarihçesi ve Geri Kalmışlığımızın Sebepleri”. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 43(1-4).
- ATATANIR, H. (2011). “Sosyal Güvenlik ve Aile Yardımı Uygulamaları”. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 2(1), 143-169.
- ATTİLA, İ., & GÜLAY, A. (2022). “Türkiye’de Sigorta Prim Üretimlerinin Dünya Sigortacılık Sektöründeki Yeri”. *Uygulamalı Sosyal Bilimler ve Güzel Sanatlar Dergisi*, 4(8), 30-45.
- AYDIN, S. (2016). “Türkiye’de Kadının İstihdamı Ve Kadına Dair Sosyal Güvenlik Uygulamaları”. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 243-258.
- AYHAN, A. (2012). “Sosyal Güvenlik Kavramı ve Sosyal Güvenlik İlkeleri. *Sosyal Güvenlik Dergisi*, 2(1).
- BASKICI, M. (2002). “Osmanlı Anadolu’sunda Sigorta Piyasası: 1860-1918”. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 57(04), 1-33.

- BAŞ, T. & AKTURAN, U. (2017). Sosyal Bilimlerde Bilgisayar Destekli Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yayınları, İstanbul.
- BAYRI, O. (2013). "Türkiye'de Sosyal Güvenlik Sisteminin Kurum ve Kapsam Olarak Gelişimi Ve Sosyal Güvenlik Adaleti". Sosyal Güvenlik Dergisi, 3(2).
- BERG, L. B. & LUNE, H. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Eğitim Yayınevi, İstanbul.
- BURUCUOĞLU, M., & ERDOĞAN YAZAR, E. (2020). "Üçüncü Parti Platformda Kargo Firmalarına Yapılan Müşteri Şikayetlerinin İçerik Analizi". Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 16(1), 99-114.
- CANBAY, T., & DEMİR, M. (2013). "Türkiye'de Sosyal Güvenlik Açıkları ve Sosyal Güvenlik Ahlakı". Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 20(2), 303-315.
- CANIKLIOĞLU, N. (2019) "Sosyal Sigortaların Uygulama Alanı", N. GEREK, A. İ. ORAL (Ed.) Sosyal Güvenlik Hukuku, (28-64), Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- CRESWELL, J. W. (2020). Nitel Araştırma Yöntemleri, Siyasal Kitapevi, Ankara.
- ÇAKAR, R., & YILDIRIM, İ. (2015). "Türkiye'de Sigorta Dağıtım Kanalları ve Sigorta Acentelerinin Sorunlarına Yönelik Bir Araştırma". Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, (51), 424-435.
- ÇEKİCİ, M., & İNEL, M. (2013). "Türk Sigorta Sektörünün Direkt Prim Üretimlerinin Tahmin Teknikleri ile İncelenmesi". Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 34(1), 135-152.
- ÇİÇEKDAĞI, M., KORKMAZ ORHAN, B., & ÖZDEMİR AKGÜL, S. (2022). "Destinasyon Pazarlamasında Bir Tanıtım Aracı Olan Web Sitelerin Analizi: Türkiye Örneği". İşletme Araştırmaları Dergisi, 14(1), 865-883.
- ÇİPİL, M. (2019). Sigortacılık ve Risk Yönetimi, (3. Baskı) Seçkin Yayınları, Ankara.
- DEMİR, M. (2015). "Mevsimlik Tarım İşçilerinin Sosyal Güvenlik Haklarına İlişkin Değerlendirmeler ve Öneriler". Çalışma ve Toplum, 1(44), 177-194.
- DİLİK, S. (1988). "Sosyal Güvenliğin Tarihsel Gelişimi". Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 43(01).
- EKİNCİ, N. (2018). "Ankara İlinde Yaşayan Kişilerin Genel Sağlık Sigortası ve Özel Sağlık Sigortalarına İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi", Gazi Üniversitesi, Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara
- ERDAL, F. & ERDAL, L. (2018). "Dünya'da ve Türkiye'de Sigortacılığın Gelişimi", M. Toprak, M. Çoşkun (Ed.), Bankacılık ve Sigortacılığa Giriş. (178-198). Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- ERSOY, B., & MERAL, H. (2023). "Türkiye'de Sigorta Araştırmalarının Genel Görünümü: Doktora Tezlerinin İçerik Analizi". Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 25(2), 480-498.
- GÖKBAYRAK, Ş. (2010). "Türkiye'de Sosyal Güvenliğin Dönüşümü". Çalışma ve Toplum, 2(25), 141-162.
- GÖKOĞLU M., KIRKBEŞOĞLU, E. & TUZLUKAYA, Ş. (2015). "Kurumsallaşma Sürecinde Retorik Stratejilerinin Rolü: Türkiye'de Sigortacılık Sektörünün Kurumsallaşması Üzerine Niteliksel Bir Analiz". İşletme Araştırmaları Dergisi. (7)3, 261-282.
- GÜNEŞ, İ., & YAKAR, A. G. S. (2004). "Sosyal Sigorta Finansman Yöntemleri ve Türkiye'de Sosyal Sigorta Kurumlarının Finansman Yöntemlerinin Değerlendirilmesi". Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13(2).
- GÜVEL, E.A. & GÜVEL, A. (2014). Sigortacılık, (7. Baskı) Seçkin Yayınları, Ankara.
- GÜVERCİN, C. H. (2004). "Sosyal Güvenlik Kavramı ve Türkiye'de Sosyal Güvenliğin Tarihçesi". Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Mecmuası, 57(2).
- GÜZEL, A. (2005). "Türk Sosyal Güvenlik Sisteminde Öngörülen Reform Mevcut Sorunlara Çözüm mü?" Çalışma ve Toplum, 4(7), 61-76.
- HIZLI, P. B. (2007). "Sigorta Sektörünün Gelişimi, Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi ve Türkiye Uygulaması", Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- İZGİ, B. B. (2008). "Türk Sosyal Güvenlik Sisteminde Son Gelişmeler". Çalışma ve Toplum, 1(16), 85-107.
- KAYAKÖY TAŞ, M. (2015). "Dünya Sigorta Pazarında Türkiye'nin Yeri". İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi 14(27), 135-151.

KUŞÇU, S., & REVANOĞLU, G. A. (2011). "Türkiye Sigorta Sektörü ve Analizi". Uluslararası Avrasya Ekonomileri Konferansı Bildiriler Kitabı, 138-142.

MERMER, A. (2010). Sigortacılığa Giriş, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayınları, İstanbul.

ONOCAK, D., DEMİR, M., & KÖSE, Ö. (2023). "BİST'te İşlem Gören Sigorta Şirketlerinin Sürdürülebilirlik Raporlarının İçerik Analizi ile Değerlendirilmesi". Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 32 (Dicle Üniversitesi'nin 50. Yılına Özel 50 Makale), 368-394.

ORAL, A. İ. (2019) "Sosyal Güvenlik Kurumu", N. GEREK, A. İ. ORAL (Ed.) Sosyal Güvenlik Hukuku, (2-28), Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

ÖÇAL, M., & BOYACIOĞLU, N. (2018). "Sosyal Güvenlik Hizmetlerinin Finansman Yöntemleri: Türkiye'de ve Dünyada Sosyal Güvenliğin Finansmanına Kısa Bir Bakış". Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10(26), 910-923.

PEHLİVAN, E., & AKPINAR, Ö. (2022). "Türk Sigorta Sektöründe Faaliyet Gösteren Hayat Dışı Sigorta Şirketlerinin Performans Değerlendirmesine Yönelik Ampirik Bir Uygulama". Öneri Dergisi, 17(58), 516-548.

POLAT, S. (2013). "Ücretli Öğretmenlik İstihdamının Yaratdığı Sorunlar Üzerine Nitel Bir Araştırma". Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 1(28).

SÖYLER, İ. (2021). "Katılım Sigortacılığının Hukuki Açından Değerlendirilmesi", Regesta, (6)2, 247-258.

ŞENER, H. Y., & BEHDİOĞLU, S. (2014). "Türkiye Sigorta Pazarının Gelişimindeki Ana Unsurların Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma". Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 523-534.

ŞENOCAK, H. (2009). "Sosyal Güvenlik Sistemini Oluşturan Bileşenlerin Tarihi Süreç Işığında Değerlendirilmesi". In Journal of Social Policy Conferences (No. 56).

ŞENOCAK, H., (2010). Sosyal Güvenlik Hukuku. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Yayınları, İstanbul.

T.C. BAŞBAKANLIK (2005). "Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma-9: Sosyal Güvenlik Reformu: Sorunlar ve Çözüm Önerileri", T.C. Başbakanlık, Ankara.

TUNAY, N., & TUNAY, K. B. (2013). "Finansal Krizler ve Sigortacılık: Deneysel Bulguların Işığında Türk Sigorta Sektörüne Dair değerlendirmeler". Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 35(2), 81-104.

TÜRKOĞLU, İ. (2013). "Sosyal Devlet Bağlamında Türkiye'de Sosyal Yardım ve Sosyal Güvenlik". Akademik İncelemeler Dergisi, 8(3), 275-305.

ULUTÜRK, S., & DANE, K. (2009). "Sosyal Güvenlik: Teori, Dönüşüm ve Türkiye Uygulaması". Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 8(29), 114-142.

ÜSTÜN, F., & TOKER TUNA, B. (2022). "Sigorta Acentelerinde Yönetimsel Bir Paradigma: Hata ve Hata Yönetim Kültürü". International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries, 6(11), 196-210.

YENİHAN, B. (2017). "Bir Sosyal Politika Aracı Olarak Sosyal Güvenlik: Dünya'da Ve Türkiye'de Gelişimi Üzerine Bir İnceleme". Yönetim Bilimleri Dergisi, 15(30), 177-196.

YILDIRIM, İ. (2013). "Türk Sigortacılık Sektörünün Yumuşak Karnı: Sigorta Suistimalleri Sorunu". Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi, 5(1), 331-340.

6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu, (2011, 14 Şubat) Resmi Gazete (Sayı:27846). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6102.pdf>

5510 Sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu, (2015, 3 Temmuz) Resmi Gazete (Sayı: 7438) Erişim adresi: <https://www.asmmmo.org.tr/userfiles/others/files/Mvzt/Gnlg/5510/2013-11.pdf>

5363 Sayılı Tarım Sigortaları Kanunu (2005, 14 Haziran) Resmî Gazete (Sayı: 25852). Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5363.pdf>

6305 Sayılı Afet Sigortaları Kanunu (2012, 9 Mayıs) Resmî Gazete (Sayı: 28296) Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6305.pdf>

5684 Sayılı Sigortacılık Kanunu (2007, 3 Haziran) Resmî Gazete (Sayı: 26552) Erişim adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=5684&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>

Twitter (X) Ortamında Kamuoyunun Sigortaya Dair Düşüncelerinin Bir Analizi

Trafik Sigortaları Bilgi Merkezi Yönetmeliği (2007, 11 Nisan) Resmî Gazete (Sayı: 26490) Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2007/04/20070411-3.htm>

Sigorta Bilgi Merkezi Yönetmeliği (2008, 9 Ağustos) Resmî Gazete (Sayı: 26962) Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2008/08/20080809-3.htm>

3379 Sayılı Sigorta Murakabe Kanunu (1987, 11 Haziran) Resmi Gazete (Sayı: 19498) Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/19498.pdf>

4632 Sayılı Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu (2001, 28 Mart) Resmî Gazete (Sayı:24366).

<https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=4632&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>

Emeklilik Gözetim Merkezi <https://www.egm.org.tr/>

Monopoli sigorta <https://www.monopolisigorta.com/>

SGK, Sosyal Güvenlik Kurumu, “Esnek çalışma ve Sigortalılık”, <https://www.sgk.gov.tr/Content/Post/08ad10da-9df1-4ff9-b12a-b5dc0241c743/Esnek-Calisma-ve-Sigortalilik-2022-05-23-02-17-29> 23.05.2022

TC. Hazine ve Maliye Bakanlığı <https://www.hmb.gov.tr/>

Türkiye Sigorta Birliği <https://www.tsb.org.tr/>

Türk Sigorta Enstitü Vakfı <https://www.tsev.org.tr/>

Sürdürülebilirliğin Sosyal Temsilleri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

The Social Representations of Sustainability: A Study on University Students

Ergül Söylemezoğlu^a
Gamze Özdemir Planalı^b

Özet

Teorik anlamda sürdürülebilirlik; ekonomi, ekoloji ve sosyal sürdürülebilirlik gibi birçok farklı olguyu kapsamaktadır. Ancak bu kavramın Türkiye'deki üniversitelerin paydaşları tarafından nasıl algılandığına dair bir araştırma bulunmamaktadır. Bu çalışmada, Türkiye'de ilk kez, kurumsal akreditasyona sahip bir devlet üniversitesindeki 165 lisans öğrencisinin katılımıyla yükseköğretimde sürdürülebilirliğin sosyal temsilleri araştırılmıştır. Katılımcıların yaşları 18 ile 43 arasında değişmektedir. Çeşitlilik ($d = .70$) ve nadirlik indeksleri ($h = .75$), öğrencilerin sürdürülebilirlik ile ilgili ortak bir anlayışa sahip olmadığını göstermiştir. Ek olarak, sürdürülebilirliğin sosyal temsil yapısında "kalite", "hijyen", "verimlilik", "gıda", "eğitim", "teknoloji", "geri dönüşüm", "enerji" ve "ulaşım" kelimelerinin önemli bir yere sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Genel olarak, öğrencilerin sürdürülebilirlik kavramını diğer kurumsal kavramlar, kendi ihtiyaçları ve çevre ile ilgili meseleler üzerinden inşa ettiği görülmüştür. Sürdürülebilirliğin sosyal ve ekonomik yönlerinin ise görece göz ardı edildiği çıkarımına ulaşılmıştır. Araştırmanın bulguları, Türkiye'deki üniversitelerde sürdürülebilirlik kavramına ilişkin daha kapsamlı ve yaygın bir kurumsal anlayışın oluşturulması için geliştirilecek yükseköğretim politikaları açısından tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Yükseköğretim, Sosyal Temsiller, Hiyerarşik Çağırışım Testi

Başvuru: 02.08.2024

Kabul: 30.09.2024

Abstract

In theoretical terms, sustainability encompasses many different phenomena such as finance, ecology, and social sustainability. However, there is no such research on how this term is perceived by the stakeholders of universities in Turkey. In the present study, for the first time in Turkey, social representations of sustainability in higher education were investigated with the participation of 165 undergraduate students at a state university with institutional accreditation. The ages of the participants ranged between 18 and 43. The diversity ($d = .70$) and rarity ($d = .75$) indices showed that students did not have a common understanding of sustainability. Additionally, it was revealed that the words "quality", "hygiene", "efficiency", "food", "education", "technology", "recycling", "energy", and "transport" had an important place in the social representation structure of sustainability. In general, it was observed that students constructed the concept of sustainability through other institutional concepts, their own needs and environmental issues. It is concluded that the social and economic aspects of sustainability were relatively ignored. The social and economic aspects of sustainability were relatively ignored. The findings of the research were discussed in terms of higher education policies to be developed to create a more comprehensive and common organizational understanding of the concept of sustainability at Turkish universities.

Key Words: Sustainability, Higher Education, Social Representations, Hierarchical Association Test

^a Öğr. Gör. Dr. Ergül Söylemezoğlu, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, ergul@comu.edu.tr, Orcid No: 0000-0003-1714-1865.

^b Arş. Gör. Dr. Gamze Özdemir Planalı, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, gamzeozdemir@comu.edu.tr, Orcid No: 0000-0002-2665-9773

1. GİRİŞ

Sürekli artan dünya nüfusuna oranla sanayileşmenin ve tüketim alışkanlıklarının kontrolsüz biçimde hızlanmasına karşı kaynakların sınırlı olmasından yola çıkan sürdürülebilirlik kavramı; gelecek nesillere daha yaşanılabilir sağlıklı bir dünya, çevre, çalışma ve yaşama ortamı bırakmak açısından büyük önem arz etmektedir. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu'na (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* [UNESCO]) göre, toplumun ve hükümetlerin küresel ve yerel sürdürülebilirlik sorunlarını ele alması gelecek nesiller için hayati öneme sahiptir (UNESCO, 2017: 1). Bu anlamda bir toplumun içinde söylem gücü bulunan kanaat önderlerine ve örgütlere giderek artan bir sorumluluk düştüğünü söylemek mümkündür.

Bu perspektiften bakıldığında, yükseköğretim kurumlarına da önemli bir pay düştüğü söylenebilir. Çünkü üniversitelerin gelecek nesillerin yetiştiği yegâne yerler olması beklenir. Bu nedenle, kıt kaynakların gelecek nesillere korunarak bırakılmasını sağlamak ile ilgili zorlukların üstesinden gelmek için en önemli eylem projelerinin yaratılacağı mekânların yükseköğretim kurumları olduğu düşünülebilir. UNESCO ile "Birleşmiş Milletler (BM) Gündemi 2030" Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları da üniversitelerin sürdürülebilir bir toplum inşa etmedeki rol ve sorumluluklarına değinmiştir (Fissi vd., 2021: 2). Bu anlamda yükseköğretim kurumlarından, sürece yönelik farkındalık sağlanmasında ve sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesinde öncülük etmeleri beklenmektedir (Ramisio vd., 2019: 304-307).

Aslında yükseköğretim kurumlarının sürdürülebilirlik yönündeki çalışmalarının elli yılı aşkın bir süredir mevcut olduğu görülmektedir. Wright'ın (2002: 106) belirttiği üzere yükseköğretimde sürdürülebilirlik çalışmaları, 1970'li yıllarda "Stockholm Bildirgesi ve Talloires Deklarasyonu" ile başlamıştır. Öte yandan bu yöndeki araştırmaların 2000'li yıllardan itibaren ivme kazandığı görülmektedir. Çünkü iklim krizi, sosyal dengesizlikler, kıt olan gıda, su ve enerji kaynakları ve bozulan çevresel yapı gibi nedenlerle insanlık, üstesinden gelmek için büyük çaba sarf etmesi gereken zorlu bir sürece girmiş; ve bu farkındalık doğrultusunda yükseköğretim kurumlarına yönelik beklentiler artmıştır.

Günümüzde yükseköğretimde sürdürülebilirlik kavramı ekoloji, ekonomi ve sosyal sürdürülebilirlik ana temalarına göre sınıflandırılmaktadır (Amrina ve Imansuri, 2015: 12). Birbirlerinden farklı ve oldukça kapsamlı olan bu üç alanda üniversitelere büyük sorumluluk düşmekte ve bu sorumluluğu ne düzeyde yerine getirdikleri pek çok gösterge doğrultusunda takip edilmeye çalışılmaktadır. Tanç ve arkadaşlarına (2022: 94) göre ülkemizdeki yükseköğretim kurumlarının %57'si sürdürülebilirliğe yönelik çalışmalar yürütmektedir. Üniversitelerin bu süreci sürdürülebilirlik komitesi ve/veya koordinatörlüğü çerçevesinde sürdürülebilirliğe yönelik politika ve stratejiler geliştirerek yönetmeye başladığı ve bazılarının, dünyaca kabul gören sıralamalarda (örn., *Times Higher Education*, *Quacquarelli Symonds*, *UI GreenMetric*) yer aldığı görülmektedir.

Alan yazın incelendiğinde de, üniversiteler kapsamında karbon ayak izi, su ayak izi, atık yönetimi, geri dönüşüm, yeşil üniversite, ekoloji, yenilenebilir enerji ve enerji verimliliği, sürdürülebilir kalkınma, kurumsal ve sosyal sürdürülebilirlik, eğitim teknolojileri, eğitim kalitesi, yüksek öğretimde yalın uygulamalar, etik, öğrencilerin sürdürülebilirlik kapsamındaki ders öğrenme kazanımları, program çıktıları ile öğrenci iş yüküne yönelik katkılarının incelenmesi ve sürdürülebilirliğin lisans programlarında proje bazlı dersler ile ilişkilendirilmesi gibi konularda birçok çalışma olduğu görülmektedir (Alfirević vd., 2019: 67; Amrina ve Imansuri, 2015: 11-12; Bozoğlu ve Çiğirim 2022: 146; Caradonna, 2014: 234; Elmassah vd., 2022: 1-2; Filho vd., 2019: 1395-1397; Finnveden vd., 2019: 2-4; Fissi vd., 2021: 2-5; Klein vd., 2023: 260-264; Öztürk, 2018: 580-581; Rampasso vd., 2023: 233-234; Rushinko, 2010: 252-257; Scoones, 2007: 589-590; Van Weenen 2000: 29-30; Velazquez vd., 2006: 814-817; Wright ve Shore 2017: 92-110). Nasır (2012: 139-141), ülkemiz yükseköğretimi için eğitimcilerin eğitimi, ders programlarına sürdürülebilirliğin eklenmesi ve bu konuda açık derslere yer verilmesi, üniversitelerde sürdürülebilirlik merkezlerinin açılması ve ulusal sürdürülebilirlik platformlarının oluşturulması gibi önerilerde bulunmuştur (Bozoğlu ve Çiğirim 2022). Günerhan ve Günerhan (2016: 60) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada ise hâlihazırda var olan modellere benzer temelde bir sürdürülebilir üniversite modeli önerilmiştir.

Öte yandan, hem değerlendirme kriterlerinde hem de bilimsel alan yazında görece göz ardı edilen bir durum, yükseköğretimdeki farklı disiplin ve alanlarda bu kavramın nasıl inşa edildiğidir. Diğer bir ifadeyle, ortak amaçlara sahip olarak eyleme geçmek için, bir yükseköğretim kurumunun iç ve dış paydaşlarınca sürdürülebilirlik kavramına yönelik ortak ve kapsamlı bir anlayışın geliştirilip geliştirilememesi meselesinin önemli olduğu düşünülebilir. Çünkü bir olgunun bir insan grubu tarafından paylaşılan anlamı, teorik ya da bilimsel anlamından farklı olabileceği gibi, bu bireylerin ilgili sosyal olguya yönelik duygu, düşünce ve davranışlarını da "sosyal temsiller" olarak kavramsallaştırılan bu paylaşılan anlamlar belirlemektedir (Moscovici, 1984: 12-13; 2000: 26-28). Bu perspektiften bakıldığında, "yükseköğretimde sürdürülebilirlik" kavramının sosyal temsillerini keşfetmenin onun hangi boyutlar açısından ihmal edildiğini göstermek açısından da önemli olabileceği görülebilir. Bu bakış açısı, yükseköğretimde sürdürülebilirlik anlayışının gelişmesine yönelik iyi örnek ve uygulamaların açığa çıkmasına ve ihmal edilen yönlerinin tespiti doğrultusunda bu alanları geliştirmeye yönelik uygulamalar ve politikalar geliştirilmesine katkı sağlayabilir. Dolayısıyla bu araştırmada, Türkiye'de bir üniversitede, yükseköğretimin en önemli paydaşı ve gelecek nesillerin temsilcisi olan üniversite öğrencilerinin sosyal temsillerinin keşfedilmesi amaçlanmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yükseköğretimde sürdürülebilirlik kavramı ekoloji, ekonomi ve sosyal sürdürülebilirlik ana temalarına göre sınıflandırılrsa da (Amrina ve Imansuri, 2015: 12), bu kavramın günlük yaşantıda, bir üniversite bünyesinde nasıl inşa edildiği açık değildir. Dolayısıyla öncelikle, yükseköğretimde sürdürülebilirlik kavramının paylaşılan anlamının açığa çıkarılmasına ihtiyaç vardır.

Bu amaç doğrultusunda, Sosyal Temsil Kuramından yararlanmak mümkündür. Sosyal Temsil Kuramı, Moscovici (1984, 2000) tarafından geliştirilmiş olup, temelde insanların, diğer insanlar, olaylar ve olgular ile ilgili algısal ve bilişsel gerçekliğini düzenleyen ve “sosyal temsiller” olarak isimlendirilen kavramın oluşum sürecini ve yapısal özelliklerini açıklamayı hedeflemektedir.

Sosyal temsiller, kısaca, sosyal bir grup tarafından ve belirli bir konuda paylaşılan ortak görüşler olarak açıklanabilir (Rateau vd., 2012: 478). Sosyal temsillerin üretilmesinin altında, tanıdık olmayandan bahsedememenin verdiği gerilimin ortadan kaldırılması motivasyonu yatmaktadır (Moscovici, 1984; 2000). Diğer bir ifadeyle, bir sosyal grup, karşılaşılan bir başka insan, bir insan topluluğu, bir olay ya da bir kavram hakkında iletişim kurabilmek için, ona dair ortak sosyal temsiller üretirler; böylece tanıdık olmayı tanıdık hale çevirir ve bilinmeyen ortaya çıkardığı tehdidi giderebilirler.

Kurama göre, bir sosyal temsilin oluşumu iletişim ve işbirliğini gerektiren bazı aşamalara tâbidir. Bu aşamalar “demir atma” (*anchoring*) ve “nesneleştirme” (*objectifying*) olarak isimlendirilir (Moscovici, 1984; 2000). Demir atma, bilinmeyen, önceden aşına olunan kategoriler arasından en uygun olanına yerleştirilmesini ifade ederken; nesneleştirme ise onun somut hale getirilmesi anlamını taşır. Bu süreçler sayesinde, herhangi bir canlı, olay veya kavram için bir sosyal temsil üretilir ve tanıdık olmayan tanıdık hale getirilmiş olur. Ancak, bir sosyal temsil her zaman üretildiği gibi kalmaz; aksine zaman içinde değişip dönüşebilir. Dolayısıyla bu süreçlerin sürekliliğinden söz etmek mümkündür (Moscovici, 1984; 2000).

Öte yandan, oluşumunun ardından bir sosyal temsili, kendi içinde organize olmuş bir yapı olarak ele almak mümkündür. Abric’e (1993: 75-76) göre, bir sosyal temsilin yapısı “merkezi sistem” (*central system*) ve “çevresel sistem” (*peripheral system*) olmak üzere ikili bir düzene sahiptir. Bu düzende merkezi sistemin görevi, sosyal temsile anlamını vermek ve mümkün olduğunca onu sabit tutmakken; çevresel sistemin görevi bir yandan merkezi çekirdeği somutlaştırarak desteklemek diğer taraftan temsilin anlamsal olarak zaman içindeki dönüşümünü mümkün kılmaktır (Abric, 1993: 75-76).

Bu kavramsal çerçeveden hareketle, bir kavramın bir insan grubu tarafından paylaşılan anlamının, teorik ya da bilimsel anlamından farklı olabileceği, bilimsel ya da teorik anlamın paylaşıldığı ölçüde sosyal temsillerin oluşumunda rol oynayacak çok sayıda unsurdan yalnızca birkaçına karşılık geldiği görülmektedir. Ayrıca ilgili sosyal kavrama yönelik duygu, düşünce ve davranışlara da o kavramın paylaşılan sosyal temsillerinin rehberlik etmesini beklemek akla yatkındır (Moscovici, 1984: 12-13; 2000: 26-28). Öte yandan yükseköğretimde sürdürülebilirlik kavramının ekoloji, ekonomi ve sosyal sürdürülebilirlik ana temalarına göre sınıflandırıldığı (Amrina ve Imansuri, 2015: 12), bu kavrama yönelik araştırmaların elli yılı aşkın bir süredir mevcut olduğu (Wright, 2002: 106) ve ülkemizde de çok sayıda üniversitede önemli görülerek çalışıldığı (Tanç vd., 2022: 94) göz önünde bulundurulduğunda, “yükseköğretimde sürdürülebilirlik” kavramına yönelik sosyal temsillerin oluştuğunu ve bu sosyal temsillerin kendi içinde organize olmuş bir yapıya sahip olduğunu varsaymak mümkündür. Dolayısıyla bu kavrama yönelik duygu, düşünce ve davranışları tespit edebilmek için, öncelikle onlara rehberlik eden sosyal temsilleri açığa çıkarmak gerektiği görülebilir. Ancak ulaşılabildiği kadarıyla, yükseköğretimde sürdürülebilirlik kavramının sosyal temsilleri oldukça az incelenmiştir. Örneğin Sonetti ve arkadaşları (2021: 5) tarafından İtalya’da yürütülen bir araştırmada, üniversitenin paydaşlarından sürdürülebilirlik kavramına yönelik sosyal temsilleri incelenmiştir. Bulgular, akademisyenler, teknik personel ve üniversite öğrencilerinin sürdürülebilirlik sosyal temsillerinin merkezi sistem olarak isimlendirilen ve temsile asıl anlamını sağlayan alanda benzerlikler olduğunu açığa çıkarmıştır. Ancak çevresel sistem olarak isimlendirilen ve görevi merkezi çekirdeği destekleyerek anlamı güçlendiren ve somutlaştıran alanlar açısından çalışmadaki gruplar arasında farklılıklar izlenmiştir. Ayrıca alanda uzman olduğunu düşünenlerin dahi, sürdürülebilirlik kavramına yönelik bütüncül bir anlayış geliştiremediği açığa çıkmıştır. Türkiye bağlamında ise yükseköğretimde sürdürülebilirlik kavramının sosyal temsillerini ortaya çıkarmayı amaçlayan bir araştırmaya ulaşılamamıştır.

Bu çalışmada, tespit edilen bu eksikliğin giderilmesi ve Türkiye’de bir üniversitede, yükseköğretimin en önemli paydaşı ve gelecek nesillerin temsilcisi olan üniversite öğrencilerinin yükseköğretimde sürdürülebilirlik kavramına yönelik sosyal temsillerinin keşfedilmesi amaçlanmıştır.

3. YÖNTEM

Bu araştırmanın temel amacı üniversite öğrencilerinin sosyal temsillerinin ortaya çıkarılmasıdır. Dolayısıyla araştırma keşifsel özelliğe sahip nitel bir araştırmadır. Araştırmanın temel sorusunu “üniversite öğrencilerinin yükseköğretimde sürdürülebilirlik kavramına yönelik sosyal temsillerinin içeriği ve yapısı nedir?” olarak ifade etmek mümkündür.

Bu amaçla, katılımcılara sosyal temsil araştırmalarında sıklıkla kullanılan çağrışımsal bir test sunulmuş (bkz., 3.2.1. Hiyerarşik Çağrışım Testi) ve elde edilen nitel cevaplar, temsil araştırmalarında kullanılan bazı analiz yöntemleri ile incelenmiştir. Bu analiz yöntemlerinden ilki, elde edilen nitel cevapların frekansları üzerinden bazı indeks değerlerinin hesaplanmasıdır. Bu kapsamda, bu çalışmada çeşitlilik (*diversity*) ve nadirlik (*rarity*) indekslerinden yararlanılmıştır. Çeşitlilik indeksi ilgili temsil objesine yönelik fikir birliği düzeyine işaret ederken, nadirlik indeksi ise bilişsel organizasyonun ne düzeyde var olduğunu ortaya çıkarır. Farklı kelimelerin sayısının tüm kelime sayısına oranı çeşitlilik indeksini; bir kez ifade edilmiş kelime sayısının farklı kelimelerin sayısına oranı ise nadirlik indeksini verir. Her iki indeks de söz birleştirilmemiş^c kelime sayıları üzerinden hesaplanır ve her ikisi de 0 ile 1 arasında bir değer alır. Çeşitlilik indeksi 0'a yaklaştıkça, temsil objesinin anlamına yönelik daha fazla fikir birliğinin olduğu anlaşılır. Nadirlik indeksi 0'a yaklaştıkça, temsil objesine yönelik yerleşmiş bir bilişsel organizasyonun varlığından söz edilebilir (bkz., Flament ve Roquette, 2003; akt., Orosz ve Roland-Lévy, 2013: 161-162; Rouquette ve Flament, 2003; akt., Rodrigues vd., 2015: 168).

İndekslerin hesaplanmasının ardından, sosyal temsillerin içeriğini ve yapısını keşfetmek için prototip analizi (*prototypical analysis*) uygulanmıştır. Prototip analizi, hiyerarşik çağrışım testinden elde edilen kelimelerin frekans ve önem düzeylerinden yararlanarak sosyal temsillerin içeriği ve yapısının keşfedilmesini mümkün kılan bir analizdir (Lo Monaco vd., 2017: 310-311). Analiz sonucunda, temsillerin yapısına ilişkin 4 kategori elde edilir. Bunlardan ilki, frekans düzeyi ve önemi yüksek olan kelimelerin yer aldığı “merkezi çekirdek” alanıdır. İkincisi, frekansı yüksek; ancak önemi görece düşük görülen kelimelerin konumlandığı “birinci çevresel alan”dır. Üçüncüsü, az kişi tarafından ifade edilmiş; ancak buna karşın önemli görülmüş kelimeleri içeren “çelişen unsurlar alanı”dır. Son olarak elde edilen kategori ise “ikinci çevresel alan” olarak isimlendirilir ve bu alan hem frekansı hem de önemi düşük olan kelimeleri içerir (Abric, 2003; akt., Dany vd., 2015: 492-493).

Araştırmada, üniversite öğrencilerinin yükseköğretimde sürdürülebilirlik kavramına yönelik sosyal temsillerini keşfetmek için, son olarak benzerlik analizinden yararlanılmıştır. Benzerlik analizi, hiyerarşik çağrışım testinden elde edilen kelimeler arasındaki çağrışımsal ilişkiyi ortaya çıkarmayı sağlayan grafiksel bir analizdir. Ayrıca sosyal temsillerin merkezi unsurları ve bilişsel organizasyonu hakkında ipuçları sunduğu düşünülmektedir (bkz., Flament, 1986; akt., Doise vd., 1993: 32-33). Tüm bunlara ek olarak, katılımcıların sosyal temsillerinin olumluluk değerleri, çağrışımsal ifadelerine atadıkları olumluluk değerlerinin ortalamasının hesaplanması ile incelenmiştir.

Özetle, kişisel niyetle yürütülen bu araştırmada, “üniversite öğrencilerinin yükseköğretimde sürdürülebilirlik kavramına yönelik sosyal temsillerinin içeriği ve yapısı nedir” sorusuna cevap aranmış; çağrışımsal olarak elde edilen veriler, sosyal temsil çalışmalarında kullanılan bazı analiz yöntemleri ile incelenmiştir. Araştırmanın örneklemini, araştırmada kullanılan ölçüm araçları ve araştırma süreci ise aşağıda ayrıntılı bir biçimde tanımlanmıştır.

3.1. Örneklem

Araştırmaya Türkiye’de, Yükseköğretim Kalite Kurulu (YÖKAK) tarafından koşullu akreditasyona sahip bir kamu üniversitesi olan Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi’nde lisans eğitimini sürdüren 182 kişi katılmıştır. Eksik değerler nedeniyle 16 kişinin, araştırma kriterlerini karşılamaması nedeniyle ise 1 kişinin verisi analizlerden çıkarılmıştır. Böylece araştırma 122’si kadın (%73.94), 43’ü erkek (%26.06) olmak üzere toplam 165 kişinin verisi ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların yaşları 18 ile 43 arasında değişmektedir ($\bar{X} = 20.50$; $SS = 3.32$). Katılımcıların 72’si (%43.64) Uygulamalı Bilimler, 44’ü (%26.67) Dış Hekimliği, 41’i (%24.85) İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesinde eğitim görmektedir. Kalan 8’i ise diğer fakültelere (İktisadi ve İdari Bilimler, Fen, Mühendislik, Siyasal Bilgiler) kayıtlı olan öğrencilerdir (%4.84). Katılımcıların 66’sı (%40.00) birinci, 46’sı (%27.88) ikinci, 14’ü (%8.48) üçüncü, 39’u (%23.64) dördüncü sınıf öğrencisidir. Katılımcıların tamamı, daha önce sürdürülebilirlik ile ilgili herhangi bir eğitime katılmadıklarını belirtmişlerdir.

3.2. Veri Toplama Araçları

3.2.1. Hiyerarşik Çağrışım Testi

Hiyerarşik çağrışım testi, sosyal temsil çalışmalarında temsil objesine yönelik sosyal temsillerin içeriğini ve yapısını ortaya çıkarmak için kullanılan bir testtir (Lo Monaco vd., 2017: 309-311). Bu testte katılımcılardan temsil objesine yönelik çağrışımsal kelimeler istenir ve ardından bu kelimeleri bir önem düzeyine göre sıralamaları talep edilir. Son olarak, her bir çağrışımın ne düzeyde olumlu değerlendirildiği sorulur. Bu çalışmada katılımcılardan “yükseköğretimde sürdürülebilirlik” kavramı ile ilgili 7 adet kelime yazmaları istenmiş; ardından bu kelimeleri önemine göre sıralamaları beklenmiştir. Son olarak, her bir kelimenin ne derece olumlu olduğu 5’li derecelendirme ölçeği üzerinden yanıtlanmıştır (-2 = Çok olumsuz, 0 = Nötr, +2 = Çok olumlu).

^c Söz birleştirme (lemmatization), kelimelerin köküne indirilmesi ve anlamsal olarak benzer ifadelerin ortak bir çatı altında toplanması işlemi ifade eder.

3.2.2. Demografik Bilgi Formu

Katılımcıların cinsiyetini, yaşını, eğitim gördükleri fakülteyi ve sürdürülebilirlik eğitimi alıp almadıklarını tespit etmeye yönelik soruları içermiştir.

3.3. Süreç

Araştırmanın uygulama izni ilgili üniversitenin Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Etik Kurulundan, üniversite kapsamında araştırmanın uygulanmasına yönelik izinler ise ilgili üniversitenin Rektörlük makamından alınmıştır. Veri toplama süreci, çalışmanın üniversite bünyesinde duyurulması ile başlatılmıştır. Anket, bilgi onam formunu okuyarak araştırmaya katılmaya gönüllü olduğunu belirten öğrencilere SurveyMonkey isimli yazılım aracılığı ile çevrimiçi olarak uygulanmıştır. Anketin yanıtlanma süresi ortalama 10 dakika sürmüştür. Veri toplama aşaması ardından veri analiz süreci yürütülmüştür. Analizler SPSS ve IRaMuTeQ yazılımları aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

4. BULGULAR

4.1. Nadirlik ve Çeşitlilik İndeksleri

Sosyal temsillerin içeriğine dair ilk bilgileri sağlamak için nadirlik ve çeşitlilik indekslerinden yararlanılmıştır. Araştırmada elde edilen toplam kelime sayısı 1155'tir. Farklı kelime sayısı 810'dur. Bir kez belirtilmiş kelime sayısı ise 610'dur. Bu değerlerden hareketle çeşitlilik indeksi 0.70; nadirlik indeksi ise 0.75'tir. Bu değerler doğrultusunda katılımcılar arasında "yükseköğretimde sürdürülebilirlik" kavramına yönelik fikir birliğinin ve bilişsel organizasyonun görece düşük olduğu anlaşılmıştır.

4.2. Prototip Analizi Bulguları

Yükseköğretimde sürdürülebilirlik sosyal temsillerinin içeriğinin ve yapısının keşfedilebilmesi için prototip analizinden yararlanılmıştır. Bu amaç doğrultusunda önce "yükseköğretimde sürdürülebilirlik" kavramına yönelik söz birleştirme işlemi yapılmış; ardından elde edilen kelimeler prototip analizi ile incelenmiştir. Analiz için minimum frekans eşiği 4 olarak belirlenmiştir. Diğer bir ifade ile en az dört kişi tarafından kullanılan kelimeler analize dâhil edilmiştir. Önem düzeyi için kesme puanı 3.89; frekans için kesme puanı 12.75 olarak hesaplanmıştır. Analizden elde edilen sonuçlar Tablo 1'deki gibidir.

Tablo 1. Yükseköğretimde Sürdürülebilirlik Kavramına Yönelik Prototip Analizi Sonuçları

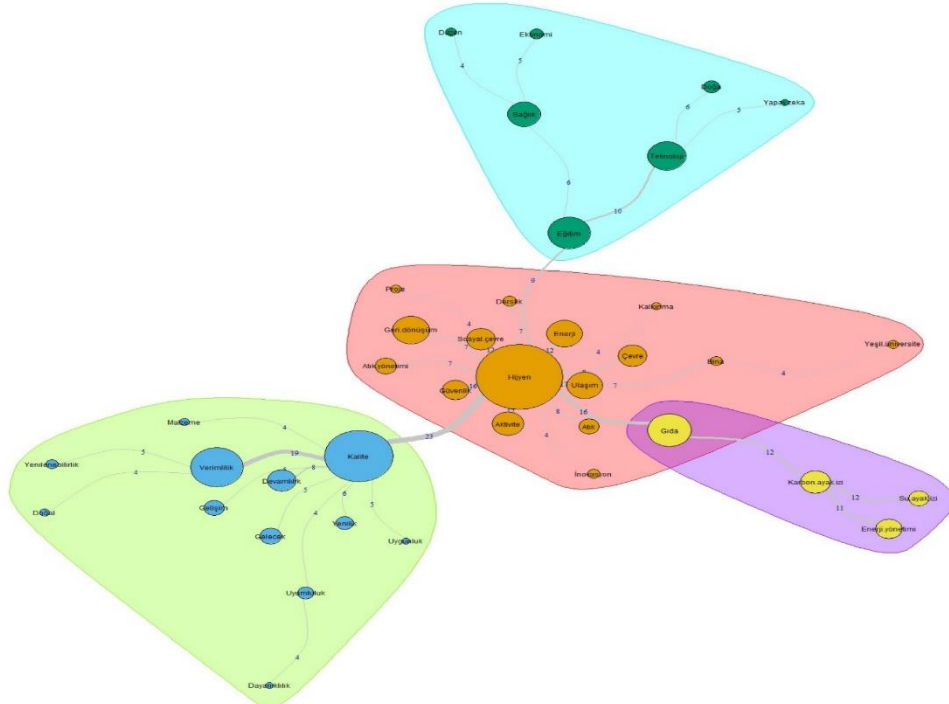
Önem Ort. \leq 3.89			Önem Ort. $>$ 3.89			
Merkezi Çekirdek			Birinci Çevresel Alan			
Kelime	f	Ort.	Kelime	f	Ort.	
Frekans \geq 12.75	Kalite	50	3.40	Hijyen	65	4.06
	Verimlilik	38	3.84	Enerji	25	4.88
	Gıda	33	3.67	Ulaşım	25	4.28
	Eğitim	30	2.90	Aktivite	22	4.95
	Teknoloji	27	3.40	Devamlılık	21	4.19
	Geri dönüşüm	26	3.62	Karbon ayak izi	21	4.19
	Sağlık	23	2.87	Sosyal çevre	20	4.15
	Çevre	20	3.85	Atık	14	5.71
	Güvenlik	18	3.61	Gelişim	14	4.14
	Enerji yönetimi	18	3.22	Su ayak izi	14	4.50
	Gelecek	15	3.07			
	Atık Yönetimi	15	3.80			
Çelişen Unsurlar Alanı			İkinci Çevresel Alan			
Kelime	f	Ort.	Kelime	f	Ort.	
Frekans $<$ 12.75	Doğa	11	3.72	Yenilik	12	4.00
	Kaynak	10	3.40	Uyumluluk	11	4.27
	Derslik	9	3.22	Ekonomi	9	4.33
	İnovasyon	8	3.38	Yenilenebilirlik	8	4.75
	Bina	8	3.75	Yeşil üniversite	7	5.43
	İhtiyaç	7	3.57	Proje	7	4.43

Sorumluluk	6	3.17	Düzen	7	4.57
Yenilenebilir enerji	6	2.67	Çalışmak	7	4.86
Akademik kadro	6	2.67	Doğal	6	4.50
Kalkınma	6	2.33	Bilim	6	4.33
Disiplin	6	2.67	Tüketim	6	6.00
Dayanıklılık	5	3.40	Tasarruf	6	4.00
Başarı	5	2.80	Malzeme	6	4.67
Su	5	3.60	Uygunluk	5	4.40
Yapay zekâ	5	3.80	Ağaçlandırma	5	4.80
Yaşam	4	3.75	Ulaşılabilirlik	5	5.40
Sosyal sorumluluk	4	2.25	Çevreyi koruma	5	4.00
Organizasyon	4	3.75	İklim krizi	5	4.40
Dönüşüm	4	2.75	Koruma	4	4.25
Uygulama	4	3.25	Farkındalık	4	4.25
Dünya	4	3.75	Akreditasyon	4	6.00

Tablo 1 incelendiğinde, “yükseköğretimde sürdürülebilirlik” sosyal temsiliinin merkezi çekirdeğinde “kalite”, “verimlilik”, “gıda”, “eğitim”, “teknoloji”, “geri dönüşüm”, “sağlık”, “çevre”, “güvenlik”, “enerji yönetimi”, “gelecek” ve “atık yönetimi” kelimelerinin yer aldığı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, katılımcıların “yükseköğretimde sürdürülebilirlik” sosyal temsillerinin bu alanda yer alan anlamlar üzerinden şekillendiği söylenebilir. Merkezi çekirdeği destekleme ve somutlaştırma görevi bulunan birinci çevresel alan incelendiğinde, bu alanda “hijyen”, “enerji”, “ulaşım”, “aktivite”, “devamlılık”, “karbon ayak izi”, “sosyal çevre”, “atık”, “gelişim” ve “su ayak izi” kelimelerinin yer aldığı anlaşılmaktadır. Küçük bir insan grubu için merkezi çekirdek rolünü üstlendiği düşünülen çelişen unsurlar alanı incelendiğinde, bu alanda yer alan ve en önemli görülen başlıca kelimelerin “sosyal sorumluluk”, “kalkınma”, “akademik kadro”, “yenilenebilir enerji” ve “dönüşüm” olduğu fark edilmektedir. Kişilerarası farklılıklara işaret edebilecek olan ikincil çevresel alanda ise frekans açısından öne çıkan kelimelerin “yenilik”, “uyumluluk” ve “ekonomi” olduğu görülmektedir. Ayrıca bu alanda “yeşil üniversite”, “ağaçlandırma”, “çevreyi koruma” ve “iklim krizi” gibi ifadeler de yer almıştır.

4.3. Benzerlik Analizi Bulguları

Yükseköğretimde sürdürülebilirlik sosyal temsillerinin bilişsel organizasyonu ve yapısı konusunda daha fazla bilgi ortaya çıkarabilmek adına benzerlik analizinden yararlanılmıştır. Benzerlik analizi için çağrışımlar arası ilişkiye yönelik frekans eşiği 3 olarak alınmıştır. Analiz sonucunda elde edilen grafik Şekil 1’de sunulmuştur.



Şekil 1. Yükseköğretimde Sürdürülebilirlik Kavramına Yönelik Benzerlik Analizi Grafiği

Şekil 1’de görülebileceği üzere, yükseköğretimde sürdürülebilirlik kavramına yönelik çağrışımlar “hijyen”, “kalite”, “gıda” ve “eğitim” üzerinden şekillenmiştir. “Hijyen” kelimesi, “güvenlik”, “ulaşım”, “atık”, “enerji”, “aktivite”, “sosyal çevre” gibi çağrışımları beraberinde getirmiştir. “Kalite” kelimesi en çok “verimlilik”, “gıda” kelimesi en çok “karbon ayak izi” ve “su ayak izi”, “eğitim” en çok “teknoloji” kelimesi ile kullanılmıştır.

4.4. Olumluluk Düzeylerinin İncelenmesi

Öncelikle katılımcıların “yükseköğretimde sürdürülebilirlik” kavramına yönelik olumluluk değerlendirmeleri yeniden kodlanmıştır (1 = çok olumsuz; 5 = çok olumlu). Ardından her katılımcı için ortalama olumluluk puanı hesaplanmıştır. Son olarak tüm katılımcıların olumluluk puanlarının ortalamaları alınmıştır. Katılımcıların “yükseköğretimde sürdürülebilirlik” kavramına yönelik değerlendirmelerinin ortalaması 3.89’dur ($SS = 0.95$). Bu durum, sürdürülebilirlik kavramının sıklıkla olumlu çağrışımlar üzerinden inşa edildiğinin işareti olarak değerlendirilebilir.

5. TARTIŞMA

Yükseköğretim kurumları dünyanın gelecekteki karar vericilerini ve toplumu eğiterek ortak değerlerin şekillendiricisi rolüne sahip olduklarından; sürdürülebilirliğe yönelik bilincin oluşmasında, içselleştirilmesinde, sürdürülebilir kalkınmanın toplumsal ve çevresel etkilerinin yaygınlaştırılmasında stratejik bir öneme sahiptir. Bu önem doğrultusunda, yükseköğretim kurumlarında sürdürülebilirlik meselesi yarım yüzyılı aşkın bir süredir ele alınmaktadır (Wright, 2002: 106). Günümüzde ise üniversiteler bir taraftan sürdürülebilirlik ile ilişkili komite/koordinatörlükler açarak stratejik planlar geliştirirken, diğer taraftan uluslararası kabul gören göstergelere göre sürekli olarak değerlendirilmektedir.

Ancak yükseköğretim kurumlarının paydaşları için sürdürülebilirlik kavramının ortak ve kapsamlı bir inşası sağlanabilmekte midir? Yükseköğretimde sürdürülebilirlik kavramı ekolojik, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik süreçlerini içinde barındıran kompleks bir kavramdır (Amrina ve Imansuri, 2015: 12). Öte yandan topluluklar bir kavramın sosyal temsilini, önceden var olan sosyal temsilleri ve iletişim yolu ile inşa ederler. Sahip oldukları sosyal temsiller ise davranışlarına kılavuzluk eder (Moscovici, 1984: 12-13; 2000: 26-28). Bu perspektiften bakıldığında bir yükseköğretim kurumunda sürdürülebilirlik kavramına yönelik sosyal temsillerin ortaklığının, davranışa yönelik ortaklığı da beraberinde getirmesi beklenebilir. Aksi halde, yönetsel düzeyde gerçekleştirilen eylemlerin paydaşlara tekabül etmediği ileri sürülebilir. Sürdürülebilirlik için inşa edilen sosyal temsillerin, onun kompleks yapısını ne derece kapsadığı da önemli bir başka sorundur. Sürdürülebilirliğin, belirli yönlerini dışlayan sosyal temsillerin varlığı, onun ihmal edilen yönlerine işaret edebilir ve bunların keşfi yeni stratejiler geliştirilmesine olanak sağlayabilir. Buradan hareketle, şimdiki çalışmada, Sürdürülebilirlik Koordinatörlüğüne ve koşullu akreditasyona bir yükseköğretim kurumunda, üniversitelerin en önemli paydaşları ve gelecek nesillerin temsilcisi olan öğrencilerinin “yükseköğretimde sürdürülebilirlik” kavramına yönelik sosyal temsillerinin keşfedilmesi amaçlanmıştır.

Çalışmada elde edilen en önemli bulgulardan biri, “yükseköğretimde sürdürülebilirlik” kavramına yönelik çeşitlilik ve nadirlik indekslerinin yüksekliğidir. Bu bulgu, söz konusu kurumda sürdürülebilirlik kavramına yönelik ortak bir anlamın henüz yeterince gelişmediğine işaret etmektedir. Kurum bağlamında düşünüldüğünde, Sürdürülebilirlik Koordinatörlüğüne göre yeni açılmış olmasının bu bulguda etkisi olduğu düşünülebilir. Öte yandan sürdürülebilirlik kavramı ile ilişkili gençler arasında toplumsal bir farkındalık eksikliğinin olası bir işareti olarak değerlendirmek de mümkündür.

Bir başka önemli bulgu, yükseköğretimde sürdürülebilirlik” kavramının merkezinde “kalite” kavramının yer almasıdır. Bu bulgunun iki olası nedeni olduğu düşünülebilir. İlki, bağlamdan bağımsız olarak “kaliteli” olanın sürdürülebilir olduğuna yönelik inançtır. İkincisi ise söz konusu yükseköğretim kurumunun kendi özellikleri doğrultusunda anlaşılabilir. Veri toplama sürecinin gerçekleştiği üniversitenin Kalite Güvencesi Ofisi, 2019 yılı itibarıyla etkin bir biçimde akreditasyon çalışmalarına başlamış ve kalite güvencesi konusunda paydaşlarına çok sayıda eğitim vermiştir. 2021 yılında YÖKAK tarafından 2 yıllık akreditasyona uygun bulunmuş olan kurum, hâlihazırda 5 yıllık akreditasyon için gerekli olan değerlendirme sürecine hazırlanmaktadır. Öğrenciler, resmi web sayfası ve sosyal medya hesaplarının yanı sıra, yönetim tarafından düzenlenen etkinliklerde ve derslerle ilişkili süreçlerde (örn., ders izlenceleri için Bologna’nın takibi, sınav sorularının öğrenim çıktılarıyla ilişkisinin verilmesi vb.) açık ya da örtük bir biçimde “kalite” ifadesi ile karşılaşmaktadır. Dolayısıyla “sürdürülebilirlik” gibi görece kurumsal bir ifadeyi, bir başka kurumsal ifade olan “kalite” kavramı üzerinden anlamlandırmaya ve açıklamaya çalışmaları mümkündür. Öte yandan bu bulgu, sürdürülebilirlik kavramının kendisinin yeterince içselleştirilmemiş olduğu çıkarımını da düşündürmektedir.

Sosyal temsil yapısı ve içeriği incelendiğinde, sürdürülebilirliğin çevresel mesellere yönelik çeşitli çağrışımlar üzerine inşa edildiği anlaşılmaktadır. “Geri dönüşüm”, “çevre”, “atık yönetimi”, “karbon ayak izi”, “su ayak izi”, “doğa”,

“ağaçlandırma”, “çevreyi koruma” ve “iklim krizi” çağrışımları buna örnektir. Günümüzde, çevresel sorunların hat safhaya ulaşmış olmasının bu gelişmede rol oynadığını düşünmek mümkündür. Özellikle son yıllarda çevre meselelerine yönelik artan medya/sosyal medya ilgisinin bu bulguda rolü de yadsınamaz. Öte yandan sosyal temsiller incelendiğinde, sürdürülebilirlik ile ilişkili sosyal ve ekonomik kapsamların, sürdürülebilirliğin paylaşılan anlamında kendine yeterince yer bulamadığı dikkat çekmektedir. Sürdürülebilirliğin bütüncül olarak kavranışındaki bu eksiklik, Sonetti ve arkadaşları (2021) tarafından yapılan çalışmanın bulgularıyla da tutarlıdır.

Son olarak, ikinci çevresel alanda yer alan çağrışımların önemli olduğu düşünülebilir. Çok sayıda kişi tarafından bildirilmiş; ancak görece düşük önem atfedilmiş bu ifadelerin başında “hijyen” kelimesi gelmektedir. Aynı alanda yer alan “ulaşım” ve “sosyal çevre” kelimeleri ile düşünüldüğünde ve bağlam göz önünde bulundurulduğunda, öğrencilerin bu ifadelerinin kurumdan karşılanmasını bekledikleri ihtiyaçları ile örtüştüğü söylenebilir.

6. SONUÇ

Bu çalışma, Türkiye’de ilk kez sürdürülebilirlik kavramına yönelik sosyal temsilleri keşfedilmesine imkân sağlamış olması açısından önemlidir. Elde edilen bulgular bir arada değerlendirildiğinde, “yükseköğretimde sürdürülebilirlik” kavramının öğrenciler arasında ortak ve kapsamlı bir biçimde inşa edilmediği anlaşılmaktadır. Onlar bu kavramı, daha fazla muhatabı oldukları bir başka kurumsal kavram olan “kalite” kavramı, ekolojik sorunlar ve üniversite bünyesindeki ihtiyaçları üzerinden inşa ediyor gibi gözükmektedirler. Ancak elde edilen bulguların, tek bir kurumun kültürünü yansıttığı gözden kaçırılmamalıdır. Ayrıca, verilerin toplandığı yükseköğretim kurumunda 21 fakülte bulunmasına karşın, çevrimiçi katılım kısıtlı sayıda fakülteye kayıtlı öğrenciler ile sınırlı kalmıştır. Gelecek çalışmaların Türkiye’deki farklı kurumları kapsayacak şekilde yürütülmesi önerilebilir. Buna ek olarak, yükseköğretim kurumlarının diğer önemli paydaşları olan akademik ve idari kadrolarında sürdürülebilirlik kavramının inşasının nasıl gerçekleştiğini incelemek de sürdürülebilirlik stratejilerinin geliştirilmesine fayda sağlayabilir.

Öte yandan elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda yükseköğretim kurumları için önerilerde bulunmak da mümkündür. Bu kapsamda yükseköğretim kurumlarının kurumsal sürdürülebilirlik çalışmaları çerçevesinde öğrencilerin ve toplumun farkındalığını arttırmaya yönelik çalışmalar yürütmesinin önem arz ettiği görülmektedir. Sosyal, ekolojik ve ekonomik sürdürülebilirliğe yönelik öğrenci kulüplerinin farkındalığının artırılması, BAP projeleri kapsamında lisans öğrencilerinin sürdürülebilirlik ile ilişkili projelerinin desteklenmesi ve varsa bu desteklere yönelik bütçenin artırılması da bu bağlamda düşünülebilir.

Üst yönetimin süreci sahiplenmesi ve kurum akademik personelinin öğrenci katılımıyla birlikte, Sivil Toplum Kuruluşları ve belediyeler ile ortak BM, Avrupa Birliği ve Kalkınma Ajansı projeleri gerçekleştirmesi de yaygın etki açısından önem arz etmektedir. Ayrıca üniversiteler müfredat ve araştırma programlarında yer alan sürdürülebilirlik faaliyetlerine yönelik ders ve çalışmaları eleştirel düşünce ve anlamlı öğrenme süreçleri açısından iç ve dış paydaş katılımıyla öğrenci iş yükü, program çıktıları ve öğrenme kazanımı ilişkisini de dikkate alacak biçimde yeniden gözden geçirmeli ve tüm bölümleri kapsayacak şekilde yaygınlaştırmalıdır.

7. KAYNAKÇA

- ABRIC, J. C. (1993). “Central System, Peripheral System: Their Functions and Roles in the Dynamics of Social Representations”. *Papers on Social Representations*, 2(2): 75-78.
- ALFIREVIĆ, N., MIHANOVIĆ, D., PETKOVIĆ, S. (2019). “Higher Education Students' Understanding Of Natural And Social Sustainability: Preliminary Empirical Research In South East Europe”. 7th Redete Conference Researching Economic Development and Entrepreneurship in Transition Economies.
- AMRINA, E., ve IMANSURI, F. (2015). “Key Performance Indicators For Sustainable Campus Assessment: A Case Of Andalas University”. Mitsuo Gen vd., (Ed.), *Industrial Engineering, Management Science and Applications 2015* (11-18). Springer, London.
- BOZOĞLU, O., ve CIĞERİM, E. (2022). “Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Kalkınma Ve Sürdürülebilir Üniversiteler”. *Socrates Journal of Interdisciplinary Social Studies*, 18: 146-158.
- CARADONNA, J. L. (2014). *Sustainability: A history*. Oxford University Press.
- DANY, L., URDAPILLETA, I. ve Lo MONACO, G. (2015). “Free Associations And Social Representations: Some Reflections On Rank-Frequency And Importance-Frequency Methods”. *Quality & Quantity*, 49(2): 489-507.

- DOISE, W., CLEMENCE, A. ve LORENZI-CIOLDI, F. (1993). "The Quantitative Analysis of Social Representations". Routledge.ELMASSAH, S., BILTAGY, M. ve GAMAL, D. (2022). "Framing The Role Of Higher Education In Sustainable Development: A Case Study Analysis". *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 23(2): 320-355.
- FILHO, L. vd. (2019). "The Role Of Higher Education Institutions In Sustainability Initiatives At The Local Level". *Journal of Cleaner Production*, 233: 1004-1015.
- FINNVEDEN, G., NEWMAN, J., VERHOEF, L. A. (2019). "Sustainable Development And Higher Education: Acting With A Purpose". *Sustainability*, 11(14): 3831.
- FISSI, S., ROMOLINI, A., GORI, E. ve CONTRI, M. (2021). "The Path Toward A Sustainable Green University: The Case Of The University Of Florence". *Journal of Cleaner Production*, 279: 1-9.
- GÜNERHAN, S., & GÜNERHAN, H. (2016). "Türkiye İçin Sürdürülebilir Üniversite Modeli". *Mühendis ve Makina*, 57(682): 54-62.
- KLEIN, L L., DE GUIMARÃES, J.C.F., SEVERO, E.A., DORION, E.C.H. ve SCHIRMER FELTRIN, T. (2023). "Lean Practices Toward A Balanced Sustainability In Higher Education Institutions: A Brazilian Experience". *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 24(2): 259-278.
- LO MONACO, G., PIERMATTÉO, A., RATEAU, P. ve TAVANI, J. L. (2017). "Methods for Studying the Structure of Social Representations: A Critical Review and Agenda for Future Research". *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 47(3): 306-331.
- MOSCOVICI, S. (2000). "The Phenomenon Of Social Representations". S. Moscovici ve G. Duveen (Ed.), *Social Representations: Explorations In Social Psychology (18-77)*. Cambridge University Press
- MOSCOVICI, S. (1984). "The Phenomenon Of Social Representations". R. M. Farr ve S. Moscovici (Ed.), *Social Representations (3-70)*. Cambridge University Press.
- NASIR, V. A. (2012). "Sürdürülebilir Kalkınma İçin Yükseköğretim Politika Ve Stratejileri". *Yükseköğretim Dergisi*, 2(3), ss. 137-141.
- OROSZ, G. ve ROLAND-LÉVY, C. (2013). "Social Representation of Competition and Fraud". *Citizenship Teaching & Learning*, 8(2): 157-177.
- ÖZTÜRK, M. (2018). "Response Of Educational Research In Turkey To The UN Decade Of Education For Sustainable Development". *Asia Pacific Education Review*, 19: 573-586.
- RAMÍSIO, P. J., PINTO, L. M. C., GOUVEIA, N., COSTA, H. ve AREZES, D. (2019). "Sustainability Strategy In Higher Education Institutions: Lessons Learned From A Nine-Year Case Study". *Journal of Cleaner Production*, 222: 300-309.
- RAMPASSO, I.S., ANHOLON, R., QUELHAS, O.L.G., VELAZQUEZ, L. ve MAC-LEAN, C. (2023). "Guest Editorial: Latin American Perspectives On Sustainability In Higher Education". *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 24(2): 233-234.
- RATEAU, P., MOLINER, P., GUIMELLI, C. ve ABRIC, J. (2012). "Social Representation Theory". P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski ve E. T. Higgins (Ed.), *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 2 (477-497)*. Sage Publications.
- RODRIGUES, H., BALLESTER, J., SAENZ-NAVAJAS, M. P. ve VALENTIN, D. (2015). "Structural Approach of Social Representation: Application to the Concept of Wine Minerality in Experts and Consumers". *Food Quality and Preference*, 46: 166-172.SONETTI, G., SARRICA, M. ve NORTON, L. S. (2021). "Conceptualization Of Sustainability Among Students, Administrative And Teaching Staff Of A University Community: An Exploratory Study In Italy". *Journal of Cleaner Production*, 316, 128292: 1-9.
- TANÇ, G., TANÇ, Ş., ÇARDAK, A., YAĞLI, D. İ. (2022). "Türkiye'deki Üniversitelerin Sürdürülebilirlik Çalışmalarının İncelenmesi". *Muhasebe ve Denetim Bakış Dergisi*, 66: 83-100.
- UNESCO (2017). "Guidelines On Sustainability Science In Research And Education". <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000260600>

- RUSINKO, C.A. (2010). "Integrating Sustainability In Higher Education: A Generic Matrix". *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 11(3): 250-259.
- VAN WEENEN, H. (2000). "Towards A Vision Of A Sustainable University". *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 1(1): 20-34.
- VELAZQUEZ, L., MUNGUIA, N., PLATT, A. ve TADDEI, J. (2006). "Sustainable University: What Can Be The Matter?" *Journal of Cleaner Production*, 14(9-11): 810-819.
- WRIGHT, T. S. (2002). "Definitions and Frameworks For Environmental Sustainability In Higher Education". *Higher Education Policy*, 15(2): 105-120.
- WRIGHT, S. ve SHORE, C. (2017). *Death of The Public University?: Uncertain Futures For Higher Education In The Knowledge Economy*. Berghahn Books, New York.