



mersin üniversitesi
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

THE JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE INSTITUTE OF
mersin university

e-ISSN: 2602-4608

GÜZ / AUTUMN 2024

Cilt-Volume: 8 / Sayı-Issue: 1

Sahibi

Prof. Dr. Y. Gürhan TOPÇU
Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Adına

Editör

Prof. Dr. Y. Gürhan TOPÇU

Editör Yardımcısı

Dr. Öğr. Üyesi Ender GÜRGEN

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Y. Gürhan TOPÇU
Prof. Dr. Kemal BİRDİR
Prof. Dr. Levent YAYLAGÜL
Prof. Dr. Aslıhan DOĞAN TOPÇU
Prof. Dr. Ayşe AZMAN
Prof. Dr. Bülent ARI
Prof. Dr. Candan ÜLKÜ
Prof. Dr. H. Dilek BATISLAM
Prof. Dr. İsmail İŞCEN
Prof. Dr. Nilgün ÇIBLAK COŞKUN
Prof. Dr. Serhat HARMAN
Prof. Dr. Turgay BUCAK
Prof. Dr. Sibel ÜNALAN ÖZDEMİR
Prof. Dr. Aydan ÖZSOY
Prof. Dr. Adem YILMAZ
Prof. Dr. Aslıhan ARDIÇ ÇOBANER
Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ
Doç. Dr. Savaş MARAŞLI
Doç. Dr. Aslı SAĞIROĞLU ARSLAN

Sekretarya

Dr. Öğr. Üyesi Edip AYGÜLER
Arş. Gör. Dr. Semra AKINCI SAÇARALP

Yabancı Dil Editörü

Öğr. Gör. Dr. Nermin ALKAN

Türkçe Dil Editörü

Öğr. Gör. Dr. Çiğdem KALEGERİ

Dergi Grafik Tasarım

Öğr. Gör. Elif ÖZLER LEKESİZ

Yayın

Yerel süreli e-yayın
e-ISSN: 2602-4608
Aralık/December 2024
Cilt/Volume: 8 Sayı/Issue:1

Adres

Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Çiftlikköy Kampüsü Sağlık, Kültür ve Spor Daire
Başkanlığı Binası, Zemin Kat (İletişim Fakültesi Karşısı)
33343, Yenişehir / Mersin
Tel: 0324 361 00 01 /17611
Faks: 0324 361 02 87
e-posta: sbedergi@mersin.edu.tr

DANIŞMA

Kurulu

- Prof. Dr. Suavi Ahipaşaoglu (Cumhuriyet Ünv.)
 Prof. Dr. Canan Parla (Anadolu Ünv.)
 Prof. Dr. Açalıya Allmer (Dokuz Eylül Ünv.)
 Prof. Dr. Muna Yüceol Özözen (Çukurova Ünv.)
 Prof. Dr. Maria Rosa Anttognazze (King's College)
 Prof. Dr. Abuzer Pınar (Harran Ünv.)
 Prof. Dr. Ayşe Azman (Mersin Ünv.)
 Prof. Dr. Musa Yaşar Sağlam (Hacettepe Ünv.)
 Prof. Dr. Hanife Dilek Batislam (Çukurova Ünv.)
 Prof. Dr. Cemal Sakallı (Mersin Ünv.)
 Prof. Dr. Nazlı Bayram (Yaşar Ünv.)
 Prof. Dr. Fulya Sarvan (Akdeniz Ünv.)
 Prof. Dr. Fatma Cana Bilsel (ODTÜ)
 Prof. Dr. Bahar Taner (Mersin Ünv.)
 Prof. Dr. Hamdi Brova (Ankara Ünv.)
 Prof. Dr. Orhan Tekelioğlu (Sakarya Ünv.)
 Prof. Dr. Alev Bulut (İstanbul Ünv.)
 Prof. Dr. Aslıhan Doğan Topçu (Mersin Ünv.)
 Prof. Dr. Fatih Cin (Çukurova Ünv.)
 Prof. Dr. Nadir Engin Uzun (İstanbul Okan Ünv.)
 Prof. Dr. Serap Çabuk (Çukurova Ünv.)
 Prof. Dr. Candan Ülkü (Mersin Ünv.)
 Prof. Dr. A. Celil Çakıcı (Mersin Ünv.)
 Prof. Dr. Ali Yakıcı (Gazi Ünv.)
 Prof. Dr. Cemile Çelik (Mersin Ünv.)
 Prof. Dr. Azmi Yalçın (Çukurova Ünv.)
 Prof. Dr. İsmail H. Demirdöven (Hacettepe Ünv.)
 Prof. Dr. Mehmet İsmail Yağcı (Mersin Ünv.)
 Prof. Dr. Ali Deran (Niğde Ömer Halisdemir Ünv.)
 Prof. Dr. Faruk Yücel (Ege Ünv.)
 Prof. Dr. Murat Durukan (Mersin Ünv.)
 Prof. Dr. Aysun Yüksel (Anadolu Ünv.)
 Prof. Dr. Fikret Dülger (Çukurova Ünv.)
 Doç. Dr. Pınar İbe Akcan (Mersin Ünv.)
- Prof. Dr. İclal Ergenç (Ankara Ünv.)
 Prof. Dr. Ertan Eğribel (İstanbul Ünv.)
 Prof. Dr. Efrumiye Ertekin (Mersin Ünv.)
 Prof. Dr. Nezihe Figen Ersoy (Anadolu Ünv.)
 Prof. Dr. Murat Ferman (Anadolu Ünv.)
 Prof. Dr. Zeliha Göker (Akdeniz Ünv.)
 Prof. Dr. Doğan Gürsoy (Washington State Ünv.)
 Prof. Dr. Murat Hançer (Univ. Of Central Florida,
 Prof. Dr. Lars Johanson (Johannes Gutenberg Ünv.)
 Prof. Dr. Orhan İçöz (Dokuz Eylül Ünv.)
 Prof. Dr. Kurtuluş Karamustafa (Erciyes Ünv.)
 Prof. Dr. Nevzat Kaya (Dokuz Eylül Ünv.)
 Prof. Dr. İsmail Kızılırmak (İstanbul Ünv.)
 Prof. Dr. O. Avşar Kurgun (Dokuz Eylül Ünv.)
 Prof. Dr. Yıldırım Beyazıt Önal (Çukurova Ünv.)
 Doç. Dr. Gürkan Akdağ (Mersin Ünv.)
 Prof. Dr. Yılmaz Akgündüz (Dokuz Eylül Ünv.)
 Doç. Dr. Oğuz Alp (Anadolu Ünv.)
 Doç. Dr. Bülent Arı (Mustafa Kemal Ünv.)
 Prof. Dr. Hasan Gül (Samsun 19 Mayıs Ünv.)
 Prof. Dr. Mehmet İnce (Mersin Ünv.)
 Prof. Dr. İhsan Kamalak (Mersin Ünv.)
 Prof. Dr. Yakup Karabacak (Akdeniz Ünv.)
 Doç. Dr. Ayhan Karakaş (Çukurova Ünv.)
 Prof. Dr. Refiye Okuşluk Şenesen (Çukurova Ünv.)
 Doç. Dr. Ufuk Özcan (İstanbul Ünv.)
 Doç. Dr. Veli Kargı (Mersin Ünv.)
 Doç. Dr. Uysal Yenipınar (Mersin Ünv.)
 Dr. Öğr. Üyesi Murat Göç (Pamukkale Ünv.)
 Dr. Öğr. Üyesi Ercan Aşkın (Karamanoğlu Mehmet
 Bey Ünv.)
 Dr. Öğr. Üyesi Elif Arıca Akkök (Ankara Ünv.)
 Dr. Öğr. Üyesi H. Ertuğ Ergürer (Karamanoğlu
 Mehmet Bey Ünv.)

Cilt 8 Sayı 1
Hakemleri

Prof. Dr. Ahmet ÜNAL	Boğaziçi Üniversitesi
Prof. Dr. Aslı ÖZYAR	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Deniz KAPLAN	Milli Savunma Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa BEKMEZCİ	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Necdet AYSAL	Manisa Celal Bayar Üniversitesi
Doç. Dr. Cemre BOLGÜN	Toros Üniversitesi
Doç. Dr. Gökçe MANAVGAT	İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi
Doç. Dr. Özlem Toplu YILMAZ	Uşak Üniversitesi
Doç. Dr. Tüba KARAHİSAR	Bayburt Üniversitesi
Doç. Dr. Yılmaz Onur ARİ	Tarsus Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Çağrı AYALP	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Gökhan BARAL	Anadolu Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Burcu ÇALIKUŞU AYKANAT	

İÇİNDEKİLER

Künye

I

Danışma Kurulu

II

Hakemler

III

İçindekiler

IV

Editörden

V

Makaleler

Sınır Ötesi E-Ticaret: E-İhracat İle Küresel Pazarlara Açılmak

M. Burak Tüfenk

1-19

Sanal İletişim, Sanal İşbirliği ve Örgütsel Sosyalleşme Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesi

Mustafa Gökhan Kılıçarslan, Metin Reyhanoglu

20-36

Mersin Büyükşehir Belediyesi Yaşlı Hizmetlerinin Değerlendirilmesi

Mehmet Enes Salkın, Ergüder Moroğlu

37-50

EDİTÖRDEN

*Merhaba değerli okuyucular,
2024 yılına veda ettiğimiz bugünlerde,
Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi'nin 2024 Aralık sayısını
sizlerle paylaşmanın mutluluğunu yaşıyoruz.
Sekizinci yaşımızı tamamlarken
dergimizin akademik kalitesini artırmaya yönelik
hedeflerimiz doğrultusunda 2025 yılında da çalışmaya devam edeceğiz.
Bu sayıda dergimize başvuran birçok makale arasından
hakem süreçlerini geçen üç makaleyi sizlerle buluşturuyoruz.
Dergimizdeki makalelerin değerlendirilmesinde
zamanını, bilgisini ve emeğini esirgemeyen tüm hakemlerimize,
dergi yayın ekibimizde yer alan editör yardımcımız **Dr. Öğretim Üyesi Ender GÜRGEN'e**,
dergi sekreteryasını yürüten **Dr. Öğretim Üyesi Edip AYGÜLER'e**,
Arş. Gör. Dr. Semra AKINCI SAÇARALP'e,
Türkçe dil editörü **Öğr. Gör. Dr. Çiğdem KALEGERİ'ye**,
yabancı dil editörü **Öğr. Gör. Dr. Nermin ALKAN'a** ve
mizanpaj editörü **Öğr. Gör. Elif ÖZLER LEKESİZ'e** çok teşekkür ediyorum.
Elbette en büyük teşekkürü büyük emeklerle hazırlanmış çalışmalarını
dergimize gönderen yazarlarımıza ve okuyucularımıza borçluyuz.*

Editör

Prof. Dr. Y. Gürhan TOPÇU

M. Burak Tüfenk (buraktufenk@hotmail.com.tr, ORCID: 0000-0002-6757-395X)
Ticaret Bakanlığı, V.H.K.İ

<https://doi.org/10.55044/meusbd.1466658>

08.04.2024

Geliş Tarihi
Submitted

19.09.2024

Kabul Tarihi
Accepted

Araştırma Makalesi
Research Article

SINIR ÖTESİ E-TİCARET: E-İHRACAT İLE KÜRESEL PAZARLARA AÇILMAK

Özet

Günümüzde, teknolojinin hızla ilerlemesi ve internetin yaygınlaşmasıyla birlikte iş dünyası, önemli bir dönüşüm sürecinden geçmektedir. Bu dönüşüm, özellikle e-ticaretin bir alt dalı olarak ortaya çıkan e-ihracat aracılığıyla, küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ'ler) küresel pazarlara açılma sürecini önemli ölçüde etkilemiştir. İnternetin yaygın kullanımı ve teknolojik ilerlemeler sayesinde, işletmeler coğrafi ve ekonomik sınırları aşarak uluslararası pazarlara erişimlerini kolaylaştırmaktadır. Bu çalışma, e-ihracatın dinamiklerini derinlemesine inceleyerek, KOBİ'lerin küresel pazarlara açılma süreçlerinde karşılaştıkları fırsatları ve zorlukları ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmada, bu amaç doğrultusunda kapsamlı bir literatür taraması yapılmış ve nitel analiz yöntemleri kullanılarak e-ihracatın mevcut durumu ve gelecekteki potansiyeli değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçları, e-ihracatın yeni pazarlara erişim sağlama, iş modeli yeniliği yapma ve müşteri tabanını genişletme gibi çeşitli avantajlar sunduğunu; lojistik, gümrük mevzuatı ve ödeme sistemlerindeki zorlukların ise bu avantajların tam olarak kullanılmasını engellediğini göstermektedir. Çalışma, bu engellerin üstesinden gelmek için hükümetlerin ve işletmelerin uygulayabileceği stratejiler önermektedir. Araştırma, e-ihracatın küresel ticaretteki öneminin artacağını ve başarısının, bu zorlukların üstesinden gelinmesine bağlı olduğunu vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: E-Ticaret, E-İhracat, KOBİ'ler, Küresel Pazarlar

CROSS-BORDER E-COMMERCE: EXPANDING INTO GLOBAL MARKETS VIA E-EXPORT

Abstract

In today's world, with the rapid advancement of technology and the widespread use of the internet, the business world is undergoing a significant transformation. This transformation, particularly through e-export (a subsidiary of e-commerce), has significantly impacted the entry of SMEs into global markets. The widespread use of the internet and technological advancements facilitate businesses' access to international markets, overcoming geographical and economic boundaries. This study aims to examine the dynamics of e-export, highlighting the opportunities and the challenges that SMEs face when entering global markets. The study conducted an extensive literature review and used qualitative analysis methods to assess the current situation and future potential of e-export. Research results show that while e-export offers various advantages such as accessing new markets, business model innovation, and expanding customer bases, challenges in logistics, customs regulations, and payment systems hinder the full utilization of these advantages. The study suggests strategies for governments and enterprises to overcome these barriers. Research highlights that the importance of e-export in global trade is expected to grow, and its success is closely tied to overcoming these challenges.

Keywords: E-commerce, E-export, SMEs (Small and Medium-sized Enterprises), Global markets

GİRİŞ

Dijitalleşmenin sınırları yeniden çizdiği günümüz dünyasında, küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ'ler) küresel pazarlara erişimini kolaylaştıran devrimsel bir araç olarak e-ihracat ön plana çıkmaktadır. Teknolojik ilerlemeler ve özellikle Covid-19 pandemisi gibi küresel olaylar, işletmelerin geleneksel ticaretin getirdiği sınırlamaları aşarak yeni pazarlara açılma süreçlerini hızlandırmasına, ekonomik sınırları genişletmesine ve iş modellerini dönüştürmesine olanak tanımıştır. Ancak, e-ihracatın sunduğu bu eşsiz fırsatlar, aynı zamanda gümrük düzenlemeleri, lojistik süreçler ve ödeme sistemlerindeki karmaşıklıklar gibi çeşitli zorlukları da beraberinde getirmektedir. Bu zorluklar e-ihracatın potansiyelinden tam olarak yararlanmayı engelleyen temel faktörler arasında yer almaktadır.

Bu çalışma, e-ihracatın inceliklerine detaylı bir bakış atarak, küçük ve orta ölçekli işletmelerin uluslararası arenada kendilerini nasıl konumlandıklarını tespit etmeyi, karşılaştıkları engeller ve yakaladıkları fırsatlar üzerine yoğunlaşmayı hedeflemektedir. Araştırma, e-ihracatın mevcut durumunu ve gelecekteki potansiyelini anlamaya yönelik niteliksel bir yaklaşım benimsemektedir. Araştırma sonuçları, e-ihracatın işletmeler için yeni pazarlara erişim, iş modeli yenilikleri ve müşteri tabanını genişletme gibi çeşitli fırsatlar sunduğunu göstermektedir. Ancak, lojistik sorunlar, gümrük mevzuatı ve ödeme sistemlerindeki zorluklar bu fırsatların tam anlamıyla değerlendirilmesini engellemektedir. Araştırma, bu engelleri aşmak için hem hükümetlerin hem de işletmelerin izleyebileceği stratejilere ışık tutmaktadır. Özellikle, e-ihracatın küresel ticaretteki önemi arttıkça, bu zorlukların üstesinden gelen işletmelerin başarı şansının daha yüksek olduğu vurgulanmaktadır. Sonuç olarak, bu çalışma, e-ihracatın küresel ticaretteki önemini anlamaya ve bu alandaki politika ve stratejileri şekillendirmeye katkıda bulunabilecek önemli bir kaynak olarak değerlendirilmektedir.

Bu çalışma, giriş bölümüyle başlayıp, e-ihracat üzerine kapsamlı bir literatür taraması sunmaktadır. Ardından, e-ticaret, e-ihracat ve mikro ihracat kavramları ile bu kavramlar arasındaki temel farklara derinlemesine bir bakış içermektedir. Devamında, e-ihracatın gelişim süreci incelenirken, geleneksel ihracat modelinden e-ihracata geçiş süreci detaylı bir şekilde ele alınmaktadır. Takiben, Türkiye'nin e-ihracat görünümü, mevcut durumu ve geleceği üzerine bir değerlendirme yapılmakta, e-ihracatın avantajları ve dezavantajları karşılaştırmalı olarak incelenmektedir. Daha sonra, e-ihracatın küresel pazardaki iş modelleri ve ülkelere göre e-ihracat pazarları hakkında bilgiler verilerek, küresel pazarlama yolculuğunda dikkat edilmesi gereken kritik adımlar belirtilmektedir. Çalışmanın son bölümünde ise sınır ötesi e-ticaretin geleceği üzerine genel bir değerlendirme yapılarak araştırma tamamlanmaktadır.

1. Literatür Taraması

Bu bölüm, çalışmanın konusuna paralel bir biçimde, e-ihracat alanında gerçekleştirilmiş olan araştırmalara dair özetleri içermektedir. Sunulan özetler, söz konusu alanın çeşitliliğini ve derinliğini ortaya koyarak, e-ihracatın farklı yönlerine ayrıntılı bir bakış sağlamaktadır.

Yalçın (2016), uluslararası pazarlara açılma yöntemleri ve e-ihracat uygulamalarını incelemektedir. Araştırmacının amacı, dijitalleşmenin uluslararası ticaretteki rolünü ve e-ihracatın özellikle küçük işletmelere sağladığı avantajları belirlemektir. Çalışma, e-ihracatın maliyetleri düşürme, pazar erişimini genişletme ve işlemleri hızlandırma gibi önemli katkılar sağladığını göstermektedir. E-ihracat, mikro ve küçük işletmeler için uluslararası pazarlara açılmanın önündeki engelleri azaltmakta ve rekabetçi bir ortam yaratmaktadır. Sonuç olarak, e-ihracat platformları, işletmeler için önemli bir pazarlama ve satış kanalı olarak öne çıkmaktadır.

Delibal (2019), Türk girişimcilerin e-ihracat faaliyetlerinde global elektronik pazar yerlerinde karşılaştıkları sorunları ve mikro ihracat uygulamasının potansiyel kolaylıklarını ele almaktadır. Çalışmanın amacı, dijital e-ticaret ve e-ihracatın önemini vurgulamak, bu süreçteki sorunları belirlemek ve mikro ihracat uygulamasının sunduğu çözümleri sıralamaktır. Çalışmada e-ticaret, e-ihracat ve mikro ihracat kavramları üzerinden, e-ihracatın girişimcilere sağladığı avantajlar ve dezavantajlar değerlendirilmiş; özellikle ödeme alma, lojistik, güven, dil ve gümrük mevzuatlarındaki zorluklara odaklanılmıştır. Araştırma, girişimcilerin bu zorluklar karşısında kendi çözümlerini geliştirdiklerini, ancak bulunan çözümlerin sürekliliği ve güvenliği konusunda riskler barındırdığını ortaya koymaktadır. Mikro ihracat uygulamasının işlemleri kolaylaştırdığı ancak yeterli olmadığı görülmektedir. Bu çalışma, e-ihracatın karşılaştığı zorluklar ve fırsatlar hakkında derinlemesine bilgi sağlayarak, bu alandaki literatüre katkıda bulunmaya amaçlamaktadır.

Hepyaşar (2019), e-ihracatın gümrük sorunları ve çözüm önerilerini kapsamlı bir şekilde ele almaktadır. Bilişim teknolojilerinin ticaret üzerindeki etkisini vurgulayan araştırma, özellikle e-gümrük uygulamalarının önemine odaklanmaktadır. Çalışmada e-ihracatın gümrükte yaşanan sorunlar nedeniyle hem maliyetleri hem de işletmelerin

marka değerlerini olumsuz etkileyebileceğine dikkat çekilmekte, ürünlerin gümrüklerde uzun süre bekletilmesinin getirdiği zorluklar irdelenmektedir. Çalışma, e-ihracat ve e-gümrük uygulamaları arasındaki ilişkiyi detaylı bir şekilde incelerken, gümrüklerdeki elektronik dönüşümün, işletmelerin uluslararası pazarlara açılma süreçlerini nasıl kolaylaştırabileceğine yönelik değerlendirmeler sunmaktadır.

Satıcı (2019), e-ihracatta lojistik uygulamaları ve modellerini kapsamlı bir şekilde incelemektedir. Çalışmanın amacı, e-ticaretin lojistik boyutunu detaylandırmak ve çeşitli lojistik modelleri arasındaki ilişkileri ortaya koymaktır. Çalışmada, e-ihracatın lojistik süreçlerindeki kritik rolü ve bu süreçlerin işletmelerin uluslararası pazarlardaki performansları üzerindeki etkisi ele alınmaktadır. Lojistik uygulamaları, ambalaj, depolama, gümrük işlemleri, sigorta ve ödeme yöntemleri gibi farklı alanlardan örneklerle incelenmektedir. Çalışmada e-ihracatta başarı, etkin lojistik yönetimi ve uygulamalarının yanı sıra, güncel teknolojilerin ve modellerin doğru bir şekilde entegre edilmesine bağlı olduğu sonucuna varmıştır. Bu çalışma, e-ihracat ve lojistiğin birbirleriyle olan dinamik ilişkisini vurgulayarak, alanın derinlemesine anlaşılmasına katkı sağlamaktadır.

Yılmaz ve Bayram (2020), Covid-19 pandemisinin Türkiye'deki e-ticaret ve e-ihracat üzerindeki etkilerini incelemektedir. Çalışma, pandeminin e-ticareti nasıl etkilediğini ve tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarındaki değişiklikleri detaylandırmaktadır. Araştırmada, e-ihracatın önemi ve potansiyeli üzerinde durulurken, e-ticaretin gelişimine yönelik veriler sunulmuştur. Sonuç olarak, pandemi döneminin e-ticaret ve e-ihracat için hem zorluklar hem de fırsatlar sunduğu vurgulanmaktadır.

Askar (2021), Çin'deki sınır ötesi e-ticaretin gelişimini, özelliklerini ve mevcut durumunu incelemektedir. Çalışmada internetin ekonomik ve verimli bir iletişim köprüsü kurduğu, küresel e-ticaret pazarının katlanarak büyüdüğü ve Çin'in bu alanda lider konumda olduğu vurgulanmaktadır. Sınır ötesi e-ticaret, farklı ülkelerdeki alıcı ve satıcıları bir araya getirirken, Çin hükümetinin serbest ticaret bölgeleri oluşturarak ve "Kuşak ve Yol Girişimini" teşvik ederek bu alandaki gelişimi desteklediği belirtilmektedir. Çalışma, sınır ötesi e-ticaretin uluslararası ticarete yeni bir model olarak hızla arttığını ve gelecekte küresel ticaretin ana biçimi hâline gelmesinin beklendiğini öne sürmektedir.

Savrul (2021), Covid-19 salgınının Türkiye'deki e-ticaret sektörü üzerindeki etkilerini detaylı bir şekilde incelemektedir. Çalışmada, salgının, e-ticaret faaliyetlerinde ciddi bir artışa neden olduğu ve tüketici alışveriş alışkanlıklarında önemli değişiklikler yarattığı gözlemlenmiştir. 2020 yılında, özellikle gıda ve sağlık ürünleri gibi bazı sektörlerde e-ticaret hacminin önemli ölçüde arttığı belirtilmektedir. Çalışma, pandemi sürecinin, e-ticaretin genişlemesi ve dijital dönüşümün hızlanması açısından bir dönüm noktası olduğunu vurgulamaktadır. E-ticaret faaliyetlerinin artmasının, şirketlerin yeni pazarlara ulaşmasını kolaylaştırdığı ve maliyetlerin düşürülmesine yardımcı olduğu belirtilmiştir. Ayrıca, çalışma e-ticaretin gelecekteki büyümesi için potansiyel fırsatlar sunduğunu ve Covid-19'un e-ticaret üzerinde kalıcı etkiler bırakabileceğini öngörmektedir.

Uzun (2021), Türkiye'nin e-ihracat alanındaki mevcut durumu ve potansiyelini incelemektedir. Çalışmada e-ticaret ve e-ihracatın temel unsurları, lojistik, ürün grupları, fiyatlandırma, teknoloji, ürün kalitesi ve teknik altyapı gibi faktörler Türkiye perspektifinden ele alınmıştır. Araştırmanın amacı, Türkiye'nin e-ihracatta dünya genelindeki gelişime uyum sağlayabilmesi için önerilerde bulunmak ve akademik literatüre katkı sağlamaktır. Dünya genelinde e-ihracat oranının artmasıyla birlikte ülkeler, bu alanda özel politikalar geliştirerek sektörde atılımlar yapmaktadır. Bu bağlamda, çalışma dünya çapında, Türkiye'de ve Avrupa'daki bazı seçilmiş ülkelerin istatistiksel verilerini kullanarak mukayeseli bir analiz sunmaktadır. Analizler sonucunda Türkiye'nin dünya e-ihracatındaki konumu değerlendirilerek potansiyeline vurgu yapılmış ve Türkiye adına bu potansiyelin gerçekleşmesi önündeki engeller, sorunlar ve zorluklar ele alınmıştır.

Saydam (2022), mikro ihracatta karşılaşılan sorunları ve mikro ihracat performans ölçeğini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Çalışma, mikro ihracat yapan firmaların yaşadığı zorlukların belirlenmesine ve performanslarını ölçen bir ölçek geliştirilmesine odaklanmaktadır. İlk olarak, sektörde faaliyet gösteren firmaların yöneticileriyle yapılan mülakatlarla en önemli sorunlar tespit edilmiştir. Sonrasında, orta ve üst düzey e-ihracat uzmanlarından oluşan bir grup üzerinde anket çalışması yapılarak, soruların geçerlilik ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir. Çalışma, mikro ihracat ve e-ihracatın genel çerçevesini incelerken, sektörde yaşanan başlıca sorunları; pazarlama, lojistik, vergilendirme ve gümrük, ödeme, destek ve teşvik kaynaklı sorunlar olarak belirlemiştir. Mikro ihracat alanında ortaya çıkan bu sorunlar detaylı bir şekilde incelenmiş ve çözüm önerileri geliştirilerek sektöre katkıda bulunulmuştur.

Senir (2022), Covid-19 salgınının Çin, ABD, İngiltere ve Türkiye'deki e-ticarete olan etkisini incelemektedir. Literatür

taraması yoluyla, salgının e-ticaret hacimlerinde artışa yol açtığı ve tüketici alışveriş tercihlerinde değişikliklere sebep olduğu tespit edilmiştir. Salgın sürecinde, özellikle Türkiye ve Çin'de gıda ve taze ürünler, İngiltere'de giyim ve aksesuarlar, ABD'de ise takı ve kişisel bakım ürünlerinin tercih edildiği gözlenmiştir. Çalışma, Covid-19 salgınının e-ticarete ve tüketici davranışlarına kalıcı değişiklikler getireceği ve salgın süresince fiziksel mağazalardan çevrim içi alışverişe yönelimin artacağı öngörüsünde bulunmaktadır.

Baral ve Tekdemir (2023), sınır ötesi e-ihracat işlemlerinin muhasebeleştirilmesine odaklanmaktadır. E-ihracat ve klasik ihracat muhasebesi, tek düzen hesap planı üzerinden yürütülmekte ve aracı kurumların dahil olması durumunda farklılıklar gözlemlenmektedir. Ancak, e-ihracat işlemlerinin muhasebeleştirme süreçlerinde bu farklılıkların çoğu zaman bilinmediği veya meslek mensupları tarafından dikkate alınmadığı tespit edilmiştir. E-ihracat işlemlerinin artması, bu muhasebe işlemlerinin doğru yapılmasının önemini artırmaktadır. Çalışmanın amacı, sınır ötesi e-ihracat süreçlerini tanımlamak, muhasebe işleyişinde yaşanan problemleri tespit etmek ve bunların çözüm yollarını sunmaktır. Araştırma, e-ihracat işlemlerinin muhasebeleştirilmesi üzerine örnek olay yöntemi kullanılarak detaylı bir inceleme sunmaktadır. Bu çalışma, e-ihracat muhasebesi alanında kaynakların kısıtlı olması nedeniyle literatüre önemli bir katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Eryiğit ve Özdemir (2023), Covid-19 pandemisinin e-ticaret üzerindeki etkilerini, değişen tüketici alışkanlıkları ve sektörel etkileri açısından incelemektedir. Pandeminin başlangıcı ile birlikte, insanların evde daha fazla zaman geçirmesi ve fiziksel mağazalara erişimdeki kısıtlamalar, e-ticaretin önemini artırmıştır. Çalışma, pandeminin sektörel bazda e-ticareti nasıl etkilediğini, hangi sektörlerin yükselişe geçtiğini ve tüketicilerin çevrim içi alışveriş tercihlerindeki değişiklikleri ele almaktadır. Özellikle gıda, sağlık ürünleri, ev ve bahçe malzemeleri gibi sektörlerde e-ticaret hacminin önemli ölçüde arttığı gözlemlenmiştir. Buna karşın, seyahat, turizm ve lüks tüketim malları gibi bazı alanlarda azalma yaşandığı belirtilmiştir. Çalışma, pandeminin e-ticaret üzerinde kalıcı değişiklikler yaratabileceğini ve bu durumun işletmeler için yeni fırsatlar sunabileceğini öngörmektedir.

Irmak (2023), e-ticaret ve e-ihracatın uluslararası ticaretteki rolü ve dijitalleşmenin getirdiği avantajları incelemektedir. Çalışmada e-ticaretin, bilgi teknolojilerinin ve internetin gelişimiyle dönüşüm geçirdiği, geleneksel alışveriş alışkanlıklarını değiştirerek daha hızlı, verimli ve küresel bir ticaret ortamı oluşturduğu vurgulanmaktadır. E-ihracatın, ürünlerin çevrim içi kanallar aracılığıyla yurtdışındaki müşterilere sunulduğu bir model olduğu ve mikro ihracat yöntemiyle küçük ve orta ölçekli işletmeler için global pazarda yer alma fırsatı tanıdığı belirtilmektedir. Çalışma, e-ticaret ve e-ihracatın işletmelere sağladığı avantajlarla birlikte, uluslararası ticarete artan önemine odaklanmaktadır. Araştırmada, mikro ihracatın kolaylaştırıcı rolüyle, işletmelerin küresel pazarda rekabet edebilirliğinin artırılmasına katkı sağladığı ve dijital ticaretin geleneksel ticaret yöntemlerine kıyasla önemli avantajlar sunduğu sonucuna varılmaktadır.

Murat (2023), e-ihracatta pazarlama stratejisi seçiminin önemini ve bu süreçte dikkate alınması gereken faktörleri ele almaktadır. Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren tekstil ve hazır giyim sektörü işletmeleri üzerine odaklanan araştırma, Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri kullanılarak yapılan analizlerle desteklenmiştir. Bulgular, e-ihracat gerçekleştiren işletmeler için "pazar araştırmasının" en önemli ihracat stratejisi kriteri olduğunu gösterirken, "promosyonun" en az önemli kriter olduğunu ortaya koymaktadır. Tekstil ve hazır giyim sektörü işletmelerinde e-ihracat pazarlama stratejisi seçiminde "Arama Motoru Pazarlama Stratejisi", "Mobil Pazarlama Stratejisi", "Influencer Pazarlama Stratejisi", "İçerik Pazarlama Stratejisi", "E-mail Pazarlama Stratejisi" ve "E-WOM Stratejisi" sırasıyla en ideal pazarlama stratejileri olarak belirlenmiştir. Bu çalışma, e-ihracat yapacak işletmelere pazarlama stratejileri konusunda rehberlik etmeyi amaçlamaktadır.

Öksüz (2023), Türkiye'nin uluslararası e-ticaret pazarlarına erişimi ve e-ihracatın geleceğini detaylı bir şekilde incelemektedir. Çalışmada klasik ticaretin uluslararasılaşması ve teknolojinin adaptasyonu ile e-ihracatın öneminin arttığı, e-ihracatın işletmelere yeni pazarlar ve geniş müşteri kitlelerine ulaşma fırsatı sunduğu vurgulanmaktadır. Çalışmanın amacı, uluslararası e-ticaret faaliyetleri gerçekleştiren veya planlayan işletmelerin pazarlara erişim düzeylerini belirlemek ve potansiyel engelleri incelemektir. Anket yöntemi kullanılarak Kocaeli ve Yalovadaki işletmeler üzerinde yapılan araştırma, işletmelerin e-ihracat süreçlerinde karşılaştıkları sorunları ve bu sorunlara yönelik çözüm önerilerini ortaya koymaktadır. Çalışma, e-ihracatın işletmeler için sağladığı avantajlarla birlikte, uluslararası ticaretteki önemine odaklanarak, e-ihracatın geleceği hakkında önemli bilgiler sunmaktadır.

Öksüz vd. (2023), Türkiye'deki KOBİ'lerin uluslararası e-ticaret pazarlarına erişim engellerini ve e-ihracatın geleceğini inceleyerek, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin bu pazarlara erişim sağlayabilme düzeylerini ve

karşılaşılabilecek engelleri belirlemeyi amaçlamaktadır. Yalova ve Kocaeli’de gerçekleştirilen anket çalışmasıyla elde edilen bulgular, işletmelerin e-ihracat faaliyetlerinde karşılaştıkları zorlukların çeşitlilik gösterdiğini ortaya koymaktadır. Araştırmanın odaklandığı ana konular; pazar ve ürün, lojistik ve ülke uygulamalarından kaynaklanan sorunlardır. Bu çalışma, işletmelerin e-ihracat süreçlerinde karşılaşılabilecekleri engelleri aşmalarına yardımcı olacak çözüm önerileri sunmayı hedeflemektedir.

Turgut (2023), Elektronik Ticaret Gümrük Beyannamesi’nin (ETGB) ihracat süreçlerine etkilerini incelediği çalışmada, ihracat süreçlerinin basitleştirilmesi ve hızlandırılmasında ETGB’nin önemli bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Araştırmanın amacı, ETGB’nin kullanımının, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin uluslararası pazarlara erişimini nasıl kolaylaştırdığını detaylı bir şekilde analiz etmektir. Bu bağlamda, çalışma, geleneksel gümrükleme işlemleriyle karşılaştırıldığında, ETGB’nin sunduğu zaman ve maliyet tasarrufu avantajlarını ve bürokratik engellerin azaltılmasını ele almakta; böylece e-ihracatın teşvik edilmesinde ETGB’nin oynadığı kritik role dikkat çekmektedir. Yöntem olarak detaylı bir literatür taraması ve mevcut uygulamaların analizi yapılmış, araştırmanın sonuçları ETGB sisteminin ihracat faaliyetlerini kolaylaştırdığını ve uluslararası ticarete önemli bir yer tuttuğunu göstermiştir. Bu çalışma, ETGB’nin daha geniş çapta benimsenmesi ve uluslararası ticaretteki etkinliğinin artırılması için bir temel oluşturmayı amaçlamaktadır.

Yeşilyaprak (2023), teknolojinin gelişmesi ve dijitalleşmenin artmasıyla e-ticaretten e-ihracata doğru genişleyen ticaret anlayışında yeşil lojistiğin önemini vurgulamaktadır. Gelişen ticaret hacmi ve lojistik işlerin artmasıyla çevresel etkilerin azaltılmasında yeşil lojistiğin rolü ön plana çıkmaktadır. Çalışmada, sürdürülebilir bir dünya için yeşil lojistik uygulamalarının ne şekilde entegre edilebileceği ve bu uygulamaların e-ihracat üzerindeki etkileri ele alınmıştır. E-ihracatın genişlemesiyle birlikte, lojistik sektöründeki büyümenin çevresel zararları nasıl minimize edebileceğine dair çeşitli firmaların uygulamalarına yer verilmiştir. Ayrıca, resmî verilere dayanarak yurt dışı ve Türkiye’nin e-ticaret ve e-ihracat verileri sunulmuş ve temel karşılaştırmalar yapılmıştır. Bu çalışmanın, lojistik sektöründe yeşil lojistik alanında farkındalık oluşturması ve çevresel sürdürülebilirlik adına atılacak adımlara ışık tutması beklenmektedir.

2. E-Ticaret, E-İhracat ve Mikro İhracat Kavramı

Teknolojinin hızlı gelişimi ve internetin geniş çapta kullanımının artması, iş dünyasını dönüşüm sürecinde büyük bir değişikliğe sürüklemiştir. Bu hızla değişen ortamda, e-ticaret, e-ihracat ve mikro ihracat kavramları, işletmelerin coğrafi sınırları aşarak ve ekonomik büyüklükleri ile sektörel konumlarından bağımsız olarak uluslararası arenada rekabet edebilme kapasitelerini artıran temel unsurlar olarak kendini göstermektedir. Özellikle KOBİ’ler için bu kavramlar, sınırlar ötesi ticarete kapasitelerini artırarak, küresel ticarete daha aktif bir rol almalarını mümkün kılmakta ve dünya ekonomisindeki rekabet dinamiklerini yeniden şekillendirmektedir.

E-ticaret, internetin sunduğu imkanlar çerçevesinde iş ve pazarlama süreçlerini kapsayan geniş bir alan olarak tanımlanmaktadır. İnternet tabanlı bir platform olarak e-ticaret, ekonomik işlemlerin çevrim içi ortamda gerçekleştirilmesini ve kolaylaştırılmasını sağlayan, giderek artan bir öneme sahip mekanizmadır (Mohd Satar vd., 2019, s. 454). Bu altyapı, işletmelerin küresel pazarlara erişimini sağlayarak, coğrafi sınırların ötesine geçmelerine ve geniş bir müşteri kitlesine ulaşmalarına imkân tanımaktadır. E-ticaretin sağladığı geniş erişim ve kolaylık, e-ihracatın gelişimi için temel bir zemin oluşturmaktadır.

E-ihracat, tüketicilerin internet aracılığıyla farklı bölgelerde veya ülkelerde bulunan satıcılardan ürün satın alması ve bu ürünlerin sınır ötesi lojistik sistemler kullanılarak teslim edilmesi sürecidir (Ding, 2018, s. 1). E-ticaretin sağladığı teknolojik imkanlar sayesinde, e-ihracat, ürün ve hizmetlerin sınır ötesi alışverişini daha erişilebilir ve verimli hâle getirerek, işletmelerin küresel pazarlarda rekabet edebilirliğini artırmaktadır. E-ihracatın bu evrimi, özellikle KOBİ’ler için yeni fırsatlar sunmaktadır.

Mikro ihracat ise brüt ağırlığı 300 kilogramı ve değeri 15.000 avroyu aşmayan ihracat işlemlerinin Basitleştirilmiş Gümrük Beyannamesi (BGB) sistemi aracılığıyla hızlı ve ekonomik bir şekilde gerçekleştirilmesidir (Ticaret Bakanlığı, 2023). Mikro ihracat, küçük ölçekli işletmelerin ve bireysel girişimcilerin, büyük sermaye birikimine veya karmaşık lojistik ağlara ihtiyaç duymadan uluslararası ticarete katılmalarını sağlamaktadır. Bu sayede, mikro ihracat, küçük işletmelerin küresel ekonomideki yerini güçlendirmekte ve ekonomik büyümeye katkıda bulunmaktadır.

Bu üç kavramın birbirleriyle olan ilişkisi, günümüzün küreselleşen ekonomisinde elektronik ticaretin önemini ve etkisini vurgulamaktadır. E-ticaret, e-ihracat ve mikro ihracat, işletmelerin uluslararası pazarlara açılmasını kolaylaştıran ve ekonomik büyümeye katkı sağlayan temel araçlar olarak ön plana çıkmaktadır.

2.1. E-Ticaret, E-İhracat ve Mikro İhracat Arasındaki Temel Farklar

Günümüzün hızla dijitalleşen ekonomisinde, işletmelerin uluslararası pazarlarda rekabet edebilme kapasitelerini artıran stratejiler her zamankinden daha fazla önem kazanmıştır. Bu bağlamda, e-ticaret, e-ihracat ve mikro ihracat kavramları, sınır ötesi ticaretin temel direkleri olarak öne çıkmaktadır. Her biri, işletmelere farklı kapasitelerde ve ölçeklerde uluslararası pazarlara erişim fırsatı sunarken, aralarındaki farklar stratejik kararlar için belirleyici olabilmektedir. Bu bölümde sunulan Tablo 1, bu üç kavramın birbirinden nasıl farklılaştığını detaylandırmaktadır.

Tablo 1. E-Ticaret, E-İhracat ve Mikro İhracat Arasındaki Temel Farklar

Özellik	E-Ticaret	E-İhracat	Mikro İhracat
Hedef Kitle	Yerel veya ulusal müşteriler	Yabancı ülkelerdeki müşteriler veya işletmeler	Yabancı ülkelerdeki bireysel alıcılar veya küçük işletmeler
Satış Platformu	Kendi web sitesi, pazaryerleri	Kendi web sitesi, pazaryerleri, ihracat platformları	Kendi web sitesi, pazaryerleri, ihracat platformları
Ürün Miktarı	Sınırsız	Sınırsız	15.000 avroya ve ağırlık 300 kg'a kadar
Gümrük İşlemleri	Gerekli değil	Gerekli	Mikro ihracat prosedürü ile daha da basit (BGB ile)
Ödeme Yöntemleri	Kredi kartı, havale, kapıda ödeme, mobil ödeme vb.	Kredi kartı, havale, EFT, yurt dışı ödeme yöntemleri vb.	Kredi kartı, havale, EFT, yurt dışı ödeme yöntemleri vb.
Lojistik	Yurt içi kargo seçenekleri	Yetkilendirilmiş hızlı kargo firmaları ve posta idaresi seçeneği	Yetkilendirilmiş hızlı kargo firmaları ve posta idaresi seçeneği
Vergilendirme	Yurt içi vergiler	KDV ve gümrük vergileri	KDV ve %50 gelir vergisi muafiyeti (belirli sınırlar dahilinde muafiyet)
Pazarlama ve Reklam	Yurt içi pazarlama stratejileri	Yurt dışı pazarlama stratejileri	Hedef pazara uygun pazarlama stratejileri
Yasal Mevzuat	Yurt içi e-ticaret mevzuatı	Uluslararası ticaret düzenlemeleri, gümrük mevzuatı	Mikro ihracat için özel mevzuat
Potansiyel Kazanç	Sınırlı	Yüksek	Daha sınırlı (Ürün miktarı sınırı nedeniyle)
Risk	Düşük	Yüksek	Daha düşük risk (mikro ihracat prosedürünün kolaylığı)
Örnek Platformlar	Trendyol, Hepsiburada vb.	Amazon, ETSY, eBay vb.	Amazon, ETSY, eBay vb.

Kaynak: Şahbaz vd., 2014, s. 25; Ticaret Bakanlığı, 2023; Danacı Ünal, 2022, s. 99 tarafından sağlanan veriler, yazarın derlemesiyle oluşturulmuştur.

3. Sınır Ötesi E-Ticaret: E-İhracatın Gelişimi

Sınır ötesi e-ticaret, küreselleşmenin ve dijital teknolojilerin hızla ilerlemesiyle birlikte, uluslararası ticaretin temel taşlarından biri haline gelmiştir. Bu dinamik sektör, başlangıç dönemlerinden itibaren günümüze kadar önemli bir evrim sürecinden geçmiş ve bu süreç, e-ihracatın genişlemesi ve derinleşmesinde kritik roller oynamıştır.

E-ihracatın gelişimi incelendiğinde, bu evrim dört ana döneme ayrılmaktadır. Bunlar; başlangıç dönemi, büyüme dönemi, gelişim dönemi ve olgunlaşma dönemi olarak aşağıda kısaca ele alınmıştır (Askar, 2021, s. 115).

- 1999 ile 2003 yılları arasında kapsayan başlangıç döneminde, sınır ötesi e-ticaretin temelinde çevrim içi gösterim ve çevrim dışı işlem yer almaktadır. Bu dönemde, Alibaba gibi öncü şirketler, kurumsal bilgi ve ürünlerin sergilendiği bir ağ görüntüleme platformu olarak hizmet vermişlerdir. Bu platformlar, üçüncü taraf bir hizmet modeline dayanarak, kullanıcıların ürün ve şirket bilgilerine çevrim içi olarak erişimini sağlamış, ancak işlem süreçleri çevrim dışı olarak gerçekleşmiştir.
- 2004 ile 2012 yılları arasında gerçekleşen büyüme döneminde, sınır ötesi e-ticaretin işleyişi önemli ölçüde elektronikleşmiştir. Bu dönemde, işlem süreçleri, ödeme, lojistik ve diğer işlemler dâhil olmak üzere, elektronik ortamda gerçekleştirilmeye başlanmıştır. B2B platform modelleri, sınır ötesi e-ticaretin ana iş modeli hâline gelmiş, AliExpress gibi platformlar temsilci örnekler olarak öne çıkmıştır.
- 2013 ile 2017 yılları arasındaki gelişim döneminde, sınır ötesi e-ticarette hizmetler tam anlamıyla çevrim içi hâle gelmiş ve endüstri zincirinin tamamı dijital platformlara taşınmıştır. Bu süreçte, platformların taşıma kapasitesi

artmış, B2C platformlarının oranı yükselmiş ve mobil teknolojilerin gelişimiyle beraber sınır ötesi e-ticaretin erişimi genişlemiştir. Tmall International gibi büyük ölçekli platformlar, bu dönemin öne çıkan temsilcilerindedir.

- 2018 yılından itibaren ise sınır ötesi e-ticaret, olgunlaşma dönemine girmiştir. Bu dönemde, büyük ölçekli e-ticaret şirketleri, tedarik zincirlerini entegre etmeye ve iş süreçlerini daha da otomatikleştirmeye başlamıştır. Sektörde, tüm işlemlerin daha entegre hâle geldiği, rafine operasyonların ana akım olduğu ve yeni perakende ile canlı pazarlama gibi yenilikçi iş modellerinin yaygınlaştığı görülmektedir. Kaola Haigou gibi şirketler, bu dönemin karakteristik örnekleri arasında yer almaktadır.

Bu dönemsel incelemeler, sınır ötesi e-ticaretin dinamik ve sürekli evrim geçiren bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Başlangıç döneminden olgunlaşma dönemine kadar teknolojik gelişmeler ve pazar dinamiklerinin, bu alandaki iş modelleri, stratejiler ve operasyonel süreçler üzerinde derin etkileri olmuştur. Alibaba'dan Kaola Haigou'ya kadar uzanan örnekler, e-ihracatın gelişimindeki dönüşümü somutlaştırmakta ve bu alandaki yenilikçi yaklaşımların, küresel ticaretin geleceği üzerinde nasıl belirleyici olabileceğini ortaya koymaktadır. Amazon, Etsy ve eBay gibi platformlar ise, sınır ötesi e-ticaretin bugünkü yüzünü şekillendiren temel aktörler olarak öne çıkmaktadır. Bu platformlar, sadece geniş ürün yelpazesi ve küresel erişimleriyle değil, aynı zamanda teknolojik yenilikçilikleri ve müşteri hizmetleri odaklı yaklaşımlarıyla da sektörün liderliğini sürdürmektedirler.

3.1. Geleneksel İhracat Modelinden E-İhracata Dönüşüm

Geleneksel ihracat modeli, uzun yıllardır firmaların uluslararası pazarlara ürün ve hizmet sunmalarında başvurdukları standart bir yöntem olarak hizmet etmiştir. Bu yöntem, çoğunlukla fuarlara katılım, ticaret ataşeleri ile iş birliği yapma ve yurt dışında ofisler açma gibi süreçleri içermekte; bu da alıcı bulma ve sipariş alma gibi kritik işlemleri kapsamaktadır. Buna karşılık, e-ihracat, internetin sağladığı olanaklarla ihracat faaliyetlerini yürütme imkânı sunan yenilikçi bir model olarak ortaya çıkmıştır. E-ticaret platformları, çevrim içi pazarlama araçları ve sosyal medya gibi dijital kanallar aracılığıyla firmalar, geniş bir müşteri kitlesine ulaşma ve küresel pazarda aktif bir rol üstlenme imkânı bulabilmektedir. Bu dönüşüm, firmaların harcamalarında belirgin bir azalmaya yol açmış, elektronik ortamda ürün ve hizmetler hakkında bilgi edinilmesini ve müşteri geri bildirimlerinin alınmasını kolaylaştırmıştır. Ayrıca, e-ihracat, tedarikten satış sonrası hizmetlere kadar olan sürecin elektronik ortamda anlık takip edilmesini sağlayarak, işlemlerin kolaylaşmasına ve maliyetlerin düşürülmesine katkıda bulunmuştur (Yalçın, 2016, s. 20).

Bu temel dönüşümün ardından, internetin ticaret üzerindeki devrimci etkisi daha da belirginleşmiştir. İnternet, sadece pazarlara erişimi kolaylaştırmakla kalmamış, aynı zamanda ticaretin serbestleştirilmesini yeni ve dinamik bir boyuta taşımıştır. Teknolojik ilerlemeler ve internetin sunduğu imkânlar, işlem maliyetlerini düşürerek ve uluslararası iş birliğini teşvik ederek, ticaretin serbestleştirilmesinden beklenen verimlilik kazanımlarını çok daha öteye taşımıştır (Terzi, 2011, s. 748).

Yukarıda belirtilen dönüşümün detayları incelendiğinde, geleneksel ihracat ve e-ihracat arasındaki farkların sadece işletmelerin uluslararası pazarlara erişim biçimlerinde değil, aynı zamanda müşteri ile etkileşim, pazarlama stratejileri ve iş süreçlerinin yönetimi gibi temel işletme dinamiklerinde de kendini gösterdiği görülmektedir. Bu temel değişiklikler, işletmelerin pazarlama ve operasyonel stratejilerini yeniden değerlendirmelerini zorunlu kılmaktadır. Bu noktada, geleneksel ihracat modeli ile e-ihracat modelinin kritik özelliklerini ve işletmelere sağladıkları farklı avantajları karşılaştırmalı olarak incelemek, bu dönüşümün derinliğini ve geniş kapsamlı etkilerini daha iyi anlamaya olanak tanıyacaktır. Bu incelemeyi desteklemek amacıyla, her iki modelin anahtar özellikleri Tablo 2'de özetlenmiştir.

3.2. Türkiye'nin E-ihracat Görünümü

E-ticaretin sınırlarını genişleterek uluslararası alana taşınması, yurt içi işletmelerin e-ihracat adımlarını atmalarıyla bir yeni boyut kazanmıştır. Bu süreç, özellikle üretim sektöründe faaliyet gösteren firmalar için büyük bir fırsat sunmaktadır. Uluslararası pazarlara erişim, e-ihracatın sağladığı teknolojik imkânlar sayesinde daha hızlı ve kolay bir hâle gelmiştir. Bu durum, e-ihracata yönelen işletmelerin, geleneksel ihracat yöntemlerini tercih eden rakiplerine oranla pazar paylarını önemli ölçüde ve süratle artırmalarını sağlamıştır. E-ihracatın getirdiği bu yeni perspektif, Türkiye'deki ihracat hacminin son on yıllık dönemde artırılması ve daha fazla ülkeye ihracat yapabilme kapasitesinin geliştirilmesi açısından önem taşımaktadır (Öksüz, 2023, s. 47-48).

Ticaret Bakanlığı, Türkiye'nin e-ihracat potansiyelini göz önünde bulundurarak, ülkenin uluslararası ticarete daha büyük bir pay alması ve e-ticaret alanında önemli bir merkez olabilmesi için kapsamlı bir strateji geliştirmiştir. Bu çerçevede, 2018'den 2020'ye kadar sürecek olan ve Türkiye'yi sınır ötesi ticarete öne çıkarmayı hedefleyen E-ihracat

Tablo 2. Geleneksel İhracat ile E-İhracatın Karşılaştırması

Özellik	Geleneksel İhracat	E-İhracat
Gümrük Beyannamesi	Standart prosedürlerde, bir gümrük danışmanının katılımı gereklidir.	BGB, ekspres kargo şirketlerince dijital olarak oluşturulur.
KDV'siz Fatura Hazırlama	Gerçekleştirilir.	Gerçekleştirilir.
KDV İadesi Alabilme	Uygun	Uygun
İhracatçı Teşviklerinden ve Muafiyetlerinden Faydalanma	Uygun	Uygun
Alıcı Ülkesindeki Gümrükleme Süreci	Ürün türüne, alıcının konumuna, ilgili belgelere ve gümrük danışmanlığının durumuna bağlı olarak, teslimat süresi 2 ila 7 iş günü arasında değişebilir.	Çoğu ülkede, elektronik gümrükleme yöntemi ile 12 ile 48 saat içinde işlemler tamamlanabilir.
B2C Gümrükleme Vergi Muafiyetleri	Uygulanamaz.	Tam uygulanır.
Ülkelerin İkili Ticaret ve Gümrük Anlaşmaları	Kullanılabilir, etkin	Kullanılabilir, etkin
Gümrükleme ve Konsolidasyon İmkanları	Sınırlı	Kapsamlı, basitçe uygulanabilir
İhracat Operasyon Hazırlığı	Ayrıntılı, zor	Sade, kolay
İhracat İş Süreçleri ve İş Takibi	Güçlükle yapılabilir. (Aracı kurumların sayısı fazladır ve yetkileri kısıtlıdır.)	Kolayca yürütülebilir. (Tamamen otomatize edilmiş ve eksiksiz yetkilendirme ile yapılır.)
Satış Öncesi ve Sonrası Operasyon Maliyetleri	Yüksek derecede (Özel araştırma ve yoğun çalışma ihtiyacı duyulur.)	Uygun maliyetli (Tüketici ile işletme arasındaki ticari düzenlemeler net ve erişilebilirdir.)
Uçtan Uca Hizmet Alabilme İmkânı	Planlaması güç, pahalı	Kolayca planlanabilir, ekonomik avantajlı
Marka Tescil Sertifikası, Belgelerin Tercümesi ve Apostil Şerhi, Satıcı ve Alıcı Şirketlerin Karnesi, Hijyen Sertifikası, Laboratuvar Analiz	Genelde gerekli (Birçok ürün kategorisi veya ülke tarafından istenir.)	Zorunluluk taşımaz. (Az sayıda ürün ve ülke tarafından gereklilik olarak görülür.)

Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2019, s. 11

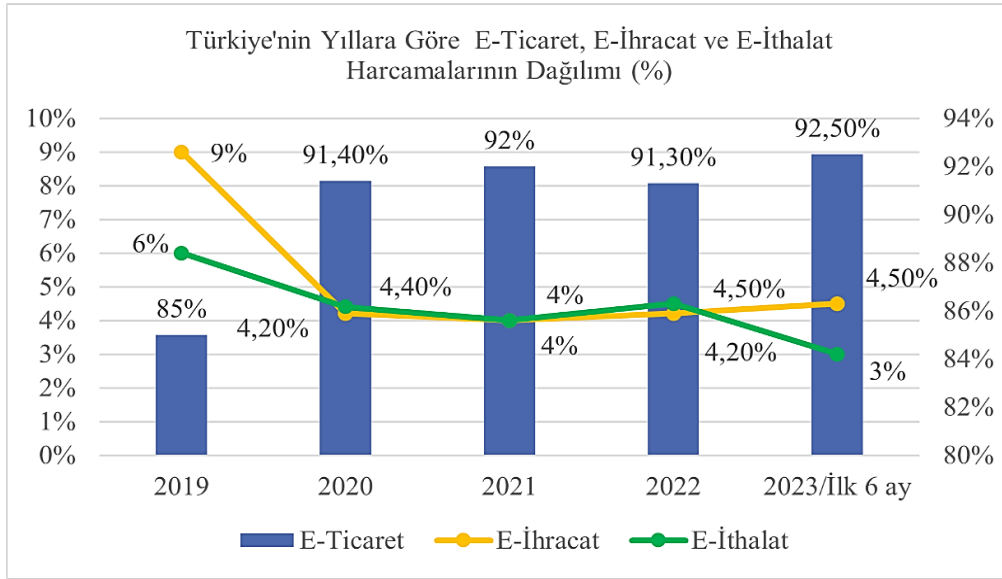
Stratejisi ve Eylem Planı oluşturulmuştur. Bu plan, Türkiye'nin lojistik altyapısını güçlendirmeyi, gümrük işlemlerini uluslararası e-ticaret ihtiyaçlarına uygun şekilde düzenlemeyi, e-ihracat ürünlerinin güvenliği ve denetimini artırmayı, e-ihracat yapan firmaların uluslararası rekabet gücünü yükseltmeyi, Türkiye'deki e-ihracatçı firma sayısını artırmayı, mikro işletmelerin e-ihracata başlamasını teşvik etmeyi ve e-ihracatın gelişimine yönelik uluslararası iş birliklerini desteklemeyi amaçlamaktadır (Türkiye İhracatçılar Meclisi, 2019, s. 22-23). Bu adımlar, Türkiye'nin e-ihracat alanında uzun vadeli bir başarıya ulaşmasını hedeflemektedir.

Diğer taraftan, pandemi dönemi boyunca dünya çapında yaşanan sınır ötesi e-ticaretteki artış, Türkiye'de de benzer bir ivme kazanmıştır. Türk ürünlerinin global pazarlara ulaştırılmasında, sınır ötesi e-ticaret büyük bir potansiyel sunmaktadır. Türkiye'nin stratejik jeopolitik konumu, onu birçok önemli uluslararası pazarla elektronik ticaret yoluyla doğrudan bağlantılı hâle getirmekte ve bu da dijital platformlarda daha geniş bir erişime yol açmaktadır. Özellikle pandemi sürecinde, Türkiye'den sağlanan ürünlere olan talebin artışı, e-ihracatın toplam e-ticaret içindeki oranını her geçen gün artırmaktadır (TÜSİAD, 2022, s. 104). Bu süreç, Türkiye için e-ticaret aracılığıyla uluslararası pazarlara açılma konusunda önemli bir fırsat oluşturmuştur.

Bu stratejik gelişmelerin ve pandemi sürecinin ardından, Türkiye'nin 2019'dan 2023'ün ilk altı ayına kadar olan e-ihracat yolculuğu, bu döneme ait rakamlarla somut bir şekilde desteklenmiştir. Bu veriler, uluslararası pazarlara adaptasyon ve Türk ekonomisine olan katkıları açısından önemli bir gösterge olarak yer almaktadır. Aşağıda sunulan Grafik 1, Türkiye'nin e-ihracat alanındaki stratejik hamlelerinin etkisini ve uluslararası rekabetteki yerini görsel bir biçimde sergilemektedir. Bu, Türkiye'nin e-ticaret potansiyelinin büyüklüğünü ve geleceğe yönelik yönünü daha net

bir şekilde ortaya koyan veri olarak ön plana çıkmaktadır.

Grafik 1. Türkiye'nin Yıllara Göre E-Ticaret, E-İhracat ve E-İthalat Harcamalarının Dağılımı (%)



Kaynak: Elektronik Ticaret Bilgi Platformu, 2023a

3.3. E-İhracatın Avantajları ile Dezavantajlarının Karşılaştırılması

Dijitalleşme ve internet teknolojilerinin yaygınlaşması, ticaretin coğrafi sınırlarını önemli ölçüde aşarak genişlemesine imkân tanımıştır. Bu genişleyen ticaret ortamında, e-ihracat, firmaların uluslararası pazarlara erişimini kolaylaştırırken, geleneksel ihracat yöntemlerine göre çeşitli avantajlar sunmaktadır. Bununla birlikte, bu inovatif ihracat modeli, beraberinde bazı dezavantajları da beraberinde getirmektedir. Aşağıda sunulan Tablo 3, e-ihracatın avantajları ile dezavantajlarını detaylı bir şekilde karşılaştırmalı olarak ele almaktadır.

Tablo 3. E-İhracatın Avantajları ile Dezavantajlarının Karşılaştırılması

Özellik	E-İhracatın Avantajları	E-İhracatın Dezavantajları
Pazar Erişimi	Daha geniş bir küresel müşteri tabanına erişim imkânı	Küresel pazarda birçok rakip ile karşı karşıya kalma
Maliyet	Düşük başlangıç ve işletme maliyetleri	Uluslararası gönderim ve gümrük vergileri maliyetleri
İşlem Hızı	Hızlı ve kolay sipariş ve ödeme işlemleri	Gümrükleme ve kargo gibi gecikmeler
Zaman ve Mekân	7/24 satış yapma ve her yerden işi yönetme imkânı	Müşteri hizmetleri için 7/24 erişilebilirlik ihtiyacı
Marka Bilinirliği	Global pazarda marka bilinirliği ve itibarı hızlıca artırma imkânı	Farklı diller ve kültürler için pazarlama zorlukları
Ürün Çeşitliliği	Sınırsız ürün sunumu ve çeşitliliği	Fiziksel ortamda ürünün deneyimlenememesi
Güvenlik ve Ödeme	Güvenli ödeme sistemleri ve kolay iade işlemleri	Ödeme dolandırıcılığı ve veri güvenliği sorunları
Yasal Düzenlemeler	Elektronik ticaret yasalarına uyum daha basit	Farklı ülkelerin yasal düzenlemelerine uyum zorunluluğu

Kaynak: Çelebi, 2020; Gokulu, 2020; Tancığer, 2023 tarafından sağlanan veriler, yazarın derlemesiyle oluşturulmuştur.

3.4. E-İhracatın Küresel Pazardaki İş Modelleri

İnternetin yaygınlaşması, e-ihracatı iş dünyasında bir devrim hâline getirerek ticaretin sınırlarını yeni boyutlara taşımıştır. Bu dönüşüm, özellikle işletmeler arası (B2B) ve işletmelerden tüketicilere (B2C) e-ticaret modelleri aracılığıyla kendini göstermektedir. Her iki model de ticari işlemleri daha verimli, erişilebilir ve maliyet-etkin

hâle getirerek pazar dinamiklerini yeniden şekillendirmiştir. E-ihracatın bu iki temel iş modeli aşağıda kısaca yer verilmiştir.

- **B2B (Business to Business-Firmadan Firmaya) E-Ticaret**, işletmelerin diğer işletmelere hizmet ve ürün sağlamasını içeren süreçleri kapsamaktadır. Bu süreç, finansal işlemler ve bilgi alışverişini de içermekte olup, internet aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. İnternetin sağladığı hız ve verimlilik, bu faaliyetlerin etkin bir şekilde yürütülmesini mümkün kılmaktadır. B2B elektronik ticaret faaliyetleri, genellikle elektronik ticaret siteleri veya elektronik pazaryerleri üzerinden yürütülmektedir. Bu platformlar, işletmelerin birbirleriyle mal ve hizmet alışverişinde bulunmalarına olanak tanıırken, işlemlerin güvenli ve düzenli bir şekilde gerçekleşmesini sağlamaktadır (Marangoz, 2011, s. 185).
- **B2C (Business to Consumer-Firmadan Tüketicie) E-Ticaret**, elektronik ortamlarda tüketicilere yönelik mal ve hizmet satışını kapsamaktadır. Bu model, internet üzerinden yapılan doğrudan mal satışlarını ve bankacılık, sigortacılık gibi finansal işlemleri içermektedir. Ayrıca, B2C e-ticaret, sanal mağazacılık olarak da tanımlanmaktadır. İşletmelerin daha geniş bir müşteri kitlesine ulaşabilmesini sağlayan bu model, elektronik ortamların sağladığı imkânlar sayesinde müşteri ihtiyaçlarının daha etkin bir şekilde tespit edilmesine ve buna bağlı olarak ürün çeşitliliğinin müşteri beklenti ve isteklerine uygun şekilde genişletilmesine olanak tanımaktadır. Geleneksel ticaret yöntemlerine kıyasla daha düşük maliyetlerle gerçekleştirilebilen bu yöntem, işletmelerin kâr marjlarını artırmaktadır (Arslan, 2014, s. 11-12).

B2B ve B2C e-ticaret modelleri, internetin sağladığı olanaklar sayesinde, küresel ticaretin sınırlarını genişletmekte ve işletmeler ile tüketiciler arasındaki etkileşimi derinleştirmektedir. Bu modeller, işlemlerin verimliliğini ve erişilebilirliğini artırarak, pazar dinamiklerini yeniden şekillendirmekte büyük rol oynamaktadır. E-ihracatın geleceği, bu temel iş modelleri etrafında oluşmakta olup, küresel pazarlarda iş yapış biçimlerini yeniden tanımlama potansiyeline sahiptir. Dolayısıyla, e-ihracat, dünya çapında işletmelerin ve tüketicilerin etkileşimini daha da güçlendirecek ve sınırları olmayan bir pazarın kapılarını aralamaya devam edeceğine işaret etmektedir.

3.5. Öne Çıkan Ülkelere Göre E-İhracat Pazarları

Dünya genelinde pek çok ülke, e-ticaret ekosistemine katkı sağlamaktadır. Bununla birlikte, özellikle Çin, Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık ve Almanya gibi ülkeler, dijital ticaret hacmi açısından lider konumda bulunmakta ve uluslararası e-ihracat pazarlarının şekillenmesinde kritik roller üstlenmektedirler. E-ihracat faaliyetlerini planlayan firmalar için bu ülkelerin dijital ticaret arenalarındaki pozisyonlarının ve rollerinin derinlemesine analizi, büyük önem taşımaktadır. Söz konusu analizler, pazarlama stratejilerinin belirlenmesi ve uluslararası pazarlara giriş süreçlerinde rehberlik etmekle kalmayıp, firmalara pazar dinamiklerini kavrama ve küresel e-ticaret ekosistemine etkin bir şekilde entegre olma konusunda önemli avantajlar sağlamaktadır.

Bu bağlamda, söz konusu ülkelerin e-ticaret ekosistemleri; genel değerlendirme, pazaryerleri ve özel günler, sosyal medya kullanımı, gümrük vergileri ve muafiyetler, e-ticarete yönelik düzenlemeler, dijital cüzdanlar ve ödeme sistemleri ile hızlı kargo şirketleri, lojistik performans endekslerindeki yerleri ve ipuçları gibi konular aşağıda özetlenmektedir. Bu bilgiler, 2024 yılında Ticaret Bakanlığı tarafından yayımlanan raporda detaylı bir şekilde ele alınmaktadır (Ticaret Bakanlığı, 2024a, s. 24-63).

• Genel Değerlendirme

Çin: Dünya üzerindeki en kalabalık nüfusa sahip olmasıyla birlikte, ekonomik büyüklüğü itibarıyla global ölçekte önemli bir konuma sahiptir. Özellikle son yıllarda, ekonomik gücünü pekiştiren Çin, e-ticaret alanında da dikkate değer bir büyüme sergilemiştir. E-ticaret hacmi, son on yılda önemli bir artış göstererek, Çin'i küresel e-ticaret pazarının en büyük oyuncularından biri hâline getirmiştir. Ülkede internet ve mobil cihaz kullanımının geniş kapsamlı olması, çevrim içi alışverişin popülerliğini artırmış ve e-ticaretin toplam perakende satışları içindeki payını önemli ölçüde yükseltmiştir. Çin'de e-ticaret, yenilikçi satış modelleri ile de dikkat çekmekte, bu da pazarın dinamik yapısını ve sürekli gelişimini göstermektedir.

ABD: Dünyanın en büyük ekonomisine sahip ülkesi olarak, e-ticaret alanında da öncü bir rol oynamaktadır. Nüfusun geniş bir kesimi tarafından internet erişimi sağlanmakta ve mobil cihaz kullanımı yaygın bir şekilde benimsenmektedir. E-ticaret, perakende sektörünün önemli bir parçası hâline gelmiş, özellikle pandemi döneminde çevrim içi alışverişin popülerliğinde büyük bir artış yaşanmıştır. Bu dönemde, e-ticaret satışlarında gözle görülür bir yükseliş kaydedilmiş ve böylelikle ülkenin e-ticaret pazarı daha da genişlemiştir.

Birleşik Krallık: Dünya ekonomisinde önemli bir yere sahip ve Avrupa'nın en gelişmiş e-ticaret pazarlarından birini barındırmaktadır. Ülke genelinde internet kullanımının yaygın olması ve çevrim içi alışverişe olan ilginin artması, e-ticaretin toplam perakende satışlar içindeki önemini artırmıştır. Pandemi, çevrim içi perakende satışlarında rekor bir artışa yol açarken, bu trendin devam etmesi beklenmektedir. Moda ve tüketici elektroniği, çevrim içi alışverişin öne çıkan sektörleri arasında yer almakta ve pazarın büyümesine önemli katkılar sağlamaktadır.

Almanya: Almanya, büyük nüfusu ve güçlü ekonomisiyle dünyanın önde gelen e-ticaret pazarlarından biridir. E-ticaret, Almanya'nın perakende sektöründe vazgeçilmez bir rol oynar ve internet kullanıcılarının büyük bir kısmı düzenli olarak çevrim içi alışveriş yapmaktadır. Ülke, Avrupa Birliği'nde e-ticaret alanında birinci sırada yer alırken, dünya genelinde altıncı sıradadır. Almanya'nın e-ticaret pazarı hem uluslararası perakendeciler hem de hizmet sağlayıcılar için birçok fırsat sunmaktadır. Gelecek yıllarda e-ticaret kullanıcı sayısının ve sektördeki büyümenin devam etmesi beklenmektedir.

• Pazaryerleri ve Özel Günler

Çin: Ülke e-ticaret alanında, Taobao, Tmall, JD ve Pingduoduo gibi platformlarla pazarın önemli bir kısmını elinde tutmakta, bu platformlar pazarın büyük bir bölümünü kontrol etmektedir. Ayrıca, orta ölçekli işletmeler ve sosyal e-ticaret platformları da bu dijital alanda faaliyet göstermektedir. Alibaba ve JD gibi büyük oyuncular, fiziksel perakende alanında da yenilikçi adımlar atarak hibrit modeller geliştirmişlerdir. Çin'de alışveriş festivalleri, özellikle Single's Day, e-ticaretin büyüklüğünü ve etkisini gösteren önemli olaylardır. Sosyal medya influencer'ları aracılığıyla gerçekleştirilen canlı yayın satışları, çevrim içi alışveriş kültürünü zenginleştirmekte ve yeni satış stratejilerinin gelişimine öncülük etmektedir.

ABD: Ülkede e-ticaret sektörü, Amazon, eBay ve Walmart gibi lider çevrim içi pazaryerleri tarafından canlılık kazanmaktadır. Fiziksel mağazacılıkla başlayan birçok kuruluş, çevrim içi alışveriş alanına hızla entegre olmuş ve çok kanallı perakende stratejileri benimsemiştir. E-ticarette talep gören ürün kategorileri geniş bir yelpazeye yayılırken, özel dönemler bu alandaki satışları önemli ölçüde artırmaktadır. Amazon gibi platformlar, e-ticaret pazarında öncü rol oynamaya devam ederken, yeni teknolojiler ve müşteri beklentileri doğrultusunda inovasyon yapmaktadırlar.

Birleşik Krallık: Ülkede e-ticaret, Amazon UK, Argos ve diğer lider platformların yanı sıra çeşitli özel günler ve tatillerde artış gösteren aktif bir alışveriş kültürüne sahiptir. Resmî tatiller ve özel günler, tüketicilerin yoğun alışveriş yapmasına neden olan önemli dönemlerdir. E-ticaret platformları, kullanıcıların ihtiyaç ve beklentilerine yönelik çeşitlendirilmiş hizmetler sunarak pazarda kendilerine sağlam bir yer edinmiştir.

Almanya: Alman B2C e-ticaret pazarı hızla büyümektedir. Ülkede internet kullanıcılarının büyük bir çoğunluğu çevrim içi alışveriş yapmaktadır ve Almanya, Avrupa'nın en büyük e-ticaret müşteri potansiyeline sahiptir. Moda, elektronik eşya, bilgisayar ve ev eşyaları gibi sektörler en çok gelir getiren alanlardır. En büyük çevrim içi perakendeciler arasında Amazon, Otto ve Zalando bulunmaktadır. Pandemi, pazara birçok yeni oyuncu kazandırmış ve sürdürülebilirlik odaklı pazaryerleri öne çıkmıştır. Teslimat seçenekleri önemli olup, müşteriler istedikleri teslimat seçeneği yoksa siparişi iptal etmektedir. Popüler pazaryerleri Amazon, eBay, Otto ve Zalando'dur. E-ticaret hacminin arttığı özel günler arasında Black Friday, Sevgililer Günü ve Noel bulunmaktadır.

• Sosyal Medya Kullanımı

Çin: Ülkede Batı kaynaklı sosyal medya uygulamalarına getirilen kısıtlamalar nedeniyle kendi dijital platformlarının geliştirilmesine büyük önem vermiştir. Bu gelişmeler sonucunda, WeChat, Douyin (TikTok'un Çin versiyonu), QQ, Kuaishou ve Xiaohongshu gibi yerli sosyal medya platformları, kullanıcı sayıları ve etkileşim oranlarıyla dikkat çekmekte ve ülkenin dijital sosyal yaşamında merkezî bir rol oynamaktadırlar. Çin'de sosyal medya kullanımı oldukça yaygın olup, insanlar günlük yaşamlarında bu platformlarda önemli zaman geçirmektedirler.

ABD: Ülkede internet ve sosyal medya kullanımı, günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası hâline gelmiştir. İnternet kullanım oranının oldukça yüksek olduğu ülkede, insanlar sosyal medya platformlarında önemli bir zaman dilimini harcamaktadırlar. Facebook, Instagram, TikTok, iMessage ve Facebook Messenger, ABD'deki popüler sosyal medya platformları arasında yer almaktadır. Mobil aboneliklerin büyük bir kısmı aktif mobil sosyal medya kullanıcıları tarafından oluşturulurken, bu platformlar ülkenin sosyal etkileşimlerinde önemli bir yer tutmaktadır.

Birleşik Krallık: Ülkede sosyal medya kullanımı ve internet erişimi yaygındır. WhatsApp, Facebook Messenger ve WeChat gibi anında mesajlaşma servisleri, sosyal medya kullanımında öne çıkmaktadır. Ayrıca Facebook, Snapchat, Instagram, YouTube ve Pinterest gibi platformlar da geniş kullanıcı kitlesine sahiptir. WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok ve Twitter ülkede en çok kullanılan sosyal medya platformlarıdır. Akıllı telefon kullanımının yüksek olması,

Birleşik Krallık'ta mobil e-ticaretin ve sosyal medya etkileşimlerinin sürekli büyümesine katkı sağlamaktadır.

Almanya: Almanya'da sosyal medya kullanıcı sayısı hızla artmaktadır. En popüler platformlar arasında WhatsApp, Instagram, Twitter, TikTok ve Pinterest bulunmaktadır. İnsanlar, tüketim alışkanlıklarında ikinci el ürünleri tercih etmekte ve satıcıların tavsiyelerine kulak vermektedir. Mağaza çalışanları ve satış personellerinin görevleri, günümüzde dijital influencer'lar tarafından üstlenilmektedir. Sosyal medya kullanımının önümüzdeki yıllarda da artmaya devam etmesi beklenmektedir.

• Gümrük Vergileri ve Muafiyetler

Çin: Ülke e-ihracat faaliyetleri için özel teşvikler sunmakta, e-ithalat işlemlerini belirli limitler dâhilinde gümrük vergisi muafiyeti ve Katma Değer Vergisi (KDV) indirimleriyle desteklemektedir. Sınır ötesi elektronik ticaret kapsamında ithal edilebilecek ürünler, "pozitif liste" ile belirlenmekte ve bu liste Çin Gümrük Tarife Cetveli'ndeki ürünlerin yaklaşık %17'sini kapsamaktadır. E-ihracat işlemlerinde, her bireysel gönderi için 5.000 yuan (yaklaşık 777 ABD doları) ve yıllık toplamda 26.000 yuan (yaklaşık 4.000 ABD doları) değerine kadar olan alışverişler gümrük vergisinden muaf tutulmaktadır. Bu işlemlerde uygulanan KDV, normal oranın %30 altında hesaplanmaktadır.

ABD: Ülkede 1930 Tarife Yasası'nın 321(a)(2)(C) bölümü uyarınca, adil perakende değeri 800 Amerikan dolarını aşmayan ithalatlara gümrük vergilerinden muaf tutma yetkisi bulunmaktadır. Bu "de minimis" muafiyeti altında, 800 Amerikan doları değer sınırının altında kalan e-ticaret gönderileri gümrük vergisinden muaf tutulmaktadır. Değer sınırını aşan ithalatlara için gümrük vergisi, değer %15'ine varan oranlarda uygulanabilmektedir. ABD'de satış vergisi oranları, eyaletlere ve yerel yönetimlere göre değişiklik göstermekte, %4,5 ile %9 arasında değişen oranlarda uygulanmaktadır.

Birleşik Krallık: Ülkenin, Avrupa Birliği'nden ayrılmasını takiben Türkiye ile 29 Aralık 2020'de bir serbest ticaret anlaşması imzalanmıştır. Bu anlaşma, 1 Ocak 2021 itibarıyla yürürlüğe girmiş; sanayi ürünleri üzerindeki gümrük vergileri kaldırılmış ve tarım ürünleri üzerindeki tavizler uygulanabilir hâle getirilmiştir. Birleşik Krallık'ta, yurt dışından posta yoluyla gönderilen ve değeri 135 sterlini aşan ürünler gümrük vergisi ve KDV'ye tabidir. Ancak, 135 sterlin altındaki ürünlerde satıcı, KDV'yi satış fiyatına dâhil etmek zorundadır. Birleşik Krallık dışından Birleşik Krallık'a mal veya hizmet sağlayan işletmelerin KDV için kayıt yaptırmaları gerekmektedir. Standart KDV oranı %20 olup, bazı ürünlerde indirimli oranlar veya vergi muafiyeti uygulanabilmektedir.

Almanya: Almanya'ya AB üyesi olmayan ülkelerden internet üzerinden verilen siparişlerde, ithalat vergisi malların fatura tutarına bağlıdır. 1 Temmuz 2021'den itibaren 22 avro KDV istisnası kaldırılmıştır. 150 avroyu aşmayan sevkiyatlarda KDV tahsil edilmektedir. 150 avroyu aşan ürünler ise gümrük vergilerine tabi tutulur. Ayrıca, alkollü ürünler, tütün ürünleri ve kahve gibi ürünler için özel tüketim vergisi uygulanır. AB genelinde 10.000 avro eşliğini aşan e-ticaret satışlarında işletmeler, KDV yükümlülüklerini OSS üzerinden gerçekleştirir. Bu sistem, KDV dolandırıcılığı ile mücadelede ve AB şirketleri arasında adil rekabeti sağlamada etkilidir.

• E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Çin: Ülkenin e-ticaret sektörünün gelişiminde, hükümet politikalarının önemli bir etkisi bulunmaktadır. 2000'lerin başından itibaren e-ticaret platformlarının vergi yükünü hafifletici adımlar atılmış, sektörün büyümesini engelleyici politikalarından kaçınılmıştır. 2018 yılı itibarıyla, e-ticaretin belli bir olgunluk seviyesine ulaşmasının ardından düzenleyici çerçeveler hayata geçirilmiştir. Lojistik ve internet altyapısına yapılan yatırımlar ile sınır ötesi e-ticaretin teşvik edilmesi, ekosistemin gelişimine katkıda bulunmuştur. E-Zone pilot bölgelerinin oluşturulması ve uluslararası lojistik maliyetlerinin düşürülmesine yönelik adımlar, sınır ötesi e-ticaret stratejilerinin geliştirilmesinde önemli rol oynamıştır.

ABD: Ülkede e-ticaret sektörü, uzun süreler boyunca millî posta hizmetleri aracılığıyla uygulanan düşük kargo ücretleri politikasıyla desteklenmiştir. Özellikle 2020 yılı itibarıyla, Çin'den yapılan gönderilere yönelik tedbirler alınmış, Dünya Posta Birliği (UPU) ile olan anlaşmadan ayrılmış ve kendi belirlediği fiyatlandırma (self-declaration) uygulamasına geçilmiştir. E-ticaret alanında görevli kuruluşlar, Federal Ticaret Komisyonu ve Uluslararası Ticaret İdaresi gibi önemli yapılar aracılığıyla destekler sunmaktadır. Gümrük ve Sınır Koruma Ajansı'nın (CBP) yürürlüğe koyduğu yönetmelikler, e-ticaret platformları üzerinden gerçekleştirilen yasa dışı ticaret faaliyetlerine karşı önlemleri içermekte ve sektörde önemli bir düzenleyici rol oynamaktadır.

Birleşik Krallık: Ülkede e-ticaret faaliyetleri, tüketicilerin haklarını koruyan ve satıcıların yükümlülüklerini belirleyen çeşitli yasal mevzuatlar aracılığıyla düzenlenmektedir. Elektronik Ticaret Düzenlemeleri, Tüketici Hakları Yasası ve Tüketici Sözleşmeleri Yönetmeliği, çevrim içi alışverişlerde tüketicilere sağlanan hakları güçlendirmekte

ve satıcıların adaletsiz ticari uygulamalarını engellemekte önemli bir role sahiptir. Kişisel verilerin korunması ve fikrî mülkiyet haklarının yönetimi, Birleşik Krallık hukukunun önemli bileşenleri arasında yer almakta olup, bu konularda katı standartlar ve yüksek koruma seviyesi sunulmaktadır.

Almanya: Almanya'da e-ticaret faaliyetleri, uyumlaştırılmış AB yasal düzenlemelerinin yanı sıra çeşitli ulusal yasalarla da düzenlenmektedir. Bu yasalar arasında Medeni Kanun, Haksız Rekabete Karşı Yasa, Fiyat Teklifi Genelgesi, Telemedya Yasası, Gizlilik Yasası, Paketleme Yasası, Tüketiciyi Koruma Yasası, Yayın ve Elektronik Medyada Koruma Yasası, Menkul Kıymetler Yasası, Mali Denetim Yasası ve Ticari Marka İhlali Yasası bulunmaktadır. Almanya'da e-ticarette sık yapılan hatalar arasında, tüketicilerin cayma hakları hakkında yeterli bilgilendirme yapılmaması, yanlış bilgi verilmesi, adil olmayan hüküm ve koşulların kullanılması, eksik ürün etiketlemesi, fiyatlandırma ve nakliye maliyetleri hakkında yetersiz bilgi sağlanması ve telif hakları ile ticari marka ihlalleri yer almaktadır. Ayrıca, e-ticaret sitelerinde ürünlerini sergileyen ve satan firmaların vergi kimlik numarası alması zorunludur.

• Dijital Cüzdanlar ve Ödeme Sistemleri ile Hızlı Kargo Firmaları

Çin: Ülkede dijital ödeme sistemlerinin ve mobil ödeme seçeneklerinin benimsenmesi, diğer ülkelerle kıyaslandığında kayda değer bir genişlikte olup, e-ticaret işlemlerinin önemli bir bölümü bu yöntemler aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Mobil ödeme sistemlerinin kullanıcı sayısı, son derece yüksek bir rakama ulaşmış, bu alandaki en çok öne çıkan ödeme sistemleri WeChatPay, Alipay ve UnionPay olarak belirlenmiştir. E-ticaret altyapısı kapsamında, her bir çevrim içi pazaryerinin kendi lojistik ve sipariş karşılama servisleri bulunmaktadır; bu alanda ZTO, Turkish Cargo ve PAL firmalarının iş birliğiyle kurulan WeWorld Express gibi yeni lojistik şirketleri gönderilerin yönetimini üstlenmektedir.

ABD: Ülkede dijital ödeme sektörü PayPal, Amazon Pay, Google Pay, Apple Pay ve diğer benzer platformlarla kullanıcılara geniş bir yelpazede güvenli ve hızlı ödeme işlemleri sunmaktadır. Kargo ve lojistik alanında USPS, UPS, FedEx gibi büyük firmalar, e-ticaret ekosisteminde önemli bir yer tutmakta; ShipBob, FreightPros ve Amazon gibi şirketler ise sipariş karşılama ve lojistik yönetimi hizmetleriyle işletmelere destek olmaktadır.

Birleşik Krallık: Ülkenin e-ticaret alışverişlerinde banka kartları, en yaygın tercih edilen ödeme yöntemi olup, çevrim içi ödeme platformları ve kredi kartları da sıkça kullanılmaktadır. Bu ödeme yöntemleri, e-ticaretin kolaylaştırılması ve tüketicilerin alışveriş deneyimlerinin iyileştirilmesi açısından kritik öneme sahiptir.

Almanya: Almanya'da çevrim içi alışverişlerde ödeme şekilleri ürüne bağlı olarak değişmektedir. Hizmet alımlarında kredi kartı yaygınken, ürün alımlarında daha az tercih edilmektedir. Almanya'da çevrim içi alışveriş yapanlar genellikle faturalandırmayı tercih etmektedir. PayPal, SOFORT Überweisung ve Giropay gibi çevrim içi ödeme sistemleri en popüler ödeme yöntemleridir. Ayrıca, Google Pay, Apple Pay ve Alipay gibi ödeme uygulamaları da kullanılmaktadır. Bu nedenle, Almanya'yı hedefleyen e-ihracatçıların yerel ödeme altyapılarını sağlamaları önemlidir. Sadece kredi kartı ile ödeme seçeneği sunmak, satış hedeflerine ulaşmada dezavantaj yaratabilir. Ülkede Visa, MasterCard, PayPal ve American Express gibi kredi kartları ve kapıda ödeme sistemleri de mevcuttur.

• Lojistik Performans Endeksindeki Sırası

Çin: Lojistik Performans Endeksi (LPE), ülkelerin ticari lojistik alanındaki performanslarını ölçen ve onlara karşılaştıkları zorluklar ile fırsatlar konusunda kılavuzluk eden bir değerlendirme aracıdır. Bu araç sayesinde, ülkeler lojistik performanslarını nasıl iyileştirebileceklerine dair yol gösterici bilgilere ulaşabilirler. Endeks kapsamında, ülkelerin puanlaması esnasında aynı performans seviyesini göstermeleri durumunda, aynı sıralamayı paylaşmaları mümkündür. 2023 yılı itibarıyla, bu ülke Lojistik Performans Endeksi'nde (LPE) dünya genelinde 19. sırada yer almaktadır. Bu durum, uluslararası lojistik performans bağlamında önemli bir konumda olduğunun göstergesidir.

ABD: Ülke 2023 yılında LPE'de 17. sırada yer almıştır, bu da onun lojistik performans açısından dünya çapında karşılaştırmalı bir değerlendirmede önemli bir konumda olduğunu göstermektedir.

Birleşik Krallık: Söz konusu ülke 2023 yılında Lojistik Performans Endeksi'nde 19. sırada yer alarak, global lojistik performans ölçümünde dikkate değer bir yer tutmaktadır.

Almanya: Bu ülke, 2023 yılında Lojistik Performans Endeksi'nde 3. sırada yer alarak, küresel lojistik performansında önemli bir konuma sahip olduğunu göstermektedir.

• İpuçları

Çin: Ülkenin e-ticaret alanında, yabancı firmaların pazara giriş yapabilmeleri için yerel ticaret partnerleri ile iş birliği yapmaları gerekmektedir. Bu iş birliği kapsamında, ürünlerin pazara uygunluğunun sağlanmasından tanıtım

faaliyetlerine kadar geniş bir destek yelpazesi sunulmaktadır. Karşılığında ise yıllık aidatlar ve satış komisyonları talep edilmektedir. Çin pazarında, sosyal medya influencer'larının tüketici tercihleri üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu gözlemlenmekte, bu durum pazarlama stratejilerinin influencer dinamiklerine uygun şekilde oluşturulmasını zorunlu kılmaktadır. Teslimat hızı, Çin'deki tüketiciler için alışveriş kararlarını etkileyen önemli faktörlerden biri olarak belirlenmiştir. Bu beklenti, e-ticaret platformlarının ülke genelinde lojistik ve depolama altyapılarını geliştirmelerini teşvik etmektedir.

ABD: Ülkede ürün etiketleme kurallarına uyumun sağlanması ve çevrim içi satış platformlarına entegrasyonun gerçekleştirilmesi, işletmeler için hayati öneme sahiptir. İade oranlarının, özellikle hazır giyim sektöründe yüksek olduğu bilinmekte ve Amerikan tüketicileri, iade işlemlerinin ücretsiz ve hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesini talep etmektedir. Lojistik yönetiminin, müşteri memnuniyeti ve tekrar satın alma oranları üzerinde büyük bir etkisi bulunmakta; bu nedenle, etkin bir lojistik ve sipariş karşılama sürecinin yönetimi, e-ticaret işletmeleri için kritik bir önem taşımaktadır.

Birleşik Krallık: Ülkenin e-ihracat faaliyetlerine giriş yapacak işletmeler için İngiliz tüketicilerin çevrim içi alışverişlerde özellikle hızlı teslimata büyük önem verdikleri ve bu talebi karşılayacak hızlı kargo seçeneklerinin sunulmasının zorunlu olduğu belirtilmektedir. E-ticaretin, perakende satışların önemli bir bölümünü oluşturduğu ve tüketicilerin satın alma kararlarında ürün yorumlarına ve çevreye duyarlı teslimat seçeneklerine büyük önem verdikleri gözlemlenmektedir. Bu faktörler, işletmelerin pazarlama ve lojistik stratejilerini şekillendirme konusunda önemli rol oynamaktadır.

Almanya: Almanyada e-ticaret, pratik bir ihracat modelidir ve Türkiye'den Almanya'ya satılabilecek ürünler arasında hazır giyim, elektrikli aletler, ev tekstili, takı ve aksesuarlar, kişisel bakım ürünleri ve kuru gıda bulunmaktadır. E-ticaret için firmaların kendi internet siteleri üzerinden satış yapmaları veya tanınmış e-ticaret sitelerinde satış yapmaları olmak üzere iki temel yol vardır. Kendi siteleri üzerinden satış yapmak uzun vadeli yatırımlar gerektirirken, tanınmış e-ticaret sitelerinde satış yapmak daha avantajlı ve masrafsızdır. Mobil cihazların yaygın kullanımıyla, çok kanallı hizmetler ve Click & Collect gibi sistemler önem kazanmaktadır. Almanyadaki e-ticaret birlikleriyle iş birliği yapmak da ihracatçılar için faydalıdır. Ürünlerin çevresel ve sosyal kriterlere uygun üretilmesi, müşteri memnuniyetinin takip edilmesi ve satış sonrası hizmetlerin devamlılığı, sadık müşteriler kazanmak ve sürdürülebilir e-ticaret için önemlidir.

3.6. Küresel Pazarlama Yolculuğunda Dikkat Edilmesi Gereken Kritik Adımlar

Küresel pazarlama, markaların farklı coğrafyalara açılma stratejilerini kapsayan geniş ve karmaşık bir alandır. Bu süreçte başarılı olmak için dikkat edilmesi gereken çok sayıda faktör bulunmaktadır. Aşağıda, küresel pazarlamaya yönelik adımlar atarken göz önünde bulundurulması gereken temel noktaları ve stratejileri özetleyen bir rehber sunulmaktadır (Elektronik Ticaret Bilgi Platformu, 2023b).

- **Kültürel ve Dil Uyumu:** Küresel pazarlara giren şirketler, ürünlerini ve pazarlama stratejilerini hedef pazarın diline ve kültürüne uygun hâle getirmelidir.
- **Pazarlama Stratejilerinin Yerelleştirilmesi:** İç pazarda başarılı olan pazarlama stratejileri, küresel pazarlarda aynı başarıyı sağlamayabilir. Her pazar için özel stratejiler geliştirilmelidir.
- **Farklı Fiyatlandırma Stratejileri:** Küresel pazarlardaki yerel rekabet ve farklılıklar göz önünde bulundurularak farklı fiyatlandırma stratejileri uygulanmalıdır.
- **Teknolojik ve Lojistik Altyapı:** Yerel teknolojik ve lojistik altyapı, ürünlerin üretimi, dijital süreçlere entegrasyonu ve teslimatı için önemlidir.
- **Yerel İmkânlardan Yararlanma:** Bazı pazarlarda, üretim için yerel imkânların veya çözüm ortaklarının kullanılması maliyet açısından daha avantajlı olabilir.
- **Yerel İşletmelerle Ortaklıklar:** Tek bir pazara açılmak için yerel işletmelerle ortaklık kurulabilir ancak bu ortaklıklar başka pazarlarda markaya zarar verebilir.
- **Kültürlerarası İletişim:** Küresel pazarlamacılar, kültürlerarası iletişim becerilerini geliştirmeli ve pazarlamanın tüm yönlerini dikkate almalıdır.
- **Pazar Araştırması ve Ürün Uyarlaması:** Küresel şirketler, çeşitli pazarları araştırmalı ve gerektiğinde ürünlerinde, mesajlarında ve ambalajlarında değişiklikler yapmaya hazır olmalıdır.

- **Etkili Mesajlar ve Sloganlar:** Küresel pazarlara sunulan ürün veya markalar için, hedef pazarın kültürel değerleri ve beklentileri dikkate alınarak etkili mesajlar veya sloganlar geliştirilmelidir.
- **Dil Odaklı Pazarlama:** E-ihracat yapan şirketler, yerel şirketlerle iş ilişkilerini yönetmek ve yerel pazarlarda başarılı olmak için pazarın diline odaklanmalıdır.
- **Pazarı Bizzat Ziyaret Etme:** Pazarlamacılar, hedef pazarları bizzat ziyaret edip, yerel iş ve kültür dinamiklerini anlamak için bir süre orada yaşmalıdır.

4. Sınır Ötesi E-Ticaretin Geleceği

Sınır ötesi e-ticaret, özellikle 2023 yılı itibarıyla dijital dönüşümün hız kazanmasıyla giderek daha fazla önem kazanmıştır. Bu dönemde yapılan tahminlere göre, 2030'a kadar internet trafiğinin altı kat artacağı ve e-ticaret hacminin global ticaretin yaklaşık %40'ını oluşturacağı öngörülmektedir. Türkiye'de ise pandemi sonrası değişen tüketici alışkanlıkları neticesinde, e-ihracat yıllık ortalama %25 oranında bir artış göstererek önemli bir büyüme kaydetmiştir. Bu bağlamda, Ticaret Bakanlığı e-ihracatın toplam ihracat içindeki payını en az %10'a çıkarma hedefi doğrultusunda, gümrük işlemlerinin basitleştirilmesi ve e-ihracatçıların rekabet gücünü artırıcı destekler sağlanması yolunda önemli adımlar atılmaktadır. Küresel etkenler ve tedarik zincirindeki aksaklıklar ise uluslararası iş birliği ve etkin risk yönetiminin kritik önemini bir kez daha ön plana çıkarmaktadır. Bu süreçte, Avrupa Birliği'nin vergilendirme ve risk değerlendirme politikaları dikkat çekmekte; kaliteli veri paylaşımı ve teknolojik iş birlikleri, bu yeni dönemin temel taşları arasında yer almaktadır. Bu dinamikler, küresel ticaretin bir parçası olmayı hedefleyen her aktör için, bu trendlere uyum sağlamanın kaçınılmaz olduğunu göstermektedir (Ticaret Bakanlığı, 2024b, s. 20-21).

Sınır ötesi e-ticaretin geleceği, teknolojik yeniliklerin ötesinde, sürdürülebilirlik, müşteri deneyimi ve veri güvenliği gibi faktörlere odaklanarak genişlemektedir. İşletmeler, önümüzdeki dönemde çevre dostu ürün ve hizmetler sunarak tedarik zincirlerini optimize etmek ve karbon ayak izlerini azaltmak yönünde daha fazla sorumluluk üstlenecektir. Tüketicilerin artan beklentilerine yanıt olarak, kişiselleştirilmiş alışveriş deneyimleri ve etkin müşteri hizmetleri sunulması gerekmektedir. Veri güvenliği, kişisel verilerin korunması ve işlemlerin güvenli bir şekilde gerçekleştirilmesi gerekliliğiyle, e-ticaret platformlarının güvenlik teknolojilerinde yenilik yapmalarını ve uluslararası veri koruma standartlarına uyum sağlamlarını zorunlu kılmaktadır. Bu çerçevede, işletmelerin bu yeni dönemin gereksinimlerine uyum sağlaması, sınır ötesi e-ticaretin geleceğini şekillendiren temel bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır.

SONUÇ

Bu çalışma, e-ihracatın küresel pazarlara açılmasındaki rolünü ve önemini derinlemesine inceleyerek, e-ihracatın hem fırsatlarını hem de karşılaşılan zorlukları detaylandırmıştır. İnternetin yaygınlaşması ve dijital teknolojilerin ilerlemesiyle birlikte, sınır ötesi ticarete yeni ufuklar açılmıştır. E-ihracat, geleneksel ihracat modellerine kıyasla düşük maliyet avantajları, geniş erişim imkânları ve iş modeli yenilikleri sunarak işletmelerin küresel ölçekte rekabet etme kapasitelerini önemli ölçüde artırmıştır. Ancak lojistik süreçler, gümrük mevzuatı ve uluslararası ödeme sistemleri gibi alanlarda yaşanan zorluklar, bu potansiyelin tam olarak gerçekleştirilmesini engelleyen temel faktörler olarak belirlenmiştir.

Araştırma sonuçları, e-ihracatın sürdürülebilir başarısının, bu zorlukların üstesinden gelinmesiyle doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, hükümetlerin ve ilgili kurumların, e-ihracatı destekleyici politikalar geliştirmesi ve uluslararası pazarlara entegrasyonunu kolaylaştıracak düzenlemeler yapması büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, işletmelerin de değişen pazar koşullarına hızla adapte olmaları, yenilikçi pazarlama stratejileri geliştirmeleri ve teknolojik altyapılarını güçlendirmeleri gerekmektedir.

Gelecek çalışmalar, e-ihracatın sektörel bazda etkilerini, farklı coğrafi bölgelerdeki uygulamalarını ve kültürel faktörlerin e-ihracat üzerindeki etkisini daha detaylı bir şekilde inceleyerek, bu alandaki bilgi birikimini genişletebilir. Ayrıca, teknolojik yeniliklerin ve özellikle yapay zeka uygulamalarının e-ihracat süreçlerine entegrasyonunun, işletmelerin uluslararası rekabet güçlerini nasıl etkilediği üzerine yapılan çalışmalar, alana yeni perspektifler kazandırabilir.

Sonuç olarak, e-ihracatın getirdiği fırsatlar ve karşılaşılan zorluklar göz önünde bulundurulduğunda, küresel pazarlara başarılı bir şekilde entegrasyon için çok yönlü stratejilerin geliştirilmesinin gerekliliği ortaya konmuştur.

Bu çabalar, sadece işletmelerin sürdürülebilir büyümesini ve uluslararası başarısını desteklemekle kalmayacak, aynı zamanda küresel ekonomik gelişime de önemli katkılarda bulunacaktır.

KAYNAKÇA

- Akarşlan, Y. (2022). *Algılanan ebeveyn ilişkisi ile yetişkinlikte görülen duygusal tepkisellik düzeyi ve evlilikte ebeveyn çocuk iletişimi arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Topkapı Üniversitesi, İstanbul
- Akoğlu Günbatan, M. (2022). *Bağlanma stilleri ve duygusal yeme ilişkisinde duygusal tepkisellik ve bilişsel duygu düzenleme stratejilerinin aracı rolü* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Medipol Üniversitesi, İstanbul
- Aksoy, M. P. (2021). *Duygusal tepkisellik, okula yabancılaşma ve okula bağlılık arasında okul reddinin aracı rolünün incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Atatürk Üniversitesi, Erzurum
- Akyıldız, D. (2019). *Yas tepkilerinin algılanan eş desteği, duygusal baskılama ve duygusal tepkisellik ile ilişkilerinin incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Maltepe Üniversitesi, İstanbul
- Alpüran Kocabıyık, N. (2022). *Kekemeliği olan ve olmayan 4-6 yaş çocukların duygusal tepkiselliklerinin olaya ilişkin potansiyeller (OİP) ölçümleri ile karşılaştırılması ve OİP ölçümlerinin kekemeliğin klinik görünümüyle ilişkisinin incelenmesi* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Üsküdar Üniversitesi, İstanbul
- Altunbaş, T. (2018). *Duygusal zekâ programının öğrencilerin duygusal zeka, atılğan, saldırgan ve çekingen davranışlarına etkisinin incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir
- Angie, A.D., Connelly, S., Waples, E.P. ve Kligyte, V. (2011). The influence of discrete emotions on judgement and decision-making: A meta-analytic review. *Cognition and Emotion*, 25: 1393- 1422.
- Aytaş, A. D. (2022). *Suç geçmişisi olan ve olmayan çocuklarda duygu düzenleme, duygusal tepkisellik ve duygusal-psikolojik iyi oluş düzeylerinin karşılaştırmalı olarak incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Atatürk Üniversitesi, Erzurum
- Balaban, G. (2023). *Pekiştireç duyarlılığı ve duygusal tepkisellik: Motivasyonel model temelinde kişilik bozuklukları ile çalışma belleği arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul
- Bayrı, H., ve Özdemir, H. P. (2022). Özel yetenekli öğrencilerin duygusal tepkisellik, öz-yeterlik ve psikolojik kırılganlık düzeylerinin incelenmesi: Bir karma yöntem çalışması. *Electronic Journal of Social Sciences*, 21(81), 1-20.
- Bilaç, Ö., Önder, A., Kavurma, C., Eslek, A., Uzunoğlu, G., Sapmaz, Ş. Y. ve Kandemir, H. (2021). Madde kullanan ergenlerin problem çözme, karar verme becerileri, duygusal tepkisellik düzeyleri ve anne tutumlarının değerlendirilmesi: Olgu-kontrol çalışması. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 32(1), 17-25.
- Becerra, R. ve Campitelli, G. (2013). Emotional reactivity: Critical analysis and proposal of a new scale. *International Journal of Applied Psychology*, 3(6):161-168.
<https://doi.org/10.5923/j.ijap.20130306.03>
- Cengiz, S. (2017). *Ergenlerde duygusal tepkisellik bilişsel çarpıtma ve depresyon arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Atatürk Üniversitesi, Erzurum
- Corbin, J. ve Strauss, A. (2015). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (4.bs.). Sage.
- Çakmak, Ö. N. (2018). *Bağlanma stilleri ve duygusal tepkisellik arasındaki ilişkide psikolojik sağlamlığın aracılık rolünün incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul
- Çavdar, E. (2022). *Öğretmen adaylarının internet bağımlılığı ile sorumluluk ve duygusal tepkisellik düzeyleri arasındaki ilişki* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Atatürk Üniversitesi, Erzurum
- Davidson, R. J. (1998). Affective style and affective disorders: Perspectives from affective neuroscience. *Cognition and Emotion*, 12(3): 307–330.
<https://doi.org/10.1080/026999398379628>
- Dökmeci, M. (2017). *Self-compassion as a mediator between parental acceptance-rejection and emotional reactivity among university students* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul
- Engel, K. D., Lunkenheimer, E. ve Corapci, F. (2023). Do maternal power assertive discipline and warmth interact to influence toddlers' emotional reactivity and noncompliance? *Infant and Child Development*, 32(5), e2442.
<https://doi.org/10.1002/icd.2442>
- Gökdağ, C. (2023). The effects of two individual differences in emotional process on psychological problems: The

- mediating role of emotion dysregulation between emotional reactivity and distress. *Personality and Individual Differences*, 203, 112008.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2022.112008>
- Gross J. J. (1998). Antecedent- and response-focused emotion regulation: divergent consequences for experience, expression, and physiology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(1): 224–237.
<https://doi.org/10.1037//0022-3514.74.1.224>
- Gross, J. J. (2015). Emotion regulation: Current status and future prospects. *Psychological Inquiry*, 26(1): 1–26.
<https://doi.org/10.1080/1047840X.2014.940781>
- Gross, J. J. (2001). Emotion regulation in adulthood: Timing is everything. *Current directions in psychological science*, 10(6), 214-219. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00152>
- Herpertz, S. C., Kunert, H. J., Schwenger, U. B. ve Sass, H. (1999). Affective responsiveness in borderline personality disorder: A psychophysiological approach. *American Journal of Psychiatry*, 156(10), 1550-1556.
<https://doi.org/10.1176/ajp.156.10.1550>
- Karaoğlan, T. (2018). *Baba ve yetişkin kızları arasındaki ilişkide duygusal erişilebilirlik ve algılanan ebeveyn biçiminin yetişkin kadınlarda duygusal tepkisellik ve dürtüsel davranışlar arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Üsküdar Üniversitesi, İstanbul
- Lucas, R. E. ve Baird, B. M. (2004). Extraversion and emotional reactivity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86(3): 473–485.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.86.3.473>
- Nock, M. K., Wedig, M. M., Holmberg, E. B. ve Hooley, J. M. (2008). The emotion reactivity scale: development, evaluation, and relation to self-injurious thoughts and behaviors. *Behavior therapy*, 39(2), 107-116
<https://doi.org/10.1016/j.beth.2007.05.005>
- Nyland, B. (1999). Listening to infants: Emotional literacy and the child care setting. *International Journal of Early Childhood*, 31(2): 99-104.
- Özen, D. E. (2021). *Öğretmenlerde duygusal öz-yeterlik ve duygusal tepkisellik arasındaki ilişkide psikolojik dayanıklılığın aracı rolü* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Mersin Üniversitesi, Mersin
- Öztürk, G. B. (2021). *Borderline kişilik özelliklerine sahip kişilerin duygusal tepkisellik ve romantik ilişkilerde yakınlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Üsküdar Üniversitesi
- Rottenberg, J. (2005). Mood and emotion in major depression. *Current Directions in Psychological Science*, 14(3): 167-170.
<https://doi.org/10.1111/j.0963-7214.2005.00354.x>
- Savaş, N. (2019). *Ergenlerde obsesif kompulsif bozukluk, duygusal tepkisellik ve öznel iyi oluş arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Atatürk Üniversitesi, Erzurum
- Shapero, B. G., Farabaugh, A., Terechina, O., DeCross, S., Cheung, J. C., Fava, M. ve Holt, D. J. (2019). Understanding the effects of emotional reactivity on depression and suicidal thoughts and behaviors: Moderating effects of childhood adversity and resilience. *Journal of affective disorders*, 245: 419–427.
<https://doi.org/10.1016/j.jad.2018.11.033>
- Smith, C.A. ve Lazarus, R.S. (1990). *Emotion and Adaptation, Handbook of Personality: Theory and Research* (ss. 609-637). The Guilford Press.
- Thake, J. ve Zelenski, J.M. (2013). Neuroticism, BIS, and reactivity to discrete negative mood inductions. *Personality and Individual Differences*, 54(2): 208-213.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2012.08.041>
- Tolan, Ö. Ç., Tümer, S. B., ve Yıldırım, E. D. (2022). Algılanan sosyal destek ve bilişsel duygu düzenleme ile duygusal tepkisellik arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Humanistic Perspective*, 4(1), 82-106.
- Uzdil, N., Kılıç, Z. ve şimşek, N. (2023). Emotional reactivity and death anxiety in dialysis patients. *Genel Tıp Dergisi*, 33(6), 719-725.
- Yaşar Ekici, F., ve Balcı, S. (2019). Okul öncesi öğretmen adaylarının bilişsel esneklik düzeyleri ve duygusal tepkisellik düzeylerinin incelenmesi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, (1), 65-77.

- Van Eck, N. ve Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538.
<https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>
- Yurdakul, A., ve Üner, S. (2015). Sağlık yüksekokulu öğrencilerinin duygusal tepkisellik durumlarının değerlendirilmesi. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 14(4), 300-307.
- Zaferoğlu, M. (2018). *Ergenlerde duygusal tepkisellik ile obsesif kompulsif belirtiler arasındaki ilişkide duygu düzenleme becerilerinin aracı rolünün incelenmesi* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Atatürk Üniversitesi, Erzurum
- Wentzel, K. R. (1998). Social relationships and motivation in middle school: The role of parents, teachers, and peers. *Journal of educational psychology*, 90(2), 202-209.
<https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-0663.90.2.202>

Mustafa Gökhan Kılıçarslan (mukiaslan@gmail.com , ORCID: 0009-0007-9061-1647)
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Programı

Metin Reyhanoğlu (reyhanoglu@gmail.com , ORCID: 0000-0003-1769-1867)
Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

09.09.2024

Geliş Tarihi
Submitted

12.12.2024

Kabul Tarihi
Accepted

Derleme Makalesi
Review Article

<https://doi.org/10.55044/meusbd.1543454>

SANAL İLETİŞİM, SANAL İŞ BİRLİĞİ VE ÖRGÜTSEL SOSYALLEŞME ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Özet

Hızla gelişen elektronik iletişim araçlarıyla birlikte örgütlerdeki işgörenler arasında iş birliği sanal hâle gelmiştir. Geleneksel elektronik etkileşim, beraberinde örgütsel sosyalleşmenin de sanal dönüşümünü ortaya çıkarmaktadır. Örgütsel sosyalleşme, işgörenin iş arkadaşlarına, iş ortamına ve işine uyum sağlamasıyla açıklanan, sürekli değişen ve gelişen, dinamik bir süreçtir. Bu dinamik sürecin, sanal iletişim yoluyla nasıl sağlandığının veya sanal iletişim ve sanal iş birliğinden ne derece etkilendiğinin anlaşılmasının ve sanal iletişim yoluyla sanal iş birliği ve örgütsel sosyalleşmenin, işgörene sağladığı katkının, önümüzdeki süreçte birçok araştırmaya konu edilebilecek nitelikte olduğu değerlendirilmektedir. Sanal iletişim yoluyla gerçekleşecek sanal iş birliği ve/veya örgütsel sosyalleşme sürecinin olumlu bir şekilde gelişmesi, işgören ve kurum açısından yeni fırsatlar yaratacaktır. Olumsuz şekillenmesinde ise işgören ve kurum, karşı karşıya olduğu tehditler ile baş etmek zorunda kalacaktır. Bu nedenle sanal iletişimin sanal iş birliği ve örgütsel sosyalleşmeye etkilerinin anlaşılması; işgörenin iş tatmini ekseninde, kurumsal verimliliğin ve kalitenin yükseltilmesinin analizi yönüyle önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacı, sanal iletişim araçlarının örgüt üyeleri arasındaki sanal iş birliğini ve örgütsel sosyalizasyonu nasıl etkilediğini akademisyenler arasında yürütülen çalışmalar yönüyle örneklendirerek göstermektir. Örgütlerde sanal iş birliğinin kolaylaştırılması için teknolojinin, işgörene uyum sağlayacak sanal iletişim unsurlarının desteklenmesi önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sanal İletişim, Sanal İş Birliği, Örgütsel Sosyalleşme, Sanal Sosyalleşme

EVALUATION OF THE RELATIONSHIPS BETWEEN VIRTUAL COMMUNICATION, VIRTUAL COLLABORATION, AND ORGANIZATIONAL SOCIALIZATION

Abstract

With the rapidly developing electronic communication tools, collaboration between employees in organizations has become virtual. Traditional electronic interaction leads to a virtual transformation of organizational socialization. Organizational socialization, which involves an employee's adaptation to their co-workers, work environment, and job, is a dynamic process that is constantly changing and developing. It is evaluated that understanding how this dynamic process is facilitated through virtual communication, the extent to which virtual communication and collaboration affect it, and the contributions of virtual collaboration and organizational socialization to employees through virtual communication could be the subject of many studies in the future. The positive improvement of virtual collaboration and/or organizational socialization process through virtual communication will create opportunities for the employee and the institution. In its negative form, both the employee and the institution will need to cope with the threats they face. For this reason, understanding the effects of virtual communication on virtual collaboration and organizational socialization is important for analyzing employee job satisfaction and improving corporate efficiency and quality. The purpose of this study is to demonstrate how virtual communication tools affect virtual collaboration and organizational socialization among organizational members, giving examples from studies conducted among academics. It is recommended that technology-compatible virtual communication elements be supported to facilitate virtual collaboration in organizations.

Keywords: Virtual Communication, Virtual Collaboration, Organizational Socialization, Virtual Socialization.

GİRİŞ

Hızla ilerleyen dijital çağda, örgütler derin bir dönüşüme sahne olmaktadır. İş birliği ve sosyal etkileşim, sanal iletişim ve sanal iş birliği teknolojileri tarafından yeniden tanımlanmaktadır. Örgütler dijital dönüşümün sunduğu zorluklar ve fırsatlarla boğuşurken, sanal iş birliğinin dinamiklerini anlamak hayati önem taşımaktadır. Kurumlarda dijitalleşmenin sağlanması ve bilgisayar tabanlı iletişim teknolojilerinin kullanılması, sanal çalışma ortamlarının yaygınlaşmasının önemli bir faktörü ve nedenidir (Tijunaitis ve ark., 2019). Bilgi çağıyla birlikte iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması, internetin dünya genelinde teknolojik altyapı olarak erişilebilir bir nitelik almasını, azalan maliyetler ve ucuzlayan hizmet sunumları sayesinde ekonomik yönden ise ulaşılabilir bir noktaya gelmesini sağlamıştır. Bu durum, süreç içerisinde giderek hayatımızın vazgeçilmez bir parçası hâline dönüşmüştür. Dijital dönüşüm geleneksel işyerlerini ve iş gücü süreçlerini derinden etkilemektedir (Kudyba ve ark., 2020; Bresciani ve ark., 2021; Schafer ve ark., 2023). Örgütlerde dijital dönüşüm karşı konulmaz bir zorunluluk hâline gelmiştir (Kraus ve ark., 2021; 2022). Gelişmeler, genel iş hayatında gerek müşteriler gerekse işgörenler arasındaki, akademik hayatta ise akademik araştırmaların yanı sıra eğitim süreçleri yönüyle bireyler arasındaki etkileşimin sağlanması için iletişim süreçlerinin daha fazla elektronik ortama taşınmasıyla sonuçlanmıştır.

Sanallık ve sanal iş birliği yoluyla uzaktan çalışma günümüzde birçok işyeri için sıradan bir durum hâline dönüşmüştür (Makarius ve Larson, 2017). 2019 yılı sonunda Çin Halk Cumhuriyeti'nde başlayan ve 2020 yılında dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını nedeniyle oluşan pandemi şartları, günlük hayatı olduğu kadar sosyal hayatı ve iş hayatını, eğitim süreçlerini köklü şekilde değiştirecek gelişmelerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. İş ortamında devrim niteliğinde gelişmelere yol açan dijitalleşmenin etkisi Endüstri 4.0, internetin yayılımı ve Covid-19 salgınıyla hız kazanmıştır (Kraus ve ark., 2022; Orero-Blat ve ark., 2022; Dabrowska ve ark., 2022). Covid-19 pandemisi sürecinde devam eden salgına yönelik tedbirlerle insanlar arasında yüz yüze etkileşim azalmış, sosyal mesafenin korunması ve iletişim için teknolojik imkânlardan daha fazla yararlanılması ön plana çıkmıştır. Bu noktada günümüzde bireylerin sanal ortamlarda yüz yüze iletişim kurma imkânına sahip olduğu, ancak bu iletişimin fizikî olarak bir arada bulunarak yüz yüze iletişim sağlayan bireyler arasındaki jest ve mimikler; beden dili hareketleri; içtenlik, heyecan, tedirginlik, korku gibi duyguları yansıtan davranışlar ve çevresel durumlara karşı sergilenen reaksiyon gibi çeşitli durumlarda sergilenen ipuçlarının tamamını yansıtamadığı vurgulanmalıdır. Nitekim Blöndal (2021), teknolojideki ilerlemelere, Covid-19 krizine ve Covid-19 sonrası ortaya çıkan zorluklara reaksiyon olarak örgütlerin merkezleşerek sanal ortamlara kaydığını; bu yeni örgüt türlerinin, meslektaşlarıyla büyük ölçüde yüz yüze etkileşim ve fiziksel temas fırsatının sınırlı olduğu veya hiç bulunmadığı sanal ortamlarda ilişki geliştiren yeni işgörenlerin sosyalleşmesinde farklı bir sürece işaret ettiğini belirtmektedir. Bu nedenle çalışmada sanal ortamdaki yüz yüze iletişim kavramı fizikî yüz yüze iletişim kavramından ayrı şekilde kullanılmıştır.

Diğer yandan yaşanan deprem gibi afetler nedeniyle de işgörenlerin iletişimleri elektronik yollarla sağlanmıştır (Reyhanoğlu ve Habiboğlu, 2023). Böyle bir geçişe duyulan acil ihtiyaç zorunluluktan kaynaklanıyor olsa da uzun vadeli sonuçlar salgının ve afetlerin çok ötesine uzanmakta ve iş hayatında işgörenlerin nasıl etkileşimde bulunduğu ve geliştiği konusunda kalıcı bir evrime işaret etmektedir. De Lucas Ancillo ve arkadaşları (2020) Covid-19 sonrası iş ortamlarının asla geçmişteki gibi olmayacağını ifade ederken Vienne (2020) ise yeni normal olarak tanımlanan mevcut süreçte yeni çalışma şekillerini yaygınlaştırarak yönetmeyi sağlayabilen kurumların başarılı olacağını ileri sürmektedir.

“Sanal iletişim”, “uzaktan erişim” ve “sanal toplantılar”; “elektronik iş birliği”, “sanal iş birliği” gibi kavramları günümüzün popüler kavramları arasına taşımıştır. Bilgisayarlar, veri iletimi yoluyla iş birliğini geliştirmekte ve mümkün kılmaktadır, bu nedenle günümüz bilgisayar çağında sanal iş birliği, iş birliğinin doğal bir evrimi sonucu ortaya çıkmaktadır (Arinze, 2012: 2). Sanallaşma süreci, iş hayatı uygulamalarında ve kurumsal yönetim alanında önemli dönüşümlere neden olmaktadır (Hemerling ve ark., 2018; Nicolás-Agustín ve ark., 2021). Sanal iletişim araçlarının yaygın olarak benimsenmesi geleneksel iletişimin sınırlarını aşarak, aralarında fiziksel mesafe olmasına karşın ekiplerin eş zamanlı iletişim kurmasına ve iş birliği yapmasına imkân tanımaktadır (Anderson, 2017). Sanal iş birliği, bilgisayar aracılı iletişimi ve bilgisayar destekli iş birliği çalışmayı içermekle birlikte sadece bunlarla sınırlı kalmamaktadır (Kock ve Nosek, 2005). Bu ortam, kurumsal hayatı ve işleyişi köklü şekilde etkilemiştir ve etkilemeye devam etmektedir. Gelişmelere paralel şekilde örgüt içi ve örgüt dışı iletişimin elektronik ortamda gerçekleştirilmesine yönelik artan bir ihtiyaç ortaya çıkmış ve bu ihtiyaç sanal iletişim kanallarını geliştirmenin giderek daha fazla önem kazanmasına yol açmıştır.

Bu ve benzeri işaretler, bu yeni dönemde örgüt içi çalışma, iletişim, etkileşim ve iş birliği sisteminin değişen doğasını ve örgütsel yapıların değişimin ve gelişimin gerisinde kalmama çabasını ortaya koymaktadır. Bu noktada ise karşımıza örgüt içerisinde işgörenlerin sanal iletişim ağları üzerinden etkin şekilde nasıl iletişim kurarak iş birliği sağladıkları ve bu sanal iletişim ve sanal iş birliği süreci içerisinde işgörenlerin sosyalleşmesinin ne şekilde gerçekleştiği konuları gelmektedir. Sanal çalışma ortamlarının artması, etkili sanal iş birliğinin önündeki engellerin aşılabilmesi için sosyal etkileşimlerin ne şekilde sağlandığı ile ilgili yeni araştırmalara olan ihtiyacı ortaya çıkarmıştır (Cimperman, 2023). Nitekim hem iş birliği hem de sanal iş birliği performansla önemli ölçüde ilişkilidir (Razmerita ve Kirchner, 2014) ve sanal iş birliği ile temel performans boyutları arasında bir bağlantı olduğu doğrulanmıştır (Cassivi ve ark., 2004). Yeni işgörenlerin dâhil oldukları örgütteki yeni işyeri çevresine ve iş ortamına kısa sürede uyum sağlamaları, sorumluluğunu aldıkları görevlerini başarılı bir şekilde yerine getirmeleri ve bu sayede motivasyonlarını yüksek tutarak örgütsel bağlılık geliştirmeleri için önem taşımaktadır. Örgütsel bağlılığın ve yüksek motivasyonun bir sonucu olarak iş doyumunun sağlanmasıyla, örgütü amaç ve hedeflerine ulaştıracak işgören potansiyeline ulaşılacaktır. Bu uyum süreci karşımıza örgütsel sosyalleşme kavramını çıkarmaktadır. Bireyin yeni başladığı işyerinin tam bir üyesi olmasına giden yol olarak özetlenen örgütsel sosyalleşme süreci, yeni işgörenin geçmiş bilgi ve deneyimleriyle birlikte karakteristiğini örgüte taşıdığı ve bunları örgüt kültürü, örgütsel değerler, örgüt içi uygulamalar ve örgütteki diğer işgörenlerin tutum ve davranışlarıyla harmanlayarak uyumlaştırdığı dönemi yansıtmaktadır. Sanal iletişim yoluyla gerçekleştirilen sanal iş birlikleriyle şekillenen günümüz sanal çalışma ortamlarında, işgörenler arasında doğal etkileşimler ve bilgi aktarımı yoluyla meydana gelen gayriresmî sosyalleşmenin nasıl sağlandığı ve bu etkileşimlerin sanal ortamlarda nasıl ikame edildiğine ilişkin bilgi eksikliğinin giderilmesi önem taşımaktadır (Asatiani ve ark., 2021). İş görenlerin gayriresmî sosyalleşmesi, bireyler arasında güven oluşturur, ilişkileri geliştirir, bilgi paylaşımını kolaylaştırır, performansın artmasını sağlar (Lawson ve ark., 2009) ve önemli ölçüde daha yüksek seviyede iş birliğinin sağlanmasına yol açar (Lee ve ark., 2016). Sanal iş birliği ortamlarında sosyal uyum geliştirmenin önemini ve zorluklarını vurgulayan (Adams, 2023; Davison, 2017; Gilchrist, 2004; Lesser ve Storck, 2001) çeşitli çalışmalar da bulunmaktadır.

Bu çalışmanın kapsamı, iletişim araçlarından sosyal etkileşimleri teşvik eden karmaşık sanal ortamlara kadar örgütlerdeki sanal iş birliğinin tüm yelpazesini kapsamaktadır. Bu çalışma, literatürdeki ilgili kavramlar taranarak teknolojinin gelişimiyle ortaya çıkan sanal iletişim ve sanal iş birliğinin, örgütsel sosyalleşmeyi nasıl etkilediğine dair gelecek çalışmalar için bir çerçeve sunmayı amaçlamaktadır. Çalışmada öncelikle sanal iletişim, sanal iş birliği ve örgütsel sosyalleşme kavramları tanıtılacak, daha sonra belirtilen kavramlar arası ilişkiler açıklanacak, çalışma sonuç ve önerilerle son bulacaktır.

1. Sanal İletişim, İş Birliği ve Örgütsel Sosyalleşme Kavramları

1.1. Sanal İletişim

Yeni iletişim teknolojileri, bizzat etkileşimlerin ötesinde bilgi vermek için ilave kanallar sağlar. Bu teknolojiler hem eş zamanlı hem de eş zamanlı olmayan etkileşimler için kullanılabilmesi nedeniyle daha esnek olup bireylerin başkalarıyla olan ilişkilerine ve iletişim kalıplarına bağlı olarak kişiselleştirilmiş veya kişiselleştirilmemiş olabilirler (Kramer ve ark., 2019). Konu iletişim araçları yönüyle ele alındığında, sanal iletişim, bilgisayarların veya daha genel anlamda teknolojinin aracılık ettiği etkileşimi içermektedir (Jarvenpaa ve Leidner, 1999; Myers, 2007).

Küreselleşmenin bir sonucu olarak, günümüzde iş toplantıları veya daha genel bir ifadeyle işgörenlerin etkileşimleri artık yalnızca fiziksel mekânlarla sınırlı olmamaktadır. Örgütler işgörenlerin aynı odada, aynı şehirde ve hatta aynı ülkede bulunmadan bağlantı kurmalarını, çalışmalarını takip etmelerini ve toplantılar yapmalarını giderek daha çok talep etmektedir. Bugün artık işgörenler, her biri farklı fiziksel ortamlarda veya coğrafyadaki ayrı ofislerde bulunan ve hatta tanışmayan meslektaşları ile elektronik ortamda bir toplantıya katılmalarına karşın esasen masalarında tek başına oturuyor olabilirler (Layng, 2016).

Sanal iletişim, bilgisayar veya internet kullanmak suretiyle bilgi alışverişi yapan kişilere ilişkin bir süreçtir. Sanal iletişim, fizikî olarak yüz yüze bulunmadıkları hâlde bireylerin birbirleriyle iletişim kurmak için teknolojiyi kullandıkları iletişim yöntemini ifade etmektedir (Layng, 2016). Sanal iletişim araçları hakkındaki literatür, günümüz ekiplerinin iş birliğini şekillendiren teknolojik çerçeve hakkında temel bir anlayış sağlar. Sanal iletişim araçları, farklı özellikler ve kullanım alanları sunan elektronik posta, görüntülü konferans ve anlık mesajlaşma gibi değişik türdeki iletişim ortamlarını içerir (Agarwal, 2024, s. 47). Ross ve Cornell (2010) çalışmasında sanal iletişimi; telefon, sesli ve görüntülü konferans ile elektronik posta gibi hem eş zamanlı hem de eş zamanlı olmayan (gecikmeli etkileşim)

yöntemler ile tanımlamaktadır.

Sanal iletişim, iletişim kavramında olduğu gibi bir kanal, alıcı/alıcılar ve verici/vericilerden meydana gelir. Dilin kullanımını içeren sözlü iletişim ve beden dilinin kullanımını içeren sözsüz iletişim kavramından farklı olarak sanal iletişim; sözcüklü, simgeli, görüntülü ve sesli olarak gerçekleştirilebilir. Yine sanal iletişimde elektronik posta, sohbet odaları, haber grupları ve mesajlaşma sistemleri gibi metin temelli araçların yanı sıra, sesli konferans ve video konferans araçları kullanılabilir (Tansal, 2007, s. 47). Uzun süredir kullanılmakta olan e-posta, her yerde bulunan ve belge paylaşımı ile konu dizili tartışmaları teşvik eden, eş zamanlı olmadan da kullanılabilen bir iletişim aracı olarak karşımıza çıkmaktadır (Anderson, 2017). Video konferans araçları gibi eş zamanlı iletişim ortamlarının giderek daha fazla gelişerek yaygınlaşması, coğrafi olarak farklı mekânlarda bulunan ekiplerde dâhi yüz yüze etkileşimlere ve yakınlık hissi duyulmasına olanak tanımıştır (Smith, 2019).

Sanal iletişim iki veya daha fazla taraf arasında anlam, bilgi ve anlayışı birbirlerine aktarma sürecidir (Berry, 2011, s. 7). Sanal iletişimin teknolojik gelişmeler yoluyla örgüt içi iletişimi ve örgütsel aktörler arasındaki bilgi paylaşımını kolaylaştırdığı söylenebilir.

Elektronik posta, yazılı metinler ve görsel unsurlarla desteklenebilen ve eş zamanlı olabilme imkânı bulunmasının yanında eş zamanlı olmayarak da kullanılabilen bir sanal iletişim aracı iken; sesli görüşme, beden dili etkileşiminin olmadığı eş zamanlı; görüntülü görüşme ise beden dilini de içeren eş zamanlı, görsel ve sesli etkileşimi yansıtmaya yönüyle birbirinden ayrılmaktadır. Metin temelli iletişimi içeren elektronik posta vb. sanal iletişimde, beden dili (mimikler, jestler, göz teması), koku ve dokunma gibi duyarlar yoktur ve duyguların, üretilmiş simgelerle anlatılması yönünde bir çaba vardır (Tansal, 2007, s. 48).

Sanal iletişim ile ilgili literatürde, fizikî yüz yüze etkileşimin bulunmamasından kaynaklı olarak, iletişim kurma ve bilgi aktarımına yönelik engeller ile belirsizlik, yanlış anlama ve anlaşmazlığa yol açan teknolojiye karşı, olası eksikliklere vurgu yapılmaktadır. Bu eksiklikleri açıklamak için metin tabanlı iletişim teknolojilerinde beden dili ve ses tonu bilgisinin olmaması nedeniyle medya zenginliğinin bozulması (Daft ve Lengel, 1986); medya zenginliği algısının etkisi (Carlson ve Zmud, 1999); geri kanal bilgisinin azlığı, günlük konuşmayı karakterize eden sözlü ve sözlü olmayan onay, anlaşmazlık ve şaşkınlık ile laf arasında geçen konuşma veya söylemler (Cramton, 2001) gibi nedenler ileri sürülmüştür.

Teknolojik ilerlemelerle birlikte yeniliklerin benimsenmesinde ve günlük yaşantıda bu yeniliklerin uygulanabilmesinde, bireyin kişilik özelliklerinin önemli bir yeri vardır. Yeniliğe bakış açısına göre bireyleri yenilikçiler, öncüler, erken çoğunluk, geç çoğunluk ve geride kalanlar şeklinde sınıflandırmak mümkündür (Rogers, 2003). Yenilikçiler, sosyal sistem içerisinde yeni fikirleri denemeye istekli, büyük ölçüde kitle iletişim araçlarını takip eden, risk almayı seven ve yenilikleri uygulamada cesur davranabilen bireylerden oluşmaktadır. Bir toplulukta yeniliği öncelikle gerçekleştirenler yenilikçiler, öncüler ve erken çoğunluk iken, geç çoğunluk ve geride kalanlar ise benimseme sürecini geriden takip etmektedir. Bu iki grup arasındaki farklılıklar genel anlamda sosyo-ekonomik durum, bireylere özgü değişkenler (kişilik yapısı) ve iletişim becerisinden kaynaklanmaktadır (Rogers, 2003). Yenilikçiler teknoloji kullanımında istekli, vizyon sahibi, ileri düzeyde algı ve düşünme yeteneğine sahip ve çevresine yardım etmeyi seven kişilerdir (Geoghegan, 1994).

1.2. Sanal İş Birliği

Geleneksel çalışma ortamları yerini hemen hemen her yerde ortaya çıkabilen iş birliğine dayalı ortak bir çalışma modeline bırakmaktadır ve işgörenler bu yeni ortamda konumları, programları, görevleri, iş ve özel yaşam dengeleri yönüyle çok fazla esneklikten faydalanabilmektedir (Yela Ar'anege ve ark., 2020). Sanal iş birliği (elektronik iş birliği), genel çerçevede ortak bir görevi yürüten bireyler arasında elektronik teknolojileri kullanarak yapılan iş birliği şeklinde tanımlanmaktadır (Kock ve ark., 2001, s. 2). Bu tanım, bilgisayar aracılığıyla yürütülen iş birlikçi çalışmanın yanı sıra çoğu bireyin "bilgisayar" tanımına uymayan, telefon gibi farklı türde teknolojiler yoluyla desteklenen iş birlikçi çalışmayı da içermektedir. Bunun yanında temel bileşenlerini kameralar, televizyonlar ve telekomünikasyon cihazlarının oluşturduğu telekonferans paketlerini de içeren geniş bir alanı kapsamaktadır (Kock, 2005). Sanal iş birliği terimi, yaygın olarak bilgisayar aracılı iletişim, bilgisayar destekli ortak çalışma, grup yazılımı, grup destek sistemleri, iş birliği teknolojileri ve bilgi yönetimi gibi farklı alanı kapsayan bir "şemsiye" terim olarak kullanılmaktadır (Kock ve ark., 2001, s. 2). Sanal iş birliklerini kolaylaştıran en yaygın iletişim türleri, sanal iletişim yoluyla sağlanan sesli ve görüntülü görüşmeler ile web tabanlı ya da bilgisayar destekli medya gibi çeşitli çevrim içi araçlardır (Srivastava, 2020, s. 1274).

İş birliği araçları, belirli bir sorunun cevabının bulunup bulunmadığının araştırıldığı ve arama sürecinin araştırmacının bilgi ihtiyacını karşılamak için gereken bilgilendirmeyi sunabildiği, iş birliğine dayalı bilgi aramanın gerçekleştirildiği araçlar olarak açıklanabilir (Shah, 2010). İş birliği araçları daha yüksek verimlilik sağlamaktadır. İş birliği araçlarıyla stratejik faaliyetlerden daha çok operasyonel faaliyetler desteklenmekte ve bu sayede daha yüksek performans ulaşılmaktadır (Cassivi ve ark., 2004). Daha ulaşılabilir bir teknik altyapı daha etkili bilgi yayılımı sağlayacaktır. Bunun tam tersi durumda, sınırlı erişimli parçalanmış bir teknik altyapı, daha sınırlı sosyal yararlar sağlayacak ve bilginin ilerlemesini yavaşlatacaktır (Schroeder, 2007, s. 2). Sanal iş birliği araçlarına örnek olarak, internet tabanlı sohbet araçları, internet tabanlı eş zamansız (asenكرون) konferans araçları, elektronik posta, internet tabanlı liste hizmetleri, iş birliğine dayalı yazma araçları, grup karar destek sistemleri ve telekonferans araçları verilebilir. Günümüzde, internet tarayıcısı ara yüzü, sanal iş birliği teknolojileri yönüyle en yaygın kullanılan ara yüzlerden bir tanesi durumuna gelmiştir (Kock ve ark., 2001) Sanal iş birliğini tanımlayan ve değişimleri hâlinde sanal iş birliğinin doğasında önemli değişimlere yol açan kavramsal unsurlar; iş birlikçi görev, sanal iş birliği teknolojisi, iş birlikçi görevde yer alan bireyler, bireylerin sahip olduğu zihinsel şemalar, bireyleri çevreleyen fiziksel çevre ve bireyleri çevreleyen sosyal çevre olarak açıklanmaktadır (Kock, 2005).

Sanal iş birliği, üyeleri coğrafi olarak farklı yerlerde bulunan ve bu nedenle fizikî olarak bir araya gelemeyen ancak yüz yüze iletişim imkânına sahip olan ve ortak amaçlara ulaşmak için sanal iletişim araçlarını kullanarak bağımsız şekilde çalışma gerçekleştiren gruplar arasındaki iş birliğini tanımlamaktadır (Dulebohn ve Hoch, 2017). Sanal iş birliği, küresel düzeyde kurumların, internet tabanlı yeni kullanım özellikleri sayesinde geçici çalışma gruplarını, gelişen yeni şartlara uygun şekilde organize etme esnekliğini daha da artırmıştır (Turban ve ark., 2011). Sanal iş birliği, ortak bir görevi yerine getirmek amacıyla sanal iş birliği araçlarını kullanan çeşitli bireyler arasında yürütülen iş birliğidir ve sanal iş birliği araçları, kısaca sanal iş birliğini destekleyen teknolojiler şeklinde açıklanmaktadır (Kock, 2005). Sanal iş birliği araçları, her zaman ve her yerde çalışmaya imkân tanıyan kesintisiz bağlantı sağlayabilir (Fedorowicz ve ark. 2008, s. 3). Sanal iş birliği araçları, kompleks, rutin olmayan sorunları çözmek amacıyla farklı görüşler, fikirler ve bakış açıları arasındaki etkileşimi kolaylaştırır (Thatcher ve Brown, 2010). Bireyler, işlerini koordine etmek ve karşılıklı bilgi paylaşımında bulunmak için sanal iş birliği araçlarını kullanmaktadır (Kock, 2005). Sanal iş birliği, daha iyi düzeyde operasyonel performans ve iş performansı ile ilişkilidir. Çevresel etki seviyesi arttıkça, sanal iş birliği ile operasyonel performans arasındaki ilişkinin gücü azalmaktadır (Rosenzweig, 2009). İş birliği, bireylerin entelektüel, akademik veya pratik çabalarının meydana getirdiği ve birlikte çalışmayı gerektiren bir süreçtir ve sanal iş birliği, bireyler veya gruplar arasında iş birliğini ve takım çalışmasını kolaylaştırmak için sanal iletişim teknolojilerinin kullanılması anlamına gelir (Bozeman ve Gaughan, 2011; Huang ve Xiong, 2023). Sanal iş birliğine imkân sağlayan sanal iletişim ve bilgi teknolojileri, özellikle iş birliği gruplarının iş sınırları ve ulusal sınırların ötesinde bilgi paylaşması ve kararlar alması gerektiği durumlarda grup çalışmasını geliştirir (Fedorowicz ve ark., 2008, s. 3).

Kurumsal düzeyde iletişim ve iş birliği için kullanılan teknolojik uygulamalar giderek önem kazanmaktadır. Sanal iletişim ve sanal iş birliği; kurumsal sosyal ağ uygulamaları, intranet veya internet gibi çeşitli iş birliği platformlarının kullanımını içerebilir. Kurumsal düzeyde sanal iş birliği araçlarını bünyesinde barındıran teknolojiler, kurumların bilgi paylaşmasına, konusunun uzmanlarını keşfetmesine, projeleri yönetmesine, en iyi ve yeni uygulamalar üzerinde tartışmasına ve kurum genelinde topluluklar geliştirmesine imkân sağlar (Le Clair ve ark., 2016). Sanal iş birliği araçlarının sağladığı ortamlar, kapsayıcı bilgiye ve paylaşılan deneyime erişim sağlayabilir ve sanal iş birliği grubu üyeleri arasında daha yaratıcı fikirleri gündeme getirmek için gerçekleştirilen toplantıları kolaylaştırabilir (Fedorowicz ve ark. 2008, s. 4). Sanal iş birliği, ekiplerin proje yönetimini geliştiren ve iş birlikçi yaratıcılığın gelişmesini sağlayan, sahip olunması gereken bir beceridir (Warburton, 2009). Sanal iş birliğini sağlayan özellikle internet tabanlı uygulamaların giderek daha fazla yaygınlaşması, daha kolay ve erişilebilir bir hâle gelmesi ve bireylerin bu uygulamaları kullanma eğiliminin artması; sanal iş birliği gruplarının, çalışmalarda daha fazla katkı sağlamak ve tartışmayı teşvik etmek için resmî bilgi sistemlerini ve sanal iş birliği ortamlarının eksikliklerini en aza indirebilmek için her türlü uygun teknolojiyi kullanacağına işaret etmektedir. Sanal iş birliği, bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak ortak bir araştırma görevi yürüten ve üyeleri arasında fizikî yüz yüze etkileşim olmadan sağlanan iş birliği şeklinde tanımlanabilir. Günümüzde uluslararası çerçevede yapılan ortak araştırma projeleri sıklıkla bu sanal iş birliği ortamlarında yürütülmektedir (Johnson ve Keane, 2017).

Sanal iş birliği ortamı genellikle bilgi oluşturma, paylaşma ve yönetim katmanı; iletişim katmanı; sanal iş birliğindeki eylemlere yönelik bir katman ve performans katmanını içeren dört katmandan meydana gelir. Bilgi

oluşturma, paylaşma ve yönetim katmanı, bilginin sınıflandırılması ve yaşam döngüsü yönetimi ile sanal iş birliği çıktılarının deposunu meydana getirir. İletişim katmanı, diğer üyelerin yaptıkları çalışmalar hakkında grup üyelerini bilgilendirmek için yöntemler uygular ve bu sayede sanal iş birliği sürecinde şeffaflığı ve bilgi paylaşımını artırır. E-İşbirliğindeki eylemlere yönelik katman, genel yönetim sorunlarına yönelik işlemler ve bunların aşılması için destek sağlar. Performans katmanı, grup üyelerinin çalışma stratejisine ve kültürüne göre bütün sanal iş birliği ortamında bilginin işlenmesine yönelik işlemleri hayata geçirir (Heimbürger ve Kiyoki, 2018, s. 42). Sanal iş birliği, öncelikle ortak bir bilgi ihtiyacına sahip olan veya benzer sorunları aşmaya yönelik çaba gösteren bireylerden meydana gelen gruplarda resmî olmayan bir ağda bilgi paylaşımını kolaylaştırmak şeklinde nitelendirilebilir. Burada baş edilmesi gereken zorluk, bilgiye erişimin daha doğal ve etkili olmasını sağlamak için sanal iş birliği gruplarına, ihtiyaç duydukları bilgi yönetim araçlarını sunmak ve bu yolla bu grupları destekleyerek etkin kılmaktır (Ireson ve Burrell, 2010, s. 354) Teknolojik gelişmeler, sanal iş birliğinin doğasını değiştirmiştir. Elektronik bilgi bankaları, anlık mesajlaşma uygulamaları, forumlar, e-postalar, web tabanlı proje ve belge yönetim sistemleri gibi araçlar; coğrafi dağınıklık, bölgesel zaman dilimi farklılıkları ve sosyal faktörler gibi engellerin üstesinden gelecek daha verimli iş birliklerinin sağlanmasına imkân tanımıştır (Turban ve ark., 2011).

Sanal iş birliği alanlarında coğrafi sınırların ve bölgesel zaman dilimi farklılıklarının aşılması kolaydır (Heimbürger ve Kiyoki, 2018). Sanal ortamlar, her zaman her yerde çalışma imkânı sunarak geleneksel sosyalleşme alanlarının coğrafi ve zamansal kısıtlarını aşmaktadır (Lozi ve ark., 2022; Martinez-Cerda ve ark., 2020; O'Leary ve Mortensen, 2010). Sanal iş birliği alanlarının, sanal iş birliği yapan grup üyelerinin ortak faaliyetlerini desteklemesi gerekmektedir. Sanal iş birliği grubu tarafından, sanal iş birliği ortamlarını modellemek, tasarlamak ve gerçekleştirmek için yürütülecek süreçlerin, proje bilgilerinin ve ilgili kültürlerin yanı sıra olaylar ve kültürlerin birbirleriyle olan bağlantısının da anlaşılması gereklidir. Sanal iş birliğinde fizikî yüz yüze iletişimin olmayışı nedeniyle kültürel farkındalık ve duyarlılığın önemli olduğu vurgulanmaktadır (Heimbürger ve Kiyoki, 2018, s. 38). Sanal iletişim yoluyla sanal iş birliği araçlarının kullanımının, kullanıcılar arasındaki etkileşimi arttırması ve böylece bölgesel zaman farklılıkları ve mekânsal dağınıklık algısını en düşük seviyeye indirmesi beklenmektedir (Jarvenpaa ve Leidner, 1999). Sanal iş birliği, maliyetleri azaltması yönüyle ekonomik, zaman ve kaynak yönetimi yönüyle çevresel faydalarının yanı sıra yeni, dinamik, örgütler arası ve kültürel açıdan yenilikçi ekipler kurma esnekliğine duyulan ihtiyaç sebebiyle de artmaktadır (Watanabe, 2017). Sanal iş birliğinden yararlanan kurumlar zamandan, maliyetten ve insan gücünden tasarruf sağlayabilir (Ko ve ark., 2009). Sanal iş birliği grupları, ticari çalışmalarda, akademik faaliyetlerde veya karma alanlarda ortaya çıkar. Genel çerçevede, amacı ortak bilgi inşa ederek belirli araştırma sorularını ortaya koymak, araştırmak ve açıklamaya çalışmak olan bir sanal iş birliği grubunu, e-araştırma projesi temsil eder (Foth ve Lawrence, 2006). Sanal iş birliği, çalışmalarını sanal iletişim teknolojileri yoluyla paylaşabilen ve geliştirebilen, bunun devamında ise yüz yüze toplantılarda ilgili çalışma gruplarıyla sinerji meydana getirebilen daha küçük araştırma grupları için etkin bir şekilde çalışır (King ve Deepwell, 2009, s. 9).

1.3. Örgütsel Sosyalleşme

Örgütsel sosyalleşme, örgütsel rolün yerine getirilmesi açısından gerek duyulan sosyal bilgi, yetenek, davranış, tutum ve değerlerin bireysel olarak elde edilmesi sürecidir. Bu sürecin aktif bir parçası olan yeni işgören, örgüt içerisinde gerek duyduğu bu bilgileri kazanmakta ve yeni iş çevresini kavrayarak sosyalleşmektedir (Haski-Leventhal ve Bargal, 2008). Örgütsel sosyalleşme, işe yeni giren işgörenlerin, başlangıç döneminde farklı özellikteki belirli bir çevreye bağlı olarak yaşadıkları, etki altında oldukları bir dönemin ifadesidir (Thomas ve Anderson, 1998). Örgütsel sosyalleşme, yeni işgörenlerin bir örgütün uyumlu bir üyesi olabilmeleri için gerek duydukları bilgi, tutum ve davranışları edinmesi (Chao ve ark., 1994) veya karakteristik olarak yeni işgörenin, görev aldığı örgütteki işinin içeriğine ilişkin bilgi elde etme sürecidir (Ashforth ve ark., 2007). Etkili bir çalışan olmak için yeni iş görenin temel bilgi ve becerilerin yanı sıra sosyal davranışı da öğrenmesi gerekir (Gruman ve Saks, 2018). Dolayısıyla bu süreci açıklamakta fayda vardır.

Örgütsel sosyalleşme süreci, işe yeni başlayan işgörenin, örgüt içerisinde benimsenen değerleri ve kabulleri öğrenmesi olarak nitelendirilmektedir. Yeni işgörenin örgüte girişi ile başlayan ve aşama aşama ilerlemek şeklinde örneklendirilen sosyalleşme, sonunda örgütü yönetecek olan işgörenlerin tutum ve davranışlarının, sosyalleşme kabulleri ve fırsatları ile biçimlendirilmesi süreci olarak görülmektedir (Denison, 1997). Süreç içerisinde yeni iş görenler örgüt içindeki rolleri konusunda netlik kazanırlar ve örgüte ve atanan role uyum sağlamak için temel bilgi, beceri ve tutumu elde ederler (Gruman ve Saks, 2018). Örgüte yeni katılan işgörenin, örgütü ve örgüt içi işleyişi öğrenerek tanınması ve anlaması için geçen bu süre boyunca, örgüt içerisindeki mevcut işgörenler ve gruplar, formel

işleyişin yanında örgüt içerisindeki biçimsel işleyişi de tanıtarak öğretmek suretiyle, örgütsel yapıya dâhil olan yeni işgörenlere yardımcı olurlar (Kozlowski ve Bell, 2001). Bu süreç işgörenin örgüte girişiyle başlar, bireysel ve örgütsel amaçların uyumlaştırılması süreciyle devam eder. Sonuç itibarıyla işgörenlerin örgüt açısından etkili ve iş açısından verimli birer örgüt unsuru hâline gelerek örgütle bütünleşmelerini amaçlar (King ve ark., 2005).

Literatürde, yeni işgörenlerin sosyalleşmesi için geleneksel şekilde kullanılan formel ve informal tartışmalar, uyum programları ve eğitim kılavuzları türünde taktikleri ve yöntemleri detaylı şekilde inceleyen çalışmalar bulunmaktadır (Gruman ve Saks, 2018) ancak bilgi ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler, örgütlerin ve işgörenlerin bilgiyi toplayıp yaymak biçimlerini ve iç ve dış ilişkiler kurma yöntemlerini köklü şekilde etkilemektedir (Ajzen ve Taskin, 2021; Flanagan ve Waldeck, 2004).

Bandura (1986) tarafından geliştirilen Sosyal Bilişsel Teori, örgütsel sosyalleşme sürecini analiz etmek için yaygın şekilde kullanılmaktadır. Sosyal Bilişsel Teori, davranışa ilişkin faktörlerin, bilişsel süreçler ile diğer bireysel faktörlerin ve çevrede meydana gelen olayların etkileşimini üçlü karşılıklı nedensellik açısından açıklar. Sosyal Bilişsel Teori'nin örgütsel işleyişle ilgili üç yönü ise dolaylı öğrenme ve ustalık modelleme, hedef sistemleri ile öz düzenleme mekanizmalarıdır (Bandura ve Wood, 1989).

Örgütsel sosyalleşmeye ilişkin literatürdeki araştırmalar, örgütsel sosyalleşmenin örgütsel bağlılık, iş tatmini, işten ayrılma niyeti, yenilikçilik, rol çatışması, rol belirsizliği, duygusal bağlılık, stres, performans gibi birçok konu ile yakından pozitif veya negatif ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır (Chao ve ark., 1994; King ve ark., 2005; Meyer ve Allen, 1991; Wharton ve ark., 2004). Oryantasyon süreçleri, eğitim, rehberlik eden yardımcı işgörenler gibi bir takım sosyalleşme uygulamalarının bireysel tutum ve davranış boyutlarını etkilemede daha faal oldukları ileri sürülmektedir (Ostroff ve Kozlowski, 1992).

Örgütsel sosyalleşme, örgütün etkin üyesi olması için bireyin çeşitli bilgi ve davranışlar edinmesini amaçlamaktadır (Klein ve Weaver, 2000, s. 48). Örgüte giriş zamanı (Craig, 1996), örgütteki iletişimin özellikleri (Mignerey ve ark., 1995), bilginin sağladığı fayda (Morrison, 1995), bireysel katılım, niyet ve istek (Morrison, 1993) ve istihdam öncesi bireyin beklentisi (Holton ve Russell, 1997) örgüt içerisinde sosyalleşmenin nasıl sağlandığını anlamaya yardımcı olmak için kullanılan bazı yapılarıdır. Örgütsel sosyalleşme, örgütün kendi değer yargılarını iş görenlerine aktardığı, işgörenlerin de örgüt içerisinde kendileri açısından kabul edilebilir bir rol belirlemeye ve bu rolü benimsemeye çalıştıkları çift yönlü bir uyum ve iş birliği sürecidir (Fisher, 1986).

Sosyalleşme ile ilgili literatürdeki birçok sonuç ve kriter dört grupta incelenebilir. Bunları motivasyon ve başarı kriterleri (işe devamlılık ve üretkenlik), örgüte bağlılık ve bütünleşme seviyesini gösteren değişkenler (örgütsel bağlılık ve işgören devri), işgörenler arası ilişki kurabilme ve iş birliği yapabilme özellikleri, işin genelinde ve çeşitli aşamalarında yetenek ve özgüven (mutluluk ve memnuniyet hisleri) şeklinde özetlemek mümkündür (Çalık, 2003).

Sosyalleşme literatüründe yeni işgörenlerin proaktif davranışlarına (örneğin bilgi arama) vurgu yapılmaktadır ve birçok çalışma, daha proaktif olan yeni işgörenlerin daha olumlu sosyalleşme sonuçlarına sahip olduğunu göstermektedir (Thomas ve ark., 2014). Yeni işgörenlerin evde, işte yalnız ya da işte olmalarına karşın fiziksel olarak mesafeli oldukları durumlarda proaktif olmalarını sağlamak, örgütteki işgörenlerin proaktif olmaya teşvik edilmesi ve eğitilmesi yoluyla sağlanabilir. Bilgisayar aracılı farklı iletişim biçimleri ile yeni işgörenlerle sık sık iletişim kuran ve proaktif olma konusunda bilgi, geri bildirim ve sosyal destek sağlayarak ilişkiler geliştirme ve sürdürme yönünde örgüt içi eğitim alan kişiler bu amaçla kullanılabilir. Diğer bir yöntem ise yöneticilerin, yeni işgörenler ve örgüt içindeki işgörenlerden oluşan gruplarla, birbirlerini tanıyabilmeleri, ilişkiler kurabilmeleri ve bir iletişim ağı geliştirebilmeleri için haftalık sanal toplantılar düzenlemesi olabilir. Başka bir ifadeyle yeni işgörenlere, örgütün diğer üyeleriyle çalışmalarını, etkileşimde bulunmalarını ve ilişkiler kurmalarını sağlayacak sanal ağların oluşturulması iyi bir strateji olabilir (Saks ve Gruman, 2021).

2. Sanal İletişim, Sanal İş Birliği ve Örgütsel Sosyalleşme Arasındaki İlişkiler

1970'li ve 1980'li yıllar, büyük oranda örgütsel iletişim çalışmalarının ampirik bulgularını açıklamak amacıyla geliştirilen bazı teorilerin ortaya çıkışına tanıklık etmiş ve bu teorilerden bazıları ilerleyen süreçte sanal iş birliği davranışını da açıklamak için kullanılmıştır. Bu anlamda teoriler, sanal iletişim ve iş birliğini birlikte ele almaktadır. Deneysel araştırmaların sayısının artması ve günümüzde sanal iş birliği teknolojilerine odaklanılmasıyla, önceki teorilerin yetersiz kaldığı boşlukları doldurmak amacıyla genel çerçevede teknolojik ve sosyal teoriler olmak üzere iki ana türe ayrılan başka teoriler geliştirilmiştir (Kock, 2001). Teknolojik teoriler, iletişim süreçlerinin ve sonuçlarının belirleyicisi olarak iş birlikçi görev ile iletişim ortamı arasındaki uyuma özel bir vurgu yapar. Diğer bir ifadeyle

teknolojik teorilerin odaklandıkları temel noktalar, sanal iş birliği teknolojisi ile oluşturulan iletişim çevresi ve bu çevre aracılığıyla gerçekleştirilen grup görevidir. Medya zenginliği teorisi (Daft ve Lengel, 1986), kazançlar ve kayıplar modeli (Alavi, 1994; Nunamaker ve ark., 1991), görev / teknoloji uyum teorisi (Zigurs ve Buckland, 1998) teknolojik teoriler kapsamında yer alan teorilerdir. Sosyal teoriler, sanal iş birliği teknolojilerine yönelik davranışı açıklarken sosyal çevrenin ve sosyal biçimde yapılandırılmış bilgi işleme şemalarının rolüne ayrıca vurgu yapar. Sosyal etki modeli (Fulk ve ark., 1990), kritik kütle teorisi (Markus, 1990), uyarlanabilir yapılandırma teorisi (DeSanctis ve Poole, 1994; DeSanctis ve ark., 1993) ve teknoloji meta-yapı modeli (Orlikowski ve ark., 1995) sosyal teorilere örnek olarak sıralanabilir. Örgütsel sosyalizasyon kavramının bu kavramlarla ilişkileri ise sosyal içerikli teorilerle açıklanabilir. Bu teoriler çerçevesinde belirtilen kavramlar arasındaki ilişkiler açıklanmaya çalışılmıştır.

İletişim ve iş birliğinde kullanılan farklı iletişim kanalları medya zenginliğini tanımlar (Daft ve Lengel, 1986). Medya zenginliği, katılım niyetini tahmin eden medya/platform kalitesi olarak görülebilir (Lee vd., 2018). İşgörenlerin birden fazla iletişim ve iş birliği kanalı kullanması, örgütle uyumu sağlamak için görevlerin farklı yapılaş tarzından kaynaklı olarak farklı medya kullanımını gereksiniminden kaynaklanmaktadır. İfa edilen görevin gerektirdiği teknolojinin kullanılması beraberinde (Zigurs ve Buckland, 1998) örgütün amaçlarıyla uyumunu da getirecektir. Kodama (2020), kurumların yalnızca sanal iletişim ve sanal iş birliği teknolojilerinin uygulanmasına değil, aynı zamanda yeni teknolojilerin etkili bir şekilde kullanımını sağlamak amacıyla gereken beceri ve yeteneklere de odaklanmaları gerektiğini ifade etmektedir. Bir örgütün yaşamı süresince bireyler ve teknoloji arasında genellikle karşılıklı bir uyum bulunmaktadır (DeSanctis ve Poole, 1994). Bu uyum işgörenlerin ilgili medya kullanım yatkınlığı ile söz konusu olabilmektedir. Çalışmaların çoğu, örgütlerin elektronik posta, anlık mesajlaşma, canlı sohbetler ve telefon görüşmeleri gibi çoğunlukla metin tabanlı olsalar bile en az üç farklı iletişim kanalı kullandığını göstermektedir (Layng, 2016). Bununla birlikte, giderek daha fazla işletme video konferans kullanmakta ve bu durum işgörenlerin birbirlerinin yüz ifadelerini ve hareketlerini görüp görmediklerine bağlı olarak sözlü olmayan iletişimi geliştirmeye yardımcı olmaktadır (Layng, 2016). Teknoloji alanındaki gelişmeler işgörenler açısından ise giderek daha fazla medya ve iletişim kanalını kullanabilme becerisi taşımayı, diğer bir ifade ile medya zenginliğine yatkınlığı gerekli kılmaktadır. Bu yatkınlıkla birlikte, teknolojik imkânları kullanarak gerçekleştirilen etkileşim yoluyla iş birliğinin sağlanabildiği bir çalışma ortamının, işgörenlerin yeni dâhil oldukları örgüte uyum süreçlerini etkilemesi kaçınılmazdır.

Teknolojik ilerlemeler sayesinde, yeni işgörenler açısından bilgi aramak için önemli yeni kaynaklar ortaya çıkmaktadır. Bu iletişim teknolojileri bir yönüyle, örgütlere katılmadan önce ve sonra bilgi arama için yeni fırsatlar sunarken, diğer taraftan bireyler bu yeni teknolojiler aracılığıyla içerik yayınladıklarında veya başkalarıyla etkileşim kurduklarında bilgi verme ve etkileşim yönetimi fırsatları sunar (Kramer ve ark., 2019, s. 305). Günümüz iletişim teknolojileri, işgörenlerin asimilasyon sürecinin bir parçası olarak iş hayatına başlamalarıyla birlikte karşı karşıya kaldıkları belirsizlikleri yönetme olanaklarını da değiştirmektedir (Kramer ve Sias, 2014). İletişim teknolojilerini doğru bir şekilde kullanma, iletişim, eşgüdüm, zamansal farklılıklar, kültürel sorunlar ve çatışmaların yönetilmesi gibi uyum süreçlerini etkilemektedir (Qureshi ve ark., 2006, s. 71). Sanal iletişim teknolojileri tek başına kullanılamaz. Normatif baskının, kullanımı caydıracak kadar olumsuz olduğu bir durumda potansiyel hiçbir iletişim ortağı bulunmayabilir (Brown ve ark., 2010). Bireylerin iş birliği yaptığı, kararlar alarak örgütsel amaçlara ulaşmak için hareket ettiği temel gereksinimler sanal iletişim veya yüz yüze iletişimle sağlandığı için, herhangi bir işin ya da iş birliğinin yerine getirilmesinde iletişim esas unsurdur. Bunun yanında iletişim, anlam oluşturma ve bağlılık gibi kavramları da içerecek şekilde örgütsel sosyalleşmenin merkezidir (Flanagin ve Waldeck, 2004).

Sanal iletişimde, coğrafi olarak dağınık şekilde bulunan üyeler fizikî olarak sergilenen davranışları ve ipuçlarını ayırt edemezler, bu ise bireyler arası ilişkilerin kurulmasını zorlaştırabilir. Fizikî olarak yüz yüze iletişim yoksunluğu iletişim kurmada ve ilişkileri sürdürmede zorluklara yol açabilir (Daim ve ark., 2012). Fizikî olarak yüz yüze (diğer bir ifadeyle sosyal temelli) bir uyum programını bilgisayar tabanlı (geleneksel uyum programlarında kullanılan materyalin tamamıyla aynı şekilde, multimedya teknoloji temelli) bir uyum programıyla karşılaştıran birkaç çalışmadan birisi olan çalışmada Wesson ve Gogus (2005) bilgisayar tabanlı uyum programına katılan yeni işgörenlerin, sosyal yönelimli sosyalleşme içerik alanlarında kayda değer ölçüde daha düşük puanlar elde ettiklerini bulmuştur. Ayrıca bilgisayar tabanlı uyum süreçlerine katılımın, iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerinde önemli bir olumsuz etkisinin olduğu belirlenmiştir ve bilgisayar tabanlı uyum süreçlerine ilişkin programın, yöneticilerin örgütsel hedefler, örgütsel değerler ve örgüt içindeki rol anlayışı ile ilgili derecelendirmeleri ile negatif ilişkili olduğu ortaya konmuştur. Bu çalışmanın sonuçları, bilgisayar tabanlı uyum süreçlerinin, özellikle sosyal odaklı içerik alanları açısından yeni işgörenlerin sosyalleşmesi için çok etkili olma ihtimalinin düşük olduğuna işaret etmektedir (Saks ve Gruman, 2021).

E-mentörlüğün, özellikle mentörler ve öğrencileri arasında sık etkileşim olması durumunda etkili olabileceğine dair bazı kanıtlar vardır (DiRenzo ve ark., 2010).

Özellikle son dönemde bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler, internet destekli iş birliğine dayalı araştırma takımlarının hızlı bir şekilde artmasına sebep olmuştur (Anandarajan ve Anandarajan, 2010). Bu durum yalnızca örgütün farklı coğrafyalarında değil aynı zamanda örgütler arasındaki iletişim ve iş birliklerinde de görülmektedir. Günümüzde çalışma gruplarının kullandığı temel kaynaklardan birisi, farklı yerlerde dağınık hâlde bulunan üyeler arasında iletişime, bilgi paylaşımına, süreç yönetimine ve karar almaya imkân sağlayan iş birliğine dayalı teknolojik altyapıdır (Fedorowicz ve ark. 2008, s. 3). Sanal iletişim, iş birliği ve işgörenlerin çalıştıkları örgütleriyle sosyalleşmesinin, bireysel ve örgütsel performansa katkı sağladığı ile ilgili çeşitli ampirik çalışmalar mevcuttur.

Razmerita ve Kirchner (2014) ve Oliveira ve arkadaşları (2011) sanal iş birliğini; çok düzeyli etkileşimi, kaynak paylaşımını ve gerçek hayat koşullarında yeterliliklerin geliştirilmesini kapsayan, eğitim ortamında internet tabanlı iletişim araçları yoluyla iş birlikçi öğrenmenin bir biçimi olarak ele almıştır. Sosyal medya, bireysel ve kolektif bilgi arasındaki karşılıklı iletişimi destekler ve bu sayede gruplar ve kurumlar içerisinde bilgi yaratılmasına ve yeniliğe yol açabilir (Razmerita ve Kirchner, 2014). Sanal iletişim ve iş birliği araçları ile işgörenlerin birbirleriyle etkileşimi ve kaynak paylaşımı, bilginin yaratılmasını ve dolayısıyla örgütsel sosyalleşmeyi sağlar. Geniş kullanıcı ağları, karşılıklı etkileşimleri çok büyük seviyede ortaya çıkarabilir. Hendler ve Golbeck (2008), Metcalfe Yasası'nın sosyal ağlarla birlikte değerlendirildiğinde; yeni çok sayıda üyenin katılmasıyla, potansiyel bağlantılar arttıkça ağın gücünde katlanarak bir büyümeyle sonuçlanacağını göstermektedir. Örneğin bir üniversite açısından, araştırmacılar çok sayıda karşılıklı etkileşimi içeren iş birliklerine katıldığında, ortaya çıkan bütün, bütünü oluşturan parçaların toplamından daha fazlası olabilir (Deans, 2008; Casarez ve ark., 2008).

Tipik bir akademisyen genelde bireysel olarak veya aynı küçük meslektaş grubuyla birlikte çalışmakta iken, yeni sanal iş birliği araçları akademisyenlere, dünyanın herhangi bir yerinde yaşayan, yeni ve araştırmaları açısından daha uygun olabilecek araştırma ortaklıkları kurmalarına imkân tanımıştır (Arinze, 2012, s. 4). Günümüzde, bir araştırma projesinde tek başına işgören dahi araştırmacı imajı artık geçmişte kalmıştır ve bunun yerini iş birlikçi araştırma almıştır (Anandarajan ve Arinze, 2010). Araştırmacılar, daha büyük bilgi bankalarına erişim, beceri sağlayıcılara ve kaynaklara ulaşmak ve daha büyük başarılı sonuç elde etme ihtimallerini artırmak amacıyla araştırma projelerinde daha fazla sayıda iş birliği yapmaktadır (Deeter-Schmelz ve Ramsey, 2003). Çok sayıda araştırmacıdan oluşan topluluğa ait sosyal ağlarda yer almak, araştırmacılar için iletişim ve iş birliği engellerini azaltmaktadır. Bu sayede çalışmaların, benzer veya tamamlayıcı araştırma alanlarında çalışmalar yürüten diğer araştırmacılar tarafından görünürlüğü artar (Lee ve Bozeman, 2005; Cheek, 2008). Akademisyenler ve eğitimciler arasında, geleneksel çalışma ortamlarında veya simüle edilmiş alanlarda ortak öğretim ve değerlendirmeler yoluyla iş birliği sağlanmasının son derece önemli olduğu ve bu iş birliğinin daha fazla teşvik edilmesi gerektiği, sonuç itibarıyla sanal iş birliğinin akademisyenlerin performansını geliştirdiği ileri sürülmüştür (Dev ve ark., 2020). Karmaşık projeler yürütülmesi, takım çalışması yapılması, bağlantı ve verimlilik yüksek öğrenim sağlayanlarla sıkı sıkıya bağlantılıdır (Maicana ve ark., 2019, s. 115-116).

Romanya'nın en önemli yükseköğretim kurumlarındaki akademik personelin sanal iletişim ve sanal iş birliği uygulamalarına ilişkin tutum ve algılarını analiz etikleri çalışmada Maicana ve arkadaşları (2019) işe adanmışlığın, kişilik özellikleri ile sanal iletişim ve sanal iş birliği uygulamalarının profesyonel akademik yaşamda kullanımı arasındaki ilişkiye aracılık edebileceğini ve ayrıca işe bağlılığın, akademisyenlerin kişisel kaynaklarını geliştirerek daha yüksek seviyede başarı performansı elde etmelerini sağlayabileceğini bulmuştur. Teknolojinin kullanımı, yüksek seviyede işe bağlılık, bilinç, duygusal istikrar, açıklık, dışa dönüklük ve bireyin yeni teknolojilerle baş etme becerisine olan güveniyle bir araya geldiğinde başarı şansını artırabilir (Maicana ve ark., 2019, s. 114-129). Araştırma, sanal iletişim ve sanal iş birliği uygulamalarını kullanmanın öncülleri olarak kişilik özelliklerinin, işe bağlılığın, teknoloji kaygısının ve öz yeterliliğin rolünü ve kişilik özellikleri açısından bireysel farklılıkların teknoloji kabulünü ve internet tabanlı teknolojilerin etkili kullanımını etkileyebileceğini vurgulamıştır (Maicana ve ark., 2019, s. 129).

Al-Khateeb (2024) tarafından Ürdün Üniversitesi bünyesindeki akademisyenlerin performansını öğretim performansı ve araştırma performansı şeklinde sınıflandırarak yürütülen çalışmada sanal iş birliğinin, sanal iş birliği araçları ile akademisyenlerin öğretim ve araştırma performansı ile olumlu ve anlamlı bir doğrudan ilişkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmada akademisyenlerin, sanal iş birliği yoluyla uzak mesafedeki meslektaşlarından yeni bilgiler öğrenmekte oldukları, öğrendikleri bu yeni bilgileri öğrencilerine aktarmak suretiyle öğretim amacıyla

kullandıkları ve bu nedenle sanal iş birliğinin bireysel performans üzerinde önemli bir rol oynadığı sonucuna varıldığı ifade edilmektedir. Sanal iş birliğinin ayrıca, daha iyi araştırma çıktısı elde etmek için önemli bir araç olduğu sonucuna varılmıştır. İşgörenler sanal iş birliği yoluyla sorunları çözmek ve daha iyi araştırma çıktıları elde etmek için yabancı meslektaşlarına daha kolay bir şekilde ulaşarak danışma fırsatına sahip olmuştur. Bu sayede geçmişte zor olarak nitelendirilen konular aralarında daha iyi çözümlenebilmektedir (Al-Khateeb, 2024, s. 11).

Sanal iş birliğinin sürdürülebilir performansın sağlanmasında önemli bir rol oynadığını ileri süren Shannak (2013) çalışmasında, sanal iş birliği araçlarının genellikle iş stratejisini, kapasite planlamasını, eksikliklerin öngörülmesini ve tamamlanması yoluyla yenilenmesini etkilediğini ve bunların tümünün iş performansı üzerinde etkili olduğunu ileri sürmektedir. Ayrıca sanal iş birliğinin, etkin bir tedarik zinciri meydana getirerek kurumun genel performansını geliştirdiğini gözlemiştir (Shannak, 2013). Sanal iş birliği işgörelere, iletişim kolaylığı, dünyanın her yerinden meslektaşları ile iletişim kurma imkânı, meslektaşları ile öğretim ve öğrenme üzerine değerlendirme yapma, derinlemesine düşünmek için zaman bulma imkânı ve kendi kurumları içinde bulunamayacak bir kaynak havuzu ve profesyonel arkadaşlar sağlar. Aynı zamanda daha geniş bir topluluğa ait olma hissi ve kimlik duygusu da sağlayabilir (Cassivi ve ark., 2004).

Literatürde sanal iş birliği konusunda dikkat edilmesi gereken çeşitli konulara da vurgu yapılmıştır. Bir örgütteki işgören için bir sanal iş birliği grubu farklı coğrafi şartlarda bulunmanın oluşturduğu sorunların üstesinden gelmesini sağlayabilirken, bölgesel zaman dilimi farklılıkları nedeniyle çevresellik başlangıçta öngörülemez bir sorun olarak ortaya çıkabilir (King ve Deepwell, 2009, s. 5). 1995-2005 yılları arasında yayınlanan altmış dolayında ilgili referansın bulgularının incelenerek sanal iş birliği gruplarının karşılaştığı fırsatlar ve zorlukların özetlendiği çalışmada bulgulardan on tanesi akademik ve ticari projelerin hızı, maliyeti ve kalitesine ilişkin faydaları içeren fırsatları temsil etmiştir. Aynı çalışmada zorlukları temsil eden yirmi tanesi ise teknolojiyle ilgili olmayıp, sosyal etkileşim, moral ve proje liderliğiyle ilgili olarak ortaya konmuştur (Romano ve Fjermestad, 2006).

SONUÇ

Örgüt bünyesinde işgörenler arasındaki çalışmalar ile kurum içi toplantıların ve diğer bir dizi faaliyetin, fizikî olarak bir araya gelmek yerine sanal iletişim kanalları üzerinden yürütülmesi tercih edilmektedir. 2020 yılında küresel ölçekte baş gösteren pandemi şartları ile başlayan ve devamında 2023 yılında ülkemizde yaşanan 6 Şubat depremleri ile gelişen sürecin etkileriyle, iletişim konusunda alternatif kanalları kullanmaya yönelik eğilimin daha da arttığı görülmektedir. Örgüt içi iletişime duyulan ihtiyacın sürekliliği dikkate alınarak, sürekli gelişen teknoloji ile birlikte pandemi ve depremler gibi olağanüstü şartların da etkisiyle sanal iletişimin yoğun şekilde kullanıldığı ve önümüzdeki süreçte çok daha fazla kullanılacağı değerlendirilmektedir.

Bu çalışmanın amacı, sanal iletişim araçlarının sanal iş birliğini ve sanal sosyalizasyonu nasıl etkilediğini akademik üyeler arasındaki iş birliklerinden bazı örnekler vererek göstermektir. Çalışma basit iletişim platformlarından, yalnızca akademik iş birliğini değil aynı zamanda sosyal etkileşimi ve topluluk oluşumunu da mümkün kılan karmaşık sanal ortamlara geçişi incelemektedir. Akademik iş birliğinin geleceğine ve sanal ortamların yükseköğretimde anlamlı, kalıcı bağlantılar yaratma potansiyeline dair bilgiler sunmaktadır. Böylelikle örgütler bu gelişmeleri benimseyerek birbirine daha bağlı ve dinamik bir akademik topluluk geliştirebilir.

Saks ve Gruman (2021) önümüzdeki dönemde araştırmaların; yeni işgörenler ve örgüt üyeleri arasındaki toplantıları, etkileşimleri ve iletişimi kolay hâle getirmeye odaklanarak bu sayede sanal sosyalizasyon programlarını etkin şekilde uygulayabilmenin farklı yollarını incelemesi gerektiğini önermektedir. Bunun için uygulanabilecek yöntemleri ise işe alınır alınmaz yeni işgörelere bir “elektronik ahbab” (e-buddy) ve / veya bir elektronik mentör (e-mentör) atanması, yalnız kalmamaları ve izole olmamalarını sağlamak için birbirleriyle sık sık iletişim kurma fırsatları sunan çeşitli bilgisayar aracılı iletişim yöntemleri uygulanması veya sanal toplantılar düzenlenmesi, yeni iş görenleri tanıma, ilişkileri geliştirme ve ne şekilde etkili sosyalleştirme araçları olunacağı konusunda örgüt içindeki diğer iş görenleri proaktif olmaları yönünde eğitim ve teşvik etme şeklinde üç öneri altında özetlemiştir. Sanal iletişimde üzerinde durulması gereken nokta ise yeni işgörenlerin birbirlerini tanımaları, deneyimlerini birbirlerine aktarmaları ve bilgi paylaşmaları için en etkili yöntemi bulma olmalıdır (Saks ve Gruman, 2021). Bunun yanında, sanal iş birliğinin yeni üyeleri için teknik engellerin en aza indirilmesi (King ve Deepwell, 2009, s. 9), geleneksel ve geleneksel olmayan çalışma ortamları arasındaki belirgin farklılıklar dikkate alınarak kurumların iletişim için yeni bir kültür türü oluşturması (Bakken, 2019) ve sanal iş birliklerinde de yeni türde bir iletişim kültürü yaratması (Cimperman, 2023, s. 14) önerilmektedir.

Literatürde çeşitli akademisyenlerin sanal iletişim, sanal iş birliği ve sanal sosyalizasyon ile ilgili farklı araştırmaları bulunmaktadır. Sürekli değişen ve gelişen teknoloji ortamında çalışma hayatının ve araştırma çalışmalarının doğası da günden güne değişmektedir. Pandemi, deprem ve bölgesel krizlerin artması gibi çeşitli olağanüstü şartlarla değişimlerin ve yeniliklerin kabulü ve hayata geçirilmesi zorunlu olarak hızlanmaktadır. Bütün bu gelişmelerin sanal iletişim ve sanal iş birliği gibi teknolojik altyapıya dayanan kavramların önümüzdeki dönemde daha fazla dikkate alınmasına yol açacağı, sanal çalışma ortamlarının ise kurumların insan kaynağını daha kapsamlı şekilde değerlendirerek planlamaları konusu başta olmak üzere sanal sosyalizasyon kavramını ön plana çıkaracağı değerlendirilmektedir. Nitekim kurumların sadece olağan şartlarda değil beklenmedik krizlere yönelik proaktif davranması ve süreçler öncesinde belirlenmiş planlara göre hareket ederek akademik araştırmalardan alacakları destekle örgütsel dayanıklılıklarını geliştirmesi önerilmektedir (Reyhanoğlu ve Habiboğlu, 2023, s. 266).

Bu çerçevede kurumların, iş görenlerin sanal iş birliklerini teşvik etmek amacıyla çalışma ortamında kullandıkları sanal iletişim platformlarının kullanım kolaylığına sahip olmasını sağlaması, iletişim araçlarına erişimi kolaylaştırması, kurumdaki teknik altyapı eksikliklerini gidermesi, bağlantı sorunlarını minimize etmesi, teknolojilerini güçlendirmeleri, iletişim için yararlanılabilecek yeni teknolojilere dair eğitimler sağlaması ve bu teknolojilerin kullanımını desteklemesi, bu yeni teknoloji ile uyumlu kurum kültürünü yansıtacak ilgi çekici çeşitli yayınlar ve tanıtımlarla işgörenlerin kuruma adaptasyonunu kolaylaştırmaya çalışması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Adams, E.J. (2023). Social media communication and national integration. *Synergy: Cross-Disciplinary Journal of Digital Investigation*, 1(1), 70-77.
- Agarwal, S. (2024). The profound impact of virtual communication technologies on team collaboration in the contemporary work environment. *International Journal of Embedded Systems & Emerging Technologies*, 10(1), 45-60.
- Ajzen, M., Taskin, L. (2021). The re-regulation of working communities and relationships in the context of flexwork: a spacing identity approach. *Information and Organization*. 31(4), 100364.
- Alavi, M. (1994). Computer-mediated collaborative learning: An empirical evaluation. *MIS Quarterly*, 18, 159-174.
- Al-Khateeb, B.A.A. (2024). E-collaboration and academic performance of lecturers: evidence from a Jordanian University. *International Journal of e-Collaboration*, 20(1), 1-15.
- Anandarajan, A. ve Anandarajan, M. (2010). An overview of e-research collaboration. In Anandarajan, M., ve Anandarajan, A. (Eds.), *E-Research collaboration* (pp. 3-13), Berlin, Germany: Springer-Verlag. doi:10.1007/978-3-642-12257-6_1
- Anandarajan, M. ve Arinze, B. (2010). Creation of social capital in a web based virtual research environment. In Anandarajan, M., ve Anandarajan, A. (Eds.), *E-Research collaboration* (pp. 303-314). Berlin, Germany: Springer-Verlag. doi:10.1007/978-3-642-12257-6_19
- Anderson, J. (2017). The impact of virtual communication tools on team collaboration. *Journal of Communication Technology*, 23(4), 567-589.
- Arinze, B. (2012). E-Research collaboration in academia and industry. *International Journal of e-Collaboration*, 8(2), 1-13.
- Asatiani, A., Hämäläinen, J., Penttinen, E. ve Rossi, M. (2021). Constructing continuity across the organizational culture boundary in a highly virtual work environment. *Information Systems Journal*, 31(1), 62-93. <https://doi.org/10.1111/isj.12293>
- Ashforth, B.E. Sluss, D.M. ve Saks, A.M. (2007). Socialization tactics, proactive behavior, and newcomer learning: Integrating socialization models. *Journal of Vocational Behavior*, 70, 447-462.
- Bakken, R. (2019). Harvard University. <https://professional.dce.harvard.edu/blog/challenges-to-managing-virtual-teams-and-how-to-overcome-them/> (Erişim Tarihi: 08.09.2024)
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs. N.J. Prentice-Hall, Inc.
- Bandura, A. ve Wood, R.E. (1989). Effect of perceived controllability and performance standards on self-regulation of complex decision-making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 805-814.
- Berry, G.R. (2011). Enhancing effectiveness on virtual teams: Understanding why traditional team skills are insufficient. *Journal of Business Communication*, 48(2), 186-206. doi:10.1177/0021943610397270
- Blöndal, S.V. (2021). Becoming an Insider in a virtual environment: key elements of successful remote onboarding. *Master's Thesis*, Jyväskylä University, School of Business and Economics, Finland.
- Bozeman, B. ve Gaughan, M. (2011). How do men and women differ in research collaborations? An analysis of the collaborative motives and strategies of academic researchers. *Research Policy*, 40(10), 1393-1402. doi:10.1016/j.respol.2011.07.002
- Bresciani, S., Huarng, K.H., Malhotra, A. ve Ferraris, A. (2021). Digital transformation as a springboard for product, process and business model innovation. *Journal of Business Research*, 128, 204-210.
- Brown, S.A., Dennis, A.R. ve Venkatesh, V. (2010). Predicting collaboration technology use: Integrating technology adoption and collaboration research. *Journal of Management Information Systems*, 27(2), 9-54.
- Çalık, T. (2003). İşgörenlerin örgüte uyumu (örgütsel sosyalleşme). *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1(2), 163-177.
- Carlson, J.R. ve Zmud, R.W. (1999). Channel expansion theory and the experiential nature of media richness perceptions. *Management Information Systems Quarterly*, 42(2), 153-170.
- Casarez, V., Cripe, B., Sini, J. ve Weckerle, P. (2008). *Reshaping your business with Web 2.0: Using new social*

technologies to lead business transformation. New York, NY: McGraw-Hill Osborne Media.

Cassivi, L., Lefebvre, E., Lefebvre, L. ve Léger, P. (2004). Supply chain planning and execution tools: E-collaboration and organizational performance. *International Journal of Logistics Management*, 15(1), 91-110. doi:10.1108/09574090410700257

Chao, G.T., O'Leary-Kelly, A.M., Wolf, S., Klein, H.J. ve Gardner, P.D. (1994). Organizational socialization: Its content and consequences. *Journal of Applied Psychology*, 79(5), 730-743.

Cheek, J. (2008). Researching collaboratively: Implications for qualitative research and researchers. *Qualitative Health Research*, 18(11), 1599-1603. doi:10.1177/1049732308324865

Cimperman, S. (2023). Informal socialization in virtual work environments: Creating a digital culture of connectivity. *Global Business and Organizational Excellence*, 1-19. <https://doi.org/10.1002/joe.22197>

Craig, K.M. (1996). Are all newcomers judged similarly? Distinctiveness and time of entry in task-oriented groups. *Small Group Research*, 27(3), 383-397.

Cramton, C.D. (2001). The mutual knowledge problem and its consequences for dispersed collaboration. *Organization Science*, 12, 346-71.

Daft, R.L. ve Lengel, R.H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science*, 32, 554-71. doi:10.1287/mnsc.32.5.554

Davison, R.M. (2017). Facilitating social harmony through ICTs. *Information and Communication Technologies for Development: 14th IFIP WG 9.4 International Conference on Social Implications of Computers in Developing Countries, ICT4D 2017, Yogyakarta, Indonesia, May 22-24, 2017, Proceedings 14(3-9)*. Springer International Publishing. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-59111-7_1

Deans, P.C. (2008). *Social software and Web 2.0 technology trends*. Hershey, PA: Information Science Reference. doi:10.4018/978-1-60566-122-3

Dąbrowska, J., Almpantopoulou, A., Brem, A., Chesbrough, H., Cucino, V., Di Minin, A., Giones, F., Hakala, H., Marullo, C., Mention, A.-L., Mortara, L., Nørskov, S., Nylund, P.A., Oddo, C.M., Radziwon, A. ve Ritala, P. (2022). Digital transformation, for better or worse: a critical multi-level research agenda. *R&D Management*, 52, 930-954. <https://doi.org/10.1111/radm.12531>

Daim, T., Ha, A., Reutiman, S., Hughes, B., Pathak, U., Bynum, W. ve Bhatla, A. (2102). Exploring the communication breakdown in global virtual teams. *International Journal of Project Management*, 30(2), 199-212.

Deeter-Schmelz, D.R. ve Ramsey, R. (2003). An investigation of team information process in service teams: Exploring the link between teams and customers. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31(4), 409-424. doi:10.1177/0092070303255382

Denison, D.R. (1997). *Corporate culture and organizational effectiveness*. New York: John Wiley & Sons.

DeSanctis, G. ve Poole, M.S. (1994). Capturing the complexity in advanced technology use: Adaptive structuration theory. *Organization Science*, 5(2), 121-147. doi:10.1287/orsc.5.2.121

DeSanctis, G., Poole, M.S., Dickson, G.W. ve Jackson, B.M. (1993). Interpretive analysis of team use of group technologies. *Journal of Organizational Computing*, 3(1), 1-29.

Dev, M.D., Rusli, K.D., McKenna, L., Lau, S.T. ve Liaw, S.Y. (2020). Academic-practice collaboration in clinical education: A qualitative study of academic educator and clinical preceptor views. *Nursing & Health Sciences*, 22(4), 1131-1138. doi:10.1111/nhs.12782 PMID:33006238

De Lucas Ancillo, A., del Val Núñez, M.T., Gavrila Gavrila, S. (2020). Workplace change within the COVID-19 context: a grounded theory approach. *Economic Research- Ekonomska Istraživanja* 1-20. <https://doi.org/10.1080/1331677x.2020.1862689>.

DiRenzo, M.S., Linnehan, F., Shao, P. ve Rosenberg, W.L. (2010). A moderated mediation model of e-mentoring. *Journal of Vocational Behavior*, 76, 292-305.

Dulebohn, J. H. ve Hoch, J. E. (2017). Virtual teams in organizations. *Human Resource Management Review*, 27(4), 569-574. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2016.12.004>

Fedorowicz, J., Laso-Ballesteros, I. ve Meléndez A.P. (2008). Creativity, innovation, and e-collaboration *International Journal of e-Collaboration*, 4(4), 1-10.

- Fisher, C.D. (1986). Organizational socialization: an integrative review. In Rowland, K.M. ve Ferris, G.R. (Eds.), *Research in Personnel and Human Resources Management* (pp. 101-45), Vol. 4, Greenwich, CT: JAI Press.
- Flanagin, A.J. ve Waldeck, J.H. (2004). Technology use and organizational newcomer socialization. *Journal of Business Communication*, 41, 137-165.
- Foth, M. (2006). Network action research. *Action Research*, 4(2), 205-226.
- Fulk, J., Schmitz, J. ve Steinfield, C.W. (1990). A social influence model of technology use. In Fulk, J. and Steinfield, C. (Eds.), *Organizations and Communication Technology* (pp. 117-140), CA, Newbury Park: Sage.
- Geoghegan, W. (1994). Stuck at the barricades: Can information technology really enter the mainstream of teaching and learning? *Change*, 27(2), 13-16.
- Gilchrist, A. (2004). *The well-connected community: A networking approach to community development*. Bristol: The Policy Press.
- Gruman, J.A. ve Saks, A.M. (2018). E-socialization: The problems and the promise of socializing newcomers in the digital age. In J. H. Dulebohn & D. L. Stone, *The brave new world of eHRM 2.0* (pp. 111-139). IAP Information Age Publishing.
- Haski-Leventhal, D. ve Bargal, D. (2008). The volunteer stages and transitions model: Organizational socialization of volunteers. *Human Relations*, 61(1), 67-102.
- Heimbürger, A. ve Kiyoki, Y. (2018). On temporal aspects in cross-cultural e-collaboration between Finland and Japan research teams. *International Journal of E-Collaboration*, 14(2), 37-54. <https://doi.org/10.4018/ijec.2018040103>
- Hemerling, J., Kilmann, J., Danoesastro, M., Stutts, L. ve Ahern, C. (2018). It's not a digital transformation without a digital culture. *Boston Consulting Group*, 1-11. <https://www.bcg.com/publications/2018/not-digital-transformation-without-digital-culture>
- Hendler, J.A. ve Golbeck, J. (2008). Metcalfe's Law, Web 2.0, and the Semantic Web. *Journal of Web Semantics*, 6(1), 14-20. doi:10.1016/j.websem.2007.11.008
- Holton, E.F.I. ve Russell, C.J. (1997). The relationship of anticipation to newcomer socialization processes and outcomes: A pilot study. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 70(2), 163-172.
- Huang, J. ve Xiong, K. (2023). Knowledge production of university-industry collaboration in academic capitalism: An analysis based on Hoffman's framework. *Asian Journal of Social Science*, 51(4), 227-236. doi:10.1016/j.ajss.2023.06.002
- Ireson N. ve Burrell G. (2010). Knowledge sharing in e-collaboration. *IFIP International Federation for Information Processing* (pp. 351-362), University of Sheffield.
- Jarvenpaa, S.L. ve Leidner, D.E. (1999). Communication and trust in global virtual teams. *Organization Science*, 10, 791-815. doi:10.1287/orsc.10.6.791
- Johnson, N.F. ve Keane, H. (2017). Internet addiction? Temporality and life online in the networked society. *Time & Society*, 26(3), 267-285. doi:10.1177/0961463X15577279
- King, R.C., Xia, W., Quick, J.C. ve Sethi, V. (2005). Socialization and organizational outcomes of information technology professionals. *Career Development International*, 10(1), 26-51.
- King, V. ve Deepwell, F. (2009) E-research collaboration, conflict and compromise. In Kock, N., *E-Collaboration: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications* (pp. 676-690), IGI Global.
- Klein, H.J. ve Weaver, N.A. (2000). The effectiveness of an organizational-level orientation training program in the socialization of new hires. *Personnel Psychology*, 53(1), 47-66.
- Ko, I., Olfman, L. ve Choi, S. (2009). The impacts of electronic collaboration and information exploitation capability on firm performance: Focusing on suppliers using buyer-dominated interorganizational information systems. *International Journal of e- Collaboration*, 5(2), 1-17. doi:10.4018/ijec.2009040101
- Kock, N. (2005). What is e-collaboration. *International Journal of E-collaboration*, 1(1), 1-7.
- Kock, N. ve Nosek, J. (2005). Expanding the boundaries of e-collaboration. *IEEE Transactions on Professional Communication*, 48(1), 1-9. doi:10.1109/TPC.2004.843272
- Kock, N., Davison, R., Wazlawick, R. ve Ocker, R. (2001). E-collaboration: A look at past research and future challenges.

- Journal of Systems and Information Technology*, 5(1), 1-8. doi.org/10.1108/13287260180001059
- Kodama, M. (2020). Digitally transforming work styles in an era of infectious disease. *International Journal of Information Management*, 55, 102172. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102172>
- Kozlowski, S.W.J. ve Bell, B.F. (2001). *Work groups and teams in organizations*. Cornell University, ILR School. <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/articles/389/>
- Kramer, M.W. ve Sias, P.M. (2014). *Interpersonal relationships and organizational communication*. In C. R. Berger (Ed.), *Interpersonal communication* (pp. 467-491). Berlin, Germany: De Gruyter.
- Kramer, M.W., Lee, S.K. ve Guo, Y. (2019). Using communication technology to Manage uncertainty during organizational assimilation: Information-seeking and information-giving. *Western Journal of Communication*, 83(3), 304-325.
- Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J. J., Veiga, P., Kailer, N. ve Weinmann, A. (2022). Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo. *International journal of information management*, 63, 102466.
- Kraus, S., Jones, P., Kailer, N., Weinmann, A., Chaparro-Banegas, N. ve Roig-Tierno, N. (2021). Digital transformation: An overview of the current state of the art of research. *Sage Open*, 11(3), 21582440211047576.
- Kudyba, S., Fjermestad, J. ve Davenport, T. (2020). A research model for identifying factors that drive effective decision-making and the future of work. *Journal of Intellectual Capital*, 21(6), 835-851.
- Lawson, B., Petersen, K.J., Cousins, P.D. ve Handfield, R.B. (2009). Knowledge sharing in interorganizational product development teams: The effect of formal and informal socialization mechanisms. *Journal of Product Innovation Management*, 26(2), 156-172. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2009.00343.x>
- Layng, J.M. (2016). The virtual communication aspect: a critical review of virtual studies over the last 15 years. *Journal of Literacy and Technology*, 17(3), 172-218.
- Le Clair, C., Andrews, C. ve Schoeller, A. (2016). *The forrester Wave™: Enterprise collaboration*. The forrester Wave™: Enterprise collaboration.
- Lee, J., Oh, S. ve Burnett, G. (2016). Organizational socialization of academic librarians in the United States. *The Journal of Academic Librarianship*, 42(4), 382-389. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2016.04.011>
- Lee, S. ve Bozeman, B. (2005). The impact of research collaboration on scientific productivity. *Social Studies of Science*, 35, 673-702. doi:10.1177/0306312705052359
- Lesser, E.L. ve Storck, J. (2001). Communities of practice and organizational performance. *IBM Systems Journal*, 40(4), 831-841.
- Lozi, L., Harvey, J. ve Michaud, P. (2022). The triumphs and challenges of adapting journey through the universe to a virtual setting. In: *American Astronomical Society Meeting Abstracts*, 54(6), presentation #315-04. <https://baas.aas.org/pub/2022n6i315p04/release/1>
- Maicana, C.I., Cazanb, A.M., Lixandroiua R.C. ve Dovleaca L. (2019). A study on academic staff personality and technology acceptance: The case of communication and collaboration applications. *Computers & Education*, 128, 113-131. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.09.010>
- Makarius, E., ve Larson, B. (2017). Changing the perspective of virtual work: Building virtual intelligence at the individual level. *Academy of Management Perspectives*, 31(2), 159-178. <https://doi.org/10.5465/amp.2014.0120.A>
- Markus, M.L. (1990). Toward a critical mass theory of interactive media. In Fulk, J. ve Steinfield, C. (Eds.), *Organizations and Communication Technology* (pp. 194-218), CA, Newbury Park: Sage.
- Martinez-Cerda, J.-F., Torrent-Sellens, J. ve Gonzalez-Gonzalez, I. (2020). Socio-technical e-learning innovation and ways of learning in the ICT-space- time continuum to improve the employability skills of adults. *Computers in Human Behavior*. 107, 105753.
- Meyer, J.P. ve Allen, N.J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- Mignerey, J.T., Rubin, R. B. ve Gorden, W.I. (1995). Organizational entry: An investigation of newcomer communication behavior and uncertainty. *Communication Research*, 22(1), 54-85.

- Morrison, E.W. (1993). Longitudinal study of the effects of information seeking on newcomer socialization. *Journal of Applied Psychology*, 78(2), 173-183.
- Morrison, E.W. (1995). Information usefulness and acquisition during organizational encounter. *Management Communication Quarterly*, 9(2), 131-155.
- Myers, P. (2007). Sexed up intelligence or irresponsible reporting? The interplay of virtual communication and emotion in dispute sensemaking. *Human Relations*, 60(4), 609-636. <https://doi.org/10.1177/0018726707078352>
- Nicolás-Agustín, Á., Jiménez-Jiménez, D. ve Maeso-Fernandez, F. (2022). The role of human resource practices in the implementation of digital transformation. *International Journal of Manpower*, 43(2), 395-410.
- Nunamaker, J.F., Dennis, A.R., Valacich, J.S., Vogel, D.R. ve George, J.F. (1991). Electronic meeting systems to support group work. *Communications of ACM*, 34(7), 40-61.
- O'Leary, M.B. ve Mortensen, M. (2010). Go (con) figure: subgroups, imbalance, and isolates in geographically dispersed teams. *Organization Science*, 21(1), 115-131.
- Oliveira, I., Tinoca, L. ve Pereira, A. (2011). Online group work patterns: How to promote a successful collaboration. *Computers & Education*, 57(1), 1348-1357. doi:10.1016/j.compedu.2011.01.017
- Orero-Blat, M., Jordán, H.D.J. ve Palacios-Marqués, D. (2022). A literature review of causal relationships in 21st century skills and digital leadership. *International Journal of Services Operations and Informatics*, 12(1), 1-12.
- Orlikowski, W.J., Yates, J., Okamura, K. ve Fujimoto, M. (1995). Shaping electronic communication: the metastructuring of technology in the context of use. *Organization Science*, 6(4), 423-444.
- Ostroff, C. ve Kozlowski, S.W.J. (1992). Organizational socialization as a learning process: the role of information acquisition. *Personnel Psychology*, 45, 849-874.
- Qureshi, S., Liu, M., ve Vogel, D. (2006). The Effects of electronic collaboration in distributed project management. *Group Decision and Negotiation*, 15, 55-75.
- Razmerita, L. ve Kirchner, K. (2014). *Social media collaboration in the classroom: A study of group collaboration. at the Collaboration and Technology: 20th International Conference, CRIWG 2014*, Santiago, Chile. doi:10.1007/978-3-319-10166-8_25
- Reyhanoğlu, M. ve Habiboğlu, M. (2023). Kahramanmaraş merkezli depremin Antakya'daki KOBİ'lerin toparlanmaları ve yeni olanaklar sağlamalarına etkisi. İçinde V. Eren (Ed.), *İnterdisipliner Yaklaşımla Hatay'da Afet Deneyimi: 6 Şubat 2023 Depremini Tarihe Not Düşmek* içinde (ss. 243-270), Ankara, Nobel Akademik Yayıncılık.
- Rogers, M.E. (2003). *Diffusion of innovations* (Fifth edition). New York: Free Press.
- Romano, N.C. Jr., ve Fjermestad, J. (2006). Collaborative project management. *International Journal of e-Collaboration*, 2(3), i-ix.
- Rosenzweig, E.D. (2009). A contingent view of e-collaboration and performance in manufacturing. *Journal of Operations Management*, 27(6), 462-478. doi:10.1016/j.jom.2009.03.001
- Ross, T.L. ve Cornell, R.D. (2010). Towards an experimental methodology of virtual world research, *2010 Second International Conference on Games and Virtual Worlds for Serious Applications*, Braga, Portugal, pp. 143-150, doi: 10.1109/VIS-GAMES.2010.16.
- Saks, A.M. ve Gruman J.A. (2021). How do you socialize newcomers during a pandemic? *Industrial and Organizational Psychology*, 14, 217-220. DOI:10.1017/iop.2021.44
- Schäfer, B., Koloch, L., Storai, D., Gunkel, M. ve Kraus, S. (2023). Alternative workplace arrangements: Tearing down the walls of a conceptual labyrinth. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(2), 100352.
- Schroeder, R. (2007). E-research infrastructures and open science: Towards a new system of knowledge. *Prometheus*, 25(1), 1-17.
- Shah, C. (2010). Collaborative information seeking: A literature review. *Advances in librarianship*, 32, 3-33. [https://doi.org/10.1108/S0065-2830\(2010\)0000032004](https://doi.org/10.1108/S0065-2830(2010)0000032004)
- Shannak, R.O. (2013). The impact of using e-collaboration tools on company performance. *European Scientific Journal*, 9(10), 119-135.
- Smith, R. (2019). Real-time Communication in Virtual Teams. *International Journal of Virtual Collaboration*,

15(2), 87-104.

Srivastava, P. R. (2020). Communication, Collaboration & Trust: Interpersonal Challenges in Virtual Collaboration Team. *International Journal of English Literature and Social Sciences*, 5(4), 1273-1278.

Tansal, Ş. (2007). Sanal iletişim. *Elektrik Mühendisliği Dergisi*, 2007(432). 47-49.

Thatcher, S.M., & Brown, S.A. (2010). Individual creativity in teams: The importance of communication media mix. *Decision Support Systems*, 49(3), 290-300. doi:10.1016/j.dss.2010.03.004

Thomas, H.D.C. ve Anderson, N. (1998). Changes in newcomers' psychological contracts during organizational socialization: A study of recruits entering the British army. *Journal of Organizational Behavior*, 19, 745-767.

Thomas, H.D.C., Paterson, N.L., Stadler, M.J. ve Saks, A.M. (2014). The relative importance of proactive behaviors and outcomes for predicting newcomer learning, well-being, and work engagement. *Journal of Vocational Behavior*, 84, 318-331.

Tijunaitis, K., Jeske, D. ve Shultz, K.S (2019). Virtuality at work and social media use among dispersed workers. *Employee Relations*, 41(3), 358-373. <https://doi.org/10.1108/ER-03-2018-0093>

Turban, E., Liang, T.P. ve Wu, S.P.J. (2011). A framework for adopting Collaboration 2.0 tools for virtual group decision making. *Group Decision and Negotiation*, 20(2), 137-154. doi:10.1007/s10726-010-9215-5

Vienne, D., (2020). Workplace changes after COVID-19. *Fast company*. <https://www.fastcompany.com/90496811/5-changes-to-expect-in-the-workplace-after-covid-19>.

Warburton, S. (2009). Second Life in higher education: Assessing the potential for and the barriers to deploying virtual worlds in learning and teaching. *British Journal of Educational Technology*, 40(3), 414-426. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2009.00952.x>.

Watanabe, T. (2017). The story-presenting method: A method for constructing multiple viewpoints to understand different cultures. *Integrative Psychological & Behavioral Science*, 51(3), 403-418. doi: 10.1007/s12124-017-9391-9 PMID:28534104

Wesson, M.J. ve Gogus, C.I. (2005). Shaking hands with a computer: An examination of two methods of organizational newcomer orientation. *Journal of Applied Psychology*, 90(5), 1018-1026.

Wharton, R., Potter, P. ve Parry, L.E. (2004). Keeping the faculty: Issues of socialization, justice, and commitment to the workplace. *Journal of Behavioral and Applied Management*, 6(1), 4-20.

Yela Ar´anega, A., Del Val Núñez, M.T. ve Castaño Sánchez, R. (2020). Mindfulness as an intrapreneurship tool for improving the working environment and self-awareness. *Journal of Business Research*, 115, 186-193. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.04.022>

Zigurs, I. ve Buckland, B.K. (1998). A theory of task/technology fit and group support systems effectiveness. *MIS Quarterly*, 22(3), 313-316.

Mehmet Enes Salkın (enessalkin@mersin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5198-5378)
Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Sosyal Hizmet ve Danışmanlık
Bölümü
Ergüder Moroğlu (ergudermoroglu58@gmail.com, ORCID: 0009-0003-7686-9036)
Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Sosyal Hizmet ve Danışmanlık
Bölümü

22.09.2024

Geliş Tarihi
Submitted

24.12.2024

Kabul Tarihi
Accepted

Araştırma Makalesi
Research Article

<https://doi.org/10.55044/meusbd.1554329>

MERSİN BÜYÜKŞEHİR BELEDİYESİ YAŞLI HİZMETLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Özet

Bu çalışma, Mersin Büyükşehir Belediyesi'nin yaşlılara yönelik hizmetlerini değerlendirmeyi amaçlamıştır. Yapılan çalışma, belediyenin yaşlılara yönelik sunduğu hizmetlerin kategorik olarak değerlendirilmesini, hizmet alanların memnuniyetini ölçmeyi, yaşlılara yönelik politikaların geliştirilmesini sağlamayı ve görünürlüğünü artırmayı hedeflemektedir. Yapılan çalışmada "SERVQUAL 22 items" ölçeği kullanılmıştır. SERVQUAL ölçeği hizmet kalitesinin ölçüldüğü bir araç olarak geliştirilmiştir ve beklenen hizmet ile algılanan hizmet arasındaki hesaplamalardan hizmet kalitesi ve hizmet alanların memnuniyeti ile ilgili çıkarım yapmak için kullanılmaktadır. Çalışma Mersin'de merkez ilçelerde yaşayan 60 yaş üstü yaşlılara yüz yüze ölçek uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Toplam 489 örnekleme ulaşılmıştır. Çalışmaya katılan 489 yaşlı, Mersin Büyükşehir Belediyesi'nin, ağırlıklı olarak Sosyal Hizmetler ve Sağlık Hizmetleri Daireleri'nin sunduğu hizmetlerden faydalanmaktadır. Verilen hizmetler toplam 14 kategoriye ayrılmıştır. Halk otobüsü dışında en fazla alınan hizmet sosyal destek ve etkinlik hizmetleri olurken; en az alınan hizmet evde teknik destek hizmeti olmuştur. Halk otobüsü ve halk ekmek dışlanırsa en memnun olunan hizmet 2,96 ortalama ile fiziksel ve bedensel aktivite hizmetleri olmuştur. En az memnuniyet ise -2,77 ile evde kişisel bakım hizmetleri olmuştur. SERVQUAL skorlarından fiziksel özellikler boyutu 0 çıkarken diğer tüm boyutlar negatif çıkmıştır. SERVQUAL skorlarının negatif olması, algılanan hizmet kalitesinin beklenen hizmet kalitesinden düşük olmasından kaynaklanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yaşlı, Belediye, SERVQUAL, Hizmet Kalitesi, Mersin

EVALUATION OF THE ELDERLY SERVICES OF MERSIN METROPOLITAN MUNICIPALITY

Abstract

This study aims to evaluate and improve the services provided by the Mersin Metropolitan Municipality for older adults. The study aims to categorically evaluate the services provided by the municipality for older adults, measure the satisfaction of service recipients, promote the development of policies for older adults, and increase their visibility. The SERVQUAL 22-item scale was used in the study. The SERVQUAL scale was developed as a tool for measuring service quality and is used to draw inferences about service quality and recipient satisfaction based on the calculations between expected and perceived service. The study was conducted by administering the scale face-to-face to older adults over the age of 60 living in the central districts of Mersin. A total of 489 samples were collected. The 489 older adults who participated in the study benefit from services provided by the Social Services and Health Services Departments of the Mersin Metropolitan Municipality. The services provided are divided into 14 categories. The most frequently used service, aside from public buses, is social support and activity services, while the least used service is home technical support. Excluding public buses and public bread, the most satisfactory service was physical and activity services, with an average score of 2.96. The least satisfied service was home personal care services with -2.77. While the physical features dimension scored 0 on the SERVQUAL scale, all other dimensions had negative scores. The negative SERVQUAL scores are a result of the perceived service quality being lower than the expected service quality.

Keywords: Elderly, Municipality, SERVQUAL, Service Quality, Mersin

GİRİŞ

Kamu hizmetlerinin temel amacı toplumun ihtiyaçlarını karşılamak, vatandaşların yaşam kalitesini iyileştirmek ve refah düzeyini yükseltmektir. Kamu hizmetleri merkezî yönetim ve yerel yönetimler aracılığı ile sunulmaktadır (Vahide Feyza, 2008). 1982 Anayasası'na göre yerel yönetimler; il, belediye veya köy halkının mahalli müşterek ihtiyaçlarını karşılamak üzere kuruluş esasları kanunla belirtilen ve karar organları, yine kanunda gösterilen, seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan kamu tüzel kişileridir. Bu kapsamda Türkiye'de il özel idareleri, belediyeler ve köyler yerel yönetim birimleri olarak kurulmuştur. Özellikle 1990'lı yıllarla birlikte hizmette verimlilik ve desantralizasyon ilkesi ile artan demokrasi talepleri, sosyal hizmet sunumunda belediyeleri daha önemli hâle getirmiştir ve "sosyal belediyecilik kavramı" doğmuştur (Saito, 2008 ve Kjellberg, 1995). Yerel yönetimler sosyal belediyecilik anlayışı ile özellikle dezavantajlı kesimlerin yaşamını iyileştirecek politikalar geliştirerek toplumsal adaletin sağlanmasında önemli bir aktör olarak yer almışlardır. Sosyal belediyecilik işleviyle ve kamu yönetimi anlayışının değişmesiyle beraber belediyelere sosyal politikalar dahilinde hizmet üretebilecekleri hukuki alt yapı da sağlanmıştır. "Yeni kamu yönetimi anlayışı kapsamında ülkemizde 2004 ve 2005 yıllarında çıkarılan 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu ile 5393 sayılı Belediye Kanunu sosyal politika başta olmak üzere birçok alanda yerel yönetimlerin görev ve sorumluluklarını artırmıştır. Bu kapsamda sosyal yardım uygulamaları ile engelli ve yaşlılara yönelik sosyal hizmetler başta olmak üzere dezavantajlı gruplara yönelik sosyal politika çalışmalarının yerel düzeyde çeşitlenerek devam ettiği ifade edilebilir" (Tiyek, 2023). Belediyelerin bu kapsamda yaşlılara yönelik hizmetlerinin bir standardı olmamakla beraber en fazla evde bakım hizmetleri kapsamında destek hizmetleri sunduğu görülmektedir (Altındış ve Üner, 2023)

Yaşlılık kronolojik olarak bireyin yaş alması ve buna bağlı olarak fiziksel ve ruhsal açıdan gerilemesi olarak tanımlanabilir ancak kronolojik yaşlılığın yanında yaşlanmanın çevresel ve toplumsal izlenimleri de bulunmaktadır. Bu nedenle "yaşlılık" aynı zamanda sosyolojik ve kültürel bir kavramdır (Öztürk ve ark, 2011). Yaşlı olarak kabul edilen yaş da dünyada yaşanan gelişmelere paralel olarak değişiklik göstermiş; bilim ve teknolojiye gelişmelerle yaşamın uzamasına bağlı olarak artmıştır. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) 1963'te kronolojik olarak 60 yaş üstünü "yaşlı" olarak sınıflandırırken 1980'lerden itibaren 65 yaş üstünü "yaşlı" olarak sınıflandırmaya başlamıştır (Öztürk ve ark, 2011). Bu sınıflandırmaların yapıldığı dönemde beklenen yaşam süresi 50 yıl olduğundan ve yaşlı nüfusun genel nüfus içindeki payı düşük olduğundan DSÖ, 2017 yılında yeni bir sınıflama yoluna gitmiştir. Yapılan yeni sınıflamada 66-79 yaş orta, 80 ve üzeri yaş ise yaşlı olarak değerlendirilmiştir (Bilir, 2018).

Günümüzde insan ömrünün uzaması ile birlikte yaşlı nüfus tüm dünyada artmaktadır. Buna paralel olarak "son zamanlarda yapılan araştırmalar sonucunda, ülkemizin demografik yapısının değiştiği ve yaşlı nüfusunun beklenmedik bir düzeyde artış gösterdiği saptanmıştır" (Altındış ve Üner, 2023). Türkiye'nin 1955 yılındaki nüfus sayımına göre; yaşlı nüfusun toplam nüfus içindeki payı %3,4 iken bu oran 2010'da %7,1'e, 2023 yılında %10,2'ye çıkmıştır (Çunkuş vd., 2019). Doğum oranlarının düşmesi ve yaşam süresinin uzaması yaşlı nüfusun daha da artacağını göstermektedir. Yaşlanma ile ilgili nüfus projeksiyonlarına göre bir tahminleme yapılsa da küreselleşme, sosyolojik değişimler, doğal afetler, savaşlar ve ekonomik gerekçelerin demografilerde yaşattığı hızlı değişimleri kestirebilmek güç görünmektedir (Altun, 2021). Türkiye de dünya nüfusuna benzer şekilde yaşlı nüfusun oransal olarak artması ile uluslararası sınıflandırmalar kapsamında yaşlı toplumlar sınıfına girmiştir.

Yaşlı nüfusun artması ve sosyo-ekonomik koşullardaki değişim ile geleneksel aile yapısının çözülmesi yaşlılara yönelik yeni politikaları beraberinde getirmiştir. Yaşlı nüfusun artmasıyla sosyal politikaların geliştirilmesi, yaşlılara yönelik hizmetlerin de çeşitlendirilmesi gerekmektedir. Türkiye, sosyal devlet ilkesinin gereği olarak, değişen ve giderek yaşlanan toplumsal yapının ortaya çıkardığı yaşlıların korunması için merkezî hükümetin, yerel yönetimlerin ve sivil toplum örgütlerinin karması ile bütüncül bir model uygulamaktadır (Devebakan ve ark., 2019). 1976 tarih ve 2022 sayılı 65 Yaşını Doldurmuş Muhtaç, Gücsüz ve Kimsesiz Türk Vatandaşlarına Aylık Bağlanması Hakkında Kanun ile yaşlılara aylık bağlanması kabul edilmiştir. Merkezî hükümet kapsamında yaşlılara yönelik hizmetler 2011 yılında çıkarılan kanun ile Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'na devredilmiş, bakanlık bünyesinde Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü kurulmuştur. Türkiye'de son 10 yılda başlatılan en önemli hizmetlerden birisi ise evde bakım hizmet yönetmeliği ile evde bakım ücretinin ödenmesi olmuştur. Dünyadaki eğilim, merkezî hükümetlerin yanında, kamu hizmetlerinin yerinden sunulması üzerine gelişmektedir. Bu kapsamda hemşerilik esasıyla geliştirilecek yerel politikalar belediyeleri ön plana çıkarmıştır. Özellikle büyükşehir belediyelerinin mali olanaklarının güçlenmesi yerel halka daha fazla hizmet üretme kabiliyetini beraberinde getirmiştir. Bu kapsamda sosyal politika üreticisi olarak büyükşehir belediyeleri dezavantajlı kesimlere yönelik daha fazla hizmet sunumuna başlamıştır. Dezavantajlı

kesimlere sunulan hizmetler hem belediyelerin hem de dezavantajlı kesimin daha fazla görünür olmasını sağlamıştır ancak sunulan hizmetlerin çeşitliliği ve kalitesi ile ilgili bir standart bulunmamaktadır (Kalaycı, 2021).

1. Yerel Yönetimlerin Sosyal Belediyecilik Uygulamaları

1980'lerden itibaren yerel yönetim örgütlenmeleri bütün dünyada değişmekte ve merkezî yönetim-yerel yönetim ilişkisi; özerklik, katılımcılık, verimlilik, hukukun üstünlüğü, coğrafi yeniden dağılım talepleri ile yeniden tasarlanmaktadır (Kjellberg, 1995). Yaşanan değişim, Türkiye'de de özellikle belediyeleri güçlendirmiş ve belediyelerin toplumsal etkilerini arttırmıştır. Sosyal belediyecilik kapsamında ve bütüncül bir yaklaşımın parçası olarak belediyeler, toplumsal beklentileri karşılayan yeni görevler üstlenmeye başlamıştır. Belediyelerin üstlendiği bu görevler sosyal belediyecilik anlayışının bir parçası olarak sosyal kontrol, sosyalleştirme, rehabilitasyon, sosyal dayanışma ve yardım, yönlendirme, mobilize etme, rehberlik etme, yatırım fonksiyonlarını karşılamaktadır (Döndaş, 2023; Akdoğan, 1999). Sosyal belediyeler üstlendikleri fonksiyonlar ile yerel halkın sosyal sorunlarının ortadan kaldırılmasına destek olarak huzurlu ve güvenli bir yaşam sunmaya çalışmaktadır. Sunulan genel hizmetlerin yanında özel olarak da dezavantajlı kesim olan yaşlı, kadın, çocuk gibi gruplara yönelik politikalar geliştirmekte ve hizmet sahaları açmaktadır (Kocaoğlu ve ark., 2017). Türkiye'de belediyelerin sosyal hizmet uygulamalarına bakıldığında pek çoğunun keşiştiği görülmektedir. Türkiye'de sosyal sorunların ağırlıklı olarak üç temel kaynağı bulunmaktadır. Bunlar;

- özellikle kendini büyükşehirde gösteren, toplumsal ve ekonomik sistemden kaynaklanan yoksulluk, işsizlik, dilencilik ve suçluluk,
- afetler sonucu ortaya çıkan ve afetlerin etkilediği grupların yaşadıkları olumsuzluklar,
- çevresel şartlardan kaynaklanan çocukluk, engellilik ve yaşlılık gibi sorunlardır (Ateş, 2009).

Gösterilen sorunsallara sadece yerel halk ve coğrafya ile hizmet alanı sınırlandırılmış belediyelerin kalıcı çözüm bulması mümkün görünmemektedir. Bu noktada belediyelerin işlevleri ancak sosyal sorunları kısıtlı bir şekilde sağaltmak olarak kalacaktır.

Sosyal sorunlara neden olan kaynakların ülke genelinde varlığı, pek çok belediyenin bu sorun alanları ile baş etmek için benzer uygulamalar gerçekleştirdiğini göstermektedir. Yine de bazı belediyelerin iklim, coğrafya, demografik koşullar, afetler ve yaşanan göçlerden etkilenmesi farklı uygulamalar geliştirmelerine de neden olabilmektedir. Kalaycı'nın (2021) belirttiği üzere sosyal belediyecilik kapsamında belediyelerin genellikle sosyal hizmetler, sağlık hizmetleri, kültür ve sosyal işler, kadın ve aile hizmetleri gibi dağınık örgütlenmiş olsalar da sundukları hizmetleri yoksulluğa yönelik, kadınlara yönelik, çocuklara yönelik, engellilere yönelik ve yaşlılara yönelik uygulamalar olarak da gruplamak mümkündür. Çalışmanın gerçekleştirildiği Mersin Büyükşehir Belediyesi'nin hizmetleri incelendiğinde de aynı gruplara yönelik hizmetleri bulmak mümkündür.

1.1. Yoksullara Yönelik Uygulamalar

Yoksulluğun farklı tanımlamalarına rağmen bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılamalarındaki güçlük, asgari yaşam standartlarını yakalayamamak, günlük yaşamını sürdürmek ve insani bir yaşam sürmek için yeterli gelirin olmaması gibi kavramlar ile açıklanabilir (Gürses, 2007). Yoksul bireyler temel sağlık hizmetlerine dahi erişemedikleri gibi eğitim, kültür ve diğer sosyal imkânlardan da faydalanamazlar. Bu da sosyal adaleti bozmakta ve toplumsal refahın oluşmasını engellemektedir. Bu nedenle imkânlar çerçevesinde yoksul bireylerin sosyal yardımlarla desteklenmesi ve diğer sosyal yardımlardan yararlandırılması gerekmektedir (Çorakçı, 1997). Belediyelerin yoksullara yönelik hizmetleri aynı yardımlar, nakdi yardımlar ve yemek hizmetleri gibi temel ihtiyaçlar odaklı olabilmekte ya da fırsat eşitliğini sağlamaya yönelik, sosyal dışlanmayı kaldırmaya yönelik hizmetler gibi sosyal nitelikte olabilmektedir. Mersin Büyükşehir Belediyesi özelinde bakıldığında yoksullara yönelik aynı yardım, nakdi yardım, aşhane hizmetleri, evde sağlık hizmetleri, evde psiko-sosyal hizmetler, ev tamirat tadilat hizmetleri, çeşitli farkındalık etkinlikleri ve mobil hizmetler sunulduğu görülmektedir (Döndaş, 2023).

1.2. Kadınlara Yönelik Uygulamalar

Toplumsal cinsiyet özelinde kadınların yaşadığı sorunlar ile kadının çalışma hayatına katılmasındaki bariyerler kadınların da dezavantajlı gruplar arasında sayılmasına sebep olmaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve kadınların çalışma hayatında güçlendirilmesi için belediyeler çeşitli hizmetler sunmak durumunda kalmaktadır. Bunlardan ilki yasal bir gereklilik olan büyükşehir belediyelerinin ve nüfusu 100.000'in üzerindeki belediyelerin

kadın sığınma evi açmalarıdır. Bunun dışında kadınlara yönelik meslek edindirme kursları, kreşler ve toplumsal cinsiyet alanında farkındalık yaratacak etkinlikler belediyelerin kadın uygulamaları olarak gösterilebilir. Mersin Büyükşehir Belediyesi özelinde bakıldığında kadınların kapasite ve meslekî gelişimleri için aynı yardımlar, meslek edindirme kursları, dayanışma ve güçlendirme merkezleri, farkındalık eğitim ve etkinlikleri, danışma ve destekleme merkezleri, konukevleri gibi hizmetler sunulduğu görülmektedir (Döndaş, 2023).

1.3. Çocuklara Yönelik Uygulamalar

Belediyelerin çocuk hizmetleri kapsamında çocuk sığınma evi açması büyükşehir belediyeleri ve nüfusu 100.000'i geçen belediyeler için yasal bir zorunluluktur. Yasal sorumlulukların yanında belediyeler sosyal belediyeçilik kapsamında çocuklara yönelik park, bahçe, oyun evi açmakta; okulların tadilatını yaparak çeşitli donatılarını tedarik etmektedir. Bunun yanında çocukların beslenmeleri, giyinmeleri ve eğitimde fırsat eşitliğine sahip olabilmeleri adına çeşitli faaliyetler düzenleyebilmektedir. Sağlıklı ve refah içinde bir toplumun inşasında çocukların gelişimi önem taşıdığından, ayrıca çocukların mutlu edilmesi ile ailelere kolaylık sağlandığından çocuk hizmetleri önemli bir sosyal belediyeçilik alanıdır. Bu yüzden kentsel politikalarının belirlenmesinde çocukların da sürece dâhil edilmesi için çocuk meclislerinin kurulduğu örnekler de bulunmaktadır (Yıldırım ve Göktürk, 2008). Mersin Büyükşehir Belediyesi özelinde bakıldığında çocuklara yönelik sağlık, eğitim, beslenme, psikolojik destek, kurs, gezi ve farkındalık yaratıcı etkinlik ve festivallerin düzenlendiği görülmektedir (Döndaş, 2023).

1.4. Engellilere Yönelik Uygulamalar

Engellilerin hayata katılımları ve günlük yaşam aktivitelerini sağlayabilmeleri en başta çevrenin engellilere göre düzenlenmesine bağlıdır. Kent tasarımı ve kent mekanının tüm engel grupları gözetilerek yapılması engellilerin bağımsızlığının en önemli parçasıdır. Kentsel mekan tasarımının birincil sorumlusu olan belediyelerin engelli politikaları bu yüzden engelli gruplar için çok önemlidir. Diğer taraftan engelliler ekonomik ve sosyal yaşama katılma konusunda sorunlar yaşamaktadır. Bu sorunların da giderilmesi hususunda belediyelerin engellileri destekleyecek sosyal belediyeçilik uygulamaları geliştirmeleri gerekmektedir (Şimşek, 2023). Mersin Büyükşehir Belediyesi özelinde bakıldığında engellilere yönelik psiko-sosyal destek, rehberlik, aynı yardım, fiziksel aktivite, ulaşım ve günlük yaşamı kolaylaştırıcı destek hizmetleri verildiği görülmektedir (Döndaş, 2023).

2. Yerel Yönetimler ve Yaşlı Uygulamaları

Dünyaya paralel olarak Türkiye'nin de yaşlı nüfusunun artması, yaşlıların beklenti ve taleplerinin çeşitlenmesi yaşlılara yönelik belediyeçilik hizmetlerinin de artmasına sebep olmuştur. Yaşlı popülasyonu, aynı zamanda seçimlerin kazanılmasında önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle belediyeler yaşlıları tatmin eden ve memnuniyetlerini kazanan politikalar geliştirmek durumundadır. Yaşlılara yönelik hizmetler belediye örgütlenmesinde pek çok birimin sorumluluğu altındadır. Mersin Büyükşehir Belediyesi Sosyal Hizmet Daire Başkanlığı, Kadın ve Aile Hizmetleri Daire Başkanlığı ve Sağlık İşleri Dairesi Başkanlığı ile yapılan yüz yüze görüşmeler sonucunda sunulan hizmetlerin ortak bir envanterinin tutulduğu anlaşılmalı ancak verilerin istenildiği takdirde süzme yöntemiyle elde edilebileceği bilgisine ulaşılmıştır. Tüm başkanlıkların verileri toplulaştırıldığı için yaşlılar tüm hizmet kategorileri içinde bulunabilmektedir. Örneğin kadından sorumlu bir birim, kadınlara yönelik hizmet sunarken yaşlı bir kadına da hizmet sunmaktadır. Bu yüzden belediyeler yaşlılar ile ilgili harici bir birim kurmasalar dahi diğer birimleri aracılığıyla yaşlılara yönelik hizmet sunabilmektedirler. Dolayısıyla bu hizmeti alan kişinin yaş hanesine mi cinsiyet hanesine mi yazıldığı ayrıştırılamamaktadır. Yine de salt yaş üzerinden sunulabilen hizmetler de bulunmaktadır. Yerel yönetimlerin yaşlı hizmetleri arasında başta sağlık, barınma, destek, ulaşım, etkinlik ve ev hizmetleri gelmektedir.

Türkiye'deki en bilindik yaşlı hizmeti ulaşımıdır. Belediyelerin sorumluluğunda olan kent içi toplu taşımayı 65 yaş üzeri bütün yaşlılar ücretsiz kullanmaktadır. Emekli evlerine kayıt yaptırabilmek için de emekli olmanın dışında yine 55 yaş doldurma kriteri aranmaktadır. Huzurevleri, gündüzlü bakım merkezleri, emekli evleri gibi hizmetlerden faydalanabilmek için de aranan ilk kriter yaştır. Bazı etkinlik, gezi ve eğitimlere de yaş kriteri getirilmesi ile o faaliyetler yaşlılara özgü hâle getirilmiş olmaktadır. Bu faaliyetler yaşlı hizmetlerinin başlıcalarını oluşturmaktadır (Şeker ve Kurt, 2018). Yaşlı nüfusun artması, yaşlıların sağlık ve sosyal güvenlik sistemlerini önceliklendirmesi ile beraber gelecekte de yaşlıların sağlık ve sosyal bakım taleplerinin sürdüreceği öngörülmektedir (Oğlak, 2014).

Bu çalışma, Mersin Büyükşehir Belediyesi'nden hizmet alan yaşlı bireylerin aldıkları hizmetin kalitesini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada alınan hizmet sorusu, açık uçlu sorulmuş ve 15 farklı hizmet türünden yanıtlar alınmıştır. Alınan hizmetlerin kalitesini SERVQUAL ölçeği ile test etmek çalışmanın birincil amacıdır. Bunun

dışında cinsiyet, yaşanan ilçe, eğitim, sağlık gibi demografik özellikleri ile ölçeğin beş alt boyutunda beklenti ile algı arasında anlamlı bir fark olup olmadığı araştırılmıştır.

Mevcut durumu incelemek ve geniş bir evrensel kümeden veri toplamak amacıyla yapılan çalışmada, tarama yöntemi tercih edilmiştir. Tarama araştırma yöntemi “Geçmişte ya da hâlen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımıdır” (Karasar, 2012). Tarama yönteminde genellikle anket kullanılmakta ve “Nedir, Neydi?” gibi sorulara cevaplar aranmaktadır. Verilerin toplanmasında “SERVQUAL 22 items” ölçeği kullanılmıştır. SERVQUAL ölçeği, 1988 yılında Parasuraman ve diğerleri tarafından tüketicilerin hizmet kalitesine ilişkin algılarını ölçmek için geliştirilmiştir (Parasuraman ve Zeithaml, 1988). Ölçek üzerinde yapılan araştırmalar ve ölçeğe gelen eleştirilerden sonra Parasuraman ve Berry tarafından 1991 yılında ölçek revize edilmiştir (Parasuraman ve Berry, 1991). SERVQUAL ölçeğinin farklı versiyonları olmakla birlikte 22 soruluk versiyonu geniş bir hizmet kalitesi ölçüm aracı olarak kullanılmakta ve farklı hizmet türleri üzerinde müşteri beklentilerini ölçmektedir. SERVQUAL ölçeğinin üç boyutu vardır. İlk boyutunda hizmet kalitesinin araştırıldığı kurum/işletme ile ilgili beklentinin ölçüleceği 22 soru sorulmaktadır. Yapılan çalışmada “mükemmel belediye” ifadesi kullanılmıştır. Sorulan 22 sorunun fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati olmak üzere beş alt boyutu bulunmaktadır. Ölçeğin ikinci kısmında katılımcılar, 100 puanı, ölçeğin boyutları üzerinden paylaşmaktadır. Yapılan paylaşım “en önemliden” “en önemsiz” şeklindedir. Ölçeğin üçüncü boyutunda ise algının ölçülmesi için 22 soru, hizmet kalitesinin ölçüldüğü kurum/işletme (Mersin Büyükşehir Belediyesi) üzerinden sorulmaktadır. Böylece beklenti ile algı arasında oluşan farktan hizmet kalitesine dair yorum yapılabilmektedir.

Mersin Büyükşehir Belediyesi’nden hizmet alan toplam yaşlı sayısı bilinmediği için örneklem hesabı “Evrendeki Birim Sayısının Bilinmediği Durumlarda Kullanılan Örneklem Hesaplama Formülü” kullanılarak yapılmıştır (Collins, 1986; Miran, 2003). Söz konusu formüle aşağıda yer verilmiştir.

$$n = \frac{t^2 P(1 - P)}{d^2}$$

n = örnek hacmi

t = %95 önem düzeyine karşılık gelen tablo değeri (1,96)

P = söz konusu olayın olma olasılığı (%50)

d = örneklemede kabul edilen hata oranı (%5)

Şekil 1. Örneklem Hesaplama Formülü

İlgili formül doğrultusunda örneklem sayısı 384 olarak belirlenmiştir. 384 veriye ulaşmak için Mersin’in merkez ilçeleri ziyaret edilmiştir. Merkez ilçelerde Mersin Büyükşehir Belediyesi’nden hizmet alan yaşlılara, Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu izni ile ölçek uygulanmıştır (MEÜ-186). SERVQUAL ölçeğinin yanında kişisel bilgi ve onam formu ile veriler yüz yüze toplanmıştır. Yapılan yüz yüze görüşmelerde halk otobüsü hemen hemen bütün yaşlılar tarafından ücretsiz kullanıldığı için mümkün olduğunca ulaşım ve halk ekmek dışında hizmet alan yaşlılara ulaşılmaya çalışılmıştır. Veriler SPSS 27 programında analiz edilmiş ve 489 analize uygun örneklem bulunmuştur.

Veri analizinden önce SERVQUAL ölçek puanlarının hesaplanmasında kullanılan ve ölçeğin sırasıyla fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati boyutlarına karşılık gelen SQ1, SQ2, SQ3, SQ4, SQ5 puanları hesaplanmıştır. SQ puanı; ölçeğin her bir alt boyutunun sorularına verilen cevapların beklenti/algı farkının ortalaması şeklindedir. Örneğin fiziksel özellikler boyutunu ölçen ilk dört soru, $SQ1 = [(P1-E1)+(P2-E2)+(P3-E3) + [(P4-E4)]/4$ şeklinde formüle edilmektedir. (P=Ölçeğin birinci kısmında beklentiyi ölçen ilk 22 sorunun kodu, E=Ölçeğin üçüncü kısmında algıyı ölçen 22 sorunun kodu). SQ puanlarının toplanıp beşe bölünmesi ile de “eşit ağırlıklı SERVQUAL skoru” hesaplanmaktadır. Eşit ağırlıklı SERVQUAL skoru ise $SQE = [(SQ1)+(SQ2)+(SQ3)+(SQ4)+(SQ5)]/5$ şeklinde formüle edilebilir. Son olarak “ağırlıklı SERVQUAL skoru” hesaplaması yapılmaktadır. Ağırlıklı SERVQUAL skoru hesaplanırken ölçeğin ikinci bölümünde yer alan 100 puanın dağıldığı bölüm ile SQ puanları kullanılmaktadır. Katılımcının 100 puanı dağıttığı her bir boyutun puanı 100’e bölünmekte ve bir “k” değeri elde edilmektedir. SQ puanları ile ayrı ayrı “k” değerinin çarpımının toplamları ağırlıklı SERVQUAL skorunu oluşturmaktadır. Ağırlıklı SERVQUAL skorunun hesaplanmasının matematiksel ifadesi $SQA = [(SQ1*k1)+(SQ2*k2)+(SQ3*k3)+(SQ4*k4)+(SQ5*k5)]$ şeklindedir. SERVQUAL hesaplamaları Devebakan ve arkadaşlarının 2019’daki çalışmasından alınmıştır (Devebakan

ve ark, 2019).

Çalışmada verilerin normal dağılıp dağılmadığı Kolmogrov-Smirnov ve Shapiro-Wilks Normallik Testi ile kontrol edilmiştir. Yapılan normallik testinde $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde karar verilmiştir. Verilerin normal dağılmadığı görüldüğünden bağımsız iki grubun karşılaştırmasında Mann Whitney U Testi; ikiden fazla gruplu değişken olduğu durumlarda ise Kruskal Wallis Testi kullanılmıştır (Hollander, M. ve Wolfe, 1999).

Çalışma aşağıdaki hipotezleri test etmeyi amaçlamaktadır.

Çalışmanın Hipotezleri

Hipotez 1: Yaşlıların cinsiyeti beklenen veya algılanan hizmet kalitesi üzerinde bir farklılık yaratmamaktadır.

Hipotez 2: Yaşlıların medeni durumu beklenen veya algılanan hizmet kalitesi üzerinde bir farklılık yaratmamaktadır.

Hipotez 3: Yaşlıların eğitimi beklenen veya algılanan hizmet kalitesi üzerinde bir farklılık yaratmamaktadır.

Hipotez 4: Yaşlıların yaşadıkları ilçe beklenen veya algılanan hizmet kalitesi üzerinde bir farklılık yaratmamaktadır.

Hipotez 5: Yaşlıların yaşam koşulları beklenen veya algılanan hizmet kalitesi üzerinde bir farklılık yaratmamaktadır.

Hipotez 6: Yaşlıların hangi hizmeti aldığı beklenen veya algılanan hizmet kalitesi üzerinde bir farklılık yaratmamaktadır.

Ölçeğin beklenti, algılama ve genel soru önermeleri için yapılan güvenilirlik analizinde alfa katsayıları sırasıyla 0,943, 0,952 ve 0,879 olarak hesaplanmıştır. Alfa katsayıları $> 0,7$ olduğundan ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilmiştir.

Tablo 1. Kolmogrov-Smirnov ve Shapiro-Wilks Normallik Testi

	<u>Kolmogrov-Smirnov</u>			<u>Shapiro-Wilks</u>		
			P			p
SQ1	.156	489	.000	.955	489	.000
SQ2	.136	489	.000	.957	489	.000
SQ3	.147	489	.000	.958	489	.000
SQ4	.148	489	.000	.949	489	.000
SQ5	.150	489	.000	.856	489	.000
p < *0.005 olduğundan veriler normal dağılıma uygun değildir.						

Tablo 1’de görüldüğü üzere; Kolmogrov-Smirnov ve Shapiro-Wilks Normallik Testi yapılmış ve verilerin normal dağılmadığı görülmüştür.

Çalışmanın Etik Yönü

Mersin Büyükşehir Belediyesi’nden hizmet alan yaşlılara, Mersin Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu izni (MEÜ-186) ile SERVQUAL ölçeği uygulanmıştır. SERVQUAL ölçeğinin yanında kişisel bilgi ve onam formu ile veriler yüz yüze toplanmıştır. Her bir katılımcı gönüllü olarak onam formunu imzalamıştır.

Çalışmanın Sınırlılıkları

Araştırma coğrafi olarak Mersin’in merkez ilçeleriyle sınırlandırılmıştır. Yaş olarak ise yeterli örnekleme ulaşabilmek için ve alınan hizmetlerde farklı yaş kategorileri belirlendiği için 60 yaş üzeri olarak sınırlandırma yapılmıştır. Verilerin toplanması 3 aylık bir süre zarfında gerçekleştirilmiştir. Yapılan çalışma TÜBİTAK destekli bir proje olduğundan verilerin toplanması yaz döneminde gerçekleştirilmiştir ve bu, mevsimsel faktörlerin etkili olmasına neden olmuştur.

Çalışmanın Güçlü Yanları

Yapılan çalışmada örneklem Mersin Büyükşehir Belediyesi’nden hizmet alan 60 yaş üstü bireylerden seçilmiş ve toplamda 489 analize uygun veri toplanmıştır. Bu durum, elde edilen bulguların genelleştirilebilirliğini artırmakta ve yaşlı bireylere sunulan hizmetlerin kalitesine dair kapsamlı veriler sunmaktadır. Veri toplama yöntemi olarak kullanılan anketler, daha önceki çalışmalarda geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış ölçeklerdir. Bu sayede, katılımcıların görüşlerinin doğru bir şekilde yansıtılması sağlanmıştır. Ayrıca, araştırma kesitsel bir tasarım ile

gerçekleştirilmiş olup, yaşlılara sunulan hizmetlerin kalitesini etkili bir şekilde analiz etmiştir.

Çalışmanın Modeli

Bu araştırma, Mersin'in merkez ilçelerinde yaşayan 60 yaş ve üzeri bireylerin Mersin Büyükşehir Belediyesi'nden aldıkları hizmetlerin kalitesini değerlendirmek amacıyla kesitsel bir tasarım kullanmaktadır. Araştırmanın evreni Mersin Büyükşehir Belediyesi'nden hizmet alan tüm yaşlılar olmakla beraber, bu sayı bilinmediği için belirsiz örneklem formülüyle en az 384 kişiye ulaşmak amaçlanmıştır. Verilerin tamamı rastgele örnekleme yöntemiyle yüz yüze toplanmış, bu sayede katılımcıların cevaplarının doğruluğu ve geçerliliği artırılmıştır. Örneklem seçiminde ilçelerden ve hizmetlerden dengeli bir model kurulmaya çalışılmıştır. Toplanan verilerin analizi, SPSS-27 programı kullanılarak yapılmıştır. Verilerin analizinde, tanımlayıcı istatistiklerin yanı sıra, SERVQUAL ölçeği hesaplamaları yapılmıştır. Yaşlıların aldıkları hizmetlerin beş alt boyutta skorlaması sunulmuştur. Demografik veriler ile beş alt boyutta beklenen/algılanan hizmet kalitesi karşılaştırması Kolmogrov-Smirnov ve Shapiro-Wilks Normallik Testi ile yapılmış ve değişkenlerin iki veya daha fazla olmasına göre Kruskal-Wallis veya Mann Whitney U testleri ile anlamlı farklılıklar bulunmaya çalışılmıştır. Bu yöntemler, veri setinin özelliklerine uygun bir şekilde seçilmiş olup, elde edilen bulguların güvenilirliğini artırmaktadır.

BULGULAR

Örneklem kümesi Mersin Büyükşehir Belediyesi'nden hizmet alan ve Mersin'in merkez ilçelerinde ikamet eden 60 yaş üzeri bireylerden oluşmaktadır. DSÖ tarafından yaşlı olarak kabul edilme yaşı 80 olmasına rağmen, çalışmanın verilerinin toplanmasında kolaylık sağlayacak olan Mersin Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı emekli evlerine kabul yaşı 55'tir. Yine toplu taşımayı ücretsiz kullanabilme yaşı 65'tir ve devlet huzurevlerine kabul yaşı 60 olarak belirlenmiştir. Hizmetlerden yararlanmada kullanılan farklı kronolojik yaşlar bulunduğu gözlemlenerek, yeterli örnekleme ulaşabilmek için çalışmada 60 yaş üzeri bireylerden veri toplanmıştır. Mersin Büyükşehir Belediyesi'nin demografik bilgileri Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Demografik Bilgiler

		Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	207	42,3
	Erkek	283	57,7
	Toplam	489	100
Medeni Durum	Evli	290	59,3
	Boşanmış	39	8,0
	Eşi vefat etmiş	148	30,3
	Hiç evlenmemiş	12	2,5
	Toplam	489	100
Eğitim Düzeyi	Okuryazar değil	57	11,7
	Okuryazar	76	15,5
	İlkokul	166	33,9
	Ortaokul	67	13,7
	Lise	76	15,5
	Üniversite	47	9,6
	Toplam	489	100
Yerleşim Birimi	Akdeniz	136	27,8
	Mezitli	140	28,6
	Toroslar	151	30,9
	Yenişehir	62	12,7
	Toplam	489	100
Gelir Durumu	Gelir fazla	45	9,2
	Gelir gider eşit	196	40,1
	Gelir az	248	50,7
	Toplam	489	100

Tablo 2. Demografik Bilgiler (Devam)

Sağlık Durumu	İyi	142	29,0
	Orta	107	21,9
	Kötü	340	49,1
	Toplam	489	100
Yaşam Koşulları	Evde desteksiz	237	48,5
	Evde yakınları destekli	231	47,2
	Hasta bakıcı	21	4,3
	Toplam	489	100
Çalışma Durumu	Çalışan	73	14,9
	Çalışmayan	416	85,1
	Toplam	489	100
Nerede Barınıyor	Akraba Tanıdık Yanı	14	2,9
	Kendi evi	392	80,2
	Kirada	81	16,6
	Kurum Bakımı	2	0,4
	Toplam	489	100
Hangi Hizmet	Aynı Yardım	70	14,3
	Ev Temizliği	41	8,4
	Evde Kişisel Bakım	22	4,5
	Evde Sağlık	39	8
	Fiziksel Bedensel Aktivite	30	6,1
	Halk Ekmek	19	3,9
	Konaklama	14	2,9
	Nakdi Yardım	38	7,8
	Sosyal Destek ve Etkinlik	76	15,5
	Tele Destek	9	1,8
	Ulaşım (Halk otobüsü)	32	6,5
	Yemek	70	14,3
	Toplam	489	100

Çalışmaya toplam 489 kişi katılmıştır. Katılanların yaş ortalaması 69,66 olurken en düşük yaş 60 ve en yüksek yaş ise 98 olmuştur. Örneklem %59,3'ü evlidir ve Mersin'in 4 merkez ilçesinden çalışmaya katılım oranları birbirlerine yakındır. Yalnızca Yenişehir ilçesinden katılım %12,7 ile diğerlerinden düşük kalmıştır. Akdeniz 27,8, Mezitli 28,6, ve Toroslar 30,9 oranından katılımcıya sahiptir ve temsiliyet açısından dengeli bir dağılım bulunmuştur. Aynı yardım ve yemek hizmeti alanlar %14,3 ile eşit çıkmış ve sosyal destek ve etkinlikten sonra en fazla değerlendirilen hizmet olmuştur.

Yapılan çalışmada anketler uygulanırken Mersin Büyükşehir Belediyesi'nden alınan hizmetler, çeşitliliği korumak için sınıflandırılmamıştır. Yalnızca yaşlıların halk otobüsü ve halk ekmek dışında aldıkları hizmetler bulunuyorsa bu hizmetin değerlendirilmesi istenmiştir ancak alınan başka hizmet bulunmadığı takdirde bu iki hizmet değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Beklenti ve Algı Üzerinden Boyutsal SERVQUAL skorları Tablo 3'te sunulmuştur. Tablo 3'ten elde edilen sonuçlara göre çalışmaya katılan ve Mersin Büyükşehir Belediyesi'nden hizmet alan yaşlıların beklentileri ortalama 3,75 düzeyindedir. Algılarına bakıldığında ise algı ortalaması 3,66 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar yaşlıların aldıkları hizmetlerde beklentilerinin karşılanmadığını göstermektedir. Boyutlar düzeyinde bakıldığında, fiziksel özellikler boyutu 0 bulunarak beklentinin karşılandığı tek boyut olarak çıkmıştır. Güvenilirlik boyutu -0,12, heveslilik boyutu -0,08, güven boyutu -0,1, empati boyutu -0,13 olarak bulunmuştur. Elde edilen sonuçlar yaşlıların Mersin Büyükşehir Belediyesi'nden beklentilerinin yaşlılara sunulan hizmetlerden daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Beklenti ve Algı Üzerinden Boyutsal SERVQUAL Skorları

Y		Beklenti	Algı	Boyutsal SERVQUAL Skoru
Fiziksel Özellikler				
1	Mersin Büyükşehir Belediyesi modern görünüşlü donanımına sahiptir.	3,75	3,75	0
2	Mersin Büyükşehir Belediyesi binaları görsel açıdan çekicidir.	3,61	3,62	
3	Mersin Büyükşehir Belediyesi'nin çalışanları düzgün görünüşlüdür.	3,92	3,94	
4	Mersin Büyükşehir Belediyesi'nde hizmete eşlik eden malzemeler görsel açıdan çekicidir.	3,60	3,60	
Toplam		3,72	3,72	
Güvenilirlik				
5	Mersin Büyükşehir Belediyesi verdiği sözü zamanda yerine getirir.	3,81	3,60	-0,12
6	Mersin Büyükşehir Belediyesi vatandaşların bir problemi olduğunda çözmek için samimi bir ilgi gösterir.	3,87	3,76	
7	Mersin Büyükşehir Belediyesi hizmetlerini ilk seferde ve doğru olarak yerine getirir.	3,67	3,57	
8	Mersin Büyükşehir Belediyesi hizmetlerini daha önceden söylediği zaman içinde verir.	3,69	3,59	
9	Mersin Büyükşehir Belediyesi kayıtlarının hatasız tutulmasında çok titizdir.	3,78	3,71	
Toplam		3,76	3,64	
Heveslilik				
10	Mersin Büyükşehir Belediyesi çalışanları, hizmetlerin tam olarak ne zaman verileceğini vatandaşlara söyler.	3,74	3,70	-0,08
11	Mersin Büyükşehir Belediyesi'nin çalışanları hizmetleri mümkün olan en kısa sürede verir.	3,78	3,63	
12	Mersin Büyükşehir Belediyesi'nin çalışanları her zaman yaşlı vatandaşlara yardım etmeye istekli ve gönüllüdürler.	3,93	3,82	
13	Mersin Büyükşehir Belediyesi çalışanları hiçbir zaman vatandaşların isteklerine cevap vermeyecek kadar meşgul değildir.	3,69	3,68	
Toplam		3,78	3,70	
Güven				
14	Mersin Büyükşehir Belediyesi çalışanları yaşlılar üzerinde güven duygusu uyandırır.	3,92	3,81	-0,1
15	Mersin Büyükşehir Belediyesi'nden hizmet alan yaşlılar Mersin Büyükşehir Belediyesi ile olan ilişkilerinde kendilerini güvende hissederler.	3,98	3,83	
16	Mersin Büyükşehir Belediyesi çalışanları sürekli olarak yaşlılara karşı saygılıdır.	4,18	4,16	
17	Mersin Büyükşehir Belediyesi çalışanları yaşlıların her türlü sorularına cevap verecek bilgi ve deneyime sahiptir.	3,80	3,71	
Toplam		3,97	3,87	
Empati				
18	Mersin Büyükşehir Belediyesi çalışanları yaşlılarla tek tek ilgilenir.	3,59	3,47	-0,13
19	Mersin Büyükşehir Belediyesi'nin çalışma saatleri tüm yaşlılara uygun olacak şekilde düzenlenmiştir.	3,46	3,46	
20	Mersin Büyükşehir Belediyesi'nin her yaşlıya kişisel ilgi gösterebilecek çalışanı vardır.	3,59	3,32	
21	Mersin Büyükşehir Belediyesi yaşlıların menfaatlerini her şeyin üstünde tutar.	3,45	3,37	
22	Mersin Büyükşehir Belediyesi yaşlıların özel isteklerini anlar.	3,57	3,41	
Toplam		3,53	3,40	
SERVQUAL Toplam Skor				-0,43

Mersin Büyükşehir Belediyesi hizmet kalitesi (SERVQUAL) skorları Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Mersin Büyükşehir Belediyesi hizmet kalitesi (SERVQUAL) skorları

	Minimum	Maksimum	Ortalama
Fiziksel Özellikler	-3,25	2,50	0,0066
Güvenilirlik	-3,00	4,00	-0,1178
Heveslilik	-3,00	4,00	-0,0762
Güven	-3,00	4,00	-0,0900
Empati	-10,00	3,00	-0,1264
Eşit Ağırlıklı SERVQUAL skoru	-2,00	3,14	-0,0807
Ağırlıklı SERVQUAL skoru	-0,43	0,73	-0,0131

Mersin Büyükşehir Belediyesi'nin yaşlılar için sunduğu hizmetlerin SERVQUAL skorlarına bakıldığında ilk dört boyut ile birlikte eşit ağırlıklı (unweighted SERVQUAL score) ve ağırlıklı SERVQUAL (weighted SERVQUAL score) açısından da negatif çıktığı görülmektedir. Genel olarak Mersin Büyükşehir Belediyesi'nin yaşlıların beklentilerini karşılayamadığını söylemek mümkündür. Beklenti algı farkının en büyük olduğu boyut empati olurken tek pozitif boyut fiziksel özellikler olmuştur.

Veriler normal dağılmadığı için Kruskal Wallis Testi yapılmış ve cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, yaşanılan ilçe, yaşam koşulları ve alınan hizmetler ile algı/beklenti skorları karşılaştırılmıştır. Cinsiyet ve emeklilik verileri ile anlamlı bir fark bulunamamıştır. Eğitim, yaşanılan ilçe, yaşam koşulları ve alınan hizmette anlamlı farklılıklar bulunmuştur. İlgili sonuçlar Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Demografik Veriler ile Beklenti/Algı Kruskal Wallis Testi Skorları Karşılaştırması

Demografik Özellikler Algılanan ve Beklenen Değerler		Medeni Durum	Eğitim	Yaşadığı İlçe	Yaşam Koşulları	Aldığı Hizmet
Beklenen Fiziksel Özellikler	H	1,688	2,056	6,363	4,907	18,543
	df	3	5	3	2	12
	P	0,640	0,841	0,095	0,086	0,138
Algılanan Fiziksel Özellikler	H	3,402	15,913	17,668	4,138	16,112
	df	3	5	3	2	13
	P	0,334	0,007	< 0,001	0,126	0,243
Beklenen Güvenilirlik	H	0,069	13,682	12,750	6,870	32,781
	df	3	5	3	2	13
	P	0,995	0,018	0,004	0,032	0,002
Algılanan Güvenilirlik	H	1,940	12,529	16,412	3,111	17,519
	df	3	5	3	2	13
	P	0,585	0,028	< 0,001	0,211	0,177
Beklenen Heveslilik	H	1,595	14,044	4,374	4,552	23,696
	df	3	5	3	2	13
	P	0,661	0,015	0,224	0,103	0,034
Algılanan Heveslilik	H	0,256	11,830	4,518	6,182	22,008
	df	3	5	3	2	13
	P	0,968	0,037	0,211	0,045	0,55
Beklenen Güven	H	4,960	9,892	8,342	6,968	35,327
	df	3	5	3	2	13
	P	0,175	0,048	0,039	0,031	< 0,001
Algılanan Güven	H	1,359	19,308	13,801	5,272	22,309
	df	3	5	3	2	13
	P	0,715	0,002	0,003	0,072	0,049
Beklenen Empati	H	4,492	2,886	4,920	7,609	30,606
	df	3	5	3	2	13
	P	0,213	0,718	0,178	0,022	0,004
Algılanan Empati	H	4,639	4,533	12,256	9,121	27,981
	df	3	5	3	2	13
	P	0,200	0,475	0,007	0,010	0,009

Tablo 5'te görüldüğü üzere demografik özellikler ile ölçeğin alt boyutları olan beklenen/algılanan fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati boyutlarında anlamlı 23 değer bulunmuştur.

Tablo 6. Cinsiyet ile Beklenti/Algının Mann Whitney U Testi Skorları

Cinsiyet	Beklenen Fiziksel Özellikler	Algılanan Fiziksel Özellikler	Beklenen Güvenilirlik	Algılanan Güvenilirlik	Beklenen Heveslilik	Algılanan Heveslilik	Beklenen Güven	Algılanan Güven	Beklenen Empati	Algılanan Empati
U	27.937,0	27.937,0	27.937,0	27.937,0	27.937,0	27.937,0	27.937,0	27.937,0	27.937,0	27.937,0
Z	-0,813	-0,813	-0,813	-0,813	-0,813	-0,813	-0,813	-0,813	-0,813	-0,813
P	0,416	0,416	0,416	0,416	0,416	0,416	0,416	0,416	0,416	0,416

Tablo 6'da görüldüğü üzere cinsiyet ve algılanan/beklenen ölçek boyutları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

TARTIŞMA

Büyükşehirler aldıkları göç ve sundukları çekici olanaklar ile her geçen gün büyümekte ve artan nüfus ile karşı karşıya kalmaktadır. Artan nüfus ile birlikte kentsel alanların yaşanabilirliğini ve kentsel olanakların devamlılığını sağlamak için belediye hizmetlerinin sürekli iyileştirilmesi gerekmektedir. Bu da merkezî ve yerel yönetimleri büyük bir güçle karşı karşıya bırakmaktadır (De Guimarães ve ark., 2020). Diğer taraftan Afroj ve arkadaşlarının (2021) belirttiği üzere şehir sakinleri kentsel olanaklarda nadiren bekledikleri doygunluğa ulaşırlar. Ancak hizmet sunumunda otoritelerin içinde bulunduğu bu açmaz ve vatandaşların hizmetlere ilişkin algıları, uzun vadede kentlerin yaşanabilirliğini ve dolayısıyla yaşam kalitesini bir ölçüde etkileyebilir. Sürdürülebilir kentsel yönetim için kentsel hizmetlerin kalitesini vatandaşın bakış açısından anlamak ve dolayısıyla memnuniyet açığını kapatmak çok önemlidir (Bhuiyan ve Islam, 2023).

Bu çalışma, Mersin Büyükşehir Belediyesi'nden hizmet alan 489 örneklemin aldıkları hizmet alanlarını 14 kategoride göstermiştir. Bu hizmet alanları içinde farklı dairelerin hizmet sunumları bulunmaktadır. Büyükşehir belediyelerinin dağınık örgütlenmeleri, hizmetlerin hangi daire hanesine yazılacağı konusunda sorun oluşturmaktadır (Kalaycı, 2021). Mersin Büyükşehir Belediyesi'nde de sunulan hizmetlerin verilerinin derlenmesi ve kategorilendirilmesinde aynı sorunla karşılaşmaktadır. Yapılan memnuniyet ölçümleri yaşlı, genç, engelli, kadın gibi kategoriler üzerinden yapıldığı takdirde olası memnuniyetsizliklerin sorumluları tespit edilemeyecektir. Yine verilerin hazırlanmasında mükerrerlik görülecektir. Bu yüzden verilerin hizmet alan kişi ve gruplar üzerinden değil, hizmetler üzerinden yapılmasının daha doğru olduğu düşünülmektedir.

SERVQUAL ölçeğinde algılanan ve beklenen hizmet kalitesi -4 ile +4 arasında olacaktır. Skorların negatif çıkması, algılanan hizmet kalitesinin beklenen hizmet kalitesinden düşük olduğunu göstermektedir ancak ölçeğin beklenti sorularının "mükemmel" ifadesi ile başladığı unutulmamalıdır. Bu durum da örneklemin çoğunluğunu, bekledikleri hizmet kalitesini daha yukarıda işaretlemeye meyilli kılmaktadır. Bu yüzden skorların negatif çıkmasından ziyade negatiflik puanının sıfıra yakınlığı önem taşımaktadır. Yapılan çalışmada SERVQUAL skorlarına bakıldığında fiziksel özellikler boyutu skoru 0 çıkmıştır. Bu da Mersin Büyükşehir Belediyesi'nin binalarının, donanımının, personelinin ve ekipmanlarının yaşlıların beklentisini karşıladığını göstermektedir. Güvenilirlik (-0,12), heveslilik (-0,08), güven (-0,1) ve empati (-0,13) boyutları negatif çıkmıştır. Toplam puan da yine -0,43 ile negatiftir. Bulunan skorlar, yaşlıların diğer boyutlarda ve toplamda beklentilerinin karşılanmadığını ancak skorların 0'a olan yakınlığı beklentiyi karşılamaktan çok da uzaklaşmadığını göstermektedir.

Tablo 4'te görüldüğü üzere Mersin Büyükşehir Belediyesi hizmet kalitesi (SERVQUAL) skorları incelendiğinde, Mersin Büyükşehir Belediyesi hizmetlerinin SERVQUAL ölçeğinin fiziksel özellikler hariç dört boyutu ile eşit ağırlıklı (unweighted SERVQUAL score) ve ağırlıklı SERVQUAL skorlarının negatif olduğu görülmektedir. Negatif skorlu boyutlardan beklenti ve algı arasındaki farklılığın en yüksek olduğu boyut empati olurken en düşük olduğu boyut heveslilik olmuştur. Çalışmanın beklenti puanları ortalaması 3,75 olarak bulunmuştur. Bu durum aynı zamanda vatandaşların gerçekçi olmayan beklentilere sahip olduğu anlamına da gelmektedir (Živković vd., 2019).

Yapılan çalışmalara bakıldığında sadece SERVQUAL skorları ile demografik veriler arasındaki ilişkilere bakılarak karşılaştırma yapan çalışmalar (Kuzucu ve Çetin, 2019) olduğu gibi istatistiksel analizlerle anlamlılığı yorumlayan çalışmalar da bulunmaktadır (Devebakan ve ark., 2019; Can, 2016). Yapılan çalışmanın verileri normal dağılmadığı için Kruskal Wallis analizi uygulanmıştır. Tablo 5'teki Kruskal Wallis ve Tablo 6'daki Mann Whitney U test sonuçlarında cinsiyet ve medeni durum ile beklenen ve algılanan hizmet kalitesi arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır ve Hipotez 1 ile Hipotez 2 kabul edilmiştir. Eğitim, yaşanan ilçe, yaşam koşulları ve aldıkları hizmet arasında anlamlı bir ilişki olduğu için Hipotez 3, Hipotez 4, Hipotez 5 ve Hipotez 6 reddedilmiştir.

Son olarak, çalışmanın bulguları, yaşlı bireylerin belediye hizmetlerinden memnuniyet düzeyinin artırılması için daha fazla empati, güvenilirlik ve heveslilik odaklı bir yaklaşım benimsenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Parasuraman ve Berry (1991) tarafından geliştirilen SERVQUAL ölçeği, hizmet kalitesinin bu boyutlarda iyileştirilmesinin genel memnuniyeti artıracaklarını göstermektedir. Bu bağlamda, belediyelerin yaşlı bireylerin ihtiyaçlarını daha iyi anlamak ve karşılamak için hizmet sunum süreçlerini yeniden yapılandırması gerekmektedir.

SONUÇ

Bu çalışma, Mersin Büyükşehir Belediyesi'nin yaşlılara yönelik hizmetlerinin kalitesini değerlendirmek ve bu hizmetlerin iyileştirilmesine yönelik öneriler sunmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma, yaşlı bireylerin belediye

hizmetlerinden genel olarak memnun olmadığını ancak memnuniyetsizliğin boyutlar arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Fiziksel özellikler boyutunda beklentilerin karşılandığı görülürken empati, güvenilirlik, heveslilik ve güven boyutlarında algılanan hizmet kalitesinin beklentilerin altında olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan çalışma yaşlılar üzerine odaklandığı ve onların beklenti ve algılarını ölçtüğü için önemlidir. Aynı zamanda hangi hizmetlerde memnuniyetin olduğunu, hangilerinde beklentinin altında kaldığını ayırtırmakta ve skorlamaktadır. Bu skorlama ile karar vericilerin hangi hizmetleri geliştirerek yaşlıların memnuniyetlerini arttıracaklarını belirlemesi kolaylaşacaktır. Yapılan çalışmada sadece yaşlılar ele alındığından çalışmanın tüm Mersin halkının beklentilerini yansıtmaması beklenmemelidir. Bu yüzden farklı gruplarla ve farklı zamanlarda çalışmanın tekrarlanması gerekmektedir.

TEŞEKKÜR

Bu çalışma TÜBİTAK Bilim İnsanı Destek Programları Başkanlığı (BİDEB) tarafından yürütülen, 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı 2023 yılı 1. dönem kapsamında desteklenmiştir.

KAYNAKÇA

- Akdoğan, Yalçın (1999). Sosyal Belediyecilik, *İstanbul Dergisi*, Mart Sayısı, İstanbul, 29-35.
- Altındış, E., ve Üner, E. (2023). Yaşlı Bakım Modellerinin Karşılaştırılması. *Geriatik Bilimler Dergisi*, 6(1), 60-71. <https://doi.org/10.47141/geriatik.1099573>
- Altun, Z. (2021). Yaşlılara Yönelik Sosyal Politikalar ve Sosyal Hizmetler: Sivil Toplum Kuruluşları Üzerinden Bir Değerlendirme. *Toplumsal Politika Dergisi*, 2(1), 30-44.
- Ateş, Hamza (2009). Sosyal Belediyecilik. *MÜSİAD Çerçeve Dergisi*, 1, 88-95.
- Bhuiyan, M. A.-F., ve Islam, M. A. (2023). Assessment of Service Quality of Urban Local Government in Bangladesh: The Case of Pabna Municipality. *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 18(1), 85-105.
- Bilir, N. (2018). Yaşlılık Tanımı, Yaşlılık Kavramı, Epidemiyolojik Özellikler. In A. Ertürk, A. Bahadır, ve F. Koşar (Eds.), *Yaşlılık ve Solunum Hastalıkları* (pp. 13-33). TÜSAD Eğitim Kitapları Serisi.
- Can, P. (2016). Hizmet Kalitesinin Servqual Ölçeği İle Ölçülmesi: Uşak Üniversitesi Merkez Kütüphanesi Üzerine Bir Araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(6), 63-83.
- Collins, M. (1986). Sampling. In R. M. Worcester (Ed.), *Consumer Market Research Handbook* (pp. 351-379). London.
- Çorakçı, Belkıs (1997). *Nüfus ve Hayat Kalitesi Bağımsız Komisyonu: Geleceğe Özen*. Ankara: TÇV Yayınları.
- Çunkuş, N., Taşdemir Yiğitoğlu, G., ve Akbaş, E. (2019). Yaşlılık ve Toplumsal Dışlanma. *Geriatik Bilimler Dergisi*, 2(2), 58-67.
- De Guimarães, J. C. F., Severo, E. A., Felix Júnior, L. A., Da Costa, W. P. L. B., ve Salmoria, F. T. (2020). Governance and quality of life in smart cities: Towards sustainable development goals. *Journal of Cleaner Production*, 253, 119926. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2019.119926>
- Devebakan, N., Egeli, H. A., ve Koçak, N. (2019). Yükseköğretim Kurumlarında Öğrenci Beklenti ve Algılamaları Temelinde Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Ölçeği ile Değerlendirilmesi: Dokuz Eylül Üniversitesi İzmir Meslek Yüksekokulu'nda Bir Araştırma. *Yükseköğretim Dergisi*, 9(2), 201-212. <https://doi.org/10.2399/yod.18.047>
- Döndaş, Y. (2023). *Yerel Yönetimlerde Sosyal Politika Bağlamında Sosyal Belediyecilik Uygulamaları: Mersin Büyükşehir Belediyesi Örneği* (Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gürses, D. (2007). Türkiye'de Yoksulluk ve Yoksullukla Mücadele Politikaları. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(17), 59-74.
- Hollander, M., ve Wolfe, D. A. (1999). *Nonparametric Statistical Methods* (2. Baskı). Wiley-Interscience.
- Kalaycı, S. (2021). Sosyal Hizmetlerin Yerel Yönetimlerde Örgütlenmesi Üzerine Bir Değerlendirme. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 21(52), 689-714. <https://doi.org/10.21560/spcd.vi.790960>
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kjellberg, F. (1995). The Changing Values of Local Government. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 540(1), 40-50. <https://doi.org/10.1177/0002716295540000004>
- Kuzucu, H., ve Çetin, S. (2019). Servqual Ölçeği ile Yaşlı Bakımevlerinde Hizmet Kalitesinin Ölçümü. *Selçuk University Journal of Engineering, Science and Technology*, 7(2), 509-523. <https://doi.org/10.15317/scitech.2019.215>
- Miran, B. (2003). *Temel istatistik*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Mustafa, K., Cazibe, A., ve Özge, K. A. (2017). Türkiye'de Sosyal Belediyecilik Uygulamaları Üzerine Bir Değerlendirme. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 157-170. <https://doi.org/10.25272/j.2147-7035.2017.5.4.11>
- Oğlak, S. (2014). Türkiye'de yaşlının uzun süreli bakımında bakım politikaları. In N. Korkmaz ve S. Yazıcı (Eds.), *Küreselleşme ve yaşlılık eleştirel gerontolojiye giriş* (pp. 189-214). Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Öztürk, Z., Karakuş, G., ve Tamam, L. (2011). Yaşlı Bireylerde Ölüm Kaygısı. *Anatolian Journal of Psychiatry*, 1(12), 37-43. <https://www.researchgate.net/publication/286944278>
- Parasuraman, A., ve Berry, L. L. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
- Parasuraman, V. Z., ve Zeithaml, V. A. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

- Saito, F. (2008). Decentralization and Local Governance: Introduction and Overview. In F. Saito (Ed.), *Foundations for Local Governance* (pp. 1-20). Physica-Verlag HD. https://doi.org/10.1007/978-3-7908-2006-5_1
- Şeker, A., ve Kurt, G. (2018). Bir Sosyal Politika Alanı Olarak Yaşlılık ve Sosyal Hizmet Uygulamaları. *Nüfusbilim Dergisi*, 40, 7-30.
- Şimşek, N. (2023). *Sosyal Belediyecilik Bağlamında Meslek Edindirme Kursları: İsmek Örneği* (Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tiyek, R. (2023). Yerel Seçim Bildirgelerinin Sosyal Politika Açısından Değerlendirilmesi. *TESAM Akademi Dergisi*, 10(1), 157-185. <https://doi.org/10.30626/tesamakademi.1188044>
- Vahide Feyza, U. (2008). Türkiye'de Yerel Yönetimlerin Yeniden Yapılandırılması. *Sayıştay Dergisi*, 70, 85.
- Yıldırım, U., ve Göktürk, İ. (2008). Toplumsal Sorunların Çözümünde Yeni Belediyecilik Anlayışı: Sosyal Belediyecilik Yaklaşımı. In L. Özcan, F. Yurttaş, Ö. Köseoğlu, ve S. Gülener (Eds.), *1. Ulusal Yerel Yönetimler Sempozyumu Bildiriler Kitabı* (pp. 237-255). Sakarya: Erkam Matbaa.
- Živković, N., Glogovac, M., ve Kovačević, B. (2019). *Determining the Quality of Municipal Services Using SERVQUAL Model*. 16th International Symposium on Operational Research in Slovenia (pp. 16-21).