

İSÜ

İSTİNYE
ÜNİVERSİTESİ
İSTANBUL

ŞUBAT 2025
SAYI:3

İstinyeli

Genç

Kalemler

GENÇ AKILLAR | TAZE FİKİRLER | PARLAK VİZYON

İÇİNDEKİLER

4 İKİNCİ EL EKONOMİSİ VE DÖNGÜSEL TÜKETİM
Yusuf KORKMAZ

6 LÜKS TÜKETİM EKONOMİSİ
İsmail Gökalp YÜZÜAK

8 DEPREMİN PSİKOLOJİK ETKİLERİ
Belemir Rabia ALTUN

10 DEPREM SONRASI GÖÇ HAREKETLERİ VE
EKONOMİK SONUÇLARI
Kader ÖZTÜRK

11 YAPAY ZEKA VE OTOMASYONUN İŞ GÜCÜNE
ETKİLERİ
Zeynep Melike KOÇKAN

13 DİJİTAL GÖÇ
İlayda KURU

15

**YEMEK PSİKOLOJİSİ; NEDEN BAZI YİYECEKLER
BİZE İYİ GELİR?**

Feyza Nur ŞENTÜRK

16

**UÇAKLAR, TRENLER VE UZAY MEKİKLERİ: BİR
KESİŞİM HİKAYESİ VE BİR ŞEHİR EFSANESİNİN
ÇÜRÜTÜLMESİ**

Erdem ÇEBİŞOĞLU

İSTİNYELİ GENÇ KALEMLER

Sahibi

Dış Ticaret Program Başkanı
Öğr. Gör. Aylin Kerime BİBERCİ

Editör

Firdevs Ceren AYBERK

İstinye Üniversitesi Meslek Yüksekokulu Dış Ticaret Program Başkanı'ndan...

Sevgili Okuyucularımız,

Sizlerle İstinyeli Genç Kalemler dergimizin Şubat ayı sayısını paylaşmanın mutluluğunu yaşıyoruz. Her yeni sayımızda öğrencilerimizin azmi, araştırma ruhu ve yaratıcılığı bizleri bir adım ileriye taşıyor. Aldığımız olumlu geri bildirimler, dergimizi daha da geliştirme ve zenginleştirme konusundaki motivasyonumuzu artırıyor.

Bu sayımızda Aşçılık ve Uçak Teknolojisi programlarından konuk öğrencilerimizin kaleme aldığı değerli çalışmalarla sizleri buluşturuyoruz. Farklı alanlardan gelen katkılar, dergimize yeni perspektifler kazandırarak akademik ve sosyal bir etkileşim platformu oluşturuyor. Öğrencilerimizin bilgi birikimlerini, özgün bakış açılarını ve yaratıcı düşüncelerini bu sayımızda da keyifle okuyacağımıza inanıyoruz.

Her yeni sayımızla, öğrencilerimizin akademik ve kişisel gelişimlerine katkı sağlamaktan gurur duyuyoruz. Bu süreçte emeği geçen tüm öğrencilerimize ve destek veren herkese teşekkür eder, başarılarının daim olmasını dilerim.

Keyifli okumalar!

Dış Ticaret Program Başkanı
Öğr. Gör. Aylin Kerime BİBERCİ

İKİNCİ EL EKONOMİSİ VE DÖNGÜSEL TÜKETİM



Genç Kalem Yusuf Korkmaz

Biliyorum başlığı gördüğünüz an aklınıza Kadıköy Cuma Pazarı geldi ama konumuz bundan çok daha derin. Hadi gelin birlikte gün geçtikçe yükselen ikinci el ekonomisini inceleyelim.

İkinci el ekonomisi basitçe az kullanılmış ve iyi durumda olan bir ürünün hiç kullanılmamış halinden daha düşük bir fiyata satışı ile elde edilen gelir türüdür. C2C Üstelik bu tüketim şeklinin epey de faydası bulunmakta:

Normal şartlarda ürünün ilk alıcısının ürüne olan ihtiyacı sona erdiğinde ürün basit tabiri ile çöp olur. Ama ikinci el satışlar sayesinde ürün ekonomik ömrünü tamamlayana kadar kullanılmaya devam eder.

Bu yol ile fazladan üretim engellenmiş olur.

Çevreye verilen zarar ve atık miktarı azalır.

Kullanıcılar aynı ürüne daha düşük bütçe ile sahip olabilir.

Bazı kullanıcılar ürün üzerinde iyileştirmeler ve modifikasyonlar yaparak ürünün ömrünü daha da uzatabilir ve/veya ürüne farklı kullanım alanları da ekleyebilir. Böylece yukarıdaki faydaların hepsi katlanarak artar.

Her şey kulağa hoş geliyor değil mi? Adeta bir peri masalı gibi. Ama gerçekler her zaman görüldüğü kadar toz pembe olmayabilir. İkinci el ürünlerin tüketiciler arasında kullanılması bazı tarafların pek de hoşuna gitmeyecektir. Örneğin devletler ikinci el satışların çoğundan vergi alamaz. Neticede ürünü satan taraf da alan taraf da tüketicidir. Devletin bu geliri tespit etmesi pek de mümkün olmayacaktır. Diğer bir yandan üretici firmalar da bu konudan şikayetçi olacaktır. 10 potansiyel müşteriye 10 adet ürün satmak isteyen firma elbette bu müşterilerin 5 ürünü birbirleri arasında kullanmasından pek hoşnut olmayacaktır. Kısacası pizza olmadığınız sürece herkesi mutlu edemeyeceğiniz gibi döngüsel tüketim ile de herkese faydalı olamazsınız. İlginçtir ki bu durumun tam tersine ikinci el tüketimi ön plana çıkararak firmalar da bulunmaktadır. Depop, Vestiaire Collective ve The RealReal gibi Amerikan şirketleri hem döngüsel tüketim ile gelir elde ederken hem de vergi ödemektedir. Ülkemizde de Dolap, Gardrops, Zebramo gibi ikinci el satış platformları bulunmakta ve kullanıcıların yaptığı satışlardan komisyon ücreti alarak hem gelir elde etmekte hem de vergi ödemektedirler.

Şimdi gelin birlikte birkaç heyecan verici haberi inceleyelim. Türkiye Döngüsel Ekonomi Platformu'ndaki bir habere göre 2024 Temmuz ayında ISO (International Standart of Organization) 59000 serisi Türkiye'nin ulusal koleksiyonuna dahil edilmiştir ve Türkiye için büyük bir öneme sahiptir.

Bunun yanı sıra geçtiğimiz yılda moda devi markalar da dönüşüm ekonomisini öne çıkaracak atılımlarda bulunmuştur. Örneğin Balenciaga, Paris Sneaker Kreasyonunda adeta kullanılmış ve eskitilmiş görünümlü ayakkabıları baz alarak ilginç ve ilham verici bir atılımda bulunmuştur.

Yani anlayacağınız dönüşüm ekonomisi son zamanların yükselen trendlerinden birisidir. Bu haberi okuyan anneniz “Ben ta gençliğimde cuma pazarlarına giderdim” diyebilir. Türk kültürünün dönüşüm ekonomisine dünyanın diğer ülkelerine göre çok daha erken adapte olduğu bir gerçektir. O halde siz de yükselen trendler arasından bu çevreci olana kulak verin ve dönüşüm ekonomisinde yerinizi erkenden ayırtın.

Kaynakça

https://donguselekonomiplatformu.com/tmm/post_dongusel-ekonomiye-yonelik-stratejik-bir-adim_362.html

<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2487537>

LÜKS TÜKETİM EKONOMİSİ



Genç Kalem İsmail Gökalp YÜZÜAK

Lüks tüketim ekonomisi, tüketici davranışlarının evrimi, küresel ekonomik şartlar ve teknolojik yeniliklerle şekillenmektedir. Bu sektör, ekonomik belirsizlik dönemlerinde bile büyüme eğilimini sürdürmektedir. Özellikle Z ve Alfa kuşaklarının lüks ürünlere olan ilgisi, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik gibi faktörler bu büyümeyi desteklemektedir.

Lüks tüketim ekonomisi, genellikle ekonomik belirsizlik dönemlerinde bile büyümeye devam eder. Bu pazarın temel dinamikleri, tüketici davranışlarının evrimi, küresel ekonomik şartlar ve teknolojik yeniliklerle şekillenmektedir. Lüks ürünler, statü sembolü olarak görüldüğü için, özellikle yüksek gelir grubuna sahip tüketiciler tarafından ekonomik dalgalanmalardan bağımsız olarak tercih edilmektedir.

Son yıllarda Z ve Alfa kuşaklarının lüks ürünlere olan ilgisi artmıştır. Dijital dünyada büyüyen bu kuşaklar, lüks tüketimi sadece fiziksel ürünlerle sınırlı görmeyip, deneysel lüksü de önemsemektedirler. Lüks seyahatler, özel etkinlikler ve benzersiz deneyimler bu kuşaklar için büyük bir çekicilik taşımaktadır.

Teknolojinin hızla gelişmesi, lüks markalar için yeni fırsatlar yaratmaktadır. E-ticaret ve dijital pazarlama, lüks markaların daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlar. Ayrıca, sürdürülebilirlik de lüks tüketim ekonomisinde önemli bir rol oynamaktadır. Tüketiciler, çevreye duyarlı ve etik üretim süreçlerine sahip markaları tercih etmektedir. Bu da lüks markaların sürdürülebilirlik alanında daha fazla yatırım yapmasına neden olmaktadır.

Lüks tüketim pazarı, küresel ölçekte büyümeye devam etmektedir. Özellikle Asya-Pasifik bölgesi, lüks tüketim pazarının önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Çin, bu pazarda başı çeken ülkelerden biridir ve lüks tüketicilerin sayısı her geçen gün artmaktadır. Ayrıca, ABD ve Avrupa pazarı da lüks tüketim açısından önemli bölgelerdir. Küresel ekonomik dalgalanmalara rağmen, bu bölgelerde lüks tüketim artış göstermektedir.

Popüler Markaların Büyüme Stratejileri

Popüler markaların büyüme stratejileri, müşteri odaklılık, teknoloji kullanımı, global yatırım ve sürdürülebilirlik gibi unsurların bir kombinasyonunu içerir. Bu stratejiler, markaların rekabet avantajı elde etmelerine ve uzun vadeli büyüme sağlamalarına yardımcı olur.

Popüler markalar, müşteri ihtiyaçlarına ve tercihlerine odaklanarak ürünlerini geliştirirler. Müşteri memnuniyetini artırmak ve sadakat oluşturmak amacıyla kişiselleştirilmiş hizmetler sunarlar. Ayrıca, müşteri geri bildirimlerini dikkate alarak ürün ve hizmetlerini sürekli olarak iyileştirirler.

Teknolojinin hızla gelişmesi, markaların müşteri deneyimlerini iyileştirmelerine ve iş süreçlerini optimize etmelerine yardımcı olur. E-ticaret platformları ve dijital pazarlama araçları, markaların daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlar. Ayrıca, veri analitiği ve yapay zeka gibi teknolojiler, markaların müşteri davranışlarını daha iyi anlamalarına ve bu doğrultuda stratejiler geliştirmelerine olanak tanır.

Global yatırım, markaların yeni pazarlara açılmalarını ve uluslararası işbirlikleri ile büyümelerini sağlar. Özellikle gelişmekte olan pazarlar, markalar için büyük fırsatlar sunar. Markalar, bu yeni pazarlarda yerel tüketici davranışlarına uyum sağlayarak ve kültürel farklılıkları göz önünde bulundurarak stratejilerini belirlerler.

Sürdürülebilirlik, markaların büyüme stratejilerinin önemli bir parçasıdır. Tüketiciler, çevre dostu ve etik üretim süreçlerine sahip markaları tercih etmektedir. Bu nedenle, markalar sürdürülebilir ürünler üretmeye ve çevresel etkilerini azaltmaya yönelik adımlar atarlar. Sürdürülebilirlik, markaların itibarını artırır ve uzun vadeli müşteri sadakati sağlar.

Popüler markaların büyüme stratejileri, bu unsurların bir kombinasyonu ile şekillenir ve markaların rekabet avantajı elde etmelerine ve uzun vadeli büyüme sağlamalarına yardımcı olur.

Kaynakça

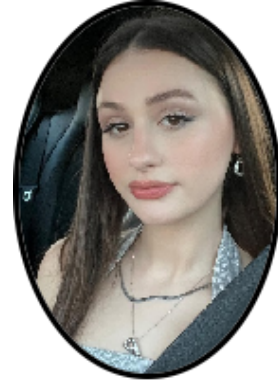
<https://www.marketingturkiye.com.tr>

<https://www.deloitte.com>

<https://www.cnnturk.com>

<https://www.ekonomist.com.tr>

DEPREMİN PSİKOLOJİK ETKİLERİ



Genç Kalem Belemir Rabia ALTUN

Tüm ulusumuzu ve dünyayı etkileyen, yüzyılın felaketini yaşadığımız şu günlerde uzmanlar, depremin yaratacağı travmanın sadece deprem bölgesinde bire bir yaşayan kişileri değil, herkesi etkileyebileceğini söyledi. Böyle bir afetin kalıcı psikolojik sorunlar, yani travma sonrası stres bozukluğu, depresyon, kaygı bozukluğu, bağımlılık (alkol vb.) yaratabileceğini, bu nedenle mümkün olduğunca erken müdahalenin çok önem taşıdığını belirttiler.

Beklenmedik bir olay, kişinin kendisinin veya yakınlarının fiziksel, ruhsal, zihinsel bütünlüğüne saldırı, yoğun korku, kaygı, dehşet, deprem, büyük yangın ve sel, göçük altında kalmak gibi büyük ve küçük olarak gruplanabilen olaylar genel olarak Ruhsal Travma olarak adlandırılmaktadır. Büyük travmalar büyük ve/veya tüm toplumu derinden sarsabilirken, küçük travmalar kişiye özeldir; duygusal travmalar, sinsice gelişir ve bireye daha fazla zarar verebilir.

Binaları yıkan ve can kayıplarına neden olan böyle büyük bir deprem ve halen süren artçı sarsıntılar, fizyolojik, duygusal, davranışsal sorunlara neden olur. Deprem gibi büyük travma grubuna giren doğal afetlerin insanlarda “tehlike, çaresizlik, belirsizlik” sinyalleri oluşturarak birçok farklı duygusal ve davranışsal belirtiyi tetikleyebilmektedir. Bu belirtiler arasında kaygı ve korkunun beraberinde getirdiği tedirginlik, huzursuzluk, gerginlik, kolayca öfkelenme, karar alma ve odaklanma güçlükleri, yorgunluk ve uyku/iştah düzensizlikleri sayılabilir.

Bu tepkilerin çoğu geçicidir. Bu dönemde kendinizin ve yakınlarınızın fiziksel güvenlik ve gereksinimlerinin karşılandığı yerlerde bulunmak, sevdiklerinizle iletişim kurmak, beslenme ve uyku düzeninizi korumaya çalışmak, mümkün olan en kısa sürede günlük rutinlerinize dönmek fiziksel ve ruhsal sağlık için oldukça önemlidir.

Deprem dört temel makro ekonomik gösterge üzerinde etkili olacaktır. Fiziki ve emek kayıpları ile üretim kayıpları ekonomik büyümede bir puanlık bir kayıp oluşturabilecektir. Yeniden imar faaliyetleri bu kaybın bir bölümünü telafi edecektir. Deprem enflasyon üzerinde de 5-6 puan arasında ilave bir artış yaratacaktır. İhracat ve ithalat da olumsuz etkilenecektir. İhracatta 4-5 milyar dolar kayıp ve ikame için ithalatta 2-3 milyar dolar artış dış ticarete ilave 6-8 milyar dolar açık yaratacaktır. Depremin esas olumsuz etkisi bütçe üzerinde görülecektir. Bölgeye yönelik açıklanan destekler, yardımlar ve istisnalar ile planlanan yeniden imar faaliyetleri göz önüne alındığında 2023 yılı bütçesine 300 milyar TL'ye yakın ilave yük gelecektir. Makro ekonomik dengelerdeki bozulmaların tamiri ise seçim sonrasına kalacaktır.

11 ilde gerçekleşen deprem sonrası yeniden imar faaliyetleri planlanmaktadır. 28 Şubat 2023 tarihi itibarıyla yapılan hasar tespit çalışmalarına göre yeniden imar faaliyetlerinin toplam büyüklüğü kullanılan varsayımlara göre 46 milyar dolar olarak hesaplanmaktadır. İlk sırada yıkılan ve ağır hasar nedeniyle kullanılmayacak durumdaki 550 bin dairenin yeniden yapılması için 28,9 milyar dolar ve bu binaların alt yapısı için 5,6 milyar dolar harcama yapılması gerekmektedir. Orta ve az hasarlı konutların onarımı ve güçlendirmeleri için 2,6 milyar dolar harcama yapılması öngörülmektedir. Ticari binaların yapım ve onarımı için 3,4 milyar dolar ve kamu binalarının yapım ve onarımı için de 2,5 milyar dolar harcama hesaplanmaktadır. Alt yapı onarımı ve yenilenmesi için 3,0 milyar dolar bir harcama gerekmektedir. 11 ildeki güncel hasara göre hesaplanan yeniden imar harcamalarının toplamı 46 milyar dolara ulaşmış bulunmaktadır.

Seçime kadar olan dönemde ekonomiye yönelik kararlar ve destekler deprem bölgesi öncelikli olacaktır. Deprem öncesi açıklanan birçok kredi paketi henüz tam anlamıyla çalışmaya başlamamıştır. Kamu bu kredi paketlerini deprem bölgesine yönlendirecektir. Deprem bölgesinde yeni konutların inşası başlamaktadır. Diğer riskli illerde de deprem hazırlık faaliyetleri seçimler öncesi artacaktır. Kamu kaynaklarının büyük bölümü deprem bölgesine aktarılacaktır. Bütçe ve kredi olanakları ağırlıklı olarak deprem bölgesi için kullanılacaktır. EYT kanunlaşmıştır ve son olarak kamu borçlarının yeniden yapılandırılması düzenlemesinin çıkarılması beklenmektedir. Seçimler öncesinde asgari ücretin açlık sınırı üzerine çıkarılması için arttırılması da halen gündemdedir.

Seçimler öncesinde ekonomi için en önemli risk olan ödemeler dengesi veya döviz riski giderek artmaktadır. Dış ticaret dengesi ocak ayında tarihi rekor açık verdikten sonra şubat ayında bu kez depremin de etkisiyle yüksek açık vermiştir. Başta İstanbul olmak üzere deprem riski turizmi de olumsuz etkileyecektir. Dış denge bozulmaya devam etmektedir. Sermaye çıkışları ve yüksek dış borçlanma maliyetleri nedeniyle borç çevirme oranlarındaki düşüş de sürmektedir. Türk lirasını seçime kadar sabit tutma çabası döviz dengesini daha da bozacaktır. Ödemeler dengesi riski artarak seçim sonrasına sarkacaktır.

Ekonomi yönetiminin liralama politikası çerçevesinde yaptığı düzenlemeler ile Türk lirasına istikrar kazandırma önceliği ve çabası, daha katı düzenlemeler ile seçime kadar Türk lirasında sıçramanın önlenmesine dönüşmüştür. Türk lirasında değer kaybı potansiyeli giderek artmaktadır. Seçimler sonrası mali politikaların normalleşeceği iyimser düşüncesi ile kurlardaki baskı kabul edilmektedir. Ancak depremin yarattığı koşullar içinde normalleşmenin önü tıkanmıştır ve ötelenektir. Bu ötelenme ile Türk lirasında seçimler sonrasında olası değer kaybı daha da kuvvetli olabilecektir. Seçim öncesi döviz riskleri azaltılmalıdır.

Seçime kadar olan dönemde iktisadi faaliyetler yavaşlayacaktır. Ramazan ayının geleneksel etkileri de görülecektir. İhracatın ve işlerin yavaşladığı bir ortamda EYT düzenlemesi ile ortaya çıkan kıdem tazminatı ödemeleri şirketlerin yükünü arttıracaktır. Bu dönemde şirketler için temel öncelik seçim sonrasına yönelik risklere hazırlık olmalıdır. Bu risklerin başında Türk lirasında değer kaybı riski gelmektedir. Seçim sonuçlarına da bağlı olarak Türk lirasında seçim sonrası bir düzeltme yapma (kademeli artış) ile sıçrama yaşanması olasılıkları giderek artmaktadır.

Kaynakça

1 Mediana. depremin psikolojik etkileri?. 12.02.2025, <https://www.mediana.com.tr/saglik-rehberi-detay/18246/depremin-psikolojik-etkileri>

1 BTSO ekonomi.deprem afetinin ekonomik etkileri ve sonuçları. 12.02.2025, <https://www.btsoekonomi.com/haber-detay/deprem-afetinin-ekonomik-etkileri-ve-sonuclari>

DEPREM SONRASI GÖÇ HAREKETLERİ VE EKONOMİK SONUÇLARI



Genç Kalem Kader ÖZTÜRK

Doğal afet türlerinden biri olan deprem insan hayatını ve toplumsal hayatı derinden etkileyebilmektedir. Depremler büyüklüklerine ve yeryüzüne bağlı olarak bazen küçük sarsıntılar şeklinde hissedildiği gibi çoğu zaman yıkıcı etkiler de yaratabilmektedir. Türkiye jeolojik olarak önemli fay hatlarının üzerinde bulunmasından dolayı yakın tarihlerde Gölçük, Van, Elazığ vb. illerde birçok deprem felaketi ile karşılaşmıştır. Bunların en sonuncusu ise 6 Şubat 2023 tarihinde meydana gelen ve Kahramanmaraş, Kilis, Diyarbakır, Adana, Osmaniye, Gaziantep, Şanlıurfa, Adıyaman, Malatya, Hatay ve Elazığ illerini etkileyen depremdir. Depremlerin en önemli iki sonucu ise zorunlu göç ve istihdam problemidir. İnsanlar depremin yıkıcı etkilerinden olabildiğince uzaklaşabilmek için zorunlu göçü tercih etmektedirler. Bu göçler aynı bölgenin farklı kesimlerine yapılabildiği gibi bazen farklı bölgelere de yapılabilmektedir. Zorunlu göçler hem deprem bölgelerindeki hem de gidilen yerlerdeki demografik yapıyı derinden etkilediğinden göç eden insanlar gittikleri yerlerde iş, istihdam ve adaptasyon konularında ciddi problemlerle karşı karşıya kalabilmektedir. Bu çalışma Türkiye’de yakın dönemlerde meydana gelmiş olan büyük depremler sonrasında yaşanan zorunlu göç ve istihdam problemlerini sosyolojik bir şekilde tartışmayı amaçlamaktadır. Literatür incelemesi yöntemine dayanarak oluşturulan ve TÜİK, AFAD, Strateji ve Bütçe Başkanlığı gibi önemli kurumların çalışmalarından ve konuyla ilgili yapılmış çeşitli araştırmaların istatistiksel verileri kullanılarak analiz edilen çalışmanın birinci bölümünde deprem sonrası yaşanan zorunlu göçlere ilişkin, ikinci bölümünde ise deprem sonrası oluşan istihdam problemine ilişkin değerlendirmelere yer verilmiştir.

Afetlerin ekonomik etkisinin bağlı olduğu nedenler, afetlerin etkileri incelenirken üzerinde durulması gereken önemli bir konudur. Afetlerin yol açtığı ekonomik sonuçların açıklanması için geliştirilen terminolojiye göre, ekonomik etkiler iki başlık altında incelenebilmektedir. Bunlar; birincil (doğrudan ve dolaylı) ekonomik etkiler ile ikincil ekonomik etkilerdir.

Afetlerin ulaşım, enerji, iletişim, altyapı, sanayi gibi sistemlere olan etkileri birincil (doğrudan ve dolaylı) etkileridir. İkincil etkiler ise makroekonomik, yani ülke ekonomisine olan etkileridir. İkincil etkiler, afetten bir süre sonra meydana gelir ve büyüme ve istihdam düzeylerine, fiyatlar genel düzeyine, ödemeler dengesine olan etkileri ile ilgilidir. İktisadi büyüme, enflasyon oranları, bütçe açığı, kamu harcamaları, borç dengesindeki bozulmalar ikincil ekonomik etkilerdir.

Örneğin Marmara Depremi’nin etkili olduğu bölge, Türkiye nüfusunun % 23’lük kısmını kapsıyordu. Can kaybı ve maddi hasar bakımından depremden en fazla etkilenen nüfus ise toplam nüfusun % 6’sını oluşturuyordu. Depremden etkilenen 7 ilin Gayri Safi Milli Hasıla içindeki payı % 34,7, sanayi katma değeri içindeki payı ise % 46,7 seviyesindeydi. Depremden çok zarar gören ve deprem bölgesi olarak tanımlanan Kocaeli, Sakarya ve Yalova illerinin GSMH içindeki payı % 6,3, sanayi katma değeri içindeki payı ise % 13,1 oranındaydı. Bölge petro-kimya endüstrisinde, otomotiv ve lastik sanayiinde önemli bir yere sahiptir. Deprem bölgesindeki illerin kişi başına milli gelir oranı Türkiye ortalamasının oldukça üzerindedir. Bu bağlamda bölgede meydana gelen ekonomik kayıpların tüketim talebine olan etkisi büyük olmuştur.

YAPAY ZEKA VE OTOMASYONUN İŞ GÜCÜNE ETKİLERİ



Genç Kalem Zeynep Melike KOÇKAN

Yapay zeka (YZ), bilgisayar sistemlerinin insan benzeri bilişsel işlevleri taklit etme yeteneğidir. Bu sistemler, öğrenme, problem çözme ve karar verme gibi görevleri yerine getirir. Günümüzde YZ; sağlık, finans, otomotiv ve eğitim gibi birçok sektörde kullanılmaktadır. Örneğin, sağlık alanında YZ, hastalıkların erken teşhisinde yardımcı olabilirken, finans sektöründe dolandırıcılık tespitinde kullanılmaktadır.

YZ'nin gelişimi, hayatımızı kolaylaştırırken etik ve güvenlik konularında da tartışmaları beraberinde getirmektedir. Gelecekte YZ'nin daha da yaygınlaşması ve günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmesi beklenmektedir.

Otomasyon, bir sürecin veya işin insan müdahalesi olmaksızın, otomatik olarak gerçekleştirilmesini sağlayan teknolojik sistemlerin kullanılmasıdır. Otomasyon sistemleri, endüstri, bilim veya yönetim alanlarında tekrarlayan işlerin insan gücü ile değil, otomatik olarak makinelerle yapılmasını sağlayan sistemlerdir.

Teknolojinin hızla ilerlemesiyle birlikte yapay zeka (YZ) ve otomasyon, iş dünyasında köklü değişimlere yol açmaktadır. Bu dönüşüm, birçok sektörde verimliliği artırırken, iş gücü yapısını da yeniden şekillendirmektedir. YZ ve otomasyon, üretimden hizmet sektörüne kadar geniş bir alanda kullanılmakta ve iş süreçlerini daha hızlı, hatasız ve maliyet açısından verimli hale getirmektedir.

Bu teknolojiler, özellikle tekrarlayan ve manuel işlerin otomatikleştirilmesi sayesinde üretkenliği artırmaktadır. Robotik süreç otomasyonu (RPA) ve makine öğrenimi tabanlı sistemler, şirketlerin daha az insan gücüyle daha fazla iş yapmasına olanak tanımaktadır. Bunun sonucunda çalışanlar, daha yaratıcı ve stratejik işlere yönlendirilebilir. Ayrıca, YZ destekli sistemler sayesinde iş güvenliği de artmakta, tehlikeli ortamlarda çalışan insanların riskleri en aza indirilmektedir.

Ancak YZ ve otomasyonun yaygınlaşması, bazı sektörlerde iş kayıplarına neden olabileceği endişesini de beraberinde getirmektedir. Özellikle düşük vasıflı işlerin makinelere devredilmesi, belirli meslek gruplarında istihdamın azalmasına yol açabilir.

Bu durum, iş gücünün yeniden şekillenmesini ve çalışanların yeni beceriler kazanmasını zorunlu kılmaktadır. Teknolojiye uyum sağlayamayan bireyler için işsizlik riski artarken, veri bilimi, yapay zeka mühendisliği ve robotik gibi alanlarda yeni iş fırsatları ortaya çıkmaktadır.

Diğer yandan, YZ'nin karar alma süreçlerinde daha fazla yer alması, etik ve güvenlik tartışmalarını da beraberinde getirmektedir. Veri gizliliği, algoritmaların tarafsızlığı ve iş yerlerinde insan faktörünün azalması gibi konular, iş dünyasında önemli birer mesele haline gelmiştir.

Sonuç olarak, YZ ve otomasyonun iş gücü üzerindeki etkileri hem olumlu hem de olumsuz yönleriyle ele alınmalıdır. Bu teknolojilerin sağladığı verimlilik ve iş güvenliği avantajlarından en iyi şekilde yararlanırken, iş gücünün dönüşümüne yönelik stratejik adımlar atılmalıdır. Eğitim programları ve yeniden beceri kazandırma çalışmaları, çalışanların değişen iş ortamına uyum sağlamasında kritik bir rol oynayacaktır.

Kaynakça

- ☒ Webtures. (t.y.). AI ve Otomasyonun İş Gücü Üzerindeki Etkileri. Webtures. Erişim adresi: <https://www.webtures.com/tr/blog/ai-ve-otomasyonun-iscucu-uzerindeki-etkileri>
- ☒ Türkiye İş Kurumu (İŞKUR). (2023). Dijital Dönüşüm ve İş Gücü (Özlem Gamze Şimşek). Erişim adresi: <https://media.iskur.gov.tr/91609/ozlem-gamze-simsek.pdf>
- ☒ HSE Denetim. (t.y.). İş Güvenliği Alanında Yapay Zekanın Etkileri. HSE Denetim. Erişim adresi: <https://www.hsedenetim.com/is-guvenligi-alaninda-yapay-zekanin-olumlu-ve-olumsuz-etkileri>
- ☒ Dergipark. (2023). Yapay Zeka ve Otomasyonun İş Gücüne Etkisi. Dergipark. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2702262>
- ☒ Dergipark. (2023). Dijitalleşme, Yapay Zeka ve İş Gücü Piyasası Üzerindeki Etkileri. Dergipark. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3935455>

DİJİTAL GÖÇ



Genç Kalem İlayda KURU

Dijital göç, internet ve uzaktan çalışma sayesinde insanların farklı ülkelerde yaşayıp çalışabilmesini ifade eder. Dijital göçmen, coğrafi bağımsız çalışan ve sürekli yer değiştiren kişidir. Genellikle serbest çalışanlar, girişimciler ve uzaktan çalışan profesyoneller bu kategoriye girer.

Dijital göçmenlerin ekonomik sebeplerle ülke değiştirmelerinin başlıca sebepleri vardır. İlk sebep olarak düşük yaşam maliyetleri söylenebilir. Yaşam maliyetlerinin daha düşük olduğu ülkelere yönelip, alım güçlerini artırmayı hedeflerler. İkinci sebep ise vergi avantajlarıdır. Bazı devletler dijital göçmeleri çekmek amacıyla çeşitli teşvikler uygular. Bu sayede dijital göçmenler daha az vergi ödeyerek alım güçlerini artırır. Aynı zamanda döviz kurları da dijital göçmenler için bir etkidir. Kişisel olarak tercih edilebilecek olan bölgeler de dijital göçmenler için belirleyici bir faktör olabilir. Ekonomik fırsatlar ve pazar erişimi açısından kişiye uyan bölgeye göç edebilirler. Aynı zamanda dijital göçmenlerin popüler olarak tercih ettiği destinasyonlarda bulunmaktadır. Bu ülkeler dijital göçmeleri çekmek için özel vize programları sunar. Bu ülkelerin başlıcaları; bir yıl süreyle uzaktan çalışma imkanı sunan Portekiz, on iki aya kadar ülkede çalışma ve oturma için dijital göçebe vizesi veren Estonya, on iki aya kadar ülkede kalma imkanı sunan Hırvatistan, bir yıl süreli sanal çalışma ortamı aracılığıyla uzaktan çalışma imkanı sunan Birleşik Arap Emirlikleri (Dubai), Freiberufler vizesiyle başvuru yapan serbest çalışan ve girişimcilere altı aydan üç yıla kadar oturma izni veren Almanya, “Remotely from Georgia” programı ile uzaktan çalışan profesyonellere bir yıla kadar oturma izni veren Gürcistan, dijital göçmelere yönelik vize programı sunarak çalışmasına ve oturmasına olanak sunan Malta, “ Barbados Welcome Stamp” vizesiyle tropik bir yaşam sunan Barbados, “Temporary Resident Visa” programı ile dört yıla kadar kalınmasına olanak sağlayan Meksika ve son olarak “One Happy Workation” programıyla tropik bir yerde çalışma imkanı sunan Aruba. Bu ülkeler dijital göçmelere yönelik özel programlar sunarak cazip destinasyonlar haline gelmiştir. Dijital göç şahısları ve devletleri ilgilendirdiği gibi şirketleri de ilgilendiren bir konudur. KPMG’nin “Uzaktan Çalışmada Güncel Trendler” araştırmasına göre şirketlerin %89’u uzaktan çalışma politikalarını uyguluyor veya uygulamayı planlıyor. Bu durum esnekliği sağlamakla birlikte maliyetleri de düşürür. Ancak ekip içi iletişim gibi zorluklar da oluşturabiliyor. Her ne kadar şartlar güzel görünsede bazı zorlukları da beraberinde getirebilir. Örneğin; farklı ülkelerin farklı vergi yasaları, vizeler hakkında eksik bilgilerin yasal sorunlara yol açması, bazı ülkelerin uzaktan çalışanların iş gücü piyasasına katılımını sınırlaması, dil engeli, kültürel uyum, yeni bir çevre edinene kadar sosyal izolasyon tercihi... Bu zorlukların üstesinden gelebilmek için çok detaylı bir araştırma yapılması gerekmektedir. Dijital göçmenlerin sayısı COVID-19 pandemisiyle beraber önemli bir artış göstermiştir. Anadolu Ajansı’nın 2024 tarihli haberine göre dünya genelinde dijital göçmenlerin sayısı 40 milyonu aşmıştır.

Dijital göç bireylere ekonomik fırsatlar sunarken, hukuki ve kültürel zorluklar da yaratmaktadır. Ülkeler, dijital göçmenlere vize programları sunarak bu fırsatlardan yararlanmayı amaçlamaktadır.

Kaynakça

https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2024/07/05-186_33-Dijital-Gocebeler-Ekonomik-Beklentiler-ve-Yaratilan.pdf

<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/4144948>

<https://www.okuryazar.com.tr/dergi/yonetim-danismani-ve-egitmen-canan-duman-2023te-dijital-gocebelerin-sayisi-artacak>

<https://gezimanya.com/Yazilar/dijital-gocebe-vizesi-veren-ulkeler>

<https://www.trthaber.com/haber/ekonomi/turkiyenin-gozu-yeni-turist-dijital-gocebelerde-786962.html>

<https://wise.com/tr/blog/dijital-gocebe-vizesi-veren-ulkeler>

<https://www.madeinturkeydergisi.com/ulkelerin-dijital-gocebe-yarisi-hiz-kazandi/>

<https://www.webtekno.com/dijital-gocebe-olarak-gitmek-isteyeceginiz-ulkeler-h137588.html>

<https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/ulkelerin-yeni-yaris-alani-dijital-gocebeler/3226735>

<https://www.logo.com.tr/blog/blog-detay/dijital-gocebe-vizesi-veren-ulkeler>

<https://flyista.com/blog/en-iyi-10-dijital-gocebe-sehri>

<https://www.kobi-efor.com.tr/her-10-sirketten-9u-uzaktan-calismaya-sicak-bakiyor>

<https://notteglobal.com/tr/dijital-gocmen-vizesi/>

YEMEK PSİKOLOJİSİ; NEDEN BAZI YİYECEKLER BİZE İYİ GELİR?



Feyza Nur ŞENTÜRK
Aşçılık Programı Öğrencisi

Yemek, yalnızca bedenimizi besleyen bir ihtiyaç olmaktan öte, ruhumuzu da besleyen, duygusal ve psikolojik bir deneyimdir. Konfor yiyecekleri dediğimiz, bize iyi hissettiren yemekler; genellikle geçmişe, nostaljik anılara ve güven veren sosyal bağlara işaret eder.

Bazen günlerimiz diğer yaşadığımız günlerden zor geçebilir, bedenimiz ve ruhumuz ayrı ayrı şehirlerde olabilir ya da başka insanlarla başka şehirlerde başka sofralarda olabiliriz. Bir yemekle o uzaklığı sıfıra indirmek isteyebiliriz. Bu yemek hep birlikte yapılan bir makarna, mantı ya da geçmişi hatırlatan bir şeyler olabilir.

Yemek yerken aldığımız her nefes bize geçmiş, geleceği anlatmaya çalışır. Mesela Mozaik Pasta. Elbette çok kolay gibi gözükebilir ama önemli olan lezzetinin hiçbir zaman unutulmayacak olmasıdır.

Mozaik pasta; piramit pasta adıyla da bilinen bir pastadır. Kakao ve bisküvinin yanı sıra tereyağ, toz şeker ve , süt ile yapılan bir tatlıdır. Kökeni pek olarak bilinmesede İtalya'da salame di cioccolata (çikolata salamı), salame turco (Türk salamı) adlarıyla da anılan bir pasta türüdür. Türkçede ise mozaik pasta adını dışı kakao içi ufalanmış bisküviler dilimlendiğinde aldığı mozaik görüntüsüne dayanıyor. Günümüzde bu pastanın modern versiyonları da çıkmıştır. Örneğin; beyaz çikolatalı, fındık ezmesi, Hindistan cevizi veya meyve gibi extra malzemelerle de yapılabilir.

Sonuç olarak yemek psikolojisi yemeklerin sadece bir besin kaynağı olmadığını aynı zamanda duyguları, anıları ve sosyal bağları güçlendiren önemli bir unsuru olduğunu gösterir. Konfor yiyecekleri, nostaljik tatlar ve duygusal deneyimler bizi hem bedenen hem ruhen besler. Bir dahaki sefere favori yemeğinizi veya tatlınızı yerken sadece lezzetini değil aynı zamanda o yemeğin size hissettirdiklerini de düşünün; çünkü yemeğin ruhu aslında sizin hikayenizden geçer. Yemek yerken ya da yaparken gözlerinizin dolması kadar doğal bir şey yoktur.

Kaynakça

https://tr.m.wikipedia.org/wiki/Mozaik_pasta

https://www.nefisyemektarifleri.com/mozaik-pasta-tarifi/#google_vignette

<https://yemek.com/konfor-yemekleri/>

Uçaklar, Trenler ve Uzay Mekikleri: Bir Kesişim Hikayesi ve Bir Şehir Efsanesinin Çürütülmesi



Genç Kalem Erdem ÇEBİŞOĞLU

Bugünkü yazımda şu anda okuduğum bölüm olan uçak ile lisede okuduğum raylı sistemlerin kesiştiği bir olayı anlatacağım sonrasında ise trenler ve uzay mekikleri ile ilgili bir hikayenin gerçek yüzünü anlatacağım.

Olayı anlamak için uçakların üretim süreçlerine bakmamız gerekir. Öncelikle yolcu uçakları tek bir yerde üretilmez. Aralarında Türkiye'nin de olduğu farklı ülkelerde üretilen parçalar Boeing için ABD'de, Airbus için ise Fransa veya Almanya'da bulunan son montaj hatlarına çeşitli yöntemlerle taşınır. Bu yöntemlerden birisi de demiryoludur. Boeing 737'nin gövdesi Kansas'tan, Seattle'daki son montaj hattına BNSF firmasının trenleriyle getirilir.



Boeing 737'nin üretildiği Renton fabrikası(solda) ve 737 gövdelerini taşıyan tren(sağda)

4 Temmuz 2014 tarihinde yine bir 737 gövdesi sevkiyatı sırasında trenin Montana'da raydan çıkması sonucunda 3 adet uçak gövdesi Clark Fork Nehri'ne uçtu ve uçaklar daha uçmadan uçak kazası yaşadılar.



Nehre uçan uçak gövdeleri.

Bahsi açılmışken trenler ve havacılık demişken bir şehir efsanesini de çürütelim. Sosyal medyada “Uzay mekiği yakıt tanklarının trenle geldiği ve trenlerin at arabaları sebebiyle 1,5m genişliğinde olması sebebiyle yakıt tanklarının 1,5m çapında olduğu” yönünde paylaşımlar görmüş olabilirsiniz.

Öncelikle hikayenin daha iyi anlaşılabilmesi için NASA'nın uzay mekiği programının detaylarını anlatmam gerekiyor. NASA'nın uzay mekiği programındaki bütün fırlatmalar Florida'da bulunan ve ilk olarak Ay görevlerinin yapıldığı Apollo programı için yapılan, sonrasında Uzay mekiği programında kullanılan Kennedy Uzay Merkezi'ndeki LC-39A ve LC-39B fırlatma rampalarından fırlatılmıştır.

Dipnot: Günümüzde LC-39A Fırlatma rampası SpaceX'e kiralanmıştır (ilk Astronotumuz olan Alper Gezeravcı'nın uzaya gittiği SpaceX Falcon 9 roketi bu rampadan fırlatılmıştır). LC-39B rampası ise NASA'nın yeni insanlı Ay programı olan Artemis Programı tarafından kullanılmaktadır.

Uzay mekiği üç parçadan oluşur. Uzay mekiği denince akla ilk gelen yörünge aracı (5 adet üretilmiştir. 5 araçtan Challenger 1986'da fırlatma sırasında, Columbia ise 2003'te atmosfere giriş sırasında kaza yapmıştır. Önceki yazımda adı geçen Discovery, Atlantis ve Challenger'ın yerine yapılan Endeavour ise çeşitli müzelerde sergilenmektedir), 2 adet katı roket (SRB) ve ana motorların ihtiyaç duyduğu kriyojenik yakıtın tutulduğu ve bugünkü konumuz olan harici yakıt tankı. Bütün bu parçalar fırlatma öncesinde Kennedy Uzay Merkezi'nde bulunan VAB (Vehicle Assembly Building)'de bir araya getirilir ve paletli taşıyıcı ile LC-39A veya LC-39B'ye taşınırdı. SRB'leri Utah'tan, bahse konu yakıt tankları ise New Orleans'tan Kennedy Uzay Merkezi'ne gönderilirken yörünge aracı ise Eğer Kennedy Uzay Merkezi'nde bulunan Mekik İniş Tesisi adı verilen piste inmediyse bir Boeing 747 varyantı olan Boeing 747SCA ile Kennedy Uzay Merkezi'ne gönderilirdi.

Bilgi: 133 başarılı görevden (toplamda 135 görev olsa da sadece 133 görev başarıyla inmiştir), 78'i Kennedy Uzay Merkezi'ndeki Mekik İniş Tesisi adı verilen piste. 54'ü Kaliforniya'daki Edwards Hava Kuvvetleri Üssü'ne ve 1'i de White Sands Uzay Limanı'na iniş yaptı.



Kennedy Uzay Merkezi LC-39A rampasından fırlatılan Discovery Uzay Mekiği



Soldan Sağa: VAB, Mekik İniş Tesisi ve Atlantis mekiğini taşıyan Boeing 747 SCA



Pegasus mavnasından indirilen bir yakıt tankı ile Kennedy Uzay Merkezi

Mekik Programının detaylarını öğrendiğimize göre şehir efsanesini çürütebiliriz. Her ne kadar UIC (Uluslararası Demiryolları Birliği) tarafından standart kabul edilen ve Türkiye’de TCDD tarafından da kullanılan ray açıklığı 1435mm olsa da UIC’nin standart gabarisi (azami yükseklik) 3.15m’dir. Ayrıca uzay mekiklerinin yakıt tankları 8.5m çapındadır ve New Orleans’taki fabrikadan Kennedy Uzay Merkezi’ne Pegasus isimli mavna ile gönderilmiştir ve bu mavna şu anda az önce bahsettiğim Artemis programında kullanılacak olan SLS roketinin çekirdek aşamasını (core stage) taşımakta kullanılıyor.

Kaynakça

https://en.wikipedia.org/wiki/Vehicle_Assembly_Building

https://en.wikipedia.org/wiki/Kennedy_Space_Center