

T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

COVID-19 KRİZİ SÜRECİNDE ANA ALIŞVERİŞ
CADDELERİNDE DAYANIKLILIK:
İSTİKLAL CADDESİ ÖRNEĞİ

Elif KIRPIK

DOKTORA TEZİ

Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı
Şehir Planlama Programı

Danışman
Prof. Dr. Asuman TÜRKÜN

Temmuz, 2024

T.C.

YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ

FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**COVID-19 KRİZİ SÜRECİNDE ANA ALIŞVERİŞ
CADDELERİNDE DAYANIKLILIK: İSTİKLAL CADDESİ
ÖRNEĞİ**

Elif KIRPIK tarafından hazırlanan tez çalışması 29.07.2024 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Şehir Planlama Programı **DOKTORA TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Asuman TÜRKÜN
Yıldız Teknik Üniversitesi
Danışman

Jüri Üyeleri

Prof. Dr. Asuman TÜRKÜN, Danışman
Yıldız Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Aliye Ahu GÜLÜMSER, Üye
İstanbul Teknik Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet Doruk ÖZÜGÜL, Üye
Yıldız Teknik Üniversitesi

Doç. Dr. Elif ÖRNEK, Üye
Yıldız Teknik Üniversitesi

Doç. Dr. Eda YÜCESOY, Üye
İstanbul Teknik Üniversitesi

Danışmanım Prof. Dr. Asuman TÜRKÜN sorumluluğunda tarafımca hazırlanan “COVID-19 Krizi Sürecinde Ana Alışveriş Caddelerinde Dayanıklılık: İstiklal Caddesi Örneği” başlıklı çalışmada veri toplama ve veri kullanımında gerekli yasal izinleri aldığımı, diğer kaynaklardan aldığım bilgileri ana metin ve referanslarda eksiksiz gösterdiğimi, araştırma verilerine ve sonuçlarına ilişkin çarpıtma ve/veya sahtecilik yapmadığımı, çalışmam süresince bilimsel araştırma ve etik ilkelerine uygun davrandığımı beyan ederim. Beyanımın aksinin ispatı halinde her türlü yasal sonucu kabul ederim.

Elif KIRPIK

İmza



Kız çocuklarına

TEŞEKKÜR

İlgi duyduğum bir çok konu arasından doktora tez konumu seçmeye çalışırken COVID-19 pandemisi henüz başlamıştı. Gidişatı, kentlere etkileri ve sonuçları hakkında neredeyse hiçbir fikir yürütemediğimiz oldukça erken aşamasında bana bu konuyu çalışmamı öneren, üstelik beraber emek verdiğimiz İstiklal Caddesi'nde çalışmam için destekleyici olan danışmanın Prof. Dr. Asuman TÜRKÜN'e çok teşekkür ediyorum. Bana güvendiği ve inandığı için emek dolu bir tez oldu.

Tez İzleme Komitesi üyelerim Prof. Dr. Aliye Ahu GÜLÜMSER ve Doç. Dr. Mehmet Doruk ÖZÜGÜL'e akademik katkılarından dolayı teşekkür ederken kendilerine her zaman ulaşabilmenin ve yardım talep edebilmenin benim için ne kadar değerli olduğunu tarif edemem. En çok zorlandığım günlerde elimden tuttular. Ayrıca savunmam sırasındaki değerli katkıları ve güler yüzleri için Doç. Dr. Eda YÜCESOY ve Doç. Dr. Elif ÖRNEK'e de teşekkür ediyorum.

Yaklaşık 10 yıldır araştırma görevlisi olarak çalıştığım Yıldız Teknik Üniversitesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü üyesi hocalarıma hoşgörülerini ve değerli öğretileri için minnettarım. Başta rahmetli Prof. Dr. Zekai GÖRGÜLÜ olmak üzere Doç. Dr. Bora YERLİYURT, Doç. Dr. Mehmet Doruk ÖZÜGÜL ve Doç. Dr. Elif ÖRNEK hocalarıma bana her zaman koşulsuz destek oldukları ve hissettirdikleri güven için ayrıca teşekkür ediyorum. Bu kurumda ve sizlerle yetişmiş olmanın farkını şimdiden hissediyorum.

Yalnızca heyecanıma ve mutluluğuma değil, stresime ve üzüntüme de ortak olan dostlarıma teşekkür ediyorum, onların desteği olmasa çok zorlanırdım. İyi ki varsınız.

Ve elbette, babam, annem ve abime varlıkları ve sevgileri için sonsuz minnet duyuyorum. Sizi çok seviyorum.

Son teşekkürüm de kendime.

Elif KIRPIK

İÇİNDEKİLER

KISALTMA LİSTESİ	vii
ŞEKİL LİSTESİ	viii
TABLO LİSTESİ	x
HARİTA LİSTESİ	xi
ÖZET	xii
ABSTRACT	xiv
1 GİRİŞ	1
1.1 Çalışmanın Amacı.....	2
1.2 Çalışmanın Kapsamı	4
1.3 Çalışmanın Yöntemi	5
2 COVID-19 KRİZİ VE ÖTESİNDE ANA ALIŞVERİŞ CADDELERİ	9
2.1 Ana Alışveriş Caddelerine Dair Ön Bilgi	9
2.2 Tarihsel Süreçte Ana Alışveriş Caddeleri.....	14
2.3 Ana Alışveriş Caddelerine Dair Güncel Tartışmalar	17
2.3.1 Ana Alışveriş Caddelerinin Sorunları	17
2.3.2 COVID-19 Krizinde İzlenen Politikalar ve Uygulama Örnekleri..	25
2.3.3 Geleceğin Ana Alışveriş Caddeleri Tasviri.....	39
2.4 Türkiye’de Perakende Ticaretin Gelişimi ve Ana Caddelerin Rolü	44
2.5 İstanbul’un Mevcut Ticaret ve Perakende Ticaret Görünümü.....	52
2.5.1 Veri Hakkında Bilgi ve Yöntem	52
2.5.2 İstanbul’un Ticaret Coğrafyası.....	56
2.5.3 İstanbul’un Perakende Ticaret Coğrafyası	69
2.5.4 Değerlendirme.....	97
3 ANA ALIŞVERİŞ CADDELERİNİN DAYANIKLILIĞI	100
3.1 Dayanıklılık Kavramına Dair Tanımlar ve Yaklaşımlar.....	100
3.2 Sosyo – Ekolojik Sistem (SES) Dayanıklılığı	106
3.2.1 SES Dayanıklılığının Özellikleri.....	109
3.2.2 SES Dayanıklılığının Bileşenleri	113
3.2.3 SES Dayanıklılığının Operasyonelleştirilmesi.....	128
3.2.4 SES Dayanıklılığının Politikası.....	132
3.2.5 SES Dayanıklılığının Kentlerde ve Kent Planlamada Kullanımı	133
3.3 COVID-19 Krizi ve Ötesinde Ana Alışveriş Caddelerinin Dayanıklılığı	140

3.3.1	Ana Alışveriş Caddelerinin Dayanıklılığı.....	140
3.3.2	Ana Alışveriş Caddelerinin Dayanıklılığını Değerlendirmede Kullanılan Göstergeler.....	148
3.3.3	Ana Alışveriş Caddelerinin Dayanıklılığına İşletme Dayanıklılığının Katkısı.....	156
4	İSTİKLAL CADDESİ’NİN DAYANIKLILIĞI	161
4.1	Saha Çalışması Hakkında Bilgiler ve Yöntem.....	161
4.2	İstiklal Caddesi’nin Ana Alışveriş Caddesi Olma Deneyimi	167
4.2.1	Tarihsel Süreçte İstiklal Caddesi.....	167
4.2.2	İstiklal Caddesi’nin Günümüzde Ana Alışveriş Caddesi Olarak Görünümü, Canlılığı ve Yaşayabilirliği	170
4.2.3	Planlamaya İlişkin Bilgiler, Yasal ve Yönetmelik Süreçler	183
4.3	İstiklal Caddesi’nde Pandemi, Kapanmalar ve Kriz	194
4.3.1	İşletmelerin Kapalı Kalma Süreleri.....	195
4.3.2	Pandemiyi Algılama, Pandemiye ve Gelecek Krizlere Hazırlık Düzeyleri.....	197
4.3.3	Krizin Etki Düzeyi, Öğrenilenler ve Önceki Deneyimler.....	202
4.4	Toplumsal Dayanıklılığa İlişkin Değerlendirmeler	220
4.4.1	İlişkisel Ağlar, Krizin Yükünü Paylaşma ve Karşılıklı Güven.....	220
4.4.2	Devletin Destek ve Teşvikleri, Krize Yanıtları.....	232
4.4.3	Eşitsizliğin Çoklu Boyutları.....	241
4.4.4	İletişimsel Ağlar, İşbirliği ve Katılım	244
4.4.5	Topluluk Hissi ve Yer Duygusu.....	248
4.5	İşletme Dayanıklılığına İlişkin Değerlendirmeler	250
4.5.1	İstiklal Caddesi İşletmeleri’nin COVID-19 Krizine Yanıtları	250
4.5.2	İşletmelerin Öz Dayanıklılık Değerlendirmeleri.....	264
4.6	İstiklal Caddesi’nin Mevcut Sorunları ve Kırılganlıkları	274
4.6.1	Değişimler, Dönüşümler ve Tektipleşme.....	275
4.6.2	Canlılık, Güvenlik, Kurlsızlık ve Denetimsizlik	286
5	SONUÇ	293
	KAYNAKÇA	327
	A NACE VE MESLEK KODU EŞLEŞTİRMELERİ TABLOSU	348
	B EN YAKIN KOMŞU ANALİZİ SONUÇLARI	357
	C DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME SORULARI	360
	TEZDEN ÜRETİLMİŞ YAYINLAR	364

KISALTMA LİSTESİ

AVM	Alışveriş Merkezi
BEYDER	Beyoğlu Eğlence Yerleri Derneği
CBS	Coğrafi Bilgi Sistemleri
CİMER	Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi
COVID	Corona Virus Disease (Koronavirüs)
GIS	Geographic Information System (Coğrafi Bilgi Sistemleri)
İBB	İstanbul Büyükşehir Belediyesi
İTO	İstanbul Ticaret Odası
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme
NACE	Nomenclature des Activités Économiques dans la Communauté Européenne (Avrupa Birliği'nde Ekonomik Faaliyetlerin İstatistikî Sınıflaması)
SES	Sosyo-Ekolojik Sistem
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
THT	Ticaret – Hizmet – Turizm
UNISDR	United Nations Office for Disaster Risk Reduction (Birleşmiş Milletler Afet Riskini Azaltma Ofisi)

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 2.1	Avrupa, İngiltere ve Amerika’da ana alışveriş caddelerinin tarihsel süreçte gündemleri	15
Şekil 2.2	Ana alışveriş caddelerinin değişen rolü.....	21
Şekil 2.3	Atina Sanat Sokağı’ndan görseller ve haritası	36
Şekil 2.4	Illuminati Festivali’nin etkinlikler haritası.....	38
Şekil 2.5	Constantinople’un ticari haritası	45
Şekil 2.6	Türkiye’de kent merkezlerinin ve ana alışveriş caddelerinin tarihsel süreçte gündemi	50
Şekil 2.7	İlçelere göre faal işletme sayıları - 2021	56
Şekil 2.8	İlçelere göre faal işletme sayıları - 2016	58
Şekil 2.9	2016 ve 2021 yılları arasında faal işletmelerin yüzdelik farkı	59
Şekil 2.10	NACE kodlarına göre İTO’ya kayıtlı işletmelerin dağılımı - 2021	62
Şekil 2.11	En yüksek oranlı faaliyet alanlarının yıllara göre karşılaştırması (2016-2021)	63
Şekil 2.12	İlçelere göre perakende ticaret işletme sayıları	70
Şekil 2.13	Faal perakende ticaret işletmelerinin kayıt tarihlerine göre sayıları	75
Şekil 2.14	En yakın komşu analizi sonucu	88
Şekil 2.15	E – ticaret firmalarının kayıt tarihlerine göre sayıları	89
Şekil 3.1	Top ve fincan modeliyle temsil edilen mühendislik ve ekolojik dayanıklılık tanımları	104
Şekil 3.2	Uyarlanabilir yenilenme döngüsü	107
Şekil 3.3	Uyarlanabilir döngülerin panarşi modeli	108
Şekil 3.4	Dayanıklılığın 3 boyutlu çerçevesi.....	109
Şekil 3.5	Sosyo-ekolojik sistemlerde dayanıklılık ve uyum kapasitesi oluşturma	111
Şekil 3.6	Perakende merkezleri için uyarlanabilir döngü yaklaşımı	142
Şekil 3.7	Ana alışveriş caddelerinin canlılığı ve yaşayabilirliğini arttırmak için en önemli 25 faktör.....	150
Şekil 4.1	MAXQDA programından örnek bir derinlemesine görüşme kodlama sayfası	166
Şekil 4.2	İstiklal Caddesi aylık yaya trafiği eğilimi	182
Şekil 4.3	Beyoğlu Mekânsal Strateji Planı	185
Şekil 4.4	Beyoğlu ilçesi yetki bölgeleri.....	187
Şekil 4.5	Beyoğlu ilçesi Kentsel Sit Alanı Koruma Amaçlı Uygulama İmar Planı	189

Şekil 4.6 Beyoğlu Kültür Yolu Festivali’nin mekânsal gösterimi	193
Şekil 4.7 Görüşmeciler tarafından bahsedilen İstiklal Caddesi ve çevresindeki şoklar, krizler ve olaylar	212
Şekil 4.8 Görüşmeciler tarafından bahsedilme sıklığına göre İstiklal Caddesi ve çevresindeki sorunlar	274
Şekil 4.9 Görüşmeciler tarafından bahsedilme sıklığına göre İstiklal Caddesi ve çevresindeki sorunların diğer sorunlarla bahsedilme ilişkileri	275



TABLO LİSTESİ

Tablo 1.1 Çalışmanın yöntemi	8
Tablo 2.1 Ana alışveriş caddesi tanımları	10
Tablo 2.2 Perakendedeki değişimin itici güçleri.....	18
Tablo 2.3 Sektörlere göre İTO'ya kayıtlı işletmelerin dağılımı - 2021	60
Tablo 2.4 Faal perakende ticaret işletmelerinin kayıt tarihlerine göre sayıları.....	75
Tablo 2.5 Perakende ticaret işletmelerinin kuruluş sermayelerine göre dağılımı ..	79
Tablo 2.6 İstanbul'da perakende ticaretin meslek kollarına göre dağılımları.....	85
Tablo 3.1 Dayanıklılık kavramının tanımları.....	101
Tablo 3.2 Sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığının özellikleri, ilkeleri ve bileşenleri	114
Tablo 3.3 Ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığında kullanılan göstergeler ve bağlamlar	152
Tablo 4.1 Görüşmeci ve işletme bilgileri.....	163
Tablo 4.2 İstiklal Caddesi'nin canlılık ve yaşayabilirlik değerlendirmesi.....	171
Tablo 4.3 İstiklal Caddesi üzerinde zemin katlarda yer alan işletmelerin 2015, 2019 ve 2023 yılları kullanım dağılımları	176
Tablo 4.4 İstiklal Caddesi'nin yıllara göre boşluk değerleri	180
Tablo 4.5 İstiklal Caddesi'nin yıllara göre günlük tahmini ayak sayısı	181
Tablo 4.6 İstiklal Caddesi'nin yıllara göre kira değerleri ve en pahalı ana cadde sıralaması	183
Tablo 5.1 İstiklal Caddesi işletmelerinin COVID-19 krizine yanıtları	301

HARİTA LİSTESİ

Harita 1.1 Çalışma alanı olarak seçilen İstiklal Caddesi'nin konumu.....	7
Harita 2.1 İlçelere göre faal işletme sayıları haritası (st. sapma) – 2021	57
Harita 2.2 İlçelere göre faal işletme sayıları haritası (st. sapma) - 2016	58
Harita 2.3 İstanbul'da perakende ticaret işletmelerinin mekânsal dağılımı	69
Harita 2.4 İlçelere göre perakende ticaret işletme sayıları haritası	70
Harita 2.5 İlçelere göre perakende ticaret işletme sayıları haritası (st. sapma)....	71
Harita 2.6 İlçelere göre perakende ticaret işletme sayılarının nüfusa oranı haritası	72
Harita 2.7 İlçelere göre perakende ticaret işletme sayılarının alana oranı haritası	73
Harita 2.8 Faal perakende ticaret işletmelerinin kayıt tarihlerine göre sıcaklık haritaları	74
Harita 2.9 Perakende ticaret işletmelerinin yakınlık haritası (Voronoi diyagramı)	76
Harita 2.10 Perakende ticaret işletmelerinin yoğunluk haritası (325 m altıgen)..	77
Harita 2.11 Perakende ticaret işletmelerinin yoğunluk haritası (100 m altıgen)..	78
Harita 2.12 1 milyon ve üzerinde sermayeye sahip işletmelerin yakınlık haritası	80
Harita 2.13 5 milyon ve üzerinde kuruluş sermayesine sahip işletmelerin yakınlık haritası.....	84
Harita 4.1 İstiklal Caddesi ve çevresinde görüşme yapılan işletmelerin sıcaklık haritası.....	165

COVID-19 Krizi Sürecinde Ana Alışveriş Caddelerinde Dayanıklılık: İstiklal Caddesi Örneği

Elif KIRPIK

Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı

Şehir Planlama Programı

Doktora Tezi

Danışman: Prof. Dr. Asuman TÜRKÜN

Bu tez İstiklal Caddesi örneği üzerinden, ana alışveriş caddelerinin farklı ölçeklerdeki karmaşık ilişkilerini kavramayı, COVID-19 başta olmak üzere çeşitli krizlere karşı hazırlık seviyelerini belirleyen unsurları değerlendirmeyi, COVID-19 krizinin etkilerini ve öğretilerini, işletmelerin bu krizle başa çıkma ve uyum sağlama yollarını, kullandıkları destek mekanizmalarını anlayarak mikro ölçekten makro ölçeğe kadar geniş bir bağlamda ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığı üzerine derinlemesine bir analiz sunmayı amaçlamıştır. Bu amaçla, İstiklal Caddesi ve çevresinde farklı sektörlerden 71 işletmenin işyeri sahipleri, işletmecileri/üst düzey çalışanları ve çalışanları ile yarı-yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Ayrıca, bağlamını destekleyebilmek adına Türkiye’deki ana alışveriş caddelerinin perakende ticaret sistemi içinde konumunun anlaşılması ve mekânsal olarak izlerinin tartışılması için İstanbul genelinde 53 620 perakende ticaret işletmesi ile çeşitli mekânsal analizler gerçekleştirilmiştir.

Bulgular, Türkiye’deki ana alışveriş caddelerinin geniş ve çok çeşitli bir ticaret yapılanması içinde yer alarak kent merkezi niteliğinden bağımsız ele alınamayacağını göstermektedir. İstiklal Caddesi de çevresi ile birlikte böylesi bir tarihi kent merkezini temsil ederken tarihsel süreç içinde çeşitli değişimler, şoklar ve krizlere karşı kimliğini koruyarak ana alışveriş caddesi olma işlevini sürdürmüştür.

Tez, COVID-19 krizinde de İstiklal Caddesi ve çevresindeki işletmelerin, krizle başa çıkabilmek ve uyum sağlayabilmek adına salgının yayılmasını önlemeye yönelik tedbirler alarak ve operasyonel, finansal, mekânsal, mevcut işletmeden bağımsız alternatif müdahaleler yollarıyla ya da eylemsizlikle yanıt verdiklerini ortaya çıkarırken başa çıkma kapasiteleri ve uyum sağlama kapasitelerinden yararlandıklarını keşfetmiştir. Bu kapasitelerin kullanımında merkezi ve yerel yönetimler tarafından uygulanan politikaların, destek ve teşviklerin, işletmelerin desteklerden yararlanma becerileri ve karakteristiklerinin, bir yandan da kurdukları çok çeşitli ilişkilerin ve mevcut planlama sisteminin etkin faktörler oldukları görülmüştür. İşletmelerin dayanıklılık kapasitelerini kullanmada ve ayakta kalmalarındaki en önemli unsurların İstiklal Caddesi'nin dayanıklılığı, işletmelerin bu dayanıklılığına olan inançları ve bireysel çabaları olduğu anlaşılmıştır.

İstiklal Caddesi örneği, ayrıca, ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığının oldukça bağlama özgü ve kavramın kendisi gibi özellik, ilke, bileşenlerinin dinamik, esnek ve yeniden inşa edilebilir nitelikte olduğunu kanıtlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Ana alışveriş caddesi, dayanıklılık, sosyo-ekolojik sistemler, COVID-19, İstiklal Caddesi.

High Street Resilience During the COVID-19 Crisis: Istiklal Avenue Case

Elif KIRPIK

Department of Urban and Regional Planning

Doctor of Philosophy Thesis

Supervisor: Prof. Dr. Asuman TÜRKÜN

This thesis aims to provide an in-depth analysis of the resilience of high streets in a broad context, from micro to macro scale, using the example of Istiklal Avenue. It seeks to understand the complex relationships between high streets at different scales, assess the factors that determine their level of preparedness for different crises, including COVID-19, assess the impact and lessons learned from the COVID-19 crisis, and explore the ways in which businesses cope and adapt to this crisis, as well as the support mechanisms they use.

To achieve this, semi-structured in-depth interviews were conducted with business owners, managers/senior managers and employees from 71 businesses in different sectors around Istiklal Avenue and its surroundings. In addition, various spatial analyses were carried out with 53 620 retail businesses across Istanbul to understand the position of high streets within the retail system in Türkiye and to discuss their spatial footprints.

The findings demonstrate that the high streets in Türkiye cannot be considered in isolation from the city centre, which is characterised by a wide and diverse range of commercial forms. Istiklal Avenue, with its surrounding area, represents a historical city center that has retained its function as a shopping street by maintaining its identity despite undergoing various changes, shocks and crises throughout its historical development.

During the COVID-19 crisis, businesses in and around Istiklal Avenue utilised their coping capacities and adaptation capacities to cope with and adapt to the crisis by taking measures to prevent the spread of the pandemic and responding through operational, financial, spatial, alternative interventions independent of the existing business or through inaction.

In examining the effectiveness of these capacities, it became evident that the policies, support and incentives implemented by central and local governments, the ability and characteristics of businesses to benefit from support, as well as the wide range of relationships they have established and the existing planning system, have been found to be significant factors. Moreover, it is clear that the most significant factor influencing the ability of businesses to utilise their resilience capacity and survive is the resilience of Istiklal Avenue, their perception of this resilience and their individual contributions.

The Istiklal Avenue case has also demonstrated that the resilience of high streets is highly context specific and that the characteristics, principles, components and indicators of the concept itself are dynamic, flexible and rebuildable.

Keywords: High street, resilience, socio-ecological systems, COVID-19, Istiklal Avenue.

1 GİRİŞ

İlk kez 2019 yılının sonunda görülen SARS-CoV-2 adı verilen yeni bir koronavirüs tüm dünyaya yayılarak 11 Mart 2020 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü tarafından küresel bir pandemi olarak ilan edilmiş ve Dünya Bankası, Dünya Gıda Programı, Uluslararası Çalışma Örgütü, Dünya Ticaret Örgütü gibi çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından bir afet olarak ele alınarak çok düzeyli politikalara konu olmuştur. Üstelik bu pandemi, ölçeği, nedenleri ve etkileri gibi çeşitli yönleriyle çoklu krizlere de neden olmuştur. Birleşmiş Milletler de COVID-19 pandemisini sadece bir sağlık krizi olarak görmemiş, krizin farklı ölçeklerde çok yönlü kırılganlıkları ve eşitsizlikleri ortaya çıkardığını aktarmıştır (United Nations, 2021). Bu pandeminin dışında, Dünya Ekonomik Forumu önümüzdeki on yıl için ekonomik, jeopolitik ve teknolojik bir çok krizin yanı sıra çevresel ve toplumsal krizlerin kentleri ve ekonomilerimizi fazlasıyla zorlayacağını söylemekte, küresel ve tüm ölçeklerde dayanıklılığa işaret etmektedir (World Economic Forum, 2023).

Ana alışveriş caddeleri de COVID-19 krizinin kapasitelerini zorlayarak gündelik faaliyetlerini askıya aldığı, hasarlar yarattığı, tehditler oluşturduğu, kırılganlıklarını ortaya çıkardığı ve eşitsizliğin en görünür olduğu yerlerden birisi olmuştur. Ticari kentsel koridorlar olarak ele alınan ana alışveriş caddeleri kentler için ekonomik bir yer olmanın yanı sıra ve hatta bazen aşan seviyede sosyallığın ve kültürün üretildiği karmaşık sosyo-mekânsal çevrelerdir. Diğer kent parçalarından ayrı olarak yüksek düzeyde kamusal alan işlevi görür ve kapsayıcılığı, çeşitliliği, canlılığı, kalabalıklığı, özgünlüğü, yer bağlılığı fakat aynı zamanda küresel coğrafyalarla olan ilişkileriyle de karakterize edilir ve genellikle kentler için sembolik anlamlara sahiplerdir. Kentlerin zaten sahip olduğu risklere ek olarak, sahip olduğu bu özellikleri nedeniyle COVID-19 krizinden de önce de doğal afetler başta olmak üzere, iklim değişikliği, ekonomik krizler, terör saldırıları, toplumsal hareketler, kentsel politikalar, sektörel dinamikler, teknolojik gelişmeler ve salgınlar gibi çeşitli çevresel, sosyoekonomik ve politik nedenlerle çeşitli risklerle her an karşı karşıyadırlar.

Geçmişte yaşanan diğer değişimler, şoklar, krizler ve COVID-19 salgını bazı ana alışveriş caddelerin günlük işleyişine ciddi zararlar verip gelecekte canlılıklarını ve

yaşayabilirliklerini yitirmelerine neden olurken, bazı ana caddeler bu tür krizlerden ya en az düzeyde etkilenmiş ya da uyum sağlayarak ve gerekirse dönüşerek kimliklerini ve işlevlerini sürdürmeye devam etmiştir. Gelecekteki krizler karşısında, özellikle geleneksel perakendeciliğin hâlâ hâkim olduğu ve alışveriş işlevinin uzun yıllar boyunca birçok kriz ve değişimle sürdürüldüğü tarihi kent merkezlerinde, ana caddelerin dayanıklılığını neyin sağladığını tartışmak temel bir ihtiyaçtır. COVID-19 krizi böylesi bir tartışmayı yürütmek için eşsiz bir fırsat sunmuştur.

1.1 Çalışmanın Amacı

Bu tez, ana alışveriş caddelerinin COVID-19 ve benzeri krizler karşısında dayanıklılığı üzerine derinlemesine bir analiz sunmayı amaçlamaktadır. Çalışma, İstiklal Caddesi örneği üzerinden ana alışveriş caddelerinin adaptif döngülerini belirleyerek farklı ölçekler arasındaki karmaşık ilişkilerini kavrayabilmeyi, çeşitli krizlere karşı hazırlık seviyelerini belirleyen unsurları değerlendirmeyi, COVID-19 krizine karşı verdikleri yanıtları ve kullandıkları destek mekanizmalarını anlamayı hedeflemektedir. Bu çerçevede, ana alışveriş caddelerinin gelecekteki şoklara ve krizlere hazırlıklı olmak, başa çıkma yollarını geliştirmek, yeni koşullara uyum sağlamak, yeniden organize olmak ve gerektiğinde sistemi dönüştürmek için dayanıklı düşünce biçimini ve dayanıklılık kapasitelerini arttırmayı destekleyen politika araçlarını tartışmayı amaçlamaktadır.

Ana alışveriş caddeleri çeşitli coğrafyalarda, farklı dönem ve bağlamlarda ele alınmış olsa da genellikle perakende odaklı ele alınmaktadırlar. Bu tek odaklı yaklaşım her coğrafyada ve perakende sisteminde ana alışveriş caddesinin rolünü açıklamakta yetersiz kalmakta, kent merkezlerinin sağladığı çok işlevliliği, kullanım amaçlarının çeşitliliğini ve farklı boyutlardaki anlamlarının göz ardı edilmesine neden olmaktadır. Bir yandan da ilgili çalışmalarda ölçeğin yerel ölçeğin üzerinde tercih edilmesi, dolayısıyla, yerele özgü durum ve farklılıkların göz ardı edilmesi bir problem alanı olarak tespit edilmiştir. Bu problemler dayanıklılık söz konusu olduğunda krizlerin etki alanlarının detaylı tanımlanamamasına, kırılganlıkların tek bir sektör üzerinden değerlendirilmesine, ana alışveriş caddelerinin karmaşıklığının ve diğer ölçeklerle ilişkilerinin tam olarak anlaşılamamasına kısacası dayanıklılığın kapsamlı bir bakış açısıyla ele

alınmamasına neden olmaktadır. Üstelik ana alışveriş caddelerinin canlılığı ve yaşayabilirliği üzerine yapılan tartışmalarda da sıklıkla caddede yer alan ticari faaliyet gösteren işletmelerden bahsediliyor olsa da derinlemesine bilgi eksikliği olduğu ve bu cadde bileşeninin caddenin genel dayanıklılığı üzerindeki etkilerinin yeterince çalışılmadığı fark edilmektedir. Tüm problemlere ek olarak, dayanıklılık kavramının ana alışveriş caddelerine uyarlanması sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığının özellik ve bileşenlerinin de aktarılmasında eksikler olduğu tespit edilmiştir. Tüm bu nedenlerle kurgulanan bu tezin ana alışveriş caddeleri ile ilgili temel araştırma soruları;

1. Türkiye’deki perakende ticaretin gelişimi ve mekânsal temsili nedir? Bu sistem içinde ana alışveriş caddelerinin rolü nedir?
2. COVID-19 pandemisi ana alışveriş caddelerinde, ayrıntılı olarak İstiklal Caddesi örneğinde, nasıl deneyimlenmiştir? İşletmelerin krizi algılama, krize hazırlık ve yanıt üretme düzeyleri ne olmuştur? Kriz sırasında hangi dayanıklılık kapasiteleri kullanılmıştır? Bu kapasitelerini kullanmada etkin ya da etkin olmayan mekanizmalar neler olmuştur? COVID-19 krizi sonrasında yeniden örgütlenmeyi kolaylaştıran unsurlar/biraradallıklar nelerdir?
3. İstiklal Caddesi’nin mevcut durumunda itici rol oynayan hangi unsurlar, aktörler ve eylemler bulunmaktadır? Bu durum gelecekteki olası krizler ve yörüngeler hakkında hangi ipuçlarını vermektedir? Sistemin hangi unsurları korunmaya değer ve dayanıklılık inşasını kolaylaştırırken, hangi unsurları kırılganlıklara neden olmaktadır? olarak belirlenmiştir.

Bu çalışmanın, öncelikle Türkiye’deki ana alışveriş caddelerinin perakende ticaret sistemi içinde konumunun anlaşılması ve mekânsal olarak izlerinin tartışılması bakımından literatüre katkı koyacağı düşünülmektedir. Bu katkının ötesinde, tezin temel katkısının seçtiği örnek alanın, İstiklal Caddesi’nin, tarihi bir kent merkezinde yer alarak perakende sektörünün içsel dinamiklerinin yanı sıra, uzun yıllardır fiziksel ve mekânsal eskimeler, neoliberal kentsel politikalar, soylulaşma dalgaları, göçler, marjinal grupların akını, aşırı turistikleşme, konut problemleri, mali krizler, terör olayları ya da doğal afetler gibi birçok ekonomik, sosyal, kentsel, politik, idari ya da çevresel sorunlar, olaylar ve faktörlerden etkilenen tarihi bir ana cadde olmasının literatüre sağlayacağı özgün perspektif ile birlikte

değerlendirilmesidir. İstiklal Caddesi'nin bu karmaşık bağlamda incelenmesi, sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığının kapasite, özellik ve bileşenlerinden beslenmesi ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığı literatürünün gelişmesine katkı koyacaktır. Buna ek olarak, araştırmanın analiz birimi olan işletmelerin kendi pratik deneyimlerinden yola çıkarak anlamamıza olanak veren derinlemesine görüşmeler aracılığıyla yapılması ve her bir işletmenin işyeri sahibi, işletmecisi ya da çalışanının bakış açısıyla krize yanıtlarının değerlendirilmesi, literatürdeki bilgi birikiminin genişlemesine katkı sağlaması beklenmektedir.

1.2 Çalışmanın Kapsamı

Bu tez, COVID-19 salgınını bir sağlık krizinin yanı sıra ekonomik ve sosyal etkileri olan bir kriz olarak ele almaktadır ve karmaşık birer sosyo-mekânsal çevre olan ana alışveriş caddelerinde dayanıklılık teorisini tartışmak amacıyla bir saha çalışması yaklaşımı benimsemektedir.

Tez kapsamında ana alışveriş caddeleri ve dayanıklılık teorisi olmak üzere iki temel alanda bilgi sunulmaktadır. Ana alışveriş caddeleri evrimsel bir yaklaşıma dayanan, sistemleri dinamik ve çok yönlü ele alan, sosyo-ekolojik sistemlerde kullanılan uyarlanabilir dayanıklılık kavramı ile incelenmektedir. Bu tezin ana odak noktası ana alışveriş caddelerinin (yerlerin) sosyo-ekonomik dayanıklılığıdır; ancak, makro ölçekten mikro ölçeğe kadar farklı dayanıklılık biçimlerinin varlığını kabul ederek ve sosyal süreçlerin önemini vurgulayarak çeşitli dayanıklılık türlerine de değinilmektedir.

Tezin kent ve cadde ölçeği olmak üzere iki ölçekte sahası bulunmakta, her iki ölçekte de analiz birimleri olarak ticari işletmeler kullanılmaktadır. Üst ölçek olan İstanbul kenti ölçeğindeki araştırmada, 19 Kasım 2021 tarihi itibarıyla İstanbul'da yer alan ve aktif olarak faaliyet gösteren perakende ticaret işletmeleri dahil edilmiştir. Tezin asıl sahası, odak ölçek olan ana alışveriş caddesinde ise İstiklal Caddesi ve yakın çevresinde yer alan 71 ticari işletme araştırmaya dahil edilmiş, bu işletmelerin işyeri sahipleri, işletmecileri/üst düzey çalışanları ve çalışanlarının bilgisine başvurulmuştur.

Herhangi bir dayanıklılık çalışmasında, odaklanılan sistemlerin tüm aktörleri ve bileşenleri sürece dahil edilmeli ve süreçler kapsamlı bir şekilde incelenmelidir.

Ancak, bu tezin zaman, içerik ve işgücü kısıtları nedeniyle çalışmanın kapsamı belirli aktörlerle sınırlı tutulmuştur.

1.3 Çalışmanın Yöntemi

Dayanıklılık araştırmaları hem fen hem de sosyal bilimlerden gelen yöntemleri içeren geniş bir metodolojiler bütünüdür. Teorik tümdengelimler, matematiksel modeller, ağ analizleri, literatür analizleri, deneyler, anketler, etnografik yaklaşımlar, röportajlar, anketler ve arkeolojik teknikleri içerir (Schiappacasse & Müller, 2018). Dayanıklılık her bir bağlama ve bakış açısına göre değiştiği için, sistemlerin şoklara ve belirsizliklere verdiği tepkileri değerlendirmek için ortak ve evrensel olarak kabul edilmiş hiçbir metodoloji yoktur. Bu tez kapsamında da Tablo 1.1’de görüleceği gibi birden fazla nicel ve nitel yöntemlere başvurulmuştur.

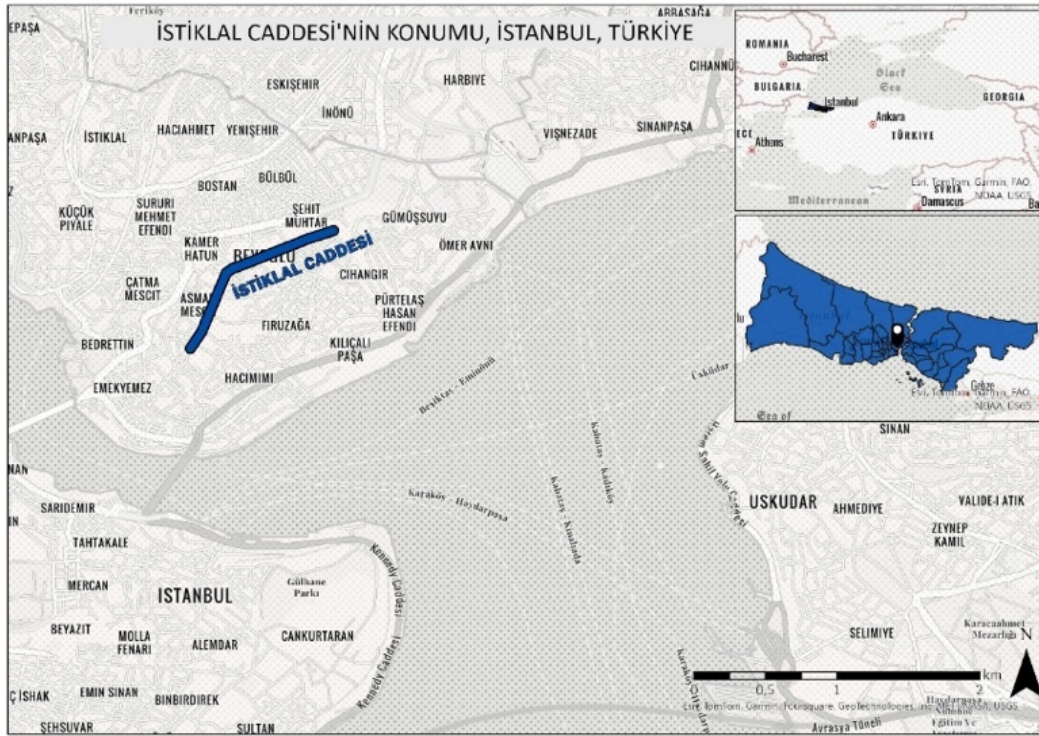
Bu yöntemlerden ilki kavramların tarihsel gelişimini ve içeriğini tariflemek için kullanılan literatür taraması olmuştur. Ana alışveriş caddeleri ve dayanıklılık konularında akademik dergi makaleleri, kitaplar, tezler, kurum raporları ve web sitelerinden yararlanılmış, verilerin tekrarlı olarak gözden geçirilmesi ve yeni bulguların devam eden veri aramalarını yönlendirmesine izin verilmesi sağlanmıştır. Daha sonra kullanılan yöntemler ise bir duruma ait sınırlı mekân ve sınırlı zaman aralığında derinlemesine bilgi sunmaya yarayan durum çalışması kapsamında değerlendirilebilir. Konuyu farklı açılardan anlamak ve açıklamak için birbirini tamamlayıcı olduğu düşünülen alt yöntemlere başvurulmuştur. Bunlar sırasıyla, İstanbul’da ticaret ve perakende ticaretin mekânsallığını keşfetmek için keşifsel mekânsal analizler, İstiklal Caddesi’nin dayanıklılık değerlendirmesini işletmeler ölçeğinden okumak için derinlemesine görüşmeler, İstiklal Caddesi’nin perakende görünümünü ve değişimini tespit etmek için arazi tespit çalışmasıdır.

Tez kapsamında kademeli olarak iki ölçekte, farklılaşan yöntem ve tekniklerle iki ayrı saha çalışması vardır. İlk olarak, İstanbul ölçeğinde, İstanbul Ticaret Odası’na kayıtlı perakende ticaret işletmelerinden oluşan ikincil verilerin kullanımıyla, sektörel ve mekânsal bir perspektiften kentsel perakende sektörünün kent içindeki izleri incelemek amacıyla keşifsel mekânsal analizler yapılmıştır. Bu araştırmanın amacı perakende sektörünün mekânsal kalıplarını tanımlamak, kentteki perakende ticaret alanlarını belirlemek ve ana alışveriş caddelerinin bu alanlar içindeki

dağılımlarını ve hiyerarşik konumlarını tartışmaktır. Bu çalışmaya dair detaylı açıklamalar 2.5.1 Veri Hakkında Bilgi ve Yöntem başlığında yer almaktadır.

Ana alışveriş caddeleri düzeyinde, İstiklal Caddesi'nde çalışılan saha çalışmasının temel hedefi ise, alışveriş caddelerinin COVID-19 krizi esas olmak üzere, bu ve benzeri krizler karşısında verdiği tepkileri anlamak, şokların ve kademeli değişim süreçlerinin istenmeyen etkilerinin en aza indirgenmesi için izlenen yolları değerlendirmek, bu tür sistemlerin yeniden organize olma kapasitelerinin tespit etmek ve bu sayede ölçekler arası ilişkileri de göz önünde bulundurarak bir dayanıklılık yaklaşımının geliştirilmesini sağlamaktır. Burada dayanıklılık için kullanılan temel yöntem gizli, gömülü ya da irrasyonel gerçekleri ve bilgiyi ortaya çıkarmak ve anlamak için kullanılan kalitatif yöntemlerden birisi olan derinlemesine görüşmelerdir. Bu sayede nicel yöntemlerin kolayca ortaya çıkaramayacağı, belirli aktörlerin algılarını, fikirlerini, tercihlerini veya öz değerlendirmelerini bilgi kapsamına dahil ederek dayanıklılığın derinlemesine bir analizini sunmak hedeflenmiştir. Bu yönetime ek olarak İstiklal Caddesi'nin perakende görünümünü ve son yıllardaki değişimini tespit etmek için Arazi Tespit Çalışması gerçekleştirilmiş, toplanan bilgiler ikincil kaynaklar ve kişisel izlenimlerle zenginleştirilmiştir.

Çalışma alanı olarak seçilen İstiklal Caddesi, İstanbul'un tarihi kent merkezlerinden olan Beyoğlu ilçesinde 1,5 yüzyılı aşkın süredir alışveriş caddesi işlevin sürdüren, yayalaştırılmış, 1,4 kilometre uzunluğunda bir alışveriş caddesidir (Harita 1.1).



Harita 1.1 Çalışma alanı olarak seçilen İstiklal Caddesi'nin konumu

Caddenin seçilmesindeki başlıca nedenler; Türkiye'nin ayak sayısı en yüksek caddesi olması (Cushman & Wakefield, 2022a), dünyanın en pahalı perakende caddelerinden birisi olması (Cushman & Wakefield, 2015, 2016, 2017, 2019b, 2022b, 2023b), İstanbul'un Batılı ilk alışveriş mekânı ve tarihi bir ana cadde olması, yalnızca perakende odaklı değil ticaret ve toplumsal işlevi olan birçok sektörün bir arada olması ve ideolojik ve sembolik anlamları nedeniyle klasik ana caddelerden farklı deneyimler yaşamış olmasıdır. Ayrıca işletmeler detayında, mülk sahipliği-kiracılık, çok şubeli-tek lokasyonlu, yerel-uluslararası, geleneksel-modern, mikro-küçük-orta-büyük, aile işletmesi-bağımsız-kurumsal, çalışan sayısı, müşteri profili gibi birçok alanda çeşitliliği barındırıyor olması konunun özünü anlamaya yardımcı olması açısından önemli bir etkidir. Tüm bu nedenlere ek olarak, araştırmacının kişisel/akademik deneyimleri nedeniyle İstiklal Caddesi ve Beyoğlu ile ilgili ön bilgisinin varlığı da etken olmuştur. Bu araştırmaya dair detaylı açıklamalar ve bilgiler 4.1 Saha Çalışması Hakkında Bilgiler ve Yöntem başlığında yer almaktadır.

Tablo 1.1 Çalışmanın yöntemi

Araştırma Amacı	Veri Kaynakları	Yöntem	Veri Analizi
Kavramların tarihsel gelişimini ve içeriğini tariflemek	Akademik Dergi Makaleleri Kitaplar Tezler Kurum Raporları Websiteleri	Literatür Taraması <i>Ana alışveriş caddesi ve dayanıklılık kavramları</i>	Verilerin tekrarlı olarak gözden geçirilmesi Yeni bulguların devam eden veri aramalarını yönlendirmesine izin verilmesi
İstanbul'da ticaret ve perakende ticaretin mekânsallığını keşfetmek	İstanbul Ticaret Odası İstanbul Planlama Ajansı	Durum Çalışması - Keşifsel Mekânsal Analizler <i>İstanbul kentinde perakende ticaret yapan işletmeler</i>	ArcGIS ile haritalama, Mekânsal istatistiki analizler
İstiklal Caddesi'nin dayanıklılık değerlendirmesini işletmeler ölçeğinden okumak	İşletme Sahipleri, Yönetici/ Üst Düzey Çalışan, Çalışanlar	Durum Çalışması Yarı Yapılandırılmış Derinlemesine Görüşme <i>İstiklal Caddesi ve çevresinde 71 işletme ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler</i>	MAXQDA ile metin analizi
İstiklal Caddesi'nin perakende görünümünü ve değişimini tespit etmek	İstiklal Caddesi Google Maps Araştırma Raporları	Durum Çalışması Arazi Tespit Çalışması <i>İstiklal Caddesi üzerinde zemin katta yer alan işletmeler</i>	ArcGIS ile haritalama Değişimi raporlama, tablolaştırma

COVID-19 KRİZİ VE ÖTESİNDE ANA ALIŞVERİŞ CADDELERİ

Bu bölüm tezin ilk kavramsal temasını oluşturan ana alışveriş caddeleri hakkında ön bir bilgi ile başlamakta, daha sonra tarihsel süreçte gelişimi ve günümüzdeki tartışmalarını ele alarak devam etmektedir. Günümüzdeki tartışmalarda bu tezin de temasını oluşturan COVID-19 pandemisi üzerine önemle durulmuş, iyi uygulama örneklerine yer verilmiştir.

Bölümün bir diğer odaklandığı konu Türkiye’de ticaretin gelişim öyküsünü İstanbul kenti üzerinden anlatmaktadır. İstanbul kentinin günümüzdeki perakende ticareti ve mekânsal görünümü üzerine detaylı bir analizle devam eden bölümde ana alışveriş caddelerinin perakende ticaret sistemi içindeki rolü sorgulanmıştır.

2.1 Ana Alışveriş Caddelerine Dair Ön Bilgi

Ticaret insanlığın var oluşundan bu yana kendini çeşitli mekânlarda var etmeye devam etmiştir. Antik Yunan kentlerinde tabarnaelar ve agoralar; Roma kentlerinde forumlar; Orta Çağ’da pazarlar, meydanlar, hanlar, bedestenler, kervansaraylar; 16. yüzyıldan sonra alışveriş caddeleri ve kapalı pazarlar; 19. yüzyılda bonmarşeler; 20. yüzyılda sanayileşen ve banliyöleşen kentlerde süpermarketler, hipermarketler, alışveriş merkezleri ve 21. yüzyılda ise dijital ortam gibi her dönemin kendine has özelliklerini barındıran çeşitli ticaret mekânları var olmuştur.

Kentler için önemli bir ticaret mekânı olan ana alışveriş caddeleri (*ana cadde, alışveriş caddesi*) bu tezin ana çalışma alanıdır. Türkiye’de alışveriş caddeleri sıklıkla caddelerin isimleriyle anılsa da Avrupa ülkeleri ve İngiltere’de genellikle “*high street*”, Amerika, Kanada ve İrlanda’da “*main street*” kelimeleri ile ifade edilmektedir. Ayrıca “*market street, rue principale, front street, fore street, king street, queen street ve hoogstraat*” (Carmona, 2015, s. 3) gibi kelimeler de farklı coğrafyalarda ana alışveriş caddelerini temsil eden diğer kelimelerdir. Kavram için birçok tanımlama yapılsa da genel olarak kabul görmüş bir tanımı yoktur. Bunun temel sebebi farklı coğrafyalarda farklı kullanım ve kabullerinin oluşudur. Küçük bir kentin ya da kırsal alanın yerel dükkânlarının bulunduğu bir alanı temsil

edebildiği gibi, büyük bir kent merkezinin çekirdek perakende alanına kadar farklı büyüklüklerdeki ticari merkezlere atıfta bulunmak için kullanılabilmektedir (Atkinson, 2018).

Aşağıdaki Tablo 2.1’de çeşitli kaynaklarda geçen ana cadde, alışveriş caddesi ya da ana alışveriş caddesi tanımları kavramın çeşitliliği ve sınırları hakkında bir fikir vermektedir.

Tablo 2.1 Ana alışveriş caddesi tanımları

Ana Alışveriş Caddesi Tanımları
“Bir kasabadaki en önemli dükkân ve işletmelerin bulunduğu cadde” (Cambridge Dictionary, t.y.).
“Geleneksel olarak ana cadde, bir kentsel alanın merkezinden geçen ve tüm trafiği taşıyan bir yoldur ve aynı zamanda en fazla sayıda ve en önemli mağazanın bulunduğu ve sivil işlevlerin yerine getirildiği yerdir. Bu caddeler bir zamanlar kasaba veya şehrin “vitriini” olurdu. Günümüzde yapılan yan yollarla artık trafik taşımamaktadırlar ancak yine de alışveriş bölgesinin odak noktası olma eğilimindedirler” (City of Bradford, 2006, s. 83). <i>İngiltere, Bradford kenti</i>
“150 metre içinde 15 veya daha fazla perakende adresinden oluşan bir küme ile tanımlanan, ağırlıklı olarak perakendecilikten oluşan cadde adlandırması” (Office for National Statistics, 2019, s. 20). <i>İngiltere</i>
“Yerel gururun odak noktaları ve ekonomik büyüme, istihdam ve inovasyonun itici güçleri” (Ministry of Housing, Communities & Local Government, 2021a, s. 6). <i>İngiltere</i>
“Ana caddeler şehirlerin ve toplumların kalbidir” (Portas, 2011, s. 3). <i>İngiltere</i>
“İster küçük bir kasaba isterse daha büyük bir kasaba veya şehrin bir parçası olsun, yerel bir topluluğun fiziksel merkezi olarak işlev gören sokaklar veya küçük sokak grupları” (Brett & Alakeson, 2019, s. 9). <i>İngiltere</i>
“Burada tanımlandığı şekliyle ana cadde, her şeyden önce bir faaliyet merkezidir. Sosyal merkezîyetçilik çok önemlidir. İnsanlar bir araya gelir ve ulaşmak istedikleri amaçlar için tasarlanmış veya uyarlanmış bina ve mekânlarda toplanırlar. Ancak aynı zamanda bir hafıza merkezidir: bazen yüzyıllar boyunca devam eden bir faaliyet sürekliliği nedeniyle genellikle önemli bir yerdir. Hafıza ve duygusal bağlılık önemlidir çünkü genellikle 'yer gururu' veya 'yer duygusu' olarak tanımlanan şeyi oluştururlar” (Dobson, 2022, s. 8). <i>İngiltere</i>
“Amerikan şehirlerinin ticari koridorlarının yaya odaklı, karma kullanımlı, çevredeki nüfusa hizmet veren ve küçük ve bağımsız perakendecileri içeren her yer” (Talen & Jeong, 2019, s. 208). <i>Amerika</i>
“Sembolik düzeyde, ana caddeler, yerleşimlerin özel karakterinin, benzersiz kimliğinin ve mekânsal bağ duygusunu güçlendiren fiziksel, sosyal ve kültürel özelliklerin somut bir şekilde hayata geçirilmesidir” (Palaiologou, 2015, ss. 187-188). <i>İngiltere</i>

Yukarıdaki tabloya ve farklı coğrafyalardaki kullanımlarına bakıldığında ana alışveriş caddeleri için birtakım özelliklerin öne çıktığı anlaşılmaktadır. İlk olarak kasaba ya da kent ölçeğinde, genellikle merkez alanda yer aldıkları ve lineer oldukları anlaşılmaktadır. Buna ek olarak bir sokak hiyerarşisinin varlığından da söz edilebilir. Zaten kavramın sıklıkla kullanıldığı İngiltere örneğine bakıldığında, “yüksek” anlamına gelen “high” kelimesinin kullanılarak bir hiyerarşi yaratıldığı görülmektedir. 1650’lerden itibaren Londra gibi İngiliz kentlerinde belirli bir sokak hiyerarşisine göre düzenleme yapılmış, kasabalar arasındaki yollar “highways” olarak adlandırılırken, kent içinden geçen yüksek trafik hacimli caddeler “high streets” olarak adlandırılmıştır (Cox, 2003; Rudlin vd., 2023). Araç yoğun dönemlerde yüksek araç trafiğine sahip olmalarıyla karakterize edilen caddelerde artık kentsel politikaların etkisiyle kent merkezlerinin trafikten arındırılması ve alışveriş fonksiyonu gösteren caddelerin yayalaştırılması nedeniyle bu sokak hiyerarşisi ve karakteri güncelliğini koruduğu söylenemez. Yine de ana caddeler, ikincil ve yerel caddelerle kıyaslandığında cadde genişliği, yapıların fiziksel özellikleri, fonksiyonel kullanımları ve çevreledikleri alanlar bakımından ayrılabilmektedirler (City of Bradford, 2006).

Ana alışveriş caddelerinin büyüklükleriyle ilgili herhangi bir kısıtlama olmadığı fakat bazı kabuller olduğu görülmektedir. Örneğin, İngiltere’de yaklaşık 14.000 adet cadde alışveriş caddesi olarak kabul görmektedir (Ordnance Survey, 2020). Bu kabule göre birbirinden maksimum 150 metre uzaklığa sahip en az 15 perakende biriminin oluşturduğu lineer alanlar ana cadde olarak kabul edilmiştir. Türkiye’deki ticaret yapılanmasında ise böylesi bir kavram kullanılmamakta fakat uluslararası raporlara ve değerlendirmelere göre 11 adet alışveriş caddesinin ülkeyi temsil ettiği görülmektedir (Cushman & Wakefield, 2022b). Elbette, bu Türkiye’de yalnızca 11 adet alışveriş caddesi olduğu anlamına gelmemektedir ancak “ana” diye adlandırabileceğimiz, hem bulundukları kentler için en önemli hem de dünyadaki ana caddeler içinde değerleri ile yer aldıklarını göstermektedir. Türkiye’deki perakende ve kent planlama sisteminde alışveriş caddelerinin özel bir isimlendirmesinin ya da kabulünün olmamasından dolayı ülkede ya da büyük kentlerde kaç adet alışveriş caddesi olduğu bilinmemektedir.

Ana caddelerle ilgili diğer önemli özellik ise ekonomik odaklı merkezler olmakla beraber perakende ticaretin baskın sektör olmasıdır. Bu işlevin yanı sıra alışveriş

caddelerinin toplumsal anlamları da dikkat çekmeye başlamıştır. Birçok ifadede yerel gurur, topluluk hissi, kültürel kimlik gibi kelimeler tercih edilmektedir. Hatta ana alışveriş caddelerinin gelişim tarihçesine bakıldığında da her zaman salt bir ekonomik etkiden söz edilmemekte, sembolik değerinin fiziksel ve ekonomik değerinden daha önce oluştuğu görülmektedir. Örneğin, İngiltere’de 18. yüzyılda boş zamanın kentsel tüketimi ve sosyalliğin kamusal gösterim alanı olarak kullanılan bu caddeler, 19. yüzyılda hem kentleşmenin etkisiyle hem de orta sınıfın yükselişine bağlı olarak günlük alışverişlerin gerçekleştiği ve ticaret işlevini de üstlenen bir alana dönüşmüşlerdir (Griffiths, 2015). Yine de, bu dönemde ana caddelerin yalnızca alışveriş için değil, rekreasyon ve gezinti/eğlence amaçlı da kullanıldığı bilinmektedir (Lysack, 2008).

Günümüz ana alışveriş caddeleri de barındırdığı fonksiyonlar ve ele alınma biçimleriyle oldukça çeşitlidir ve bu çeşitlilik, onların karmaşık ve çok boyutlu doğasını yansıtmaktadır. Günümüzde birçok farklı işlevi bünyesinde barındıran, kentler için birçok anlamda ön plana çıkan bu caddeler, tüketim, hizmetler, yeme-içme ve eğlence gibi pek çok önemli işlevi bir araya getiren ve toplumlar için çeşitli roller üstlenen mekânlardır. Öncelikle, ana alışveriş caddeleri tüketim mekânları olarak işlev görürler. Burada, çeşitli ürünler ve hizmetler tüketicilere sunulur, farklı tüketici gruplarının ihtiyaçlarını karşılamak için oldukça geniş yelpazede ürün ve seçenek sunmaları ile karakterizedirler. Ayrıca, ana alışveriş caddeleri alışveriş fonksiyonunu destekleyici hizmetlerin sunulduğu mekânlar olarak da öne çıkmaktadırlar. Bu hizmetler kişisel hizmetler başta olmak üzere (kuaför, terzi, lostra vb.), finansal (banka, döviz bürosu, sigorta şirketleri vb.), ev (tamirciler, emlakçılar), boş zaman, sağlık, iş (özalit, iş ajansları vb.) ve yönetim (yerel yönetimler, iş edindirme merkezleri vb.) hizmetlerinden oluşurlar. Restoranlar, kafeler, barlar gibi yeme-içme ve eğlence faaliyetleri ise, özellikle pandemi sonrasında ana alışveriş caddelerinin önemli bir parçasını oluşturmaktadırlar. Giderek artan bir eğilimle alışveriş caddeleri perakende odağından çıkarak toplulukların bir araya geldiği, sosyal etkileşimlerin gerçekleştiği ve konserler, festivaller, sergiler gibi kültürel etkinliklerin gerçekleştiği yerler olmaya başlamıştır. Ana alışveriş caddelerinin bu sosyalleşme ve boş zaman aktivitelerine izin veren yapısı aslında bir tür bir aradalığı sağlamakta ve farklı kültürden gelen insanların etkileşimde bulunmasına izin vermektedir. Aynı zamanda, bu caddeler

marjinalleştirilmiş ve yeterince temsil edilmeyen gruplar için doğal mekânsal havzalar sunarlar. Yeni göçmenler, iş arayanlar, yaşlılar, gençler, öğrenciler gibi gruplar bu caddelerde sosyal, kültürel ve ekonomik fırsatlar bulabilirler. Caddelerdeki bu gündelik çeşitlilik, sosyal uyum ve entegrasyon için oldukça elverişli olmasına nedendir. Ana caddeler kamusal alan nitelikleri gösterdikleri için bir toplumu birbirine bağlayan *yapıştırıcılar* olarak ifade edilirler (Fletcher vd., 2016).

Tüm bunlara ek olarak, alışveriş caddeleri eğer tarihi bir özellik taşıyorlarsa genellikle kentin kimliğini ve kültürel mirasını da yansıtmaktadırlar. Burada yer alan tarihi binalar, anıtlar ve diğer yapılar, kentin geçmişini ve kültürel değerlerini yansıtır, toplumun kendini ifade etme yolu olarak da işlev gösterirler. Görüldüğü üzere sosyo-ekonomik ve kültürel çeşitliliğin kaynağı olan ana caddeler (Griffiths vd., 2008) bütün bileşenlerinin toplamından daha fazlasını ifade etmektedirler.

Son olarak, bu tez bağlamında kullanılan ana alışveriş caddesi kavramı, araştırma alanı olarak seçilen İstiklal Caddesi ve Türkiye’deki bağlamı düşünerek, işlevsel olarak perakende ticaretin baskın görünümde olduğu fakat bunun yanı sıra yeme-içme ve eğlence alanları, eğitim ve yönetim alanları, dini tesisler, kültürel merkezler, küçük imalathaneler ve çok daha fazlasını içeren tarihi bir kent merkezi özelliğiyle beraber ele alınmaktadır. Türkiye’deki ana alışveriş caddeleri hiçbir zaman yalnızca ekonomik bir anlam ifade etmemiş, kamusal alan niteliği ve sunduğu çeşitlilikle toplumsal ve sembolik anlamlar taşımış, hatta zaman zaman ideolojik önemi diğer tüm rollerinden daha önemli hale gelmiştir.

Bu konunun daha da iyi anlaşılabilmesi için öncelikle ana alışveriş caddelerinin kentlerin perakende yapılanmasındaki yerinin anlaşılması önem teşkil etmektedir. Benzerlikler olsa da farklı coğrafyalarda farklı zaman dilimlerinde perakende yapılanması gelişmiş ve ana caddelerin rolü de değişmiştir. Bu benzerlikleri ve farklılıkları anlamak adına tarihsel süreçte ana alışveriş caddelerin gelişim öyküsü incelenmiştir.

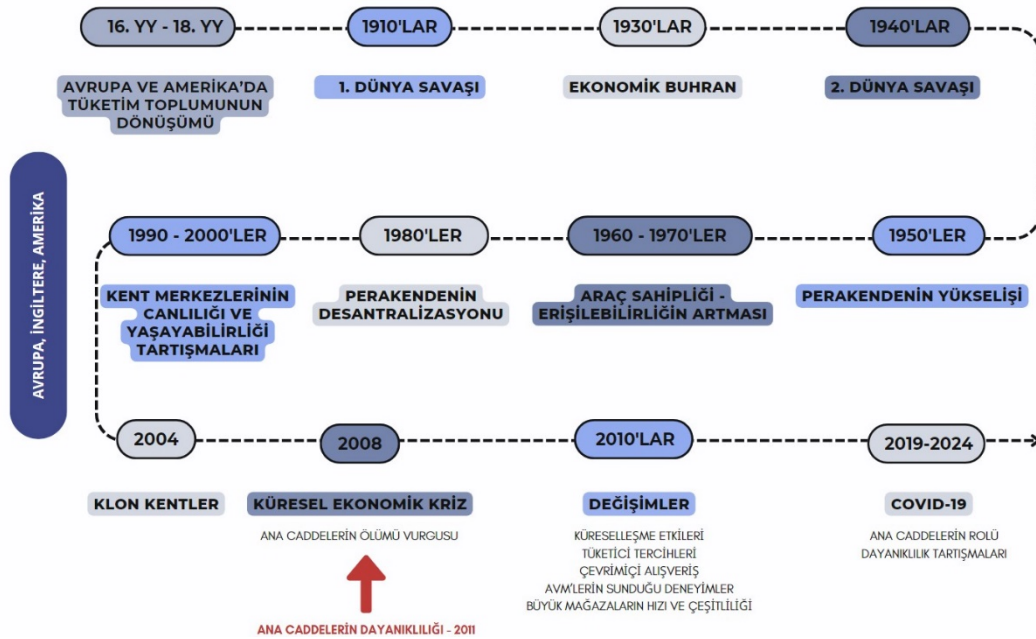
2.2 Tarihsel Süreçte Ana Alışveriş Caddeleri

Ana alışveriş caddeleri var oldukları dönemler boyunca her dönemin kendine özgü gelişmeleriyle değişim ve dönüşüme uğramışlar, gerekirse yeniden şekillenmişlerdir. İlk olarak Avrupa ve Amerika’da tüketim toplumunun dönüşümü ticaret mekânları üzerinde etki yaratmış, ana caddelerin görünümü, verdiği hizmet, rolü ve ticaret sistemi içindeki konumunda değişiklikler meydana gelmiştir. 18. yüzyılda alışveriş caddelerinde cam mağaza vitrinlerinin ortaya çıkması, fakat bunun yanı sıra orta sınıfın daha güvenli ve temiz alanlarda alışveriş yapma ihtiyacı ile alışveriş pasajlarının açılmaya başlaması; 19. yüzyılda kapalı pazarlar ve büyük mağazaların/alışveriş merkezlerinin artması; 20. yüzyılda zincir perakendeciler, süpermarket ve hipermarketler, hemen devamında kent çeperinde ve banliyölerdeki alışveriş merkezleri; 21. yüzyılda ise tematik alışveriş merkezleri ve çevrimiçi alışveriş ortamları her dönemin dinamikleri ve ihtiyaçlarına göre şekillenen ticaret alanlarıdır (Rudlin vd., 2023; Şahin, 2011). Burada belirtmek gerekir ki, gelişmekte olan ülkelerde bu süreç farklı şekilde ilerlemiş, özellikle alışveriş merkezlerinin ortaya çıkışı ve sonrasındaki etkileri gelişmiş ülkelere göre çok daha geç başlamıştır. Türkiye’deki bu süreç İstanbul kenti üzerinden 2.4 Türkiye’de Perakende Ticaretin Gelişimi ve Ana Caddelerin Rolü isimli başlıkta anlatılacaktır.

Birçok anlatıda ana alışveriş caddelerinin Avrupa ve Amerika bağlamındaki problemleri 1960’lardan sonra başlamış gibi görünse de 1900’lü yıllardan itibaren çeşitli yavaşlama dönemleri olmuştur. Orta sınıfın yükselişine bağlı olarak 18. ve 19. yüzyıllarda giderek artan öneme sahip olan ana caddeler, 20. yüzyıla gelindiğinde büyük ekonomik problemlerle yüzleşmek durumunda kalmışlardır. İlk olarak, 1. Dünya Savaşı’nın etkileriyle birlikte, ithalatın büyük ölçüde kesilmesi, kaynakların talebi karşılayamaması, fiyatların artması ve gıda isyanlarının başlaması gibi birçok toplumsal ve ekonomik sorunlar yaşanmıştır. Hemen ardından 1929 Ekonomik Buhranı hem işsizliğin artmasına neden olmuş hem de kent merkezlerinin canlılığın yitirilmesine neden olmuştur. Bir yandan küçük işletmeler iflas edip geleneksel ticaret kolları küçülürken, bir yandan da bu ortam elinde sermayesi bulunan büyük işletmeler için avantaja dönüşmüş, Marks & Spencer gibi büyük markalar ana caddeler karşısında varlığını göstermişlerdir (BBC History Magazine, 2010). Ve nihayetinde 2. Dünya Savaşı’nın başlaması, İngiltere başta olmak üzere devletler tarafından gıda karnesi, kıyafet karnesi gibi

uygulamaların başlamasıyla tek ürün satan geleneksel perakendeciyi çoklu ürünler satan işletmeler karşısında dezavantajlı duruma düşürmüştür (BBC History Magazine, 2010).

1950’li yıllarda kemer sıkma dönemi son bulmuş, artık perakendede bir yükseliş başlamıştır fakat bir yandan da ana alışveriş caddeleri için perakendenin kendi içindeki dönüşümü baskın bir sorun olarak ortaya çıkmaya başlamıştır. 1960’larda çok çeşitli ürünleri bir arada satan süpermarketlerin baskınlığı, 1970’lerin sonunda büyük yapı marketleri gibi perakende parklarının ve depolarının oluşmasıyla devam etmiştir. Kent merkezi dışında konumlanan bu büyük hacimli perakende alanları geleneksel ana caddelerde satılan ürün ve verilen hizmetlerin de kent çeperindeki alışveriş merkezlerine kaymasına neden olmuş ve 1980 sonrası perakendenin desantralizasyonu net bir şekilde görünür hale gelmiştir (Şekil 2.1).



Şekil 2.1 Avrupa, İngiltere ve Amerika’da ana alışveriş caddelerinin tarihsel süreçte gündemleri

İngiltere örneğinde merkezi hükümet kent dışında yer alan yeni perakende alanları için 1970’li yıllardan başlayarak politikalar üretmeye çalışmıştır fakat etkin bir içeriğe ve yönlendirmeye dair adımlar atılamamıştır. Ancak 1996 yılına gelindiğinde “Planning Policy Guidance Note 6: Town Centres and Retail Developments” isimli belge kent merkezlerinin ve ana caddelerin yeni perakende dağılımı karşısında çöküşünü engellemek adına kamu tarafından hazırlanan bir belge niteliği göstermiştir. Belgede “şehir merkezlerinin canlılığını ve

yaşayabilirliğini sürdürmek ve geliştirmek” hedefi ile bir yatırım yapıldığında eğer uygunsa önce kent merkezinin daha sonra kent merkezi dışındaki alanların kullanılmasını önerilmiştir ve bu yaklaşım yalnızca ekonomik sürdürülebilirliği desteklemesi nedeniyle eleştirilere konu olmuştur (Tomalin, 1996). 2005 yılına gelindiğinde, bu politika perakende odaklı bir yaklaşımdan kent merkezlerinin yönetimi stratejisine genişletilerek sürdürülebilir kalkınma hedefiyle geliştirilmiştir (Griffiths vd., 2008).

2000’li yıllardaki küreselleşme ve bilgi teknolojilerindeki gelişme ile küresel pazarda faaliyet gösteren perakende ticaret birimlerinin sayısının artması da ana caddelerdeki değişim süreci üzerinde etkili olan bir diğer dinamik olmuştur. Ana alışveriş caddeleri bu sorunun üstesinden gelebilmek için belli bir değişim geçirmek zorunda kalmışlardır. Çünkü geleneksel küçük ölçekli perakendeciler rekabet edemeyip kapanmak durumunda kalabilirken, zincir mağazalar konum tercihlerini önce caddelerde fakat daha sonra özellikle ekonomik durgunluk dönemlerinde farklı avantajları nedeniyle alışveriş merkezlerinden yana kullanmışlardır. Bu dönemde alışveriş caddelerinin klonlaşması (New Economics Foundation, 2010; Oram vd., 2003; Simms vd., 2005) dikkat çeken en önemli problemlerden biriyken değişen tüketici tercihleri, perakendenin yer seçimi, alternatif mekânların sunduğu yeni olanaklar ana alışveriş caddelerini oldukça zorlarken asıl “ölüm” olarak adlandırılan süreç 2007 – 2008’de yaşanan küresel ekonomik krizle başlamıştır. Bu krizle kent merkezlerinde perakende oranının azalması, boş birimlerin artması ve sonrasında satış oranlarında internet satışının payının artması İngiltere’deki ve birçok Avrupa ülkesindeki alışveriş caddeleri için tekrarlı bir şekilde ölümün gerçekleştiği vurgusunun yapılmasına neden olmuştur. Öyle ki, bu endişelerle 2011 yılında perakende gurusu olarak anılan Mary Portas İngiltere’deki ana caddelerin durumunu araştırmak üzere görevlendirilmiştir. Portas, hazırladığı raporda artan çevrimiçi satışlar, büyük mağazaların hızı ve çeşitliliği, alışveriş merkezlerinin sunduğu deneyimler ve değişen müşteri profiline dikkat çekmiştir (2011). Bu çalışmanın ana katkılarından birisi ana alışveriş caddeleri için farkındalık yaratması ve daha sonraki araştırmalara öncü olmasıdır. Artan farkındalıkla ve ihtiyaçlarla birçok araştırmacı ve kurum benzer sorunları tespit etmişler, caddelerin canlılığı ve yaşayabilirliğini geri kazanmanın nasıl gerçekleşebileceğini tartışmışlardır (Brett & Alakeson, 2019; Grimsey vd., 2020; High Streets Task Force, 2020b; Institute of

Health Equity, 2018; Local Government Association, 2021a, 2021b, 2022; Ministry of Housing, Communities & Local Government, 2021a; Ntounis vd., 2023; Parker vd., 2015, 2017; Roberts, 2014; UCL Transport Institute, 2014; We Made That & LSE Cities, 2017; Wrigley & Brookes, 2014; Wrigley & Lambiri, 2015). Bu tartışmalar sürerken ve ana alışveriş caddelerinin canlanması için adımlar atılırken bu kez belirli coğrafi alanları ya da ekonomileri etkileyen bir kriz değil, 2019 yılının sonundan itibaren tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 krizi ortaya çıkmış ve ana alışveriş caddeleri için mevcut sorunlara bir yenisi daha eklenmiştir. Hem COVID-19 krizi hem de ana alışveriş caddeleri için güncelliğini koruyan diğer tartışmalar bir sonraki bölümde ele alınmaktadır.

2.3 Ana Alışveriş Caddelerine Dair Güncel Tartışmalar

2.3.1 Ana Alışveriş Caddelerinin Sorunları

Bugün, ana alışveriş caddelerinin problemleri her geçen gün yenileri eklenerek devam etmektedir fakat ana caddelerdeki değişimler ve problemler yalnızca günümüzle ilgili değildir. Global, ulusal ya da yerel birçok etken caddelerde değişimlere neden olmaktadır, bunlardan bir kısmı şok halinde bir olaya hızlı bir şekilde maruz kalarak, bir kısmı ise yavaş yavaş gerçekleşmektedir. Bu değişimin itici güçlerini ele aldığımızda oldukça çeşitli etkenlerle karşılaşmak mümkündür. Findlay ve Sparks (2014b) yerel ve ekonomik bağlamda, yapısal değişimlerde veya daha geniş ekonomik bağlam ve yapısal süreçlerle ilgili birçok faktör ve değişimin perakende üzerinde, dolayısıyla ana alışveriş caddelerinde, etki yarattığını iddia etmişlerdir (Tablo 2.2). Örneğin, yerel düzeyde bir yatırım, dönüşüm ya da yatırımdan vazgeçme durumlarına bağlı olarak talep artar ya da azalırken; ekonomik bağlamda bir patlama ya da düşüş yaşandığında ise perakendeye ve ana caddelere yansması gerçekçi olmayan tüketici harcamaları, artan fiyat farkındalığı, kalıcı olarak mağazaların boş kalması, şubelerin kapanması, düşük gelirler, yeni yatırımlar ve yenilemelerin eksikliği olarak görülmektedir (Findlay & Sparks, 2014b). Bir yandan da sadece yereldeki değil, daha geniş ekonomik bağlam ve süreçlerde gerçekleşen küreselleşme, uluslararasılaşma gibi değişimlerin alışveriş kalıpları ve tüketici tercihlerini değiştirdiği, küresel trendlerin etkisiyle perakende tiplerinin değişebildiği anlaşılmaktadır.

Tablo 2.2 Perakendedeki değişimin itici güçleri (Findlay & Sparks, 2014b)

Değişimin Seviyesi	Ekonomik Süreçler	Perakendeye Etkileri
Yerel Bağlam <i>Yerel düzeydeki süreçler</i>	- Yatırım - Yatırımdan vazgeçme - Dönüşüm	- Artan veya azalan yerel talep - Yerel talep türünde değişiklik - Karışıklık dönemi
Ekonomik Bağlam <i>İş döngüleri</i> <i>Tüketici harcamaları</i>	- Patlama ve düşüş	- Gerçekçi olmayan tüketici harcamaları - Artan fiyat farkındalığı - Boşluk eğilimleri, özellikle kalıcı boşluklar - Şube kapanışları - Perakende başarısızlığı - Yeni yatırım ve yenileme eksikliği
Yapısal Değişim <i>Perakende formatları</i>	- İnternet - İş maliyetleri - İşsizlik - Gayrimenkul - Planlama	- Çoklu perakendeciliğin artan rolü - Karşılaştırmalı perakendeciliğin başarısızlığı - Ağırlıklı olarak perakende satıştan hizmet ve eğlence kullanımlarına geçiş - Önce hipermarket (gıda ve gıda dışı temelli) perakendeciliğine ve sonra da daha küçük şehir içi market formatlarına geçiş - Uzmanlaşmış perakendeciliğin ve belirli perakende ürünlerinin mağaza bazlı perakendecilikten internet perakendeciliğine taşınması - İndirimli perakendeciliğin geniş kabul görmesi - Daha düşük karlılık ancak yüksek işletme maliyetleri - Mağaza ağının yeniden düzenlenmesi
Daha geniş ekonomik bağlam ve süreçler <i>Perakendeciliğin küreselleşmesi- uluslararasılaşması</i> <i>Sosyal, demografik ve kültürel değişim</i>	- Perakendecilerin hedefleri - Değişen alışveriş kalıpları ve tüketici tercihleri - Yeni tüketici segmentasyonu	- Perakende satış yerlerinin tipleri toplumdaki segmentasyon derecesini yansıtır - Küresel trendlerin perakende ağları ve inovasyon üzerindeki etkisi görülür - Pazara yeni girişler olur (uluslararası internet işletmeleri dahil)

Bu tabloda üzerinde dikkatle durulması gereken değişimlerden birisi perakendenin kendi içindeki yapısal dönüşümüdür. Bu dönüşümün tarihsel izlerine bakıldığında ilk izlerin 1970’lerde özellikle İngiltere’de araç kullanımının artmasıyla başladığı; Amerika’da ise daha önceki bir tarihe, 1956’da ilk alışveriş merkezinin açılmasına dayandığı söylenmektedir (Jones, 2021). Tarihler değişse de perakendede temel değişimlerin araba sahipliği ve buna bağlı olarak hareket alanının genişlemesi, perakendenin değişen yer seçimleri ve alışveriş merkezlerinin açılması ortaklaşan olgular olarak görülmektedir. Son yıllardaki kentsel perakendecilik sistemindeki değişimler ise Dolega ve Celinska-Janowicz (2015) tarafından 4 ana nedenle açıklanmıştır: çevrimiçi perakendeciliğin artması, büyük ölçekli perakende

mağazalarının ve indirim mağazalarının etkisi, kullanıcıların her şeyi bir arada bulabilecekleri tek durak mağazaları tercihi (kolaylık kültürü) ve boş zaman faaliyetlerine olan talebi artırabilecek ve harcanabilir gelirin dağılımını kutuplaştıracak düzeyde demografideki değişiklikler. Findlay ve Sparks (2014b) bu etkileri destekleyici şekilde karşılaştırmalı perakendeciliğin başarısızlığına karşın çoklu perakendeciliğin artış eğilimi, bazı mal ve hizmetlerin yalnızca internet satışına geçmesi, işletme maliyetlerinin artması ve perakendeden diğer sektörlere geçişleri de eklemişlerdir ve bu yapısal değişimleri internet kullanımının artması, iş maliyetlerindeki değişkenler, işsizlik, gayrimenkul sektöründeki değişimler ve planlama ile ilişkili bulmuşlardır.

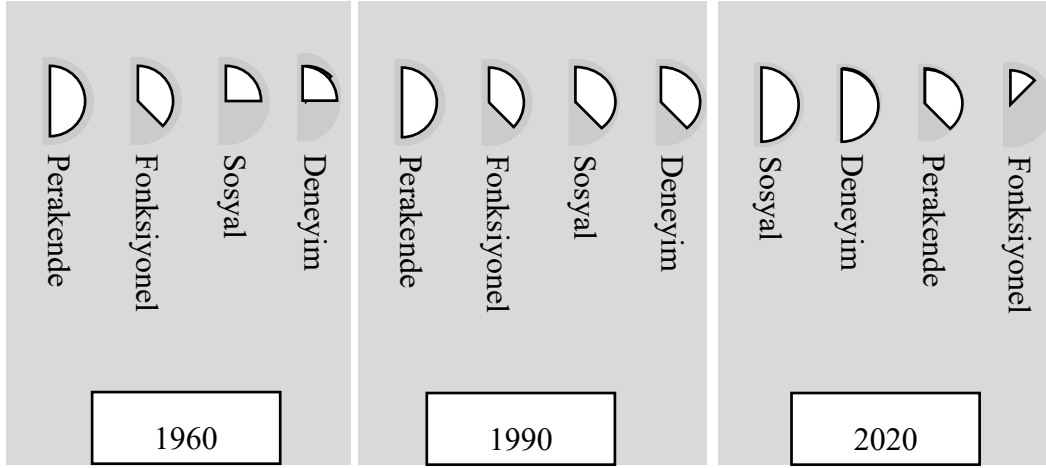
Anlaşıldığı üzere ana alışveriş caddelerindeki perakendeciliğin nasıl ve neden değiştiğini düşünürken, perakendeciliğin günümüzde de kendi içindeki değişim mekanizmalarını dikkate almak önemlidir. Bunlardan ilki, eskisi gibi uzmanlığa ya da sınırlı ürün yelpazesine hizmet veren mağazalar yerine ürün yelpazesi çok daha geniş, birçok markayı bünyesinde bulunduran büyük mağazaların artmasıdır. Türkiye pazarında bu mağazalara Boyner ve Marks&Spencer gibi mağazalar örnek verilebilir. Tıpkı süpermarketler gibi kolaylık kültürü ile ilişkili olarak ortaya çıkan bu mağazalar hem caddelerde hem de alışveriş merkezlerinde artık sıklıkla karşılaşılan, bir yandan da sokaktaki yaya akışının duraksamasına neden olan kullanımlardandır.

Bu değişim mekanizmalarına şüphesiz ki COVID-19 pandemisinin de etkisi büyük olmuştur. Pandemide temel olarak, müşteri tercihleri değişmiş, eğlence amaçlı alışverişten faydacı alışverişe doğru bir kayma gözlemlenmiş (Enoch vd., 2022a), zaten yükselişte olan internet alışverişi caddelerde fark edilir seviyede değişikliklere neden olmuştur. Kullanıcılar çevrimiçi ürünlerde karşılaştırma fonksiyonunu indirim fırsatları ile birleştirerek çevrimiçi alışverişi fiziksel mağazacılığa tercih etmişlerdir. Bu durumun ana caddelere birden fazla yansımaları olmuştur. İlk olarak artık ana caddelerde büyük mağazalara ek olarak perakendede çeşitli ortaklıklar da görülmektedir. Örneğin bir giyim mağazası, mağazayı bir kahve standı ile paylaşabilmekte ya da kırtasiye-kitap satışı yapan mağazalar kendi bünyelerinde kafeler açabilmektedir. Bu tür perakende birleşmelerinin müşterinin hem alışveriş hem de boş vakit geçirme alanlarını birleştirerek daha işlevsel hale getirmek amacıyla yapıldığı düşünülse de işletmeler özelinde bakıldığında bu

birleşmeler çoğu zaman ekonomik krizden kurtulmak için birer araç olarak kullanılmışlardır. Bir diğer perakende dönüşümü ise ana caddelerde yer alan mağazalarda “Click&Collect” uygulamasının başlamış olmasıdır. Pandeminin etkisiyle beraber artan bu kullanım, caddedeki perakende dönüşümünün yenilikçi yaklaşımlardan birisi olarak değerlendirilmektedir. Birçok perakendeci pandemi sürecinde çevrimiçi alışveriş yatırımlarını arttırmış, daha önce hiç çevrimiçi faaliyet göstermeyenler de faaliyet göstermeye başlamıştır. Fiziksel mağazacılığı terk etmeyen fakat çevrimiçi alışverişin de gücünün farkına varan işletmeler internet alışverişi yapan müşterilerinin ürünleri mağazadan alabilmelerine, böylelikle deneyip hemen iade/değişim yapabilmelerine olanak vermektedir. Henüz caddelere tam olarak nasıl bir etkisi olacağı bilinmeyen bu kullanımın giderek küçülen mağaza kullanımlarına yol açması ihtimaller arasındadır.

Ana caddelerde pandemi ile gözlemlenen bir diğer yansıma perakende oranının giderek düşmeye başlaması ve bu durum karşısında ana caddelerin ayakta kalabilmek ve uyum sağlayabilmek için işlevsel değişikliklere başvurmasıdır. Ana caddelerde ve hatta alışveriş merkezlerinde perakende mağazalarının sayılarının azalarak yeme-içme mağazalarının payı artmaya başlamıştır. Bu değişim olumsuz bir değişim olarak okunmamalı, yalnızca ana caddelerin rolünün değiştiği anlaşılmalıdır. Tarihsel süreçte de benzer bir değişim görülmekte, fakat bahsedilen değişimin son değişimin aksine oldukça yavaş olduğunu anlamak gerekir.

Şekil 2.2’de de görüldüğü gibi ana alışveriş caddeleri 1960’lı yıllarda öncelikli olarak perakende, daha sonra fonksiyonelliği için tercih edilirken sosyal ve deneyim rolleri göz ardı edilecek kadar az seviyededir. 1990’lu yıllarda yine perakende fonksiyonu öncelikli olmaya devam etmiştir fakat fonksiyonel, sosyal ve deneyim rolleri nedeniyle de tercih edilmeye başlanmıştır. Günümüze gelindiğinde ise ana alışveriş caddelerinin sosyal ve deneyim rolünün hem perakende hem de fonksiyonel rolünün de önüne geçtiği görülmektedir. Teknolojik gelişmelerin yere bağımlılığı azaltması perakende ve alışveriş için geçerli iken sosyalleşmeye ve deneyime bağlı ihtiyaçların yere ihtiyacı hâlâ devam etmektedir ve bu ana alışveriş caddelerinin rolünün değişiminde direkt olarak etkilidir.



Şekil 2.2 Ana alışveriş caddelerinin değişen rolü
(Local Government Association, 2022) 'dan uyarlanmıştır.

Aslında bu tür bir değişimin 2000'li yılların başından itibaren ana alışveriş caddelerinde zincir mağazaların artarak, çeşitliliğin azalması ve klonlaşmanın başlamasıyla bir ihtiyaç haline geldiği söylenebilir. 2004 yılında New Economic Foundation tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarının yayınlandığı “Clone Town Britain: The Survey Results on the Bland State of the Nation” (Simms vd., 2005) isimli rapor İngiliz ana caddelerinde yerel dükkanların kaybolarak, yerine zincir moda markalarının ve fast-food zincirlerinin her ana caddeyi birbirine benzettiği vurgusunu yapmıştır. Hatta bu klonlaşma sadece markalarla değil, caddenin fiziksel görünümüyle de ilişkilendirilmiş, yapıların cam, çelik ve betonlarla bezendiğini, cephelerin ve vitrinlerin bu denli tektipleşmesinin yerel karaktere zarar verdiği ve yer duygusunu kaybettirdiğini vurgulamışlardır. Buna ek olarak, 2008 Ekonomik Krizi bu tür zincir mağazaların ekonomik durgunluk dönemlerinde daha karlı yerler arayışına girerek ya da az kar eden şubeleri kapatarak çözüm yolları aradıklarını, dolayısıyla ana caddeleri savunmasız hale getirdiklerini göstermiştir (New Economics Foundation, 2010). Bugün klonlaşma konusu ana caddelerin ana sorunu olmasa da hâlâ bir problem olmaya devam etmektedir. Özellikle perakende sektörü 2000'li yıllardan sonra değişikliğe uğrayan gelişmekte olan ülkelerde günümüzde zincir mağazaların çokluğu nedeniyle tektipleşmenin hâkim olması ve her ana caddenin birbirine benzemesi kırılganlık yaratan ana etkenlerden birisidir.

Yine Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde ana alışveriş caddeleri için bir diğer problem devletlerin uyguladığı neoliberal politikalaradır. 2000'li yıllardan sonra alışveriş merkezlerinin hızla ve kontrolsüzce artması geleneksel ana caddelerin

karşısında alternatif bir tüketim mekânı oluşturmuş, iklimik özellikleri belirli mevsimlerde tüketicilerin sosyalleşmesi için de uygun bir seçenek haline getirmiştir. Belirtmek gerekir ki, bu etki yine de Türkiye ana caddeleri için İngiltere ana caddeleri gibi caddelerin ölümüne neden olmamış, daha çok caddelerdeki müşteri profilinin değişimine neden olmuştur (Ozuduru, 2019).

Devletin neoliberal politikaları yalnızca tekil alışveriş merkezleriyle sınırlı kalmamakta, kent çeperlerinin giderek genişlemesi, yeni tip konut alanlarının oluşması, rezidansların zemin katlarında alışveriş merkezleri ile üretilmesi, kurvaziyer liman projeleri, tarihi kent merkezlerinde parçacıl projelerin üretilmesi ve yatırımların yapılması gibi birçok politika ana alışveriş caddeleri için tehdit oluşturmaktadır (Adanalı, 2011). Örneğin bu tezin de çalışma sahası olan İstiklal Caddesi'nde yabancı sermayenin mülk edinmesi, Narmanlı Han gibi tarihi yapıların restore edilerek işlevlerinin tamamıyla ticarete konu edilmesi, caddeye yakın bir konumda bulunan Tarlabası Kentsel Dönüşüm Projesi ya da Galataport gibi projeler cadde çevresinde soylulaşmaya, caddede ise kullanıcı profilinin değişmesine ve zamanla kimliğinin de değişmesine neden olmaktadır. Üstelik Türkiye'de neoliberal politikaların uygulandığı 1980'lerden bu yana hem yerel yönetimler hem de merkezi yönetim açıkça yabancı yatırımcılara çağrılarını bulunmakta, ülke perakende ve perakendeye dayalı gayrimenkul yatırımları için pazarlanmaktadır. Buna bağlı olarak, modern perakendeciliğin hızla ve kuralsızca var olması hem geleneksel küçük esnafı tehdit etmiş hem de kentsel gelişimi kontrolsüz bir şekilde yönlendirmiştir. Devletin yerli geleneksel küçük esnaf için herhangi bir politikası olmadığı görülürken, yabancı büyük şirketler için teşvik edici mekanizmaları vardır. Ayrıca merkezi yönetim karşısında yerel yönetimlerin giderek zayıflaması da ana caddeleri tamamen zora sokmakta, istenmeyen değişimlere karşı eylem almayı imkansızlaştırmaktadır.

Bir diğer sorun, kira düzeylerini tamamen piyasanın şekillendirdiği ana alışveriş caddelerinde gerçekleşmektedir. İşlevsiz mülk sahipliği olarak adlandırılan, ana caddelerin rant değerinden dolayı gayrimenkullerin kullanım değil, yalnızca yatırım amacıyla ele geçirilmesi ortaya bir sorun olarak çıkmaktadır. Yatırım amacı taşıyan bu mülklerde yatırımcının temel beklentisi ekonomik getirisi olmakta ve bu durum işletmeler için yüksek işletme maliyetleri fakat düşük karlılıkla sonuçlanmaktadır. Bu yüksek giderlere dayanamayan işletmeler nedeniyle de

caddelerdeki el değiştirmeler hızlanmaktadır. Caddelerin kimliğini korumasını zorlaştıran bu el değiştirmeler aynı zamanda küçük ve mikro, hatta start-up işletmelerin caddeye girişini de zorlaştırarak çeşitliliğine zarar vermektedir.

Elbette ana alışveriş caddelerinin çoklu boyutlarıyla eskimesi/köhnemesi de ana alışveriş caddelerinin problemlerindendir. Hughes ve Jackson (2015) ana caddelerde geçerli olabilecek ekonomik, çevresel, işlevsel ve mekânsal eskimeler başta olmak üzere yasal, yönetsel, sosyal, toplumsal, algısal ve teknolojik gibi birçok eskime türü olabileceğinden bahsetmişlerdir. Bu eskimeler çeşitli düzeylerde ve aktörlerde gerçekleşebildiğı gibi, bazı durumlarda birbirinden ayırt etmek de zordur. Ekonomik eskime daha çok alışveriş caddesinde satılan ürün ve verilen hizmete gelen taleple ve dolayısıyla yatırımlarla ilgiliyken; çevresel eskime kentsel köhneme ya da altyapı eksiklikleri gibi çevredeki olumsuz gelişmelerle; fiziksel eskime ise yapıyla ilgilidir ve bu yapının günün ihtiyaçlarına cevap verememesi anlamına gelmektedir. En yalın haliyle alışveriş caddesinin değerinin düşmesi anlamına gelen mekânsal eskime ise fiziksel yapı stokunun eskimesi, afet durumunda risk oluşturabilecek yapılara sahip olması, kullanılmayan yapılar nedeniyle boşluk oranlarının artması, güncel ihtiyaçlara cevap verememesi, ekonomik yatırımların yapılmaması, yenileme ve restorasyonlar için kaynak eksikliğı, otopark sorunları gibi çok çeşitli nedenlere ve diğer eskime türlerine bağlı olarak meydana gelebilmektedir. Örneğın, Dokmeci ve diğerleri (2007) İstiklal Caddesi örneğı ile 1990'lı yıllarda burada bulunan binaların modern normlara uymamasının ve gereksinimlere yanıt üretememesinin yapılarda işlevsel eskimeye neden olduğı, çevresel faktörlerle birleşerek ekonomik sorunlara ve nihayetinde mekânsal eskimeye neden olduğunu belirtmişlerdir. Yazarlar İstiklal Caddesi'ndeki bozulmaların ardından metro bağlantısının oluşturulması, alışveriş caddesinin trafikten arındırılarak yayalaştırması gibi yeniden canlandırma politikaları ile mekânsal eskimenin giderildiğini iddia etmişlerdir. Hughes ve Jackson da benzer bir eğilimle çevresel, işlevsel ve ekonomik eskimelerin katkısıyla perakendede mekânsal eskimeler olduğı iddia etmişlerdir (2015).

İngiltere'de bulunan Institute of Health Equity sağlıksız ana caddelerin özelliklerini belirtirken çevresel eskime ve sosyal eskimeye dair birçok özellikten bahsetmişlerdir. Fiziksel köhneme, yeşil altyapı eksikliğı, döşeme sorunları, kapsayıcı olmayan tasarımlar, gürültü ve hava kirliliğı, sosyal köhneme, suç ve suç

korkusu, perakende çeşitliliğinin az olması gibi sorunlar barındıran ana caddeler sağlıklı olarak nitelendirilmiştir (Institute of Health Equity, 2018).

Dobson (2022) tüm bu sorunlara ek olarak İngiliz ana caddeleri özelinde iklim krizi ve dünyanın zorlukları için planlama yaklaşımına da dikkat çekmiştir. Aslına bakılırsa bu problemler yalnızca İngiliz ana caddeleri için değil, neredeyse tüm alışveriş caddeleri için geçerliliğini koruyan problemlerdir. İklim değişikliği tüm yerleşmeleri tehdit ederken ana caddeler düzeyinde de dikkatle ele alınmalı, ana caddeler iklim duyarlı çevre özelliği göstermelidir. Planlamaya dair problemler ise yerel ve ulusal ölçeklerde farklılık göstermesine rağmen farklı uygulamalar ve sorunlarıyla ortak bir alanı temsil etmektedir. Örneğin, daha sonra da bahsedileceği gibi İngiltere gibi ülkelerde planlama bağlamında ana caddeler için alınan kararların esnekliğe yer bırakmayacak derecede kurallarla belirlenmiş olması kırılganlıkları arttırırken, Türkiye gibi ülkelerde ise fazlasıyla esneklik ana caddeleri yalnızca piyasanın şekillendirerek farklı yönleriyle kırılganlıklarının artmasına neden olmaktadır. Burada yine düzenleyici rolü üstlenmesi gereken yerel yönetimlerin rolünün eksikliği dikkat çekmektedir.

Her ne kadar yaygın literatürde ana caddelerin sorunları genellikle perakende odaklı ele alınsa ve krizlerinin ekonomik olduğu görülse de COVID-19 pandemisi bu yönü değiştirmiş, bir sağlık krizinin de ana caddelerin geleceğini şekillendirebileceğini göstermiştir. Bu kriz diğer krizlerden ya da yavaş değişimlerden farklı olarak belki de ilk kez caddelerin tam kapanma yaşanmasına, işletmelerin iyi ya da kötü hiçbir şekilde işlev gösterememesine neden olmuştur. Temel ihtiyaçlar için verilen izinler ya da farklı uygulamalarla ana caddeler canlandırılmaya çalışılsa da ayak sayısı büyük oranlarda düşen ana caddelerin (Koster vd., 2022) tekrar ayağa kalkması diğer krizlerdeki süreçlerden çok daha elzem olmuştur. Üstelik bu kriz doğası gereği diğer tüm sorunların büyümesine de alan açmış ve yenilerini eklemiştir. Bu tez kapsamında örnek alan üzerinden derinlemesine analiz edilecek olan bu konu ana alışveriş caddelerini yeniden düşünmek için bir fırsat yaratmış, bir yandan da farklı ülkelerin ana caddelerini canlandırmak ve dayanıklılıklarını arttırmak için çözüm önerilerine ve uygulamalarına şahit olmamıza olanak sağlamıştır. Bir sonraki bölümde planlama politikasında ve ekonomik alanda yaptığı destek ve teşviklerle İngiltere örneğine, sonrasında ise iyi uygulama örneklerine yer verilecektir.

2.3.2 COVID-19 Krizinde İzlenen Politikalar ve Uygulama Örnekleri

Küresel pandemi karşısında ülkeler ekonomilerini koruyabilmek adına birçok çeşitli politika araçlarını devreye sokmuşlardır (International Labour Organization, 2023). Kentler için önemli birer ekonomik merkez olan ana alışveriş caddeleri özelindeyse oldukça sınırlı eylem alındığı görülmektedir. Örneğin, Türkiye’de işletmelere ve esnaflara çeşitli yollarla destekler sağlanmış olsa da (Bakınız: 4.4.2 Devletin Destek ve Teşvikleri, Krize Yanıtları) ana alışveriş caddeleri ya da bu caddelerde yer alan işletmeler için özel bir politika geliştirilmemiştir. İzlenen politikalar bağlamında en etkin müdahalelerde bulunan ülkelere birisi İngiltere olmuştur, bu nedenle bu bölümde öncelikli olarak İngiltere örneğine, daha sonra ise dünyanın farklı kent merkezleri ve ana alışveriş caddelerinde uygulanan iyi örneklerle başvurulacaktır.

2.3.2.1 Pandemide Ana Alışveriş Caddelerine Bütüncül Bir Yaklaşımla İngiltere Örneği

COVID-19 pandemisinin etkilerinin özellikle ekonomide hızlıca görüldüğü İngiltere’de, salgının şehir merkezleri ve ana caddeler üzerindeki olası uzun vadeli sonuçlarını araştırmak ve her düzeyde pandeminin ekonomik ve sosyal etkilerini hafifletmek için bir dizi önlem ve destek paketleri geliştirilmiştir. Bunlardan bir kısmı finansman, bir kısmı uygulama, bir kısmı ise yasal düzenleme içermektedir. Bu tez kapsamında tamamına yer vermek yerine ana alışveriş caddelerini en çok ilgilendiren ve yararlanan birkaç örneğe yer verilecektir. Fakat bu örneklerle geçmeden önce İngiltere’de ana caddelerin planlama sistemi içinde nerede durduğunu ve nasıl ele alındığını aktarmak önemlidir. Bu nedenle öncelikle pandemideki değişikliklerle beraber Ulusal Planlama Politika Çerçevesi (National Planning Policy Framework) ve pandemide planlama alanındaki değişikliklerle beraber Kent Merkezleri ve Perakende Rehberinden bahsedilecektir.

• Ulusal Planlama Politika Çerçevesi

Ulusal Planlama Politika Çerçevesi İngiltere’de 2012 yılından bu yana 2018, 2019, 2021 ve 2023 yıllarında revize edilen ve güncellenerek kullanılan en temel politika çerçevesidir. Sürdürülebilir gelişme için kent merkezlerinin canlanmasının sağlanmasını da içermek üzere; çeşitli yüksek kaliteli konutlar sunmak, güçlü ve rekabetçi bir ekonomi inşa etmek, sağlıklı toplumların teşvik etmek, sürdürülebilir

ulaşımı teşvik etmek, yüksek kaliteli iletişimi desteklemek, kent toprağını etkin kullanmak, iyi tasarımı mekânlar üremek, Yeşil Kuşak'ı korumak; iklim değişikliği, sel ve kıyı alanlarındaki değişiklik sorunlarının üstesinden gelmek, doğal ve tarihi çevreyi korumak ve geliştirmek, madenlerin sürdürülebilir kullanımını kolaylaştırmak olmak üzere çeşitli planlama ilkelerini içermektedir (Ministry of Housing, Communities & Local Government, 2021b).

Belgede ana caddeler için özellikle bir ilke belirlenmemiş olsa da kent merkezlerinin ana caddelerden oluşması İngiltere kentlerinde sık görülen bir olgudur, dolayısıyla ana caddeleri ilgilendiren kararlar “kent merkezlerinin canlanmasının sağlanması” ilkesi altında yer almaktadır. Bu ilkede temel olarak, tıpkı başka raporlarda ana caddeler için söylendiği gibi, kent merkezlerinin topluluğun kalbi olduğu ve bu önemle ele alınması gerektiği, canlılık ve yaşayabilirliğinin arttırılması gerektiği üzerinde durulmuştur. Daha sonra ise, merkezlerin bir ağ ve hiyerarşisin kurulması, merkezlerde birincil alışveriş alanlarının tanımlanması ve bu tanımlanan alanda birincil ve ikincil cephelerin net olarak tanımlanarak kullanım çeşitliliğinin sağlanması ve izinlerin bu yönde verilmesi gerektiğinden bahsedilmektedir. Ayrıca bu alanlar için gerekli perakende, ofis, iş, boş zaman/eğlence, sağlık ve eğitim gibi tamamlayıcı kullanımlar için yeterli alan bulunmazsa sınırların yeniden ele alınabileceği ya da merkezle bağlantılı merkez çeperinden de yer seçilebileceği aktarılmış (ardışık sınaama uygulanması şartı ile) fakat özellikle konut kullanımlarının merkezde olmasının canlılığı arttıracağı üzerinde bir hatırlatma da yapılmıştır.

Ardışık sınaama (sequential test) yapılırken kent merkezi için ihtiyaç duyulan kullanımların hem mevcut durum hem de gelecek ngrleri değerlendirilerek yapılması, işlevin ana kent merkezinin dışında kentin diğer merkezlerinde yer alıp alamayacağı, bu alanların erişilebilirlik, elverişlilik ve yaşayabilirliği dikkate alınarak sıralı bir yerleştirme yapılması gerekmektedir (Ministry of Housing, Communities & Local Government, 2014). Bu yaklaşım hükümetin “nce kent merkezleri (town centers first)” politikası ile ilgilidir. Burada bir önemli konu ise brüt taban alanı yer özelinde başka bir eşik belirlenmemişse 2500 m²'yi aşan kullanımlar için geliştirilmiştir. Böyle si bir projenin merkezde geliştirilmesi için 5 yıllık bir etki değerlendirilmesinin yapılarak merkezin canlılığının ve yaşayabilirliğinin üzerindeki etkilerinin belirlenmesi gerekmektedir. Etki testinin

amacı, merkezin dışında ve merkezin çevresinde geliştirilecek perakende ve boş zaman önerilerinin zaman içinde şehir merkezi canlılığı ve yatırımı üzerindeki etkisini değerlendirmektir. Değerlendirmeyi yaparken önerinin kent merkezine göre ölçeği, merkezin mevcut canlılığı ve yaşayabilirliği, son gelişmelerin etkileri, yerel merkezlerin kırılabilirliği, bu projenin planlanmış diğer kamu ya da özel yatırımların üzerinde olası etkileri, ilgili sektördeki kullanımların rekabet edebilme gücü gibi kriterler kullanılması önerilmektedir (Ministry of Housing, Communities & Local Government, 2014). Bu tür bir testin uygulanması Türkiye gibi alışveriş merkezlerini yer seçiminde yasal bir düzenlemesi bulunmayan ülkeler için iyi bir örnektir.

• Kent Merkezleri ve Perakende Rehberi

İngiltere’de Ulusal Planlama Politika Çerçevesine bağlı olarak ana alışveriş caddelerini de kapsayan “Kent Merkezleri ve Perakende Rehberi” bulunmaktadır ve bu rehberde kent merkezleri için geliştirilecek stratejiler belirlenerek çeşitli önerilere yer verilmiştir:

- Plan periyodu süresince gerçekçi bir rol, fonksiyon ve hiyerarşi tanımlanması,
- Uzun vadeli perakende trendinin ve tüketici davranışının incelenmesi,
- Her kent merkezi için uygun karma kullanımın oluşturularak bir vizyon belirlenmesi,
- Yeni ihtiyaçlara uyum sağlama yeteneğinin geliştirilmesi (merkezde büyüme, takviye, yeniden yapılanma, yeni gelişime izin verme ya da az kullanılan alanın yeniden geliştirilmesi yollarıyla),
- Mevcut alanın nasıl daha etkin bir şekilde kullanılabileceği,
- Kent merkezlerinin erişilebilirliğinin artırılması (hem ulaşım hem de kamusal alanların zenginleştirilmesi),
- Vizyona ulaşmak için tamamlayıcı stratejiler geliştirilmesi,
- Farklı paydaşların vizyonu gerçekleştirmede oynayabileceği rolün düşünülmesi,
- Tarihi çevreyi koruma ve geliştirme fırsatları da dahil olmak üzere, şehir merkezlerinin karşı karşıya olduğu çevresel sorunları ele almak için uygun politikalar oluşturulması önerilmiştir (Ministry of Housing, Communities &

Local Government, 2014).

Rehberde ayrıca kent merkezlerini ve ana caddeleri planlarken kullanabilecek canlılık göstergeleri de belirtilmiştir. Bunlar; kullanım çeşitliliği, zemin kattaki boş kullanımların oranı, yerli olmayan mülklerde ticari getiriler, müşteri deneyimi ve davranışı, perakendecilerin temsili ve değişime talepleri, ticari kiralar, yaya akışı, erişilebilirlik (hem ulaşım hem dezavantajlılar), suç düzeyi ve güven algısı, kent merkezinin çevresel kalitesi, bağımsız ve çoklu mağazalar arasındaki denge, mevcut işletmelerin gelişmesi, yeni işletmelerin ise yer almasının önündeki engellerin ne ölçüde açık olduğu, işletmelerin çalışma saatleri/müsaitlik durumları/akşam ve gece ekonomisinin varlığı olmak üzere çeşitlenmektedir (Ministry of Housing, Communities & Local Government, 2014).

Bu stratejilerin uygulanmasında ve kent merkezlerinin canlılığı için söz sahibi olabilecek paydaşlar ise her kente özgü olabileceği gibi ana hatlarıyla şu şekilde listelenmiştir; kent merkezi yöneticileri, yerel makamlar ve ekonomik kalkınma gibi konulardan sorumlu olan ekipler, Yerel Kurumsal Ortaklıklar (LEPs), İş Geliştirme Bölgeleri (BIDs) üyeleri, Belediye Başkanlığı veya birleşik makamlar, mahalle planlama grupları, bölgede çalışanlar ve okuyanlar da dahil olmak üzere sakinler/genel halk, topluluk ve sosyal yardım grupları/kamu yararına çalışan şirketler, özel sektör işletmeleri/temsilci grupları (örneğin ticaret odaları, ticaret birlikleri) ve mülk sahipleri (Ministry of Housing, Communities & Local Government, 2014).

• **Pandemide Değişen Kullanım Sınıflandırmaları: “Planlama Reformu”**

İngiltere’de kent merkezleri ve perakende ile ilgili en önemli güncellemelerden birisi pandemi etkisiyle gerçekleştirilmiştir. 2020 yılına kadar İngiltere’de kent merkezlerinde ve ana caddelerinde izin verilen kullanım sınıflandırmasında temel olarak Class A1 (Mağazalar/Dükkanlar), Class A2 (Finansal ve profesyonel hizmetler), Class A3 (Restoranlar ve kafeler), Class B1 (İş) sınıfları kullanılmaktaydı. Bu kullanımların birbirleri arasındaki tüm işlev değişiklikleri izne tabi iken, pandemi sonrası yapılan bir düzenleme ile Ticaret – İş ve Hizmetler (Class E) olmak üzere yeni bir sınıf oluşturulmuştur. Bu değişiklik ile sınıflandırmaya dahil olan kullanımlar 1 Eylül 2020’den itibaren kendi aralarında

izne gerek duyulmaksızın işlev değiştirebilmesine izin verilmiştir. Yine de ana cadde genelindeki bazı değişikliklerle hâlâ izne tabi olmaya devam etmiştir.

Bir mağaza ya da restoran banka gibi finansal ve profesyonel hizmetlere; finansal ve profesyonel hizmetler ise mağazaya izne gerek duyulmaksızın değiştirilirken finansal hizmetlerin restorana dönüştürülmesi ya da konuta dönüştürülmesi yerel yönetimin iznine ihtiyaç duymaktadır. Bu planlama iznindeki esneklik yalnızca ticari kullanımlar için değil aynı zamanda okullar, kütüphaneler, sanat galerileri vb. gibi eğitim kullanımları için de geçerli olup, kendi içlerinde işlev değişiklikleri izne tabi değildir fakat başka bir kullanıma dönüştürmek için her zaman planlama iznine ihtiyaç duyulmaktadır. Tıpkı eğitim kullanımları gibi kamu kullanımına hizmet eden özellikli mağazalar, açık hava spor salonları, yüzme salonları gibi kullanımlar yine kendi içlerinde değişebilecekleri gibi başka bir kullanıma dönüşmeleri izne tabi olmaya devam etmektedir. Tüm kullanımların karşılıklı değişim hakkına sahip olmamasıyla asıl hedeflenenin caddelerde fazla bulunmasının sorun olacağı kullanımların denetim altına alınması olduğu düşünülmektedir. Fakat burada istisnai bir durum yapılmış, pandemi şartları da düşünülerek, 31 Haziran 2021'e kadar pop-upları ve yeni girişimleri desteklemek, binaların boş kalmamasını sağlamak adına tüm kullanımların birbiri içinde izne gerek kalmaksızın 3 yıla kadar geçici kullanımlara izin verilmiştir. Aynı hak sağlık merkezi, sanat galerisi, müze, halk kütüphanesi, halk salonu veya sergi salonu gibi kamunun kullanımının yoğun olduğu, caddelerin ayak sayısını arttırabilecek kullanımlar için de geçerli olmuştur. Bu kullanım izinlerinin yanı sıra, yine pandeminin etkilerinin kolayca atlatılabilmesi için mağazaların mevcut binalarına yapılacak uzantılar, click&collect kullanımlarının sağlanması gibi ek fiziksel değişikliklere izin verilmiştir.

Tüm bu düzenlemelerin yanı sıra kent merkezleri ve ana caddeler için oldukça önemli bir düzenleme daha getirilmiştir. Bu düzenleme kent merkezleri ve ana caddelerde bulunan, ticari izni olan boş ya da kullanılmayan binaların yeniden inşasına izin verilerek konut kullanımına dönüştürülebileceği üzerine olmuştur. 31 Mart 2021'de yürürlüğe giren bu düzenleme ile kullanılmayan yapıların yenileneceği, caddelerdeki yerel ayak sayısının artacağı, daha fazla insanın ana caddelerin yakınında yaşamaya ve bölgeye iş ve eğlence için gelmeye teşvik

edeceği düşünülmektedir (*New Freedoms to Support High Streets and Fast Track Delivery of Schools and Hospitals across England Introduced Today*, 2021).

Tüm bu değişikliklerin yapılmasında temel gerekçe olarak COVID-19 krizi sonrası İngiliz kentlerinde ekonomiyi koruyabilmek ve büyütebilmek için kent merkezlerinin ve caddelerin desteklenmesi ve bunun için de esnek düşünülmesi gerekliliği yatmaktadır. Bu değişikliklerin ana caddelerin canlılığına katkıda bulunabilecek kullanımların kolayca yer seçmesiyle hem adaptasyona hem de gelişmeye yardımcı olacağı vurgulanmakla beraber, caddelerde rahatsız edici kullanımlar olarak listelenen iddia bayileri gibi kullanımların denetlenmeye, caddelerin özgünlüğünü sağlayan ve kamusal fayda gözeten kullanımların da korunacağından bahsedilmektedir (Ministry of Housing, Communities & Local Government, 2020).

Pandemi sırasında İngiltere’de, yalnızca işlev değişikliklerine esneklik getirilmemiş aynı zamanda restoranlara geçici kaldırım kullanma izinlerinde de daha hızlı ve ucuz uygulamaya geçilmiştir, böylece sosyal mesafe kurallarına uyum sağlayarak daha fazla alan kullanıcılar için sağlanmıştır. Bunun yanı sıra tam kapanmalarda sadece evlere servis için de geçici kullanım izinleri verilmiş, bu tür yeme-içme kullanımlarda çadır, stand gibi ek hareketli yapılara da geçici izinler verilmiştir (Ministry of Housing, Communities & Local Government, 2021a).

Bu örnekle ana alışveriş caddelerinin planlama sisteminde ele alınışı ve pandemide yapılan değişikliklerle hükümetin finansman destekleri ve üretilen stratejilerinin daha net anlaşılacağı düşünülmektedir.

• Yerel Yönetimler ve İşletmeler için Finansman Destekleri

Öncelikle İngiltere Hükümeti, pandemi süresince ana caddelerde bulunalar da dahil olmak üzere mikro, küçük ve orta işletmeler için yerel yönetimlere 27 milyar £ değerinde finansman sağlamıştır (*COVID-19 Business Grants Schemes*, 2023). Bu finansman konaklama, perakende ve eğlence yerlerine, küçük işletmelere, yerel kısıtlamalar, ek kısıtlamalar, yeniden başlama ve Noel destek hibesi gibi çeşitli 7 hibeyi içermiştir. Bu finansmanın %90’ı pandemi kısıtlamaları nedeniyle kapanmak durumunda kalan ve kısıtlamalardan etkilenen konaklama, eğlence ve perakende gibi sektörlerdeki işletmeler tarafından kullanılmıştır.

Bu hibeler dışında, pandemi öncesi ve sonrasında ana alışveriş caddeleri destekleyen başka fonların da olduğunu söylemek gerekir. Örneğin, ana caddelerde boş binaların yıkılıp yeniden inşa edilerek yerlerine konut, ticaret ve kamusal işlevli mekânlar olarak işlevlendirilerek kazandırılmasını destekleyen the Levelling Up Fund gibi. Benzer şekilde farklı amaç ve kapsamlarla kullanılan fonlara the Future High Streets Fund, Towns Fund, the Getting Building Fund, Welcome Back Fund, the UK Community Renewal Fund örnek verilebilir (Ministry of Housing, Communities & Local Government, 2021a).

- **Reopening High Streets Safely Fund - Welcome Back Fund**

Bu fonlar arasında ana alışveriş caddelerinde en yoğun kullanılan fonlardan birisi pandeminin yerel ekonomiler üzerindeki uzun vadeli etkisini ele almasına yardımcı olmayı amaçlayan, yerel yönetimlere gelir sağlayan bir finansman projesi olan Welcome Back Fund olmuştur. 24 Mayıs 2020’de ana caddelerin yeniden açılması için işlev gösteren Reopening High Streets Safely Fund duyurulmuş, 20 Mart 2021’de ise bu fon genişletilerek üzerine Welcome Back Fund inşa edilmiştir. Bu fonlardan yaklaşık 2 sene kadar yararlanmak mümkün olmuştur ve ana caddeler ile diğer ticaret alanlarına yönelik 56 Milyon £ destek sağlanmıştır (*Welcome Back Fund*, 2022). Fonun amacı, topluluklara ve işletmelere destek sağlamak, meslekleri korumak, en savunmasızları desteklemek ve salgınla mücadele etmeye devam ederken ve daha iyi bir yapı oluşturmaya başlarken kimsenin geride kalmamasını sağlamak olarak açıklanmıştır (Ministry of Housing, Communities & Local Government, 2021c).

Destek, bu alanlar kapsamında alınacak birçok eylem için geçerli olmuştur. Bu eylemler yerel yönetimler tarafından hazırlanacak planlar, caddelerde ve merkezlerde fiziksel yenilemeler, yeşil alanların artırılması, peyzaj düzenlemeleri, tanıtım kampanyaları, alınacak hijyen önemleri, alanı canlandırmak için yapılacak etkinlikler, KOBİ’lere destek, mevcut ulaşım alternatiflerinde güvenlik değişiklikleri ve yeni tüketim alışkanlıklarına yönelik geliştirilecek Click and Collect / Virtual High Streets gibi web sitelerinin kurulması gibi çok çeşitli amaçlar için kullanılabilmektedir (Ministry of Housing, Communities & Local Government, 2021c). Örneğin, bu fondan 210.337 £ yararlanan Lewes kenti aldıkları fonla güvenli mesafe tabelaları astıklarını, bölgedeki yiyecek ve içecek yerlerini teşvik etmek için kitapçık üretilip dağıttıklarını, çeşitli alanlarda bitkilendirme yaptıklarını,

park yeri ürettiklerini, yıllık alışveriş festivalini destekleyerek ücretsiz etkinliklere fon sağladıklarını, ücretsiz geçici festivaller yaptıklarını, toplum sanat projelerini desteklediklerini ve benzeri uygulamaları hayata geçirdiklerini bildirmişlerdir (Lewes and Eastbourne Councils, 2023).

Destek yalnızca pandemi değil, sonrasında da geleceğin ana caddelerini düşünerek çeşitli işbirlikleri, kapasite geliştirme için eğitimler, pilot etkinlikler ve proje koordinasyonu gibi amaçlar için de kullanılabilmiştir. Fonun açıklama metninde en dikkat çekici noktalardan birisi, daha önceki İngiltere çalışmalarında olduğu gibi “canlılık ve yaşayabilirlik” kelimelerinden ziyade artık “dayanıklılık ve uyarlanabilirlik” kelimelerinin tercih edilmiş olmasıdır.

- **High Streets Task Force - COVID-19 Recovery Framework**

Devlet destekli fonların yanı sıra, İngiltere’de yer alan ana alışveriş caddeleri için farklı kurum ve kuruluşlar bulunmakta, ana caddelerin yenilenmesi ve geliştirilmesi için araştırmalar yapmakta ve finansmanlar sağlamaktadırlar. Yerel yönetimler, İş Geliştirme Bölgeleri ve High Streets Task Force pandemide aktif yapılanmalardan olmuşlardır. Özellikle hükümetin görevlendirmesiyle, kent merkezleri ve ana alışveriş caddeleri için etkin görev yapan High Streets Task Force pandemide oldukça etkin bir rol almıştır. Pandemiden hemen önce kurulan bu komisyon, 26 Mayıs 2020’de “COVID-19 Recovery Framework” isimli çalışmayı yayınlarak yerel liderlere ve ana alışveriş caddelerine yol gösteren en erken çalışmalardan birisidir. Raporda krizden kurtulmak için yerel yönetimlerin plan hazırlamalarına yönelik tavsiye niteliğinde bir çerçeve çizilmiş, bu kurtulma için kriz, iyileşme öncesi, iyileşme ve dönüşüm olmak üzere temelde 4 ana adım belirlenmiştir. “Kriz aşaması”, kent merkezlerinin ve yöneticilerin, krizin ilk evrelerinde paydaşları destekleyip onlara yardım ederek nasıl hemen harekete geçireceğine; “Ön iyileşme aşaması”, kolektif kapasite oluşturmaya ve daha refleksif yer yönetişimi biçimlerine ve koordineli liderliğe doğru ilerlemeye yönelik adımlara; “İyileşme aşaması”, kriz geçtikten sonra eski hale dönülmeyeceğinin garantilenmesi, işe yaramayan planların revize edilmesine, uyarlanabilir çözümlerin geliştirilmesine ve uzun süreli adımlara; “Dönüşüm aşaması” ise alanı iyileştirmeye yönelik bilinçli girişimlere, gelecek krizlere karşı yenilikçi ve çözüm üreten yaklaşımlara odaklanmıştır (High Streets Task Force, 2020a). Raporda yer alan bu aşamaların dayanıklılık kuramına dayanılarak oluşturulduğu anlaşılmaktadır. Kuruluş bu

planların başarıya ulaşması için uyarlanabilirlik, ortak tasarım ve işbirliği, benimsenebilirlik, yönetim, denge, maliyetin karşılığının alınması, veri, izleme ve değerlendirme olmak üzere 6 ilkeden bahsederek yine dayanıklılık çerçevesine uyumlu bir yol izlemişlerdir (High Streets Task Force, 2020c).

- **Build Back Better High Streets**

Bu çalışmaya paralel şekilde fakat yaklaşık bir yıl sonra, 15 Temmuz 2021 tarihinde, İngiltere Hükümeti tarafından ana caddelerin evrimini ve yenilenmesini desteklemeye yönelik uzun vadeli bir plan yayınlanmıştır. “Build Back Better High Streets” ismiyle yayınlanan strateji belgesinde hükümetin ana caddelerin ve şehir merkezlerinin COVID-19 pandemisinden sonra nasıl uyum sağlayabileceğini ve gelişebileceğini ortaya koyan, devlet tarafından oldukça önemsenen bir kılavuzdur.

Strateji temelde olarak boş binaların yeniden işlevlendirilmesi, ana caddelerdeki işletmelerin desteklenmesi, kamusal alanları iyileştirilmesi, güvenli ve temiz mekânların yaratılması ve yerel topluluklarda caddelerin birer gurur kaynağı olarak algılanması olmak üzere temelde 5 eylem alanını hedef almaktadır (Ministry of Housing, Communities & Local Government, 2021a). Bu hedef alanlarına ve alt başlıklara yer verilen raporda ilk olarak ana caddelerin canlandırılması için yapılan ve yapılacak eylemlerin içeriğinden kısaca bahsedilmiştir. Bu eylemlerin kolaylaştırıcısı olarak İngiltere’de gerçekleştirilen *planlama reformu* önemli bir adımdır. Raporda geçen ana caddelerin canlanması için yapılacak eylemlerin birçoğunun hükümetin yakın zamanda yukarıda da bahsedilen planlama sisteminde yaptığı esneklikler üzerine kurulduğu görülmektedir.

Bu eylemlerden ilki ve en çok yer verileni şüphesiz ki boş binaların yeniden kullanılmasıdır. Bu bağlamda planlamada yapılan reformla beraber, boş ofisler ve dükkânların konutlara dönüştürülebileceği ve perakende işletmelerinin, planlama iznine ihtiyaç duymadan kullanımını yine ticari faaliyet gösteren bir işlevle değiştirebilmesi uygulamanın kolaylaştırıcısı olacağı beklenmektedir. Boş binaların konut yapılabileceği gibi herhangi bir perakende işlevine dönüştürülebilmesinin yanı sıra yeni restoranlar ya da kamu hizmetlerine dönüştürülmesinin de önü açılmıştır. İngiltere’de bazı ana caddelerde pandemi sırasında Debenhams gibi büyük mağazalar caddelerden çekilmiş, bu büyük kullanımların yeniden işlevlendirme ile üniversite derslikleri, sanat galerileri ve

eğlence merkezlerine dönüştürülmesi beklentiler arasına girmiştir. Ayrıca bu boşalan perakende mağazaları yerine daha yenilikçi, start-up şirketler ya da topluluklara ait girişimci kullanımların da desteklendiği anlaşılmaktadır. Raporda özellikle boş birimler üzerinde fazlaca durulduğu dikkat çekmektedir. Bunun için 2018’de de bir pilot proje olarak “Open Doors Program” uygulanmıştır. Bu yolla boş birimlerin en iyi nasıl kullanılıp yeniden işlevlendirileceği, mülk sahiplerinin ve kiracıların hangi zorluklarla karşılaştıkları ve nasıl çözüm üretileceği, alandaki gerçek ihtiyacın ne olduğu üzerine deneyim kazanmak hedeflenmiştir.

Build Back Better High Streets kapsamında yine boş binalarla ilgili bir strateji daha açıklanmıştır. Bu stratejide belediyeler, çok ortaklı mülk sahipliği ya da uzun süreli sahipsiz bırakılan boş binaların zorunlu satın alınmasına teşvik edilmektedir. Ayrıca toplum tarafından sevilen ve kapanma riski olan yerel barları, tiyatroları, mağazaları ve spor alanlarını devralmak için de Community Ownership Fund ile devlet finansmanı sağlayacağını açıklamıştır. Bu finansman, yerel halk için önemli ve kaybetme riski bulunan işlemlerin yine halk tarafından satın alınmasını ve devralmasını sağlayarak işletilmesine destek olmaktadır. Toplumsal hafıza ve kimliğin korunması adına örnek olabilecek bir uygulama olarak görülmektedir. Bunun yanı sıra restoran, barlar, kafeler ve konaklama sektörünün caddelerde yer almasıyla ilgili özellikle yeni girişimcileri desteklediklerini ve küçük işletmeler için fırsatlar yaratacaklarından bahsedilmiş ve perakende için de uzmanlarla beraber çalışarak uzun vadeli bir plan oluşturulacağı bilgisi verilmiştir.

Strateji belgesinde üzerinde durulan konulardan bir diğeri, yeşil altyapıya yatırım yapılması ve tasarlanmasıdır. Yeşil altyapının, ana caddelere daha fazla yaya trafiğinin çekilmesine, hava kalitesinin iyileştirilmesine, aktif ulaşım fırsatlarının artırılmasına ve ekonomik iyileşmenin sağlanmasına yardımcı olabileceği aktarılmıştır. Yeşil altyapının desteklenmesiyle kamusal alanların iyileştirilmesi, bisiklet yollarının geliştirilmesi, yaya ve toplu ulaşımın yaygınlaştırılması, aktif seyahat için güvenli bir ortamın oluşturulması, otopark çeşitlendirmesi, caddelerde ağaçlandırmalar yapılması hedeflenen eylemlerdendir.

Hava kalitesinin artırılması, grafitilerin temizlenmesi, yere atılan sakızların temizlenmesi gibi hem genel hem spesifik eylemleri içeren belgede, sokak sanatları için dijital araçların kullanılması teşvik edilmekte, suç ve anti sosyal davranışlarla

mücadele etmek için çeşitli güvenlik önlemlerinin alınarak caddelerin güvenilir ve temiz mekânlar olarak kullanılması hedeflenmiştir.

Tüm bunlara ek olarak, daha temiz ve toplum tarafından benimsenen, bununla gurur duyulan ve aidiyet hissedilen, kapsayıcı ana caddeler için Birleşik Krallık genelinde yıllık Ulusal Ana Caddeler Günü başlatılacağından bahsedilmiştir. Bu yolla hem ana caddelerin öneminin vurgulanması hem de bu günde yapılan etkinliklerle ayak sayısının artırılması hedeflenmektedir. Yalnızca ana caddeler günü ile değil, caddelerde düzenlenecek olan her türlü etkinliğin destekleneceği de belgede belirtilmiştir.

Daha önce de belirtildiği gibi bu tezin sınırlılıkları nedeniyle İngiltere'deki tüm politikalara ve desteklere yer verilememiş fakat COVID-19 gibi bir krizde yerel yönetimlerin, kent merkezlerinin, ana alışveriş caddelerinin ve işletmelerin tekrar toparlanabilmesi için sınırlı da olsa yapılabilecek uygulamalara yer verilmiştir. Bir sonraki başlıkta çeşitli kentlerden ana alışveriş caddelerinde gerçekleştirilen iyi uygulama örneklerine yer verilecektir.

2.3.2.2 Pandemide Ana Alışveriş Caddelerinde Uygulama Örnekleri

Bu bölümde pandemi ile direkt ya da dolaylı olarak bağlantılı olabilecek kent merkezleri ve ana alışveriş caddelerinde uygulanan tekil projelerden örnekler verilecektir. Bu projelerde temel hedef pandemi sırasında ekonomik toparlanmayı desteklemek ve caddelerde canlılığı sağlamak olsa da birçoğu yan hedefleri ile toplumsal yaşama da katkı sunmuştur.

• Boş Yapıların İşlevsel Dönüşümü; Plymouth, İngiltere

Plymouth kent merkezi perakende arzının oldukça fazla ve mülk sahipliğinin düşük seviyede kamuya ait olması nedeniyle boşluk oranlarının yüksek olduğu bir yerdir. COVID-19'un etkilerini azaltmak ve caddeyi yalnızca alışveriş odağına bağlı olmaktan çıkarmayı hedefleyen yerel yönetimler çeşitli fonların desteği ve işbirlikleri ile 6 boş binayı kamusal amaçlar için dönüştürmüşlerdir (*Meanwhile in Plymouth*, 2022). Yaratıcılık ve kültür odaklı olan bu yeniden işlevlendirme çalışmaları pop-up etkinlikler, sergiler, atölyeler ve toplumsal fayda sağlayan projelere ev sahipliği yapmıştır. Uygulamanın en öne çıkan özelliği hem mülk sahipleri hem de özel şirketlerle işbirliği yapılması ve deneyim odaklı dönüşümle cadde kimliğine sunduğu katkıdır.

- **İşlevsiz Bir Sokağın Sanatla Dönüşümü; Atina Sanat Sokağı, Georgia, Amerika**

Sanat aracılığıyla toplumu bir araya getirmeye hedefleyen Atina Sanat Sokağı Projesi, işlevsiz bir sokağın yerel sanatçıların eserleriyle canlanmasını içermektedir. Çoklu işbirlikçisi olan proje iyileşme, savunuculuk, aktivizm, iyimserlik konularından esinlenerek özellikle BIPOC ve LGBTQ+ sanatçıların eserlerini kapsamaktadır (Temkin, 2021). Proje aracılığıyla yakın çevresinde yer alan ana caddelerin canlanması sağlanmıştır (Şekil 2.3).



Şekil 2.3 Atina Sanat Sokağı'ndan görseller ve haritası (Athens Mural Alley Project, 2021)

- **İşlevsiz Sokak Mobilyalarının Sanatla Dönüştürülmesi; Barnsley, İngiltere**

Bu örnek antisosyal davranışların engellenmesi adına işlevsiz olarak yer alan ve koruma altında olan iki adet telefon kulübesinin Barnsley Müzesi tarafından sahiplenilip dönüştürülmesini içermektedir (*Placemaking with Poetry*, 2022). Daha geniş kent merkezi yenilemesinin parçası olan bu projede kulübelere birisi yenilendikten sonra üzerine şiir yazılarak ikonik bir yapının daha sık ziyaret edilmesi sağlamış ve sanat aracılığıyla mekân oluşturmaya katkıda bulunmuştur. Diğerinde ise bir sergi açılışında içine kaç adet tenis topu sığacağına dair bir yarışma düzenlenerek topluluk duygusunun gelişmesine katkıda bulunmuştur.

- **Mutfak Turizmi Aracılığıyla Kültürü Yaymak; Toronto, Kanada**

Kanada Hükümeti tarafından finanse edilen Ana Cadde İnovasyon Fonu (Main Street Innovation Fund) Toronto kentindeki ana caddelerin toparlanmasını desteklemek adına yenilikçi ve yaratıcı projeleri fonlamaktadır. Bu fondan yararlanan oluşumlardan birisi Scarborough Arts isimli topluluk olmuştur. Topluluk bir yemek turu şirketi, üniversite ve çeşitli oluşumlarla bir araya gelerek Culinary Everywhere! Tur Rehberi Eğitim Programı'nı başlatmıştır. Programda fonun desteği ile 10 yerel tur rehberi eğitilmiş ve ana caddelerde yer alan 20 yerel restoran dolaylı olarak desteklenmiştir. Ana caddeleri daha fazla turist ziyaret etmesinde etkili olan proje yemek turizmi aracılığıyla kültürün yayılmasına katkıda bulunmuştur.

- **Açık Hava Etkinlikleri; Illuminati Festivali, Oldham, İngiltere**

İngiltere’de bulunan Oldham Belediyesi, 2022 yılı Şubat ayında 800’den fazla yerel sakin, yerel ve yabancı sanatçılar, 5000’i aşkın katılımcı ile Illuminati Festivali’ni gerçekleştirmiştir. Bu etkinlik, gece saatlerinde, kentin farklı kamusal alanlarında düzenlenen ışıklı bir görsel sanat performansıdır (Şekil 2.4). Işıklı sanata ek olarak çeşitli yürüyüşler, müzik gösterileri ve atölyelere de ev sahipliği yapan festival tamamen kamunun finanse ettiği bir etkinlik olmuştur. Karantina şartları nedeniyle toplu etkinliklerin yapılamıyor oluşu kentlilerin kültürel etkinliklerden geri kalmasına neden olmuşken, açık havada düzenlenen bu etkinlik hem farklı toplumsal kesimlerin bir araya gelmesine aracılık etmiş hem de gece ekonomisini canlanmasına yardımcı olmuştur. Öyle ki etkinliğin düzenlendiği gün kent merkezinin normalden 5 kat fazla ayak sayısına ulaştığı tespit edilmiştir (*Illuminate*, 2022).



Şekil 2.4 Illuminati Festivali'nin etkinlikler haritası ("Illuminate Oldham", 2022)

- **Çeşitli Fonlarla Yerel İşletmelerin İyileştirilmesi; Güney Ontario, Kanada**

Yine Kanada'da geliştirilen fonlardan birisi de ana caddelerde yer alan mikro ve yerel işletmelere destek sağlamak adına geliştirilen My Main Street Local Business Accelerator programıdır. Program aracılığıyla bir çok küçük esnaf pazar araştırması desteği almış, çeşitli pazarlama stratejileri geliştirmiş, çevrimiçi satış için uygun yatırımı yapmış ve tabelaların tasarımından iç mekân düzenlemelerine kadar geniş bir yelpazede pandemi sonrası toparlanmaya katkıda bulunacak iyileştirmeler yapmıştır. Benzer bir program da 2024 yılında geliştirilen Business Sustainability Stream programıdır. Programda kadınlar, yerliler, çeşitli ırksal gruplar, ana caddelerde yeni açılmış işletmeler, gençler (39 yaş ve altı), engelliler, 2SLGBQIA+ dahil olmak üzere tüm eşitlik arayan yerel işletme sahiplerine öncelik verileceği belirtilmiştir (*Business Sustainability Stream*, 2024).

- **Ana Cadde İyileştirme Programı; New Jersey, Amerika**

En iyi uygulama örneklerinden birisi New Jersey'deki ana alışveriş caddelerini kapsayan hibeler, krediler ve teknik yardım programlarından oluşan Ana Cadde İyileştirme Programı (Main Street Recovery Program)'dır. Küçük İşletme Kiralama

Hibesi ve Küçük İşletme İyileştirme Hibesi adı altında iki tür hibesi bulunan programda ana caddelerde zemin katta yer alan işletmelerin alan kiralamalarına ya da cephe veya iç mekânlarını iyileştirmek için yatırım yapmalarına yardımcı olarak kent merkezlerini yeniden canlandırmayı amaçlamıştır (Peters, 2021). Küçük İşletme Kiralama Hibesi'nde son bir senede kiralama yapan ya da sözleşmesinde revizyona giden küçük ya da kâr amacı gütmeyen işletmelerin en az 5 sene kiraladıkları alanda kalmayı taahhüt etmeleri şartıyla yıllık kiralarının %20'sinin hibelenmesi sağlanmıştır. Küçük İşletme Geliştirme Hibesi ise maliyeti 5 000 doları aşan cephe ya da mobilya, ekipman alımı gibi iyileştirmeye yönelik giderlerin geri ödemesine yöneliktir. Bu hibeden yaralanan işletmelerin de verilen desteğe göre değişen sürelerde mevcut mekânlarında kalma taahhüdü istenmiştir. Üstelik hibede toplam maliyeti 50.000 dolardan fazla olan projelerin mekanik ve aydınlatma iyileştirmeleri için yeşil bina standartlarına uyması gerekliliği belirtilmiştir (Peters, 2021). Bu hibelerin özellikle kiracı işletmelere destek olması, bir yandan da bu işletmelerin ana alışveriş caddelerinde kalıcılığını sağlaması ve çeşitli iyileştirmelerin geleceğe dönük kriterleri içermesi bakımından kriterleri başarılı görünmektedir.

Burada verilen örneklerle benzer ve ek olarak vitrin düzenlemesi, kaldırımların kafeler/restoranlar tarafından kullanılması, sokak mobilyalarının yenilenmesi, işletmeciler ve çalışanlar için eğitim programlarının düzenlenmesi, eşitlik için azınlıkların desteklenmesi, küçük işletmelerin hikâyelerinin duyurulması gibi çok çeşitli amaçlarla geliştirilen örneklerle rastlamak mümkündür. Türkiye'de yer alan ana alışveriş caddelerinde ya da kent merkezlerinde herhangi bir iyi uygulama örneğine rastlanamamıştır.

2.3.3 Geleceğin Ana Alışveriş Caddeleri Tasviri

Ana alışveriş caddeleri bahsedildiği üzere kentin ölçeği ne olursa olsun her zaman için önemli bir ekosistemi temsil etmiştir. Bu nedenle her dönemin dinamikleri bağlamında arzu edilen ana cadde tasvirleri yapılmıştır. Bu tasvirlerin bir çoğu ana caddelerin sağlıklı, kapsayıcı, erişilebilir, sürdürülebilir, başarılı ya da canlı olması gibi çeşitli bağlamlara göre yapılmıştır ve bazen ortak bazense birbirinden oldukça farklı göstergelerle ilkelerden oluşmuşlardır.

Institute of Health Equity (2018) sağlıklı ve sağlıklı ana caddelerin hangi tür özellikler taşıdığı ve neler yapılması gerektiği ile ilgili yayınladıkları raporda sağlıklı ana caddeleri perakende çeşitliliğinin az, yeşil altyapı eksikliği, gürültü ve hava kirliliği, sosyal ve fiziksel köhneme, suç ve suç korkusu, kapsayıcı olmayan tasarım ve daha özellikli olarak döşeme sorunları olduğundan bahsetmektedirler. Sağlıklı ana caddelerin taşınması gereken özellikleri ise toplumun her kesiminden insanlar için kapsayıcı olan, tasarım özellikleri bakımından yürümeye ve bisiklet kullanımına elverişli, çeşitli gölgelikler-sundurmalar vb. bulunduran, oldukça düşük seviyede gürültü ve hava kirliliği olan, kişilerin kendilerini güvende hissedebildiği, farklı deneyimler sunabilen, satılan ürünlerin sağlıklı olmaya teşvik ettiği bir yer olarak tanımlamışlardır (Institute of Health Equity, 2018). Ayrıca ana caddenin yerel bağlamını, özelliklerini, mevcut kullanımını ve tüm bu faktörlerin birbiriyle nasıl etkileşime girdiğinin dikkate alınması gerektiğini vurgulamışlardır. Carmona (2015) da sağlıklı ana cadde tasvirine benzer özelliklerden en iyi ana caddelerin sahip olması gereken nitelikler olarak bahsetmiştir. Bunlar temiz ve bakımlı olması, yayalar ve trafiğin uyum içinde olması, iyi aydınlatılmış ve güvenli olması, cazibe merkezleri ve ilgili faaliyetlerin olması, kaliteli peyzaja sahip olması, erişilebilir olması, kullanımın rahat olması, insanların olduğu, çekici ve kendine özgü bir yer olmasıdır (Carmona, 2015). Benzer şekilde Dobson (2015) sosyal olanaklara, yüksek kalitede yeşil alanlara, yürünebilir ve erişilebilir kamusal alanlar ile kütüphaneler, sağlık merkezleri ve eğitim kurumları gibi kaliteli ve akıllıca konumlandırılmış kamu hizmetlerine dikkat çekmiştir.

Ana alışveriş caddelerini kapsayıcılık bağlamında ele alan ve “Herkes için ana caddeler” mottosuyla ilerleyen bir raporda ise ana caddeler için stratejik yer temelli yaklaşımların benimsenmesi, yenilenme sürecinde vatandaşların liderliğinin teşvik edilmesi, ulaşılması zor vatandaşlar da dâhil edilerek kapsayıcılığın sağlanması, çeşitlilik ve seçeneklerin korunması gerekliliklerinden bahsedilmiştir (We Made That & LSE Cities, 2017). Ayrıca ana caddelerin sosyal değerinin vurgulanması, cadde işletmelerinin caddenin canlanmasına olan katkısının önemsenmesi, hem sosyal, sivil ve kültürel altyapı olarak hem de kent gururunu ve yerel kimliğin kaynağı olarak, bir yandan da kamusal alan özelliği dikkate alınarak çeşitli desteklerin verilmesi ve sosyal değeri en üst düzeye çıkarmak için kanıta dayalı

yaklaşımlarla desteklenmesi gerekliliklerine yer verilmiştir (We Made That & LSE Cities, 2017).

Ana alışveriş caddelerin en son ve küresel zorluğunu oluşturan pandemiden sonra da caddelerin hangi özelliklerinin korunması gerektiği ve hangi özelliklerinin geliştirilmesi gerektiği üzerine tartışmalar büyüyerek devam etmiştir. Üstelik daha önceki tartışmalar canlılık ve yaşayabilirlik başta olmak üzere farklı hedeflere işaret ederken pandemiden sonraki tartışmalar genellikle dayanıklılığı hedefleyerek oluşturulmuştur.

Daha önce 2013 ve 2018 yıllarında da yayınlanan Grimsey Görüşü Raporu COVID-19 sırasında “Build Back Better” ismiyle yeniden yayınlanarak ana alışveriş caddeleri için yerelliği, liderliği ve daha az araba daha çok yeşil alanı teşvik eden bir model önerisinde bulunmuştur. Modelde temel olarak ana alışveriş caddelerinde i) gücün merkezi hükümetten yerel topluluklara doğru genişlemesi, ii) sürdürülebilirliğin ve çevrenin esas alınması, iii) yaşam kalitesi, deneyimlere önem verilmesi ve kitlesel tüketiciliğe karşı durulması, iv) yerel liderliğin öneminin farkında olunması, v) yerel topluluklarının yetkiyi devralarak kendi ihtiyaçlarına göre caddeyi şekillendirebilmesi, vi) işlevsizleşen vergilerin kaldırılması ve vii) sektörlerin riski ortaklaşa yönetmesini önermektedir (Grimsey vd., 2020). Anlaşılmaktadır ki, Grimsey’e göre geleceğin ana caddeleri araçtan arındırılmış, daha fazla bisiklet ve yayaların kullandığı, geniş kaldırımlar ve artan kamusal alanlarla daha yeşil ve sürdürülebilir mekânlardır. Bir yandan da geleneksel perakendeye alternatif olarak eğitim kullanımları, ortak çalışma alanları, eğlence, kültür ve sanat gibi işlevlerin caddede yer seçtiği, yerel ihtiyaçların gözetildiği, yerel ekonominin desteklendiği, kullanılmayan boş mülklerin değerlendirildiği, kiracıların bir karma olduğu ve dolayısıyla kriz zamanlarında esnek ve sorumlu bir yerdir.

Tıpkı Grimsey Görüşü gibi, yakın zamanlarda, İngiltere Hükümeti Konut, Topluluklar ve Yerel Yönetimler Bakanlığı tarafından “Build Back Better High Streets” ismi ile bir rapor yayınlanmıştır (2021a). Bu raporda bahsedilen eylemler temelde ticari canlılığın artmasını hedeflese de ana caddelerde ve etrafında oluşacak konut dokusunu desteklemekte, bir yandan da özel sektör yatırımlarını teşvik eden fonlar sayesinde gerçekleşecek kentsel dönüşüm aracılığıyla ana caddelerin iyileşmesini teşvik etmektedir. Rapora göre geleceğin ana alışveriş caddeleri

“kendine özgü karakteri, kültürü ve mirası olan, internette bulunmayan fiziksel, sosyal bir birliktelik deneyimi sunan ve yaşamın vazgeçilmez bir parçası olan yerler” (Ministry of Housing, Communities & Local Government, 2021a, s. 4) olarak tanımlanmıştır ve “erişilebilir, yaşanabilir, yürünebilir, karma kullanımlı, daha yeşil (yeşil altyapı da dahil), daha sağlıklı, daha sürdürülebilir, daha güvenilir, daha temiz, daha canlı, daha uyarlanabilir” gibi bir çok sıfatla hedeflenen özelliklerden bahsedilmiştir. Ayrıca pandemi sırasında uygulanan işletmelerin açılış-kapanış saatlerinin değişmesi, kaldırımaların işletmeler tarafından kullanılması, boş yapıların kullanıma teşvik edilmesi, konut kullanımlarının artması ve daha da önemlisi kullanım türleri arasında geçişin kolaylaştırılması gibi bazı esneklerin kalıcı olarak benimsenmesi gerektiğini belirtmiştir ve ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığını geliştirecek özelliklere işaret edilmiştir.

Local Government Association (2022) tarafından yayınlanan “Creating resilient and revitalised high streets in the ‘new normal’ (‘Yeni normal’de dayanıklı ve yeniden canlandırılmış ana caddeler yaratmak)” isimli raporda ise ana caddelerin taşınması gereken özelliklerden özet bir şekilde bahsedilmiştir. Raporda ana caddelerin perakende ve işlevsel odaklı faaliyetlerin ötesine geçerek deneyimsel olması, politikaların ve toplumsal ihtiyaçların değişimine uyumlu olacak şekilde esnek olması, yeşil ve düşük karbonlu olmasını destekleyecek çevre politikalarına sahip olması ve yerel bağlamın mutlaka dikkate alınarak toplum katılımı ile geliştirilmesi gerekliliklerine dikkat çekilmiştir (Local Government Association, 2022). Benzer bir yaklaşım İngiltere’de bizzat hükümet tarafından da sergilenmiş, resmi bir raporda ana caddelerin konut, ortak çalışma alanları dahil olmak üzere ofis, perakende, konaklama, eğlence, sanat ve kültür, sağlık, fiziksel aktivite, yeşil alan, oturma ve çocuk oyun alanları gibi kullanımları bir araya getirerek deneyimler üzerine geliştirilmesi gerektiğine yer verilmiştir (Department for Levelling Up, Housing and Communities, 2022). İlgili raporda ana caddelerde internette bulunamayacak deneyimlerin yaratılması, sadece ekonomik büyüme değil sosyal değer de yaratılması ve sakinlerin mecbur oldukları için değil, istedikleri için ana caddelerde var olmasının desteklenmesine de vurgu yer almaktadır (2022, s. 7).

Sparks (2021) ise İskoçya örneğinden yola çıkarak yerel yönetimlere kent merkezleri ve ana caddelerde yaşamın genişletilmesi, dijital becerilerin kullanımının artırılması, toplulukların girişimcilik kapasitelerinin artırılması ve iklim

değişikliğine karşı önlem almalarını söyleyerek geleceğin ana caddelerinin taşınması gereken özellikleri dolaylı olarak belirtmiştir. Carmona (2022) da ana alışveriş caddelerinin sunduğu/sunabileceği çeşitliliği “süper çeşitlilik” ve “zengin mikroekonomiler” olarak tanımlamakta, ana caddeleri hem alışveriş merkezlerinden farklılaştıracak olanın hem de internet alışverişiyle rekabet etmesini sağlayacak olanın caddelerden geçip gitmenin ötesinde boş zamanları değerlendirmek için her türlü deneyimi bu süper çeşitlilikle sunabilmesi olduğunu söylemektedir. Buna ek olarak, toplumun tamamını kapsayan, insanların her saatte etkileşimi için uygun ve kaliteli fiziksel çevre sunması ve aktif bir planlama sürecine dahil olmaları gerekliliklerine de değinmektedir (Carmona, 2022).

Tüm bu raporlar, araştırmalar ve iyi uygulama örnekleri değerlendirildiğinde, geleceğin ana caddelerinde en sık vurgulanan konu çeşitliliktir. Günümüz alışveriş dinamikleri de düşünülürse çeşitliliği sağlayacak olanın şüphesiz ki ana caddelerin rolünün ne olarak görüldüğünde yattığı anlaşılmaktadır. Daha önce de vurgulandığı gibi ana caddeyi perakende odağından okumak ekonomik amaçlı bir bakış açısı sağlamaktadır. Ana alışveriş caddelerinin buluşma, boş zaman geçirme, hak savunuculuğu yapma, yerel demokrasiyi gösterme ve eğlence gibi işlevleri bu bakış açısında görmezden gelinmektedir (Dobson, 2015). Ana caddelerin hem böylesi bir bakış açısıyla ele alınması hem de bu özelliklerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Bir diğer vurgu ise ana caddelerde alışveriş özelliğinin devam etmesi fakat bunun deneyim odaklı olması gerektiği üzerinedir. Alışverişin kendisinin çeşitli araçlarla deneyimleştirilmesi ve alışverişi destekleyici boş zaman aktiviteleri, kültür ve eğlence olanaklarının deneyim sunması beklenmektedir (Department for Levelling Up, Housing and Communities, 2022; Labour Policy Forum, 2013). Dijital devrim ve teknolojinin ana caddelerde kullanılması, yeşil altyapı, kapsayıcı tasarım, erişilebilirlik, yerellik, özgünlük, liderlik, sürdürülebilirlik ve en nihayetinde dayanıklılık geleceğin ana alışveriş caddelerinin mutlaka taşınması gereken özelliklerdendir.

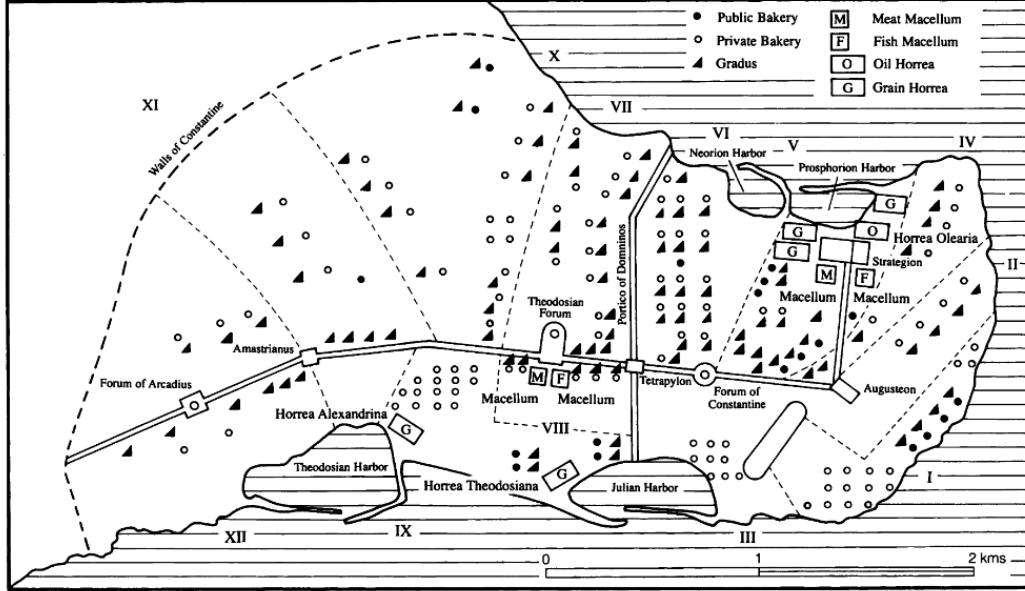
2.4 Türkiye’de Perakende Ticaretin Gelişimi ve Ana Caddelerin Rolü

Türkiye’deki perakendenin daha doğrusu ticaretin öyküsü genellikle İstanbul üzerinden tariflenmektedir çünkü Osmanlı İmparatorluğu zamanında stratejik konumu nedeniyle en yüksek ticari faaliyet gösteren kent İstanbul’dur. Günümüzde de tüm ticaret işlevlerinin yer bulduğu ve gelişim öyküsünün en görünür olduğu kent olma özelliğini hâlâ sürdürmektedir. Bu nedenle çalışmanın bu kısmında perakendenin gelişim öyküsü diğer yerleşimlerdeki gelişmelerden de bahsedilerek İstanbul odaklı devam edecektir. Bu bölümdeki temel kaynaklar Mango (2000)’nin “The Commercial Map of Constantinople” isimli makalesi, Mortan ve Küçükerman (2010)’ın “Çarşı, Pazar, Ticaret ve Kapalıçarşı” isimli kitabı ve Tokatlı ve Boyacı (1999)’nın “The changing morphology of commercial activity in Istanbul” isimli makaleleridir.

Mortan ve Küçükerman’ın aktardıklarına göre; Bizans döneminde İstanbul’un ticari yaşamı günümüzde Beyazıt Meydanı olarak adlandırılan, Bizans’ın Theodisius Forumu’ndan başlayarak günümüzdeki Ayasofya Meydanı’nı (Augustaion) da içine alan ve daha sonra Eminönü bölgesini ve limanı içeren bir mekansallığa sahiptir (2010). İmparatorluğun tören yolu olarak kullanılan Mese Caddesi (Divanyolu) şehrin orta caddesi olmakla beraber ticaret işlevi de üstlenmekte ve Mese Caddesi’nden Haliç kıyısına kadar güney-kuzey yönünde uzanan ve hâlâ var olan Uzunçarşı Caddesi (Makros Embolos/ Portico of Domninos)’nin de önemli bir aks olduğu bilinmektedir. Öyle ki bu aks belki de erken dönem bir alışveriş caddesi olarak tanımlanabilir, Makros Embolos Yunanca’da “uzun/büyük sıra dükkânlar” anlamına gelmektedir. Eyice, Geç Roma döneminde dükkânların sıralandığı direkli caddelerin kente yayılan alışveriş caddeleri olduğundan bahsetmektedir (Eyice, 1992). Mese Caddesi üzerinde gümüşçüler ve fırınlar yer almakta, Çemberlitaş’ta kürkçüler çarşısı, Ayasofya’ya doğru olan kısımda bakırcılar çarşısı ve kitapçılar yer almaktadır (Mortan & Küçükerman, 2010).

Bu ticari düzende Theodisius Forumu (Beyazıt Meydanı) salt ticaret, Augustaion (Ayasofya Meydanı) hem bir kamusal alan hem de pazar işlevi gösterirken, Forum Constantine (Çemberlitaş), Amastrianus (Laleli Meydanı) ve Strategion (Eminönü civarı) gibi alanlar ticari işlevlerin gerçekleştiği diğer önemli alanlardır (Mango,

2000). Toptan et, balık ve tahıl ticareti limana daha yakın alanlarda da yapılmakla beraber Theodisius Forumu'nda da yapıldığı bilinmektedir (Mango, 2000). Şekil 2.5'ten de anlaşılacağı üzere bakkal, fırın ve şarap satılan hanlar kentin çeşitli alanlarına dağılmıştır fakat genel itibariyle Konstantinopolis'te perakende ve toptan ticaretin ürün türlerine göre kümelenme eğilimi gösterdiği anlaşılmaktadır.



Şekil 2.5 Constantinople'un ticari haritası (Mango, 2000)

Tarihi yarımada'nın bahsedilen bölgeleri yalnızca Bizans Dönemi'nde değil, İstanbul'un fethinden sonra da en önemli ticari alanlar olma işlevini devam ettirmiştir. Fatih Sultan Mehmet, yıllarca kentin ticari merkezi olacak Kapalıçarşı'yı önceki dönemde ticari merkezlerden olan Constantinian ve Theodosian forumları arasında, Makros Embolos'un doğusuna inşa ettirmiştir ve ayrıca caddenin batısına inşa edilen saray bölgeyi kentin merkezi alanı olarak yeniden canlandırmıştır (Mango, 2000). Bu merkeze ek olarak, içinde ve çevresinde Mahmutpaşa Çarşısı ve Saraçhane Çarşısı birçok çarşı yapılmıştır. Özetle, Osmanlı'nın yeni ticaret bölgesi liman bölgesi, Ayasofya ve çevresi, Sultanahmet ve çevresi, Bakırcılar Çarşısı ve çevresi ile Sultanahmet'ten başlayarak Beyazıt'a giden Mese aksı ve Fatih'e uzanan kesim olarak tanımlanmıştır (Mortan & Küçükerman, 2010)

Tokatlı ve Boyacı'nın aktarımlarına göre; Osmanlı'da ticari faaliyetler, limana yakın konumlanan bedestenler ve hanlarda gerçekleşmektedir. Zaten Selçuklu ve Osmanlı kentlerinde alışveriş mekânları kapalı ve açık çarşılar, arastalar,

bedestenler, hanlar ve arastalardır. İstanbul'un çok katmanlı yapısı tipik olarak bu yapıyı göstermekten ziyade karma bir alışveriş mekânı sunmaktadır.

İstanbul'da 15. yüzyılın ortasından 19. yüzyılın ortasına kadar kentin ticari merkezi olarak Kapalıçarşı (Çârşû-yı Kebîr) rol almaktadır. Kapalıçarşı ürünlere göre özelleşen sokaklarının yanı sıra camiler, avlular, çeşmeler ve bankaları da bünyesinde bulunduran tüm etnik grupların bir arada var olduğu çok önemli bir üretim ve tüketim mekânıdır. Kapalıçarşı'yı Avrupa ülkelerinde var olan alışveriş merkezlerinin öncüsü olarak nitelendiren araştırmacılar olmuştur (Mortan & Küçükerman, 2010).

17. yüzyılda limandan Kapalı Çarşı'ya kadar olan kısımda Mısır Baharatçılar Çarşısı ve onlarca han bulunmaktadır. Aynı zamanda Galata'da yer alan Balık Pazarı'nın perakende yapılanması içinde yer aldığı bilinmektedir. Zaten Galata 13. yüzyıl başlarında artan demografik yapı ve Latin tüccarların rolü nedeniyle ticaretin geliştiği bir alan olmuştur. Bu sırada Eyüp ve Haliç'in kuzey kıyıları ve karşı yakada Üsküdar ticaret alanına eklenmektedir (Mortan & Küçükerman, 2010)

Tarihi yarımadaadaki ticaret fonksiyonu her ne kadar çevresine yayılsa da 19. yüzyılın ortalarına kadar tek merkezli bir yapı göstermiştir. 1838'de imparatorluğun yabancı sermayeye açılması nedeniyle 19. yüzyılda ithal ürünlerin imparatorluğa girmesi yeni bir mekânsal düzende kendini göstermeye başlamıştır (Tokatli & Boyacı, 1999). Bu döneme kadarki ticari yapı ürün satışı da yapan zanaatkârlar, perakende ve toptancı tüccarlardan oluşmaktaydı ve ticari işler imparatorluğun hâkimiyetindeydi (Mortan & Küçükerman, 2010) fakat artık yavaş yavaş ithal ürünler üretimi çarşıda yapılan ürünlerden daha fazla tercih edilmeye başlayacaktır. Böylece özel piyasanın yönlendiricisi olduğu ticaretin yapısı değişecektir. Bu dönemdeki mekânsal dağılıma bakılırsa, Karaköy'de uluslararası ticaret ve bankacılık işlevi yer alırken, Karaköy'den Kabataş'a kadar olan sahil aksında ticari işlevler yer almaya başlamıştır. Her ne kadar yarımada ticari aks Beyazıt'a kadar genişlese ve Marmara kıyısıyla birleşse de artık yarımada'nın karşısı, Galata ve Pera bölgesi, elçiliklerin de bulunmasının etkisiyle ithal ürünlerin satıldığı ve ticaretin Batılılaştığı bir mekân özelliği göstermeye başlamıştır. Günümüzde İstiklal Caddesi, o zamanlar Grande Rue de Pera, üst sınıf, Batılı bir alışveriş caddesi kimliğini 19. yüzyılın ortalarında almıştır. 1845'te Eminönü-Karaköy köprüsünün inşası, 1856'da bölgenin gaz lambası ile aydınlatılması, 1858'de 6. Daire adıyla

belediyenin kurulması, 1875'te f nik lerin inşası, azınlıkların loncalarla değil de kendi ticaret odalarına bağlı ticaret yapmaları, pasaj yapılarının ortaya çıkması, hanlar yerine otellerin açılması, pastane, restoran gibi Batılı kullanımların yer alması her geçen gün alışveriş caddesi olma hik yesini desteklemiştir. Artık Kapalıçarşı Doğu'nun  arşısı'dır (Mortan & Küçükerman, 2010), "  rş -yı Kebîr"e alternatif olarak Batılı "Cadde-i Kebir" y kseliştedir.

Bu sırada Pera bölgesinin gayrimüslimlere ait dini alanlara, azınlıklara ait okullara,  lkelerin elçiliklerine ve Batılıların yaşam alanlarına ev sahipliği yaptığını aktarmak gerekir. Osmanlı Dönemi'nde İstiklal Caddesi de dahil olmak üzere ticaret ve zanaat işleri Rum, Ermeni ve Yahudi azınlıkların baskınlığında devam etmiştir (Tokatli & Boyaci, 1997). 20. yüzyılın başından itibaren ise azınlıklara uygulan politikalar nedeniyle Türk - Müslüman burjuvazisi ticarete baskın konuma gelmeye başlamıştır (Tokatli & Boyaci, 1997, s. 103). Özellikle Cumhuriyet'in kurulmasının ardından azınlıklara getirilen vergiler ve azınlıklara karşı gerçekleştirilen eylemler ülkeden büyük bir g  e neden olmuş ve Avrupa sermayesini ortadan kaldırmıştır.

Cumhuriyet'in ilanından sonra Türkiye H k meti perakende ticaret üstünde daha müdahaleci olmuştur.  ay, tütün, alkollü içecek gibi ürünlerde tüm arzı kontrol ederken; devlet memurları için pazarları ve belediyeler aracılığıyla açılan süpermarketleri, kısacası kooperatifleşmeyi teşvik etmektedir (Tokatli & Boyaci, 1999). 1930 yılında çıkartılan Belediye Kanunu'na göre belediyeler tanzim satış mağazaları kurabileceklerdir. Bu devlet destekli organize perakendeciliğin ilkini 1954 yılında İstanbul Belediyesi, Toprak Mahsulleri Ofisi ve Et ve Balık Kurumu'nun İsviçre Migros ile ortak olarak açması örnektir. Daha sonra Ankara'da 1956'da Gima ve 1963'te OYPA, İzmir'de ise 1973'te Tanzim Satış Mağazaları gibi devlet destekli zincir mağazalarla beraber yerli perakendeciler varlıklarını arttırmışlardır. 1980'lere kadar artan bu tip süpermarket ve hipermarketler alışveriş merkezlerinin ilk versiyonunu oluşturarak geleneksel perakendeciliğe alternatif olarak organize perakendeciliğin gelişmesinde önemli rol oynamışlardır. Yine de Türkiye'de hâlâ geleneksel perakende baskınlığı korumakta, ancak 1980'li yıllarda ülkenin dışa açık kalkınma politikaları nedeniyle perakende ticarete dönüşüm gerçekleşmeye başlamıştır.

Bu sırada İstanbul'da perakende yapılanması Taksim'den başlayarak Osmanbey'e doğru genişlemiş, 1973'te Boğaz Köprüsü'nün açılmasının etkisiyle Mecidiyeköy ve Beşiktaş'ta da ticari faaliyetler artmaya başlamıştır (Tokatli & Boyacı, 1999). Bu tarihlerde Kapalıçarşı Türk esnafların hâkimiyetinde fakat artık ürün çeşitliliği sağlayan yeni tip alışveriş mekânlarının varlığıyla eski gücünü gösteremediği, turizmden dolayı harnutçuluk yapan kesimlerin artarak çarşının prestijini iyice düşürdüğü bir evrededir (Mortan & Küçükerman, 2010). Karaköy ve Eminönü toptan perakendenin devam ettiği yerlerdir, Tahtakale ise artık döviz karaborsası için işlev göstermektedir (Tokatli & Boyacı, 1999).

1980'li yıllara kadar Türk perakende sistemini geleneksel küçük ölçekli perakendeciler tanımlamaktadır. Tokatlı, Özcan ve Boyacı bu dönemde gelenekselden modern büyük ölçekli perakendeciliğe geçilmeye çalışıldığından fakat yine de 1980'li yılları küçük ölçekli, sermaye açısından zayıf, şubesi olmayan, bağımsız, aile işleri olarak tariflemektedirler (Tokatli & Boyacı, 1998; Tokatli & Özcan, 1998)

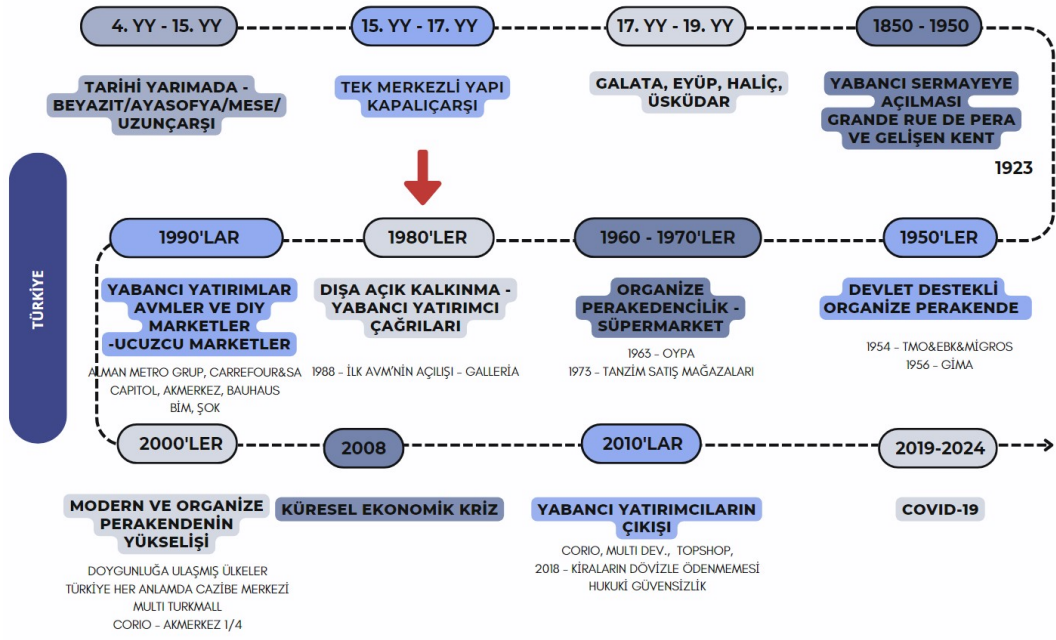
1983-1989 yılları arasında yerel yönetimlerin merkezi yönetimin kararlarıyla paralel doğrultuda İstanbul'un imajını değiştirmekle ilgili çabaları görünürdür, örneğin Karaköy'de yer alan Perşembe Pazarı'nın tahliyesi söz konusudur (Tokatli & Boyacı, 1999). Bir yandan da kentin tarihi merkezi dışındaki alanlarda başka tür bir hareketlenme görülmektedir, artan kent nüfusu tarihi çekirdeği çoktan aşarak yeni merkezler üretmekte, Zeytinburnu ve Bakırköy aksı canlanmaktadır. Öyle ki, 1 Ekim 1988'de Ataköy'de açılan Türkiye'nin ilk alışveriş merkezi Galleria AVM uluslararası yatırımcıları ve perakendecileri Türkiye'ye çeken en önemli kilometre taşı olarak kabul edilir. Aynı yılda ülkeye giren Alman Metro Group 1990'lı yıllarda ülkeye yatırım yapan en büyük perakendeci olmuştur. 1991 yılında ise Fransız menşeli Carrefour, Sabancı Holding ile ortak olarak CarrefourSA markasını yaratmış ve 1993 yılında ilk marketlerini İçerenköy'de açmışlardır. 1993 yılında yine İstanbul'da Capitol ve Akmerkez'in açılması, 1996 yılında "do-it-yourself" kavramını getiren Bauhaus'un ilk şubesini açması önemli adımlardır. Perakendedeki gelişim sadece gıda üzerine olmamış, kıyafet ve fast food sektöründe de yabancı markalar sektöre girmişlerdir. Örneğin, tekstilde Benetton, Levis, Mothercare, Versace, Channel; fastfoodda ise McDonalds, Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, Subway ve Burger King gibi markalar 1980'lerin sonu ve

1990’larda Türkiye’deki perakende sektörünün yapısal dönüşümüne katkı sağlamışlardır (Tokatli & Boyaci, 1998). Elbette bu süreçte İstanbul, Ankara, İzmir ve Bursa gibi ülkenin büyük kentlerinde alışveriş merkezleri açılmaya devam etmektedir.

1990’lı yılların ortaları aynı zamanda ucuzcu marketlerin de sisteme dahil olduğu yıllardır. 1995’te Alman zinciri Aldi BİM’i, Migros ise Şok’u kurmuştur. İndirim mağazaları günümüzde perakende sistemi içinde en aktif rol alan oyunculardır, öyle ki günümüzde büyük mağazaların indirim mağazalarıyla rekabet edebilmek adına küçük ve butik konseptlere başvurdukları görülmektedir (Avcı, 2020).

2000’li yıllar artık uluslararası alışveriş merkezi yatırım şirketlerinin Türkiye ve özellikle İstanbul’u fark ettikleri ve perakende sisteminin dönüşümünün hızlandığı yıllardır. Türkiye’deki bu modern ve organize perakendeye geçişin en önemli nedenleri olarak kırdan kente göç sonucu artan kentleşme ve kentsel pazara yakınlık, ülkede artan refah düzeyine ve buna bağlı alım gücünün ve her anlamda erişilebilirliğin artması, yüksek eğitim kalitesine sahip, kredi kartı kullanan yeni tip müşteri profilinin oluşması, yabancı ortaklara sağlanan kolaylıklarla uluslararasılaşan perakende ve dayanıklı tüketim mallarının çeşitlenmesi görülmektedir (Aksel Gürün, 2011; Erkip vd., 2013).

Modern anlamıyla alışveriş merkezlerinin Amerika’da 1950’lerde, Avrupa’da ise 1960’larda başlayarak, 1990’larda Ortadoğu ve Uzakdoğu’yu da içine alarak patlama yaşadığı ve 2000’lere gelindiğindeyse çoktan yeterli doygunluğa ulaştığını bilinmektedir. Dolayısıyla 2000’li yıllarda yabancı alışveriş merkezi ve perakende yatırımcısı için Türkiye her anlamda çok cazip bir yatırım ortamı sunmaktaydı. Bu nedenledir ki, 2000’li yıllar 1980’lerde hedeflenen yabancı sermayeyi çekme hedefinin görünür olduğu yıllardır (Şekil 2.6). 2004 yılında dünyaca ünlü Multi Development (Multi Turkmall)’ın alışveriş merkezi yatırımlarına başlaması, 2005 yılında Avrupa’nın en büyük yatırım şirketlerinden olan Corio’nun Akmerkez’in ¼ hissesini alması, 2007 yılında REDEVCO’nun alışveriş ve iş merkezleri yatırımları için Türkiye’ye gelmesi sektörde büyük etki yaratan diğer yabancı yatırımlardır. 2007 yılına gelindiğinde Türkiye’de 50’si yabancı yatırımcının olmak üzere 179 alışveriş merkezi bulunmaktaydı (Hürriyet Gazetesi, 2007).



Şekil 2.6 Türkiye’de kent merkezlerinin ve ana alışveriş caddelerinin tarihsel süreçte gündemi

1980’li yıllardan bu yıllara kadar büyük mağazaların ve alışveriş merkezlerinin kent mekânındaki yer seçimi tamamen kontrolsüzce gerçekleşmiştir. Geleneksel ticaretin gelişimini izlemek ve mekânsallığını tariflemek mümkünken, organize ticaretini tariflemek o kadar kolay olmamaktadır, kente tamamen dağılmışlardır. Yine de Tokatlı ve Boyacı’nın (1999) aktarımlarından yararlanarak 1980-2000 yılları arasında uluslararası sermayenin yüksek segment markalarının Nişantaşı bölgesini tercih ettiğini, bir yandan da Şişli’den başlayarak Beşiktaş’ta yüksek gelir grubunun yaşadığı ve Akmerkez’in de yer aldığı Nispetiye, Etiler tarafını seçtiği anlaşılmaktadır. Aynı zamanda Galleria, Atrium ve Carausel gibi alışveriş merkezlerinin yer aldığı Bakırköy tarafında da yine uluslararası ve ulusal büyük mağazalar yer seçmeye devam etmiştir ve büyük mağazalar ana ulaşım aksı üzerinde çepere doğru genişlemeye devam etmiştir. Anadolu yakasında da benzer bir örüntü izlenerek Avrupa yakasındaki Beşiktaş gibi, Kadıköy’de yüksek gelirli kesimin yaşadığı Bağdat Caddesi ve çevresi yüksek segment markalara ev sahipliği yapmış, büyük perakendeciler ise Kartal ve Pendik’e doğru yer almaya başlamıştır. 2008 yılında gerçekleşen küresel ekonomik kriz tüm dünyada olduğu gibi her ne kadar ticari ve ekonomik ortamı etkilemiş olsa da bu yıllarda hâlâ alışveriş merkezleri perakende sektöründe en önemli oyuncularındandır. Yine de artık ivme aşağı yöne doğru çevrilecektir. 2005 yılında Akmerkez’le ülkeye giren Corio’nun

2010 yılında ülkeden çıkması, 2013 yılında Forum AVM'lerine sahip olan Multi Grubu'nun Amerikalı The Blackstone Group'a satılması, 2016 yılında Topshop gibi büyük bir perakende markasının alışveriş merkezlerinden çekilmesi ve Tesco'nun Kipa markasını Migros'a satması gibi birçok uluslararası perakendecinin ülkeden çıkış yaptığı örnek görülmektedir. Bu durum 2017 yılında Sözcü Gazetesi tarafından "Türkiye'den kaçış sürüyor! Yabancı 6 marka daha..." isimli bir haber ile de gündeme gelmiştir (Sözcü Gazetesi, 2017).

Perakende sektöründen uluslararası markaların çıkışı günümüze kadar devam etmektedir. Pandemide kapalı kalma süreleri ve etkisi, ortak alan giderlerinin fazlalığı, 2018 yılından bu yana kiraların döviz ile ödenmemesi ve hukuki güvensizlik gibi nedenlerle alışveriş merkezleri giderek güç kaybetmektedir fakat yine de hâlâ sektörde baskın görünümündedir. 2023 yılının ilk çeyreğinde Türkiye'de 453 AVM bulunurken, bunun 135'i İstanbul'da yer almaktadır, ayrıca 16 adet de inşaat halinde alışveriş merkezi vardır (GYODER, 2023).

Bu anlatımla beraber Türkiye'nin perakende sisteminin hâlâ tümüyle modern perakendeden oluşmadığı görülmektedir. Bunun nedeni Dökmeci ve diğerlerinin (2006) bahsettiği gibi, tıpkı 2000'lerde olduğu gibi, İstanbul'un ekonomik sisteminin hâlâ formal ve informal olmak üzere ikili bir yapıda olması ve modern ve geleneksel perakendenin birbirinin alternatifi değil, birbirini tamamlayan örüntüde olmasıdır. Ayrıca bugün hem İstanbul'da hem de Anadolu kentlerinde ticaret mekânlarının çeşitliliğini görmek mümkündür. Osmanlı Dönemi'nden kalan açık ve kapalı çarşılar, kent merkezlerinde yer alan alışveriş caddeleri, Cumhuriyet'te eklenen mahalle bakkalları, kasapları ve tuhafiyeleri, 1950'lerde başlayan süpermarketler, 1990'lardan bu yana etkin olan alışveriş merkezleri ve büyük mağazalar, ürünlere göre toplulaştırılan ticaret mekânları, hepsi tek bir kentte var olmaya devam etmektedir ve hiyerarşik olarak bir sınıflandırma yapmaya da izin vermemektedir. Ayrıca pandeminin de etkisiyle oldukça hızlı bir artış sağlayan çevrimiçi ticaretin kentlere yeni türde bir mekânsal kullanım eklediğini de belirtmek gerekir. Bu mekânsal düzen içinde bu tezin de çalışma konusu olan ana alışveriş caddelerinin perakende sistemi içinde nasıl bir role sahip olduğunu belirlemek önemlidir. Bu nedenle bir sonraki bölümde İstanbul kenti saha olarak alınarak perakende ticaretin yapısı ve mekânsallığı incelenecek, ana alışveriş caddelerinin perakende sektörü odağından değerlendirmesi yapılacaktır.

2.5 İstanbul'un Mevcut Ticaret ve Perakende Ticaret Görünümü

2.5.1 Veri Hakkında Bilgi ve Yöntem

Araştırmada kullanılan verilerin tamamını ikincil veriler oluşturmaktadır. Verilerin esas kaynağı İstanbul Ticaret Odası (İTO)'dur ve temelde 3 veri setinden oluşmaktadır.

- Birinci veri seti, 19 Kasım 2021 tarihi itibarıyla İstanbul'da yer alan ve aktif olarak faaliyet gösteren, İTO'ya kayıtlı, NACE kodu 47 ile başlayan tüm perakende ticaret işletmelerinin bilgilerinin olduğu bir tablodur ve kayıtlı işletme sayısı 53 620'dir. Her bir işletme için tabloda sicil numarası, adres, ilçe, il bilgileri, unvan, meslek kodu, telefon numarası, e-posta adresi, odaya kayıt tarihi, uyruk, derece, sermaye, NACE kodu ve nevi bilgileri yer almaktadır.
- İkinci veri seti, 19 Kasım 2021 tarihi itibarıyla İTO'ya kayıtlı toplam 461 564 işletmenin ilçelere göre dağılımı tablosudur.
- Üçüncü veri seti ise, asıl kaynak İTO olmasına rağmen İstanbul Planlama Ajansı'ndan edinilen 2016 yılı ilçe bazında NACE Koduna Göre İTO'ya kayıtlı işletme sayısı, 2021 yılı ilçe bazında İTO'ya kayıtlı işletme sayısı ve 2021 yılı NACE koduna göre İTO'ya kayıtlı işletme sayısını içeren tablolardır.

• NACE ve Meslek Kodları Hakkında Ek Açıklama

NACE kodu 47 ile başlayan ve bu analizin temel birimini oluşturan işletmeler Perakende Ticaret'i temsil etmektedir ve alınan veride her bir işletme için altılı NACE tanımlaması yapılmıştır. Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı tarafından yayınlanan NACE ve Meslek kodları incelendiğinde Perakende Ticaret altılı kodlarla 337 farklı koda ayrılmıştır ve edinilen veri setine göre İstanbul için 163'ü mevcuttur. Bu kodlar kendi içlerinde benzerlikler taşısa da çok detaylı bir şekilde listelenmiştir. Örneğin 47.22.02 kodu "Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda et ürünleri perakende ticareti (sosis, salam, sucuk, pastırma vb.)"ni temsil ederken 47.22.06 "Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda sakatat perakende ticareti"ni temsil etmektedir. Bu detaylandırmanın ve yarattığı karmaşanın önüne geçebilmek için bu tez kapsamında daha az sayıda kategori içeren meslek kodları kullanılmıştır.

Örneği verilen her iki kullanımın meslek tanımı “Kasaplık” olarak geçmektedir ve bu kod daha kapsayıcı ve tanımlamakta kolaylık sağlayan bir yapıdadır.

Bu kabulde, 47-Perakende Ticaret işletmeleri için 51 adet farklı meslek tanımlanmıştır. NACE ve Meslek Kodu eşleştirmeleri tablosu EK A’da sunulmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken bir husus, her ne kadar 47 ile başlayan tüm işletmeler Perakende Ticaret sınıflandırılmasına dahil edilse de Meslek kodlarında da “Perakende Ticaret” ayrıca yer almaktadır. Diğer mesleklere göre daha fazla sayıda NACE kodu ile eşleşen bu kullanım çok fazla faaliyeti içerdiği için diğer mesleklere göre baskın karakterde çıkmaktadır. Bu nedenle detaylı analizlerde tekrardan altılı NACE kodlarına başvurulmuştur. Çünkü ana caddeleri de ilgilendiren bu çalışma bağlamında Perakende Ticaret mesleği altında yer almayan fakat caddelerde sıklıkla yer seçen “Hazır Giyim ve Konfeksiyon” ya da “Bijuteri, Oyuncak ve Hediyelik Eşya” faaliyetlerinin bu meslekten ayrı tutularak ele alınmasının doğru yorumlamanın önüne geçebileceği düşünülmüştür.

• Yöntem

Bu araştırma edinilen veriler ışığında niceliksel bir yöntemler bütününden oluşmaktadır. Veriler hem mekânsal olarak görselleştirilmiş hem de tablolarla yorumlanmıştır. Mekânsal analizlerde 3 adımlı bir yöntem izlenmiştir. Bunlar, ham verinin analizler için uygun hale getirilmesi, işletmelerin adres bilgilerinden yararlanılarak coğrafi konumlarının tespit edilmesi ve ArcGIS Pro aracılığı ile çeşitli mekânsal analizlerin yapılmasıdır. Verinin görselleştirmesi için kullanılan yöntemlerin dışında İstanbul’un perakende coğrafyasında mekânsal dağılımları tanımlamak, gözlemlemek ve görselleştirmek, atipik yerleri veya mekânsal sapmaları tanımlamak, kümelenmeler veya sıcak noktalar örüntülerinin tespiti için keşfedici mekânsal veri analizlerine de başvurulmuştur.

Öncelikle, İTO’dan edinilen ham veri üzerinde bazı düzenlemeler yapılmıştır. Bunlardan ilki, her bir işletmeyi meslek kodları bilgisinden yararlanarak meslek açıklamalarının tamamlanması, NACE kodlarından yararlanarak NACE açıklamalarının tamamlanması ve yine meslek ve NACE kodlarına bağlı olarak sektörlerinin tanım ve kodlarının oluşturulması olmuştur.

İkinci adım ise, adres satırlarının Coğrafi Bilgi Sistemleri’nde konumlandırılmasıdır. Bu aşamada ilk olarak ArcGIS Online programı ve ArcGIS

Pro programları kullanılmıştır fakat ilk denemede mevcut adreslerle verinin ancak %60'ı konumlandırılmış, veride büyük oranda eksiklikler ve yanlış konumlandırmalar tespit edilmiştir. Bu sorunun üstesinden gelebilmek için Google Haritalar'a web sitesinin sınırlı eşleştirme olanağı vermesi nedeniyle veri 2000'er adet olarak yüklenmiş, fakat burada da %15 oranında konumlandırılmayan işletme olduğu fark edilmiştir. Bu kaybı en aza indirebilmek için diğer arama motorlarında da konumlandırma denemeleri yapılmıştır ve tüm tarayıcılar arasında konum bilgisini adrese göre en doğru konumu veren tarayıcı Yandex Haritalar olmuştur fakat bu sitede de günlük 1000 adet konumlandırma yapılmasına izin verilmesi çalışmanın karşılaştığı zorluklar arasında yer almıştır.

Böylesine büyük bir veride elle müdahale etmek ve düzeltmenin zorlukları da göz önüne alınarak, bir profesyonel ile işbirliği yapılarak Python programlama dili aracılığı ile tüm adresler Yandex Haritalar'da tek tek aratılmış, her bir işletmenin X ve Y koordinatları oluşturulmuştur. Bu işlem sonunda veri ArcGIS Pro programında kullanılmaya başlanmış, %1'den daha az sayıda yanlış konumlandırma elle düzeltilmiştir.

Bu yanlış konumlandırmaların temel sebeplerine değinilirse, en büyük sebep ham verideki yazım yanlışlarından kaynaklanmaktadır. Örneğin Çimen Sokak yerine Çime Sokak, Alemdağ Caddesi yerine Alemdar Caddesi yazılmıştır ve dolayısıyla program da ilçeler üzerinden değil, yazılan sokak ve caddeler üzerinden eşleştirme yaparak işletmenin konumunu başka bir ilçe sınırları içinde göstermiştir. Bunun yanı sıra, bazı sokak isimlerinin birbirlerine oldukça benzemesi ve hatta bir kısmının aynı olması yanlış konumlandırmaya neden olmuştur. Üçüncü bir sebep ise, yıllar içinde yapılan ilçelerin sınır değişiklikleridir. Örneğin, günümüzde Maltepe sınırlarında olan ve kayıt tarihi eskiye dayanan işletmelerden bir kısmı adres satırında Kartal olarak belirtilmiştir. Ve son sebep de alışveriş merkezleri ile ilgilidir. Kanyon, Metrocity gibi alışveriş merkezlerinde yer alan işletmelerin adreslerinde Şişli, Beşiktaş ve Kağıthane ilçeleri olmak üzere farklı ilçelerle kayıt olmuşlardır. Tespit edilen bu tip hatalar elle düzeltilmiştir.

Tüm bu elle düzeltmeler yapılırken veriyle ilgili birkaç konuda ayrıca düzeltme yapma ihtiyacı doğmuştur. Özellikle alışveriş merkezi ya da pasajlar gibi birden çok işletmeyi bünyesinde bulunduran yapılarda ve Galataport, Kapalıçarşı gibi daha büyük komplekslerde adres olarak tek bir adresin verilmesi tüm işletmelerin üst

üste konumlandırılmasına neden olmuştur. Haritada tek bir noktasal veri olarak görünen işletmeler, detayda incelediğinde çok daha yüksek sayılarda çıkmaktadır. Bu nedenle ArcGIS Pro programı aracılığıyla üst üste konumlanmış yaklaşık 200 adet adres Count Overlapping Features özelliği ile tekrar gözden geçirilmiştir. Disperse Markers aracı kullanılarak her bir nokta bir diğerine değmeyecek şekilde, yapının büyüklüğüne göre tanımlanan mesafelerle yeniden konumlandırılmıştır. Bu düzeltmeyi yapmanın amacı daha sonra yapılacak olan kümelenme analizlerinde iki işletme arasındaki uzaklıkların önemli bir gösterge olması ve ayrıca bu alanların görsel temsiliyetinin güçlendirilmeye ihtiyaç duyulmasıdır.

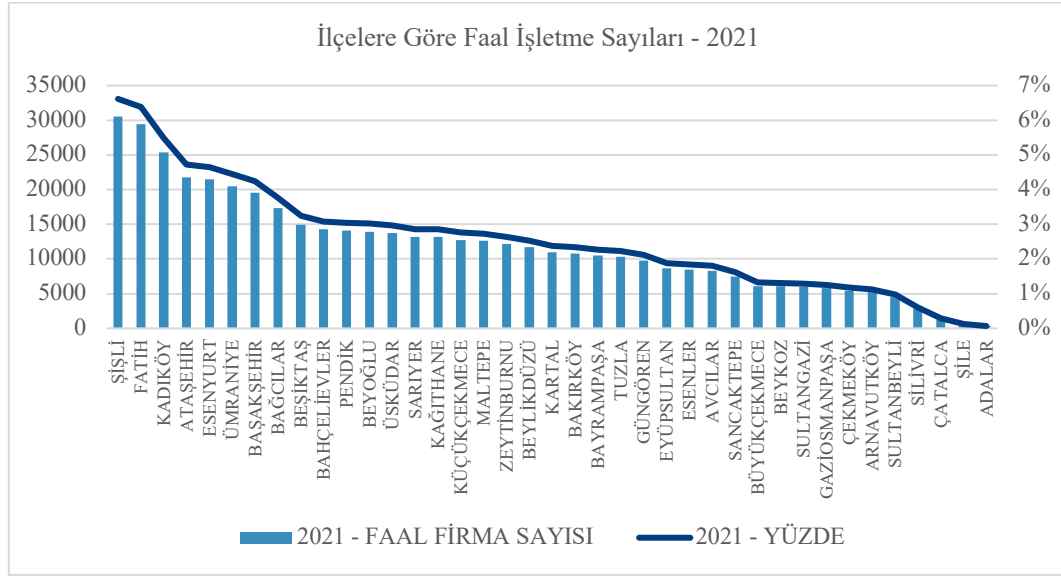
Elde edilen veri konumlandırılarak, mekânsal analizler için uygun hale getirildikten sonra ArcGIS Pro uygulaması aracılığıyla çeşitli mekânsal analizler gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında mevcut durumun görselleştirilmesi için çeşitli yöntemler kullanılmıştır. Bunlardan ilki, klasik olarak kullanılan Choropleth haritalarıdır. İstanbul'un ilçeleri arasındaki ticaret ve perakende ticaret verilerini görselleştirmek için kullanılmıştır. Bu yöneme ek olarak, idari sınırlar olmadan görselleştirmeyi mümkün kılan ve işletmelerin yakınlığına göre görselleştirme sağlayan Voronoi Diyagramı (Delaunay üçgenlemesi) da kullanılmıştır. Ayrıca tez kapsamında mekâna farklı bir bakış sağlayabilmek adına yeni bir görselleştirme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem daha önce Merkezi Yerler Teorisi başta olmak üzere birçok mekânsal ağları tanımlayıcı çalışmalarda kullanılan altıgenlerin kullanılması ile elde edilmiştir. Bu yöntemde en önemli sorun her bir altıgenin kenarının ne kadar uzunlukta olacağı olmuştur. Çeşitli kabuller alınmıştır. Bunların ilki yürüme mesafesidir. Fakat ortalama bir yürüme mesafesini tanımlandığında altıgenlerin büyüklükleri arttığı için yine görsel temsiliyet düşmüştür. Daha sonra perakende alanlarının planlamasında kullanılan değerler incelenmiştir ve bu yayınlardan da beslenerek (Ordnance Survey, 2020) 325 metre ve 100 metre kenar uzunluğu uygun görülmüştür.

ArcGIS Pro programında İstanbul il sınırlarını kapsayacak şekilde Generate Tessellation aracı ile her bir kenarı 325 ve 100 metre olan altıgenler oluşturulmuştur. Daha sonra Summarize Within aracı kullanılarak her bir altıgen içine kesiştiği perakende ticaret firmaları saydırılmıştır. Bu kısım her bir meslek kolu için de yapılmış, ayrıca daha sonra Spatial Join aracı ile analizlerde kullanılmak üzere bu firmalarla ilgili diğer bilgiler de altıgenlere tanımlanmıştır.

2.5.2 İstanbul'un Ticaret Coğrafyası

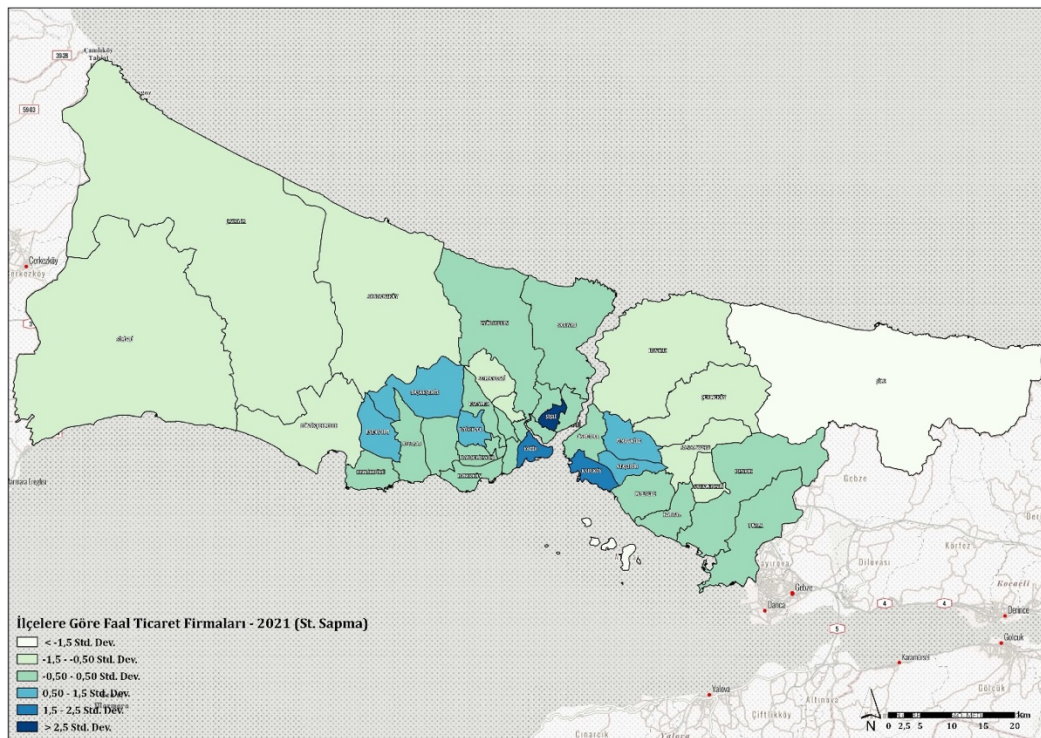
2.5.2.1 İstanbul'da Ticaret İşlemelerinin İlçelere Göre Dağılımı

19 Kasım 2021 tarihli İstanbul Ticaret Odası'ndan temin edilen bilgiye göre, İstanbul bütününde toplamda 461 564 ticari işletmenin odaya kaydı bulunmakta ve faal olarak çalışmaktadır. Bu işletmeler sırasıyla Şişli, Fatih, Kadıköy, Ataşehir ve Esenyurt'ta yoğunlaşmaktadır. En az işletme kayıtlı ilçeler Adalar, Şile, Çatalca ve Silivri'dir.



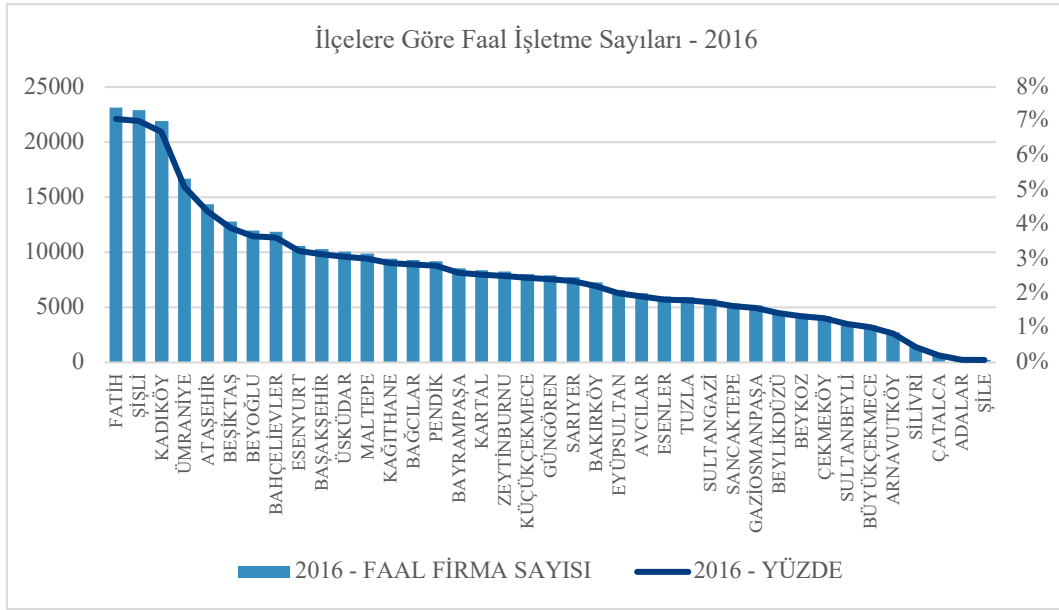
Şekil 2.7 İlçelere göre faal işletme sayıları - 2021

İstanbul'un tarihsel gelişimindeki ticaret yapılanmasının değişimini Şekil 2.7 ve aşağıda yer alan standart sapmaya göre oluşturulmuş Harita 2.1'den takip etmek mümkündür. Şişli, Fatih ve Kadıköy bugün hâlâ önemli bir yoğunluğa sahip olsa da hemen ardından gelen Anadolu Yakası'nda Ataşehir ve Ümraniye, Avrupa Yakası'nda ise Esenyurt ve Başakşehir ilçeleri değişimin göstergeleridir.

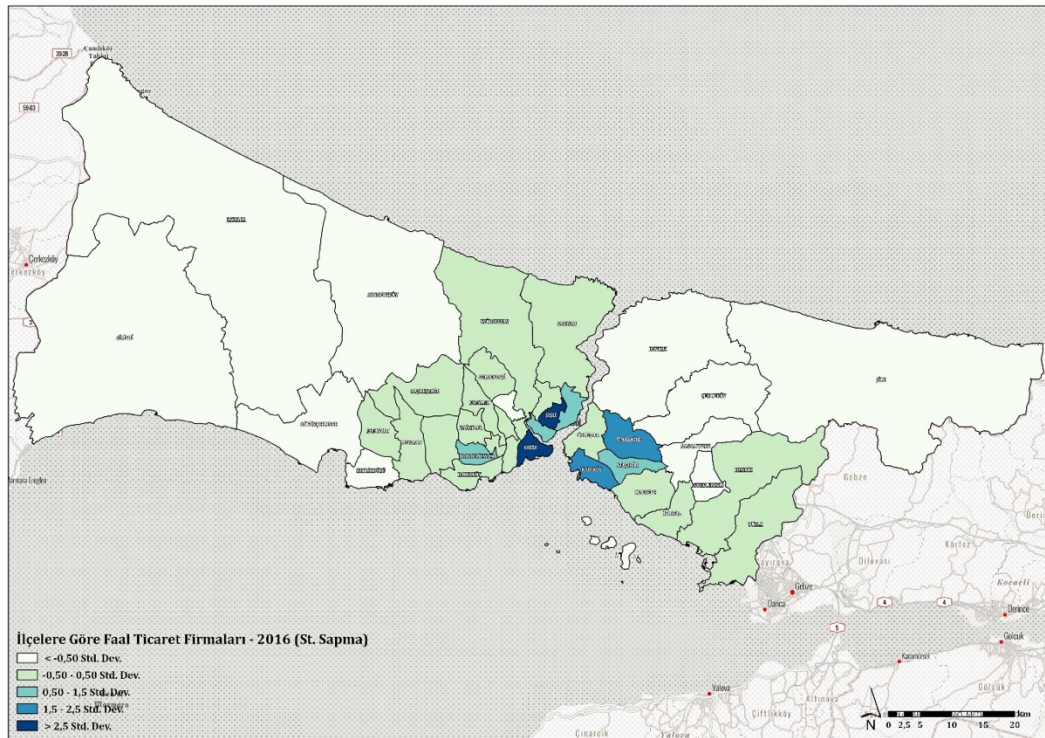


Harita 2.1 İlçelere göre faal işletme sayıları haritası (st. sapma) – 2021

Elde edilen bilgi kapsamında ticaret işletmelerinin hangi sektörlerde ya da meslek kollarında olduğu bilgisi elde edilmese de 2016 yılı ile karşılaştırma yapılabilir. Yine İstanbul Ticaret Odası'na kayıtlı faal işletmelerin bilgisini içeren Şekil 2.8'de 2016 yılında faaliyet gösteren işletmelerin ilçelere göre dağılımı görülmektedir. 2016 yılında İstanbul'da toplam 327 118 işletme bulunurken, Fatih, Şişli, Kadıköy, Ümraniye ve Ataşehir en yoğun işletmeyi içeren ilk 5 ilçedir (Harita 2.2). Sayıca en az işletme bulunduran ilçeler ise Şile, Adalar, Çatalca ve Silivri'dir.

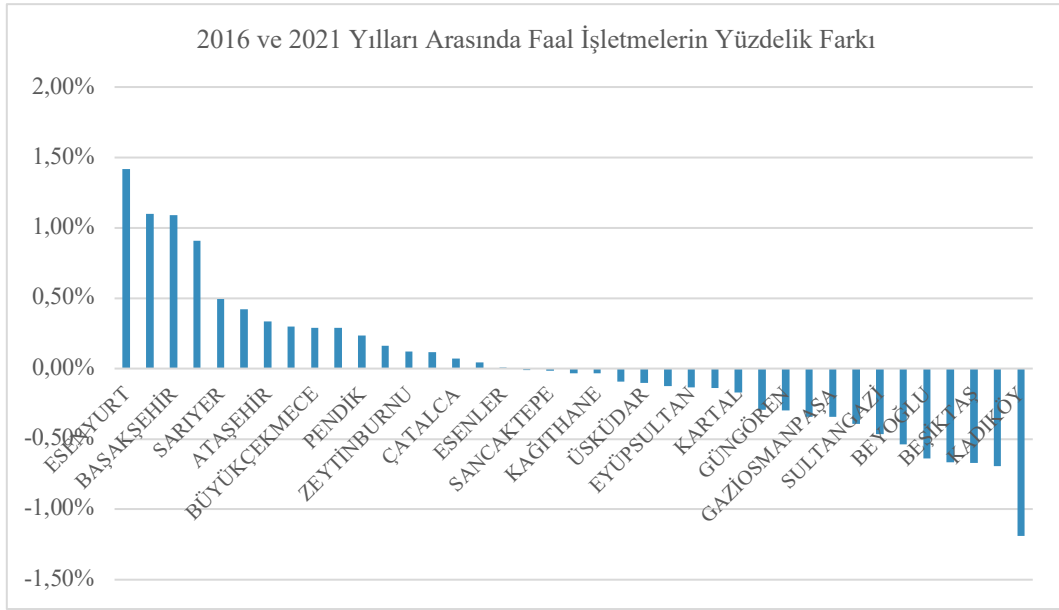


Şekil 2.8 İlçelere göre faal işletme sayıları - 2016



Harita 2.2 İlçelere göre faal işletme sayıları haritası (st. sapma) - 2016

2016 ve 2021 yılları arasında yüzde değişimi grafiğine bakıldığında bazı ilçelerin düşüş yaşadığını görürken, bazılarının arttığı görülmektedir (Şekil 2.9). 17 ilçede artış yaşanırken 22 ilçede ise yüzde kaybı yaşanmıştır.



Şekil 2.9 2016 ve 2021 yılları arasında faal işletmelerin yüzdelik farkı

İstanbul içinde ticaret payını 2016-2021 yılları arasında en çok yükselten ilçeler sırasıyla Esenyurt, Beylikdüzü, Başakşehir ve Bağcılar olmuşlardır. Kadıköy’de faal işletme sayısı 5 sene içinde 3510, Fatih’te 6305, Beşiktaş’ta 2158, Ümraniye’de 3789, Beyoğlu’nda ise 1983 artsa bile bu ilçeler toplam ticaret hacminden niceliksel olarak giderek pay kaybetmiştir. Özellikle Kadıköy’ün değişimi dikkat çekmektedir. Hem 2016 yılında hem de 2021 yılında en çok işletme bulunduran 3. ilçe olmasına ve 5 yıllık sürede işletme sayısı da %16 artmasına rağmen yüzdelik dilim olarak önemli bir düşüş göstermiştir. 2016 yılında toplam işletmelerin %6,69’unu barındırırken 2021 yılında %5,50’ini barındırmaktadır. Kadıköy, Fatih, Beşiktaş, Beyoğlu gibi tarihi kent merkezlerinin ticaret payından aldıkları bu düşüşün nedenini mevcut tablodan yorumlamak mümkün olmasa da hem tarihi kent merkezlerinin yıllar içinde doluluk oranına ulaşması hem de mekânsal olarak işletmelerin ihtiyaçlarına cevap veremiyor olması olası seçeneklerdendir. Ayrıca bu merkezlerdeki işlev değişiklikleri de akla gelen ilk nedenlerden birisi olabilir fakat bu değişiklikler genellikle ticari işlevden başka bir ticari işleve doğru değişmektedir. Dolayısıyla bu konuda yorum yapmamak daha sağlıklı olacaktır. Bu değişimi tez bağlamında yalnızca 47 koduna sahip Perakende Ticaret işletmeleri üzerinden inceleyebiliriz. Bir sonraki bölümde perakende ticaretin mekânsallığı ve değişimi detaylı bir şekilde incelenecektir.

2.5.2.2 İstanbul’da Ticaret İşlemelerinin NACE Kodlarına Göre Dağılımı

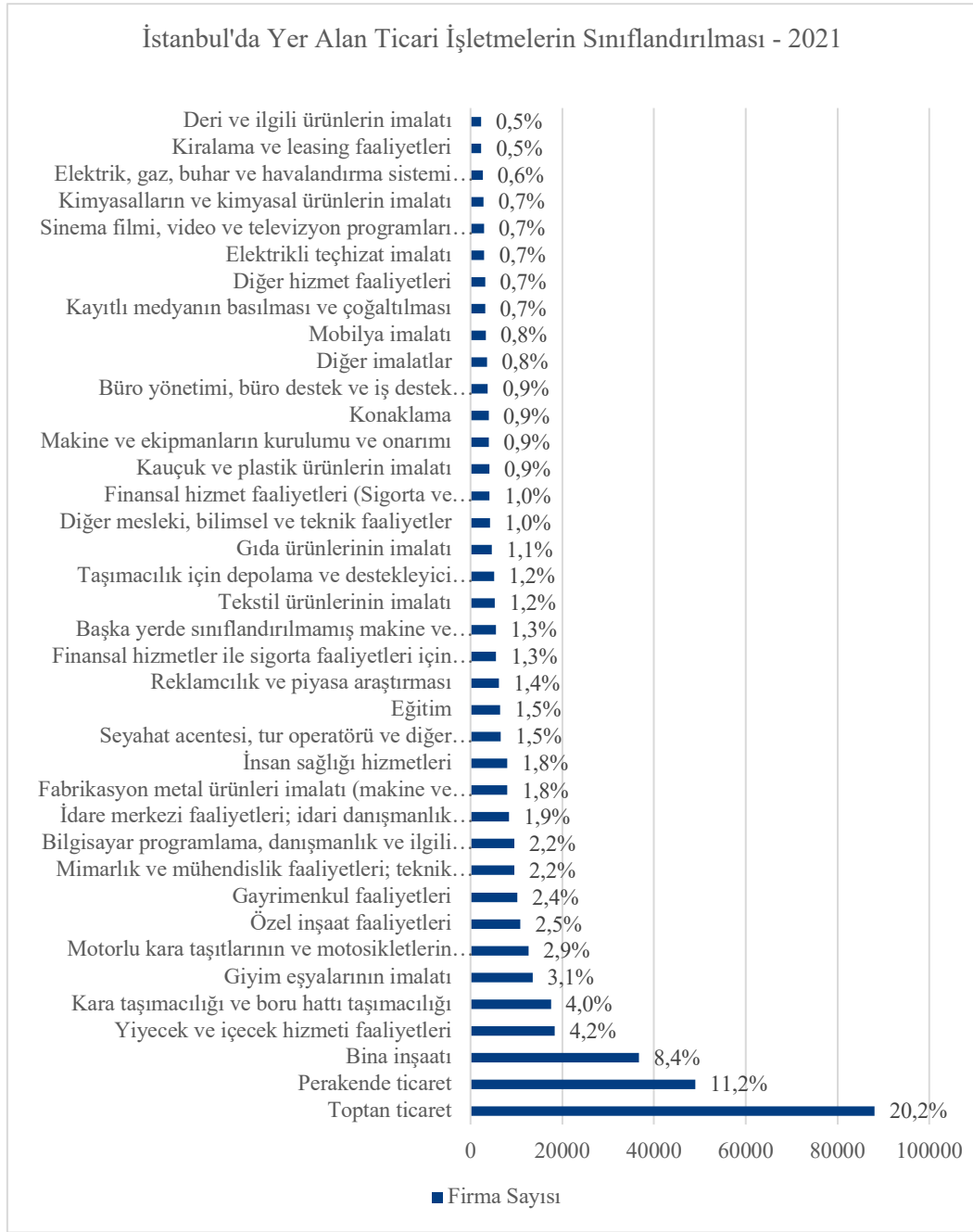
İstanbul ölçeğinde değerlendirilebileceğimiz bir diğer konu ise işletmelerin NACE kodlarına göre dağılımlarıdır. Fakat bu veri 2021 yılı Kasım ayından daha önce elde edilen, ilçelere ait detayların bulunmadığı, yalnızca İstanbul ölçeğini içeren bir veri setinden üretilmektedir. Bu veri setinde toplam işletme sayısı 435 725’tir. Geçen birkaç ay içinde niceliksel olarak bir değişim yaşansa da yüzdelerin benzer oranlarda çıkacağı ve İstanbul’daki ticaret yapısının genel bir görünümü hakkında fikir vereceği düşünülmektedir.

Tablo 2.3 Sektörlere göre İTO’ya kayıtlı işletmelerin dağılımı - 2021

Sektörler	İşletme Sayısı	Yüzde
Toptan ve Perakende Ticaret; Motorlu Kara Taşıtlarının ve Motosikletlerin Onarımı	149787	34,4%
İmalat	73619	16,9%
İnşaat	49386	11,3%
Mesleki, Bilimsel ve Teknik Faaliyetler	31034	7,1%
Ulaştırma ve Depolama	25757	5,9%
Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetleri	22336	5,1%
İdari ve Destek Hizmet Faaliyetleri	16918	3,9%
Bilgi ve İletişim	16888	3,9%
Finans ve Sigorta Faaliyetleri	10441	2,4%
Gayrimenkul Faaliyetleri	10255	2,4%
İnsan Sağlığı ve Sosyal Hizmet Faaliyetleri	8595	2,0%
Eğitim	6396	1,5%
Diğer Hizmet Faaliyetleri	4621	1,1%
Kültür, Sanat, Eğlence, Dinlence ve Spor	3040	0,7%
Elektrik, Gaz, Buhar ve İklimlendirme Üretimi ve Dağıtımı	2645	0,6%
Tarım, Ormancılık ve Balıkçılık	1382	0,3%
Madencilik ve Taş Ocakçılığı	1278	0,3%
Su Temini; Kanalizasyon, Atık Yönetimi ve İyileştirme Faaliyetleri	877	0,2%
Kamu Yönetimi ve Savunma; Zorunlu Sosyal Güvenlik	449	0,1%
Hanehalklarının İşverenler Olarak Faaliyetleri; Hanehalkları Tarafından Kendi Kullanımlarına Yönelik Olarak Ayrım Yapılmamış Mal ve Hizmet Üretim Faaliyetleri	11	0,0%
Uluslararası Örgütler ve Temsilciliklerinin Faaliyetleri	10	0,0%
Toplam	435725	100,0%

Sektörler genelinde değerlendirildiğinde, İstanbul’da en fazla işletme sayısına sahip ticaret kolunun toptan ve perakende ticaret ile motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı olduğu, daha sonra ise imalat ve inşaat sektörlerinin bu sektörü takip ettiği görülmektedir. Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler, ulaştırma ve depolama ile konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri ise İstanbul’un ticaret yapısı için diğer önemli sektörlerdendir.

Yukarıdaki Tablo 2.3’ü detaylandırılarak, NACE sınıfı ile bakıldığında ise en çok işletmeye sahip sınıfın toptan ticaret (%20) ve daha sonra ise perakende ticaret (%11) olduğu görülmektedir. Bu iki önemli paya sahip ticaret sınıfını %8 ile bina inşaatı takip etmektedir. Ayrıca yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri (%4), kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı (%4), giyim eşyalarının imalatı (%3), motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin toptan ve perakende ticareti ile onarımı (%3) da en fazla pay alan faaliyetlerdir. Aşağıdaki grafikte %0,5’ten fazla pay alan faaliyetler görülmektedir (Şekil 2.10).

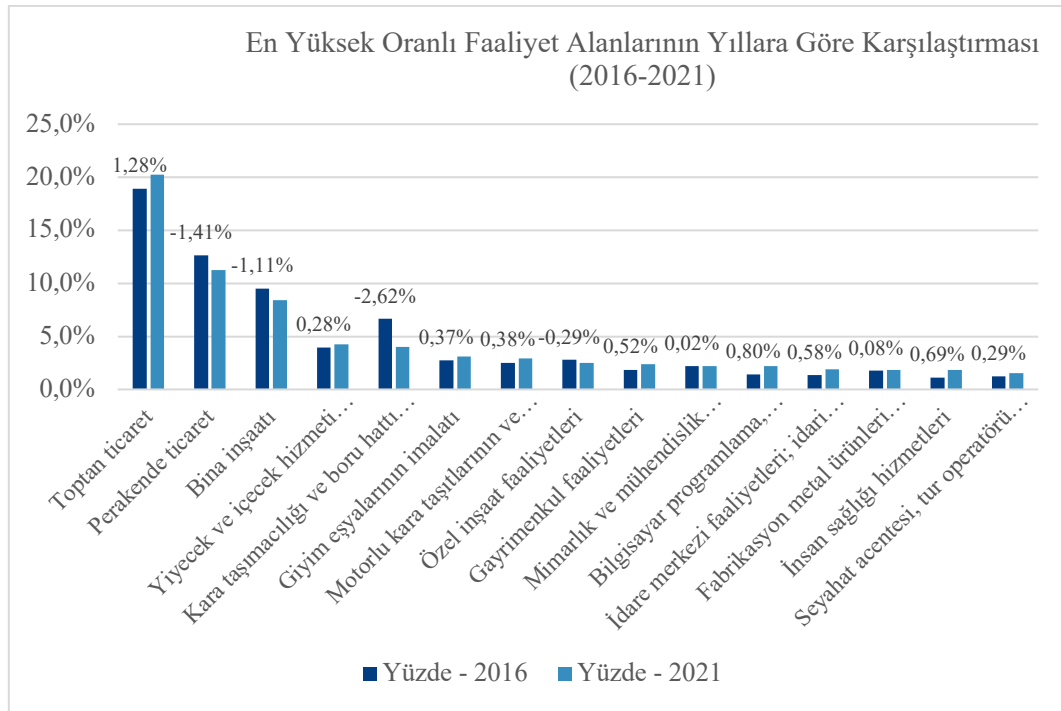


Şekil 2.10 NACE kodlarına göre İTO'ya kayıtlı işletmelerin dağılımı - 2021

2016 ve 2021 yıllarında faaliyet gösteren ve toplam yüzde içinde ilk 15'e giren faaliyet kolları karşılaştırılmıştır (Şekil 2.11). 2016 yılında da toptan ve perakende ticaret, daha sonra ise bina inşaatı en çok işletme barındıran faaliyet kollarıdır. Fakat 4. ve 5. sıra bu yıllar arasında değişmiştir. 2016'da daha çok paya sahip olan faaliyet alanı kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı iken, 2021'de bu alan bir derece aşağı inmiş, 4. Sıraya yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri yerleşmiştir.

Faaliyet alanlarının genel bir değerlendirmesi yapılacak olursa, 2016 yılından 2021 yılına kadar geçen 5 senelik süre içinde toptan ticaret, yiyecek ve içecek hizmetleri,

giyim eşyalarının imalatı, motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin toptan ve perakende ticareti ile onarımı, gayrimenkul faaliyetleri, bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler, idare merkezi faaliyetleri; idari danışmanlık faaliyetleri, insan sağlığı hizmetleri ve seyahat acentesi, tur operatörü ve diğer rezervasyon hizmetleri ve ilgili faaliyetler yüzdelik dilimden daha çok pay almaya başlamışlardır. Perakende ticaret yüzdelik dilimde %,1,41 düşüş yaşarken, bina inşaatı %,1,11, kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı %,2,62 ve özel inşaat faaliyetleri de %,0,29 düşüş yaşayan faaliyet kollarıdır.



Şekil 2.11 En yüksek oranlı faaliyet alanlarının yıllara göre karşılaştırması (2016-2021)

2.5.2.3 İstanbul'da Sektörlere ve Faaliyet Alanlarına Göre Öne Çıkan İlçeler

Tezin bu bölümünde, ticaret işletmelerinin faaliyet alanlarına göre İstanbul'da hangi ilçelerde diğerlerine kıyasla yer seçtiği incelenmektedir. Kullanılan veri seti 2016 yılına dair bilgileri içermektedir.

2016 yılı için ticaret işletmelerinin dağılım tablosuna bakıldığında birkaç faaliyet alanı için tüm ilçelere dengeli dağılım olduğu görülse de kimi faaliyet alanlarında kümelenmeler ve yoğunlaşmalar dikkat çekmektedir. Bu bağlamda aşağıda tüm İstanbul için sektörler ve sektörler altında yer alan faaliyet kollarının yer seçtiği ilçeler genel bir görünüm için özet halinde aktarılacaktır. Tezin de ana çalışma

konularından birisi olan Perakende Ticaret faaliyet alanı ise ayrıca detaylı olarak incelenecektir.

Tarım, Ormancılık ve Balıkçılık sektörü altında yer alan faaliyet alanlarına bakıldığında “Bitkisel ve hayvansal üretim ile avcılık ve ilgili hizmet faaliyetleri” ve “Ormancılık ile endüstriyel ve yakacak odun üretimi” faaliyetlerinde çok önemli bir ayırım görülmemekle beraber, yalnızca “Balıkçılık ve su ürünleri yetiştiriciliği”nde Fatih ve Sarıyer ilçelerinin diğer ilçelere göre oldukça üstün bir şekilde işletme bulundurduğu görülmektedir.

Madencilik ve Taş Ocakçılığı sektöründe yer alan faaliyetler “Kömür ve linyit çıkartılması”, “Ham petrol ve doğal gaz çıkarımı”, “Metal cevherleri madenciliği”, “Diğer madencilik ve taş ocakçılığı” ve “Madenciliği destekleyici hizmet faaliyetleri”dir. Bu faaliyet alanlarında genellikle dengeli bir dağılım görülmekle beraber Şişli, Beşiktaş, Ataşehir, Kadıköy, Sarıyer ve Üsküdar ilçeleri ön plana çıkan ilçelerdir.

İmalat sektörü en çok yoğunlaşmalara neden olan sektördür. Altında bulunan 24 faaliyet alanında; en çok işletme sayısına sahip “Giyim eşyaları imalatı”nda Güngören ve Zeytinburnu başta olmak üzere Şişli, Bayrampaşa, Bağcılar, Bahçelievler ve Fatih ilçeleri yoğun işletme bulunduran ilçelerdendir. Bu ilçelerin birçoğu “Tekstil ürünlerinin imalatı”, “Deri ve ilgili ürünlerin imalatı” gibi benzer sektörlerde de en öne çıkan ilçelerdendir. Bu ilçelere yalnızca Başakşehir ilçesi “Deri ve ilgili ürünlerin imalatı”nda öne çıkarak eklenebilir.

İmalat sektöründe yer alan “Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı”nda Başakşehir ve Ümraniye; “Kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı”nda Zeytinburnu, Başakşehir ve Esenyurt önemli ilçelerdendir. “Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması”nda ise Zeytinburnu en baskın ilçe iken Fatih, Kadıköy ve Şişli de önemlidir. “Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı”nda Başakşehir, Tuzla, Esenyurt; “Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı”nda yine Tuzla öne çıkmakta fakat “Temel eczacılık ürünlerinin ve eczacılığa ilişkin malzemelerin imalatı”nda Şişli, Ataşehir, Ümraniye ilk 3 ilçe olmasına rağmen önemli bir yığılma görülmemektedir.

“Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı”nda Başakşehir, Bayrampaşa ve Ümraniye; “Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı”nda Ümraniye yığılmalar gösterirken, “Ana metal sanayii”nde Başakşehir, Fatih, Ümraniye; “Fabrikasyon metal ürünleri imalatı (makine ve teçhizat hariç)”nda Başakşehir, Ümraniye, Eyüp, Pendik, Bayrampaşa ve Tuzla önemli yığılmalar göstermektedir.

“Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı”nda Ümraniye ve Şişli; “Elektrikli teçhizat imalatı”nda Ümraniye, Başakşehir, Beyoğlu ve Şişli; “Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı”nda Başakşehir ve Ümraniye üstün baskınlıktadır. “Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı”nda ise yine Başakşehir’in üstünlüğü görülmektedir fakat “Diğer ulaşım araçlarının imalatı”nda Tuzla öne çıkan diğer ilçedir. Bu grupla bağlantılı olarak “Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı”nda Tuzla açık ara farkla en çok işletme barındıran ilçeyken bu ilçeyi Ümraniye, Pendik ve Başakşehir takip etmektedir.

“Mobilya imalatı”nda ise Ümraniye ve Kâğıthane’nin önemli oranda baskın olduğu görülürken, Başakşehir ve Ataşehir takip eden ilçelerdendir. Ve imalat sektöründe son olarak “Diğer imalatlar” olarak tanımlanmış içinde mücevherat, bijuteri, müzik aletleri, spor malzemeleri gibi ürünlerin imalatını bulunduran faaliyet alanında Fatih üstün yoğunlukla beraber, Bahçelievler ve Güngören de yüksek sayıda işletme bulundurmaktadır.

İmalat sektörü için genel bir değerlendirme yaparsak öne çıkan ilçelerin Başakşehir, Ümraniye, Fatih, Bayrampaşa, Zeytinburnu, Güngören, Bahçelievler, Şişli, Kağıthane ve Tuzla olduğu söylenebilir.

Elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtımı sektöründe tek bir faaliyet alanı bulunmaktadır ve bu faaliyet alanına dahil işletmelerin en çok bulunduğu ilçeler Beşiktaş, Şişli, Ataşehir, Kadıköy ve Üsküdar’dır.

Su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri sektöründe “Suyun toplanması, arıtılması ve dağıtılması” ve “Kanalizasyon” faaliyet alanlarında önemli bir kırılma görülmemekle beraber “Atığın toplanması, ıslahı ve bertarafı faaliyetleri; maddelerin geri kazanımı”nda Başakşehir, Ataşehir, Tuzla, Pendik ve Kadıköy en çok işletme bulunduran ilk 5 ilçedir.

İnşaat sektöründe, 3 alt faaliyet alanı bulunmaktadır. Bunlardan ilki “Bina inşaatı”dır ve işletme sayısı bakımından tüm işletmeler içinde de önemli bir paya sahiptir. 2016 yılında Esenyurt, Kadıköy ve Ümraniye’nin başı çektiği bu sektörde Şişli, Ataşehir, Bahçelievler, Maltepe, Pendik gibi ilçeler yüksek yoğunlukta işletme sayısına sahip olmakla beraber yine de başat üç ilçeden neredeyse yarı yarıya az işletme bulundurmaktadırlar. “Bina dışı yapıların inşaatı”nda Şişli, Kadıköy, Ümraniye ve Üsküdar ilk 4 ilçeyi; “Özel inşaat faaliyetleri”nde ise yine benzer ilçeler Ümraniye, Kadıköy, Ataşehir ve Şişli ilk 4 ilçeyi temsil etmektedir. İnşaat sektörü için genel bir değerlendirme yapılacak olursa Kadıköy, Esenyurt, Ümraniye, Şişli ve Ataşehir en çok işletme barındıran ilçelerdir.

Toptan ve perakende ticaret; motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı sektörü 3 ayrı alt faaliyet alanından oluşmaktadır. Bunlardan ilki “Motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin toptan ve perakende ticareti ile onarımı” olmakla beraber motorlu taşıtların satışı, bu taşıtlarının aksesuarlarının satışı ve onarımı ile ilgili faaliyetler göstermektedir. İstanbul içinde en çok işletme bulunduran ilçeler Ataşehir, Başakşehir, Ümraniye, Bağcılar ve Sarıyer’dir. İkinci faaliyet alanı “Toptan ticaret”tir ve tüm faaliyetler içinde en çok işletme sayısına sahip olan faaliyet alanıdır. Bu alanda Fatih ve Şişli olmak üzere iki ilçe öne çıkmaktadır fakat Ümraniye, Beyoğlu, Kadıköy ve Bayrampaşa bu ilçeleri takip etmektedir. Üçüncü faaliyet alanı ise, bu tezin de çalışma konusu olan “Perakende Ticaret”tir. Daha sonraki bölümde perakende ticaretle ilgili 2021 yılını da kapsayan çok detaylı bir çalışma yapılacak olmakla beraber, 2016 yılı için en çok işletme bulunduran ilçelerin Fatih, Kadıköy, Şişli ve Ümraniye olduğunu belirtmekte fayda vardır.

Ulaştırma sektöründe yer alan “Kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı”nda en çok işletme Ümraniye, Bağcılar ve Ataşehir’de yer almakla birlikte; “Su yolu taşımacılığı” işletmeleri Kadıköy, Üsküdar ve Beyoğlu’nda; “Hava yolu taşımacılığı” işletmeleri Bakırköy, Şişli ve Bahçelievler’de bulunmaktadır. “Taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler” ise Kadıköy, Bahçelievler, Ataşehir ve Fatih’te yer seçmiş, “Posta ve kurye faaliyetleri” de Şişli, Fatih, Kağıthane, Ümraniye ve Kadıköy’de sayıca daha fazla bulunmaktadır.

Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri sektöründe ilk faaliyet alanı “Konaklama”dır ve diğer ilçelere kıyasla en önemli yığılmanın olduğu ilçe Fatih ilçesidir. Bu ilçeyi Beyoğlu, Şişli, Kadıköy ve Beşiktaş takip etmektedir. “Yiyecek

ve içecek hizmeti faaliyetleri”nde de benzer ilçeler yer alsa da bu faaliyet alanında da Kadıköy ilçesi oldukça farkla üstünlüğünü korumaktadır. Beyoğlu, Şişli, Beşiktaş, Fatih, Ataşehir ve Sarıyer ilçeleri de yüksek düzeyde işletme bulundurmaktadır.

Bilgi ve iletişim sektöründe yer alan “Yayımcılık faaliyetleri” Fatih, Şişli, Beyoğlu ve Kadıköy’de yoğunlaşırken; “Sinema filmi, video ve televizyon programları” Beşiktaş, Şişli, Beyoğlu ve Kadıköy’de; “Programcılık ve yayımcılık faaliyetleri” Beşiktaş, Şişli, Sarıyer; “Telekomünikasyon” Şişli’de; “Bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler” Şişli, Kadıköy, Ataşehir ve Beşiktaş’ta; ve son olarak “Bilgi hizmet faaliyetleri” ise Şişli, Beşiktaş ve Kadıköy’de yoğunlaşmaktadır. Tüm sektörü değerlendirecek olursak, bu sektörde Beşiktaş, Kadıköy, Şişli ilk grupta, Beyoğlu, Ataşehir, Sarıyer ve Fatih de ikinci grupta yer alan önemli ilçelerdendir.

Finans ve sigorta faaliyetleri sektöründe “Finansal hizmet faaliyetleri (Sigorta ve emeklilik fonları hariç)”nde Şişli, Kadıköy, Beşiktaş ve Fatih ilçeleri en çok işletmeye sahipken, “Sigorta, reasürans ve emeklilik fonları (Zorunlu sosyal güvenlik hariç)”nda yalnızca Kadıköy ve Şişli dikkat çekmekte, “Finansal hizmetler ile sigorta faaliyetleri için yardımcı faaliyetler”de ise yine Kadıköy ve Şişli başı çekerken Fatih, Beşiktaş ve Ataşehir’de de azımsanmayacak kadar çok işletme yer almaktadır.

Gayrimenkul faaliyetleri sektöründe tek faaliyet alanı olan ve aynı ismi taşıyan alanda ne çıkan ilçeler sırasıyla Kadıköy, Şişli, Beşiktaş, Esenyurt ve Fatih ilçeleri olmuştur.

Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler sektöründe 7 alt faaliyet alanı bulunmaktadır. “Hukuk ve muhasebe faaliyetleri”, “İdare merkezi faaliyetleri; idari danışmanlık faaliyetleri” ve “Mimarlık ve mühendislik faaliyetleri; teknik test ve analiz faaliyetleri” yoğunlukla Şişli, Kadıköy, Beşiktaş ve Ataşehir’de; “Bilimsel araştırma ve geliştirme faaliyetleri” Sarıyer, Avcılar, Şişli ve Pendik’te; “Reklamcılık ve piyasa araştırması” işletmeleri yine Şişli, Beşiktaş ve Kadıköy’e ek olarak Beyoğlu, Kağıthane ve Sarıyer’de ve tüm bu faaliyet alanlarına benzer şekilde “Diğer mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler” de öncelikle Kadıköy, Şişli,

Beşiktaş ve Beyoğlu'nu seçmişlerdir. Sektörün son faaliyet alanı olan “Veterinerlik hizmetleri” ise diğer ilçelere nazaran Kadıköy ve Beşiktaş'ta yoğunlaşmıştır.

İdari ve destek hizmet faaliyetleri sektöründe “Kiralama ve leasing faaliyetleri” ile “Binalar ile ilgili hizmetler ve çevre düzenlemesi faaliyetleri”nde çok önemli bir ayrım görülmezken; “İstihdam faaliyetleri”nde Şişli ve Kadıköy; “Seyahat acentesi, tur operatörü ve diğer rezervasyon hizmetleri ve ilgili faaliyetler”de Şişli, Fatih, Beyoğlu ve Kadıköy; “Güvenlik ve soruşturma faaliyetleri”nde Şişli; “Büro yönetimi, büro destek ve iş destek faaliyetleri”nde ise Şişli, Kadıköy ve Beşiktaş tercih edilen ilçeler olmuşlardır.

Kamu yönetimi ve savunma; zorunlu sosyal güvenlik sektöründe yine aynı isimle tek bir faaliyet alanı bulunmaktadır ve Kadıköy ve Şişli bu faaliyet alanı tarafından tercih edilen ilçeler olmuşlardır.

Eğitim sektöründe ise yine tek bir faaliyet alanı bulunmakla beraber Kadıköy büyük bir üstünlükle en çok tercih edilen ilçe olmuştur. Bu ilçeyi takip eden diğer ilçeler Şişli, Beşiktaş ve Bakırköy'dür.

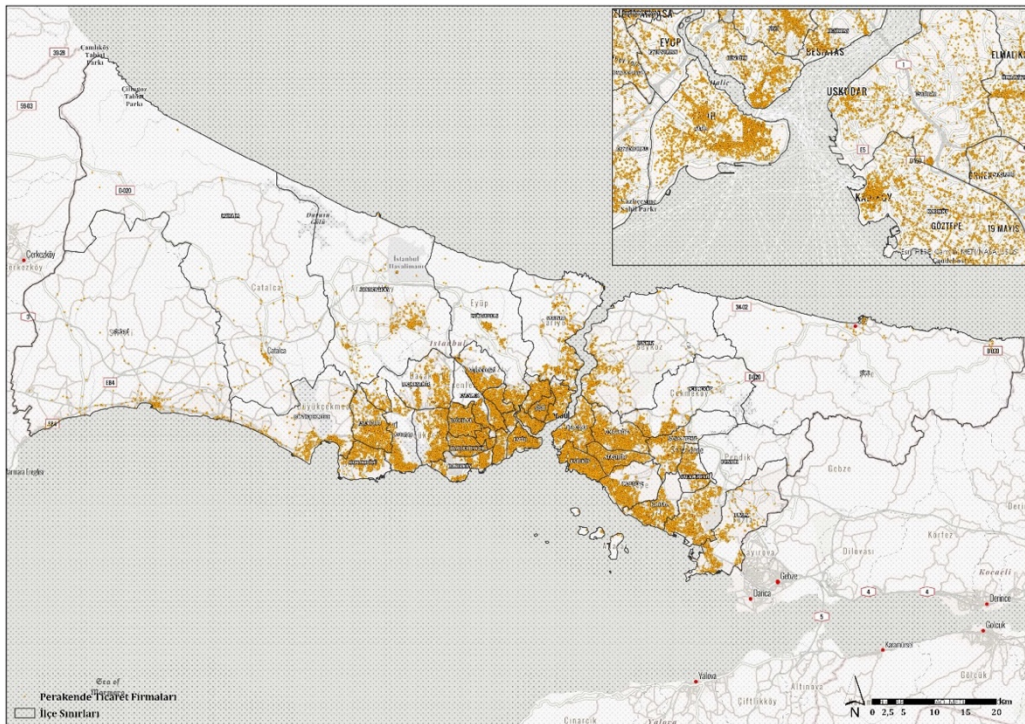
İnsan sağlığı ve sosyal hizmet faaliyetleri sektöründe yer alan “İnsan sağlığı hizmetleri”nde Şişli ve Kadıköy oldukça büyük sayılarda işletme bulundururken, Beşiktaş, Bakırköy ve Ataşehir de takip eden ilçelerdendir. “Yatılı bakım faaliyetleri” genel olarak çok az sayıda işletme sayısına sahip olsa da Başakşehir ilçesi en yakın ilçeler olan Maltepe ve Kadıköy'ün neredeyse 2,5 katı kadar işletme bulundurmaktadır. “Barınacak yer sağlanmaksızın verilen sosyal hizmetler”de ise Kadıköy, Şişli, Kartal öne çıkan ilk 3 ilçedir.

Kültür, sanat, eğlence, dinlence ve spor sektöründe 4 temel faaliyet alanı bulunmaktadır. Bunlardan ilki olan “Yaratıcı sanatlar, gösteri sanatları ve eğlence faaliyetleri”nde işletmelerin en çok Kadıköy, Şişli, Beşiktaş ve Beyoğlu'nda yer seçtiği görülmektedir. “Kütüphaneler, arşivler, müzeler ve diğer kültürel faaliyetler” oldukça az sayıda işletme içermesine rağmen yine Beyoğlu ve Şişli'de yoğunlaşma görülmektedir. “Kumar ve müşterek bahis faaliyetleri” ise Kadıköy başta olmak üzere Şişli, Beşiktaş, Beyoğlu, Fatih, Ataşehir ve Sarıyer'de dengeli dağılım göstermektedir. Sektörün en çok işletme bulunduran “Spor faaliyetleri, eğlence ve dinlence faaliyetleri” yine Kadıköy başta olmak üzere Beşiktaş, Şişli, Üsküdar, Ataşehir, Fatih ve Sarıyer'de yer seçmişlerdir.

Hanehalklarının işverenler olarak faaliyetleri; hanehalkları tarafından kendi kullanımlarına yönelik olarak ayırım yapılmamış mal ve hizmet üretim faaliyetleri olarak adlandırılan grupta oldukça az sayıda işletme bulunduğu için ilçe belirtmek doğru olmayacaktır. Aynı şekilde, son grupta yer alan **uluslararası örgütler ve temsilciliklerinin faaliyetleri** de oldukça az sayıdadır, fakat yine de Beşiktaş, Şişli, Fatih, Üsküdar, Kadıköy gibi ilçelerde temsilen işletmeler bulunduğunu belirtmek gerekir.

2.5.3 İstanbul'un Perakende Ticaret Coğrafyası

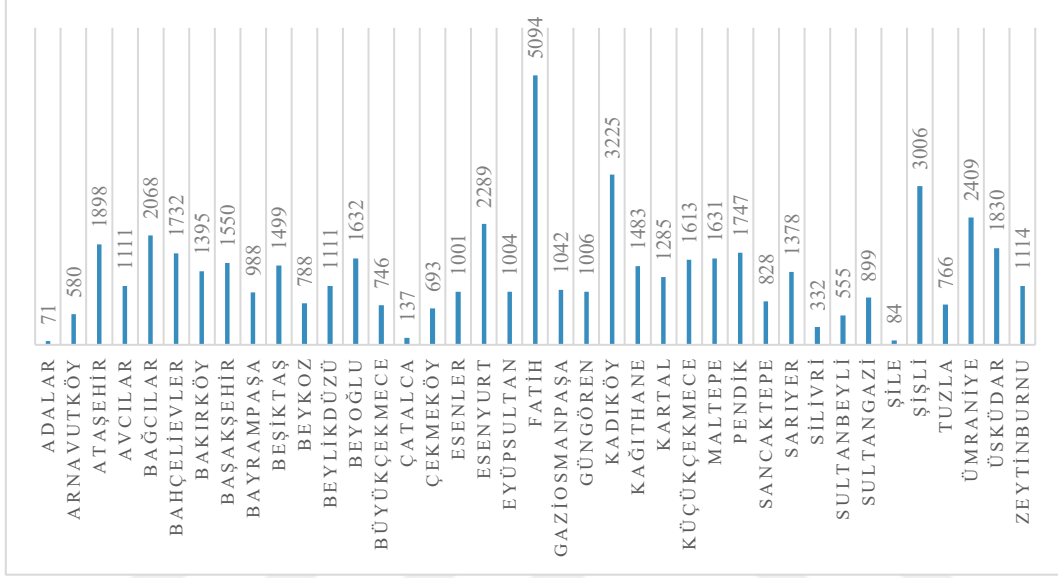
19 Kasım 2021 tarihli İstanbul Ticaret Odası'ndan temin edilen bilgiye göre, İstanbul bütününde toplamda 461 564 ticari işletmenin odaya kaydı bulunmakta ve faal olarak çalışmaktadır, bu ticari işletmelerin 53 620'si Perakende Ticaret'ten oluşmaktadır. Bu 53 620 işletmenin tez kapsamında coğrafi konumlandırılması yapılmıştır ve Harita 2.3'de mekânsal dağılımı gösterilmiştir.



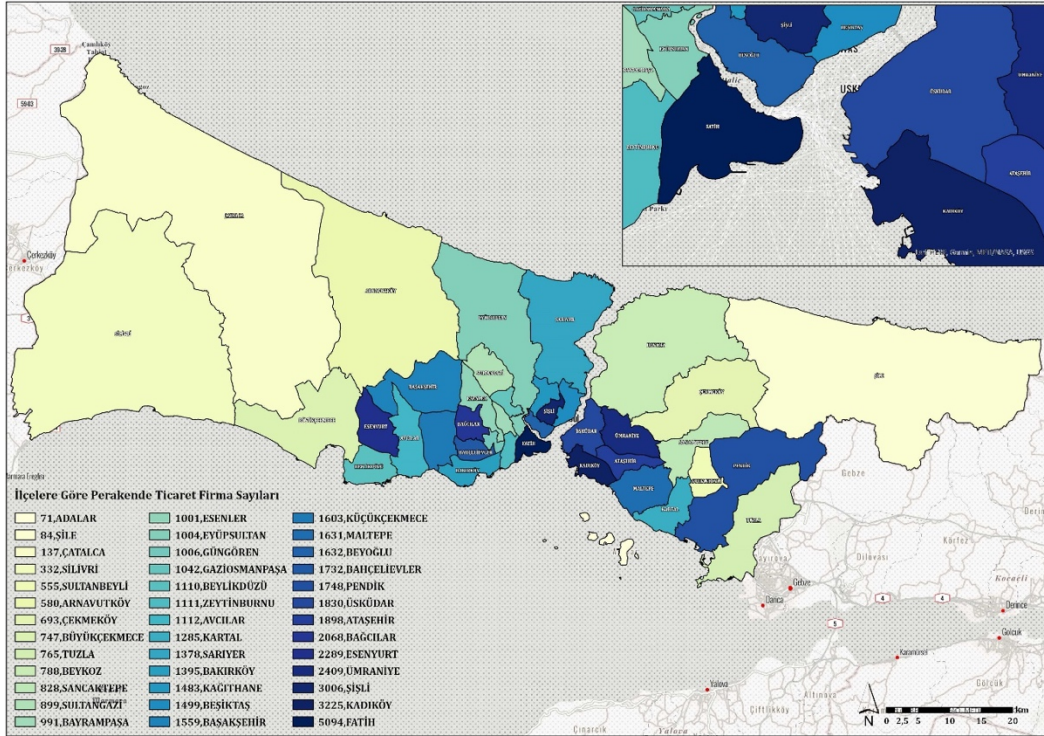
Harita 2.3 İstanbul’da perakende ticaret işletmelerinin mekânsal dağılımı

2.5.3.1 Perakende Ticaret İşletmelerinin İlçelere, İlçelerin Nüfusuna ve Alansal Büyüklüğüne Göre Değerlendirilmesi

Perakende ticaret işletme sayılarının ilçelere dağılımına bakılırsa, Fatih, Kadıköy, Şişli, Ümraniye, Esenyurt ve Bağcılar'ın en çok işletmeye sahip ilçeler olduğu görülmektedir (Şekil 2.12 ve Harita 2.4). Adalar, Şile, Çatalca, Silivri gibi çeperde yer alan ilçelerin ise az sayıda işletme bulundurduğu görülmektedir.

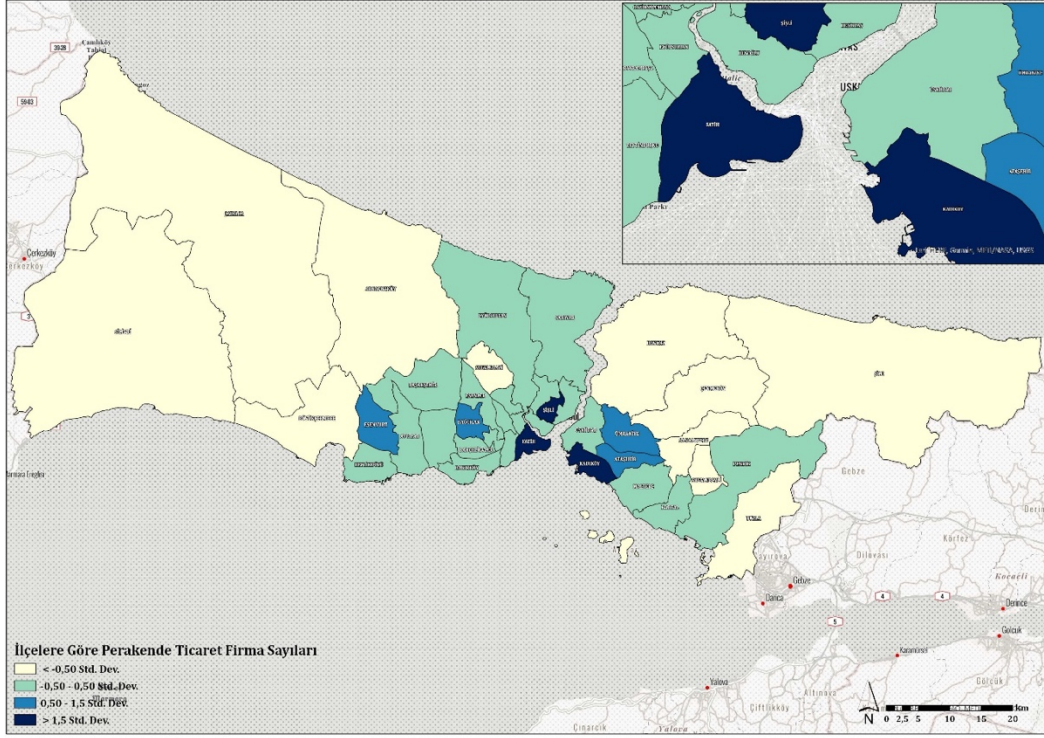


Şekil 2.12 İlçelere göre perakende ticaret işletme sayıları



Harita 2.4 İlçelere göre perakende ticaret işletme sayıları haritası

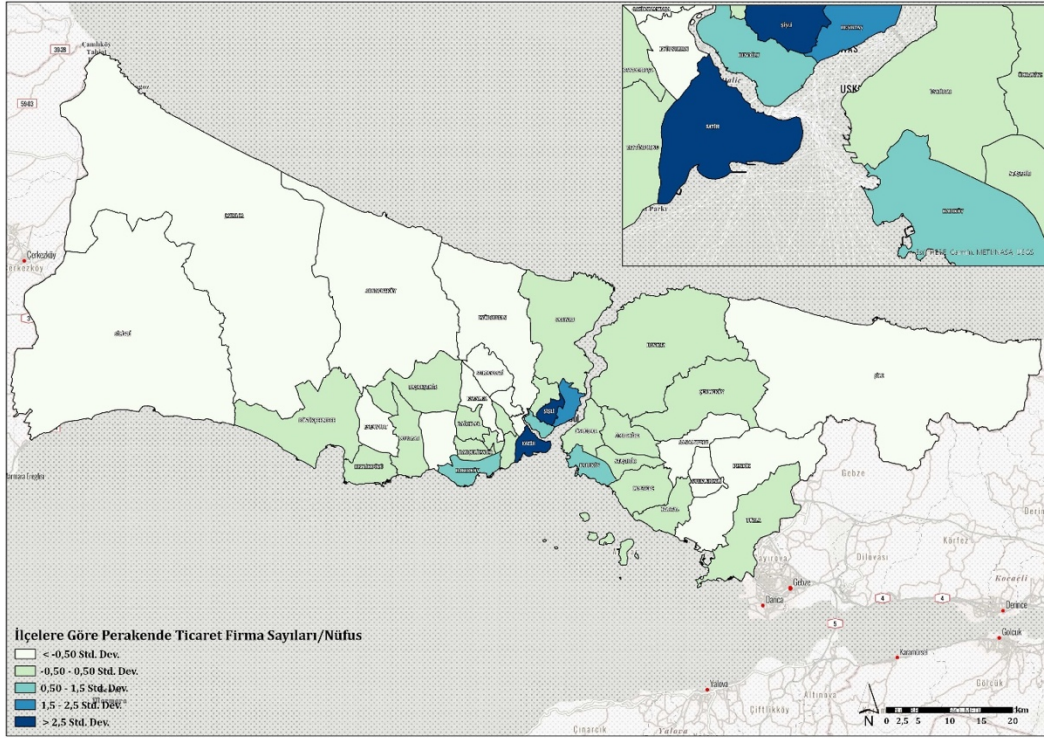
İşletme sayıları üzerinden yapılan bu sıralama ilçeleri gruplandırma yapmak için yeterli bir altlık sağlamadığı için işletme sayıları üzerinden standart sapma alınmış ve ilçeler yeniden değerlendirilmiştir. Aşağıda yer alan Harita 2.5'te görüldüğü gibi tüm ilçeler içinde Fatih, Şişli ve Kadıköy perakende ticaret işletmeleri bulundurması bakımından bir üçlü oluşturmaktadır. Bağcılar, Esenyurt, Ataşehir ve Ümraniye ise bu gruptan farklılaşarak ikinci bir grubu temsil etmektedir.



Harita 2.5 İlçelere göre perakende ticaret işletme sayıları haritası (st. sapma)

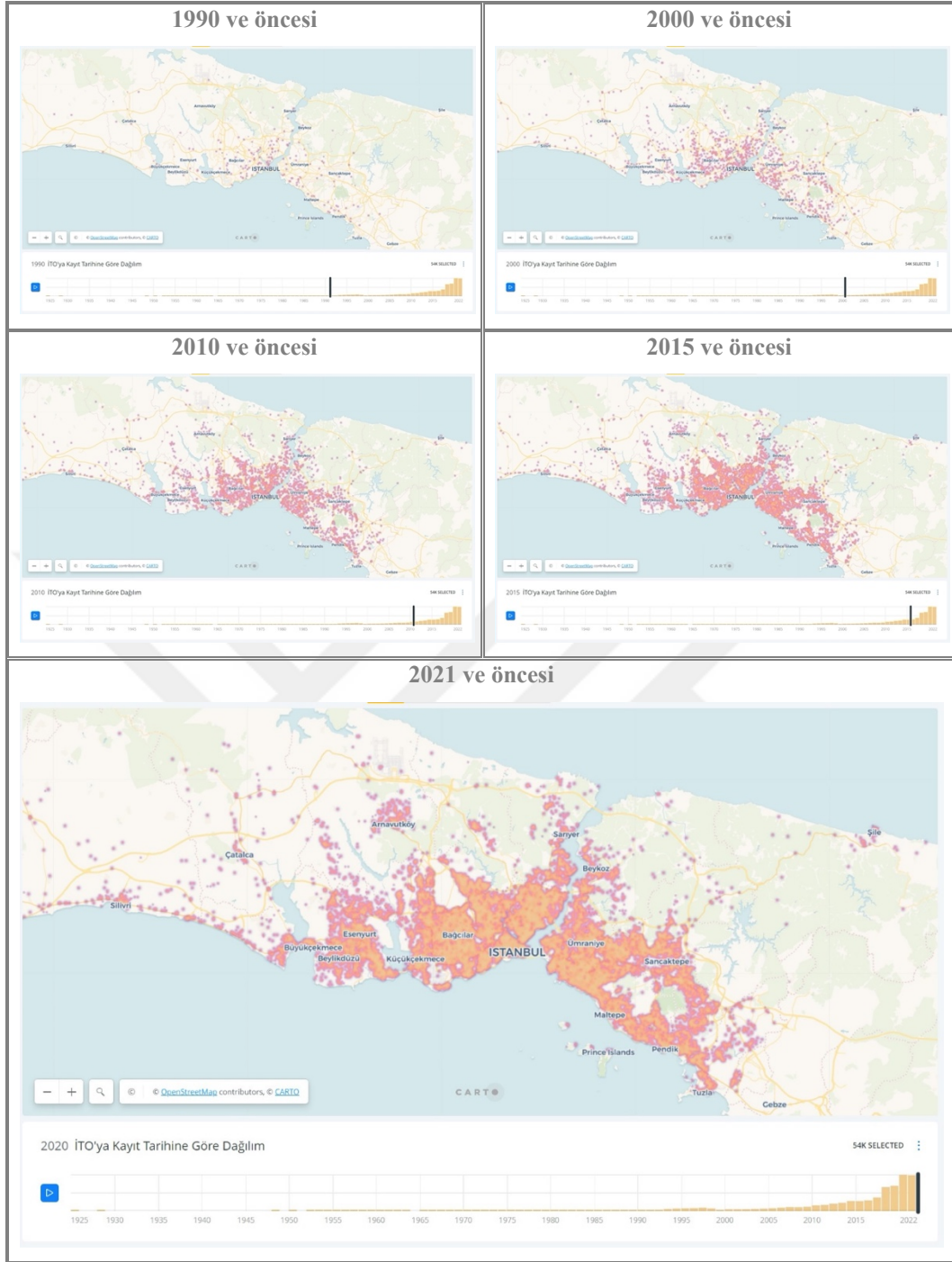
Perakende işletmelerinin yoğunluklarını ilçelere göre değerlendirdiğimizde her ne kadar Fatih, Şişli ve Kadıköy ilk grubu; Bağcılar, Esenyurt, Ataşehir ve Ümraniye de ikinci grubu oluştursa da yalnızca işletme üzerinden değerlendirme yapmak perakende ticaretin yoğunluğunu ve ticaret alanlarını değerlendirmek adına yanıltıcı olabilir. Bu nedenle aşağıda yer alan Harita 2.6'da ilçelere göre perakende ticaret sayılarının nüfusa oranı bulunmuş ve standart sapması hesaplanarak yeniden gruplandırma yapılmıştır. Bu analize göre Fatih ve Şişli ilçelerinin nüfusuna oranla oldukça yüksek seviyede işletme bulundurduğu, Beşiktaş'ın bu ilçeleri takip ettiği ve Beyoğlu, Kadıköy ve Bakırköy'ün de yeni bir gruplama ile dahil olduğu görülmektedir. Yalnızca işletme sayısına göre yapılan analizlerde çıkan Bağcılar, Ataşehir ve Ümraniye ilçelerinin standart sapmaya yakın olduğu, Esenyurt'un her

ne kadar ilçe sıralamasında 5. sırayı alsa da nüfusuna oranla az sayıda işletme bulundurduğu görülmektedir.



Harita 2.6 İlçelere göre perakende ticaret işletme sayılarının nüfusa oranı haritası

İlçe düzeyinde yapılan analizlerden birisi de perakende ticaret işletme sayılarının alansal büyüklükle değerlendirilmesi olmuştur. Nüfus ticaret yoğunluğunu açıklayıcı bir değişkenken, alansal büyüklükler de hem dağılım hem de yoğunluk için dikkate değer bir değişkendir. Tıpkı ticaretin nüfusa oranında olduğu gibi, alana oranında da öne çıkan ilk iki ilçe Fatih, Şişli ve bunlara ek olarak Beyoğlu ilçesi olmuştur (Harita 2.7). Standart sapmadan uzak olan bir diğer grupta ise Kadıköy, Zeytinburnu, Bayrampaşa, Güngören ve Kâğıthane ilçeleri yer almaktadır.

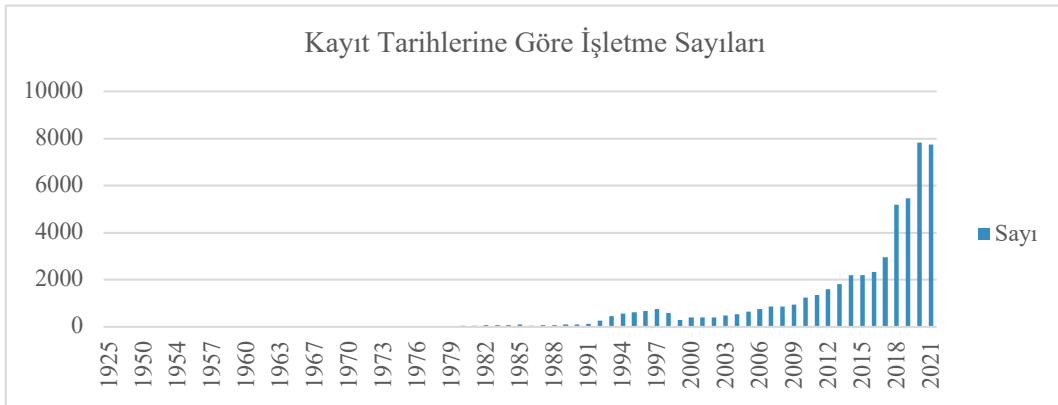


Harita 2.8 Faal perakende ticaret işletmelerinin kayıt tarihlerine göre sıcaklık haritaları

Elbette bu haritalar, 2021 yılı itibariyle açık olan işletmeleri kapsamaktadır, kapanan işletmelerle ilgili veri bulunmadığı için yalnızca mekânsal izlerin tartışılması hedeflenmiştir. Aşağıdaki Tablo 2.4 ve Şekil 2.13'te tüm perakende ticaret işletmelerinin kayıt tarihlerine göre sayıları verilmiştir.

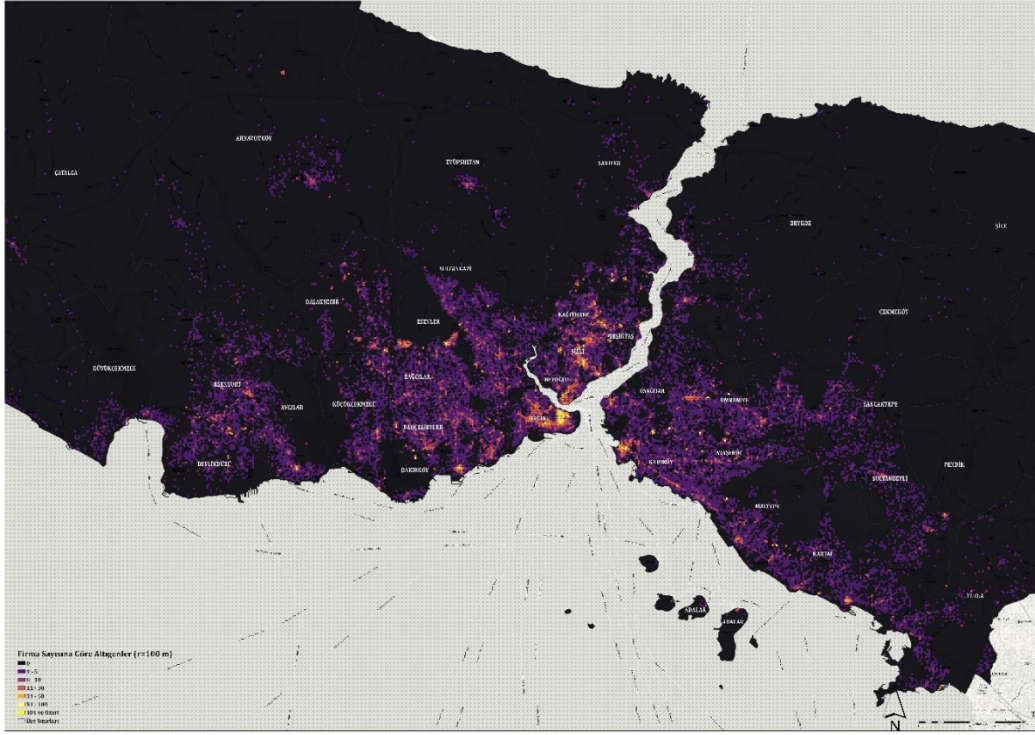
Tablo 2.4 Faal perakende ticaret işletmelerinin kayıt tarihlerine göre sayıları

Yıl	İşletme Sayısı	Yıl	İşletme Sayısı	Yıl	İşletme Sayısı
1925	2	1974	15	1999	291
1928	1	1975	14	2000	403
1948	3	1976	21	2001	403
1950	2	1977	26	2002	416
1952	1	1978	34	2003	477
1953	1	1979	35	2004	541
1954	1	1980	38	2005	648
1955	1	1981	39	2006	754
1956	2	1982	70	2007	875
1957	4	1983	70	2008	853
1958	2	1984	72	2009	957
1959	3	1985	97	2010	1238
1960	2	1986	54	2011	1354
1961	1	1987	72	2012	1609
1962	3	1988	85	2013	1823
1963	4	1989	90	2014	2209
1965	2	1990	95	2015	2190
1966	4	1991	124	2016	2333
1967	2	1992	257	2017	2954
1968	7	1993	467	2018	5190
1969	10	1994	572	2019	5468
1970	9	1995	628	2020	7830
1971	3	1996	670	2021	7731
1972	10	1997	745		
1973	16	1998	587		



Şekil 2.13 Faal perakende ticaret işletmelerinin kayıt tarihlerine göre sayıları

Harita 2.8, Tablo 2.4 ve Şekil 2.13'ten anlaşılacağı üzere kayıt tarihleri 1925 – 1990 yılları arasında olan 1023 işletme, 1991-2000 yılları arasında olan 4744 işletme, 2001-2010 yılları arasında olan 7162 işletme, 2011-2015 yılları arasında olan 9185 işletme ve 2016-2021 yılları arasında olan 31 506 işletme vardır. Son 6 yılda açılan işletme sayısı 1925-2015 arasında kaydolan tüm işletme sayılarının toplamından



Harita 2.11 Perakende ticaret işletmelerinin yoğunluk haritası (100 m altıgen)

Tez kapsamında oluşturulan bu görselleştirmelere göre, Fatih ilçesinde ortaya çıkan izler Kapalıçarşı ve çevresinin hâlâ kentin en yoğun ve en önemli ticari merkezlerinden biri olduğunu ortaya koymaktadır. Bir yandan da Karaköy'den Taksim'e uzanan, bu tezin ana çalışma alanı olan İstiklal Caddesi ve çevresindeki kümelenme, Şişli ilçesi, Zincirlikuyu-Maslak aksı, Kadıköy ve Üsküdar tarihi kent merkezleri, Bağdat Caddesi aksı, Ümraniye ve özellikle Avrupa yakasında çeperdeki ilçelerdeki kümelenmeler daha önce de aktarıldığı gibi, İstanbul'un tarihsel süreçte değişen perakende yapılanmasının izleridir.

Daha önce de belirtildiği üzere, bu tezin ana çalışma alanı olan ana alışveriş caddeleri, en yaygın kullanımıyla perakende ticaret açısından bir kentteki en önemli ürün ve hizmetlerin bulunduğu yerlerdir fakat bu haritalarda her ne kadar Bağdat Caddesi görünür olsa da kentteki diğer ana alışveriş caddeleri açık bir şekilde tespit edilememektedir. Bu tezin odak sahası olan İstiklal Caddesi bile çok yoğun bir şekilde işletme barındırmasına rağmen haritalarda lineer bir formdan ziyade kent merkezi özelliği gösterecek şekilde işletme yoğunluğuna sahiptir. Ayrıca İstanbul'un sahip olduğu perakende mekânlarının çeşitliliği, tüm resme bakarak ana alışveriş caddelerinin perakende sistemi içindeki yerini görmeyi engellemektedir.

Bu nedenle perakende ticaret içine dahil olan meslek kollarını ve mekânsallıklarını incelemek gerekmektedir.

Bu incelemeye geçmeden önce sermayenin bu tanımlamada bir etkisi olup olmadığını da görmek adına analizler devam ettirilmiştir. Mekânsal yoğunlukları sermaye ile de ilişkilendirebilmek adına Voronoi Diyagramı ile yapılan analiz perakende ticaret işletmelerinin kuruluş sermayelerine göre yeniden yapılmıştır ve sermayenin mekânsal tarifinin İstanbul'daki perakende yapısı için ne tür bir yol izlediği ele alınmıştır.

2.5.3.4 Perakende Ticaret İşletmelerinin Kuruluş Sermayelerine Göre Dağılımı

İstanbul Ticaret Odası'ndan elde edilen verilere göre İstanbul'da bulunan 53 620 Perakende Ticaret işletmelerinin sermaye dağılımı Tablo 2.5'te yer almaktadır. Bu tabloya göre işletmelerin %25'i sermayesiz açılmış veya 1000 TL'nin altında sermayeyle açılmıştır. 1001-25000 TL arası sermayeye sahip işletmeler %19, 250001-250000 TL arası %30, 250001-1000000 TL arası %13 ve 1 milyon üzeri sermayeye sahip işletmeler %13'ü oluşturmaktadır.

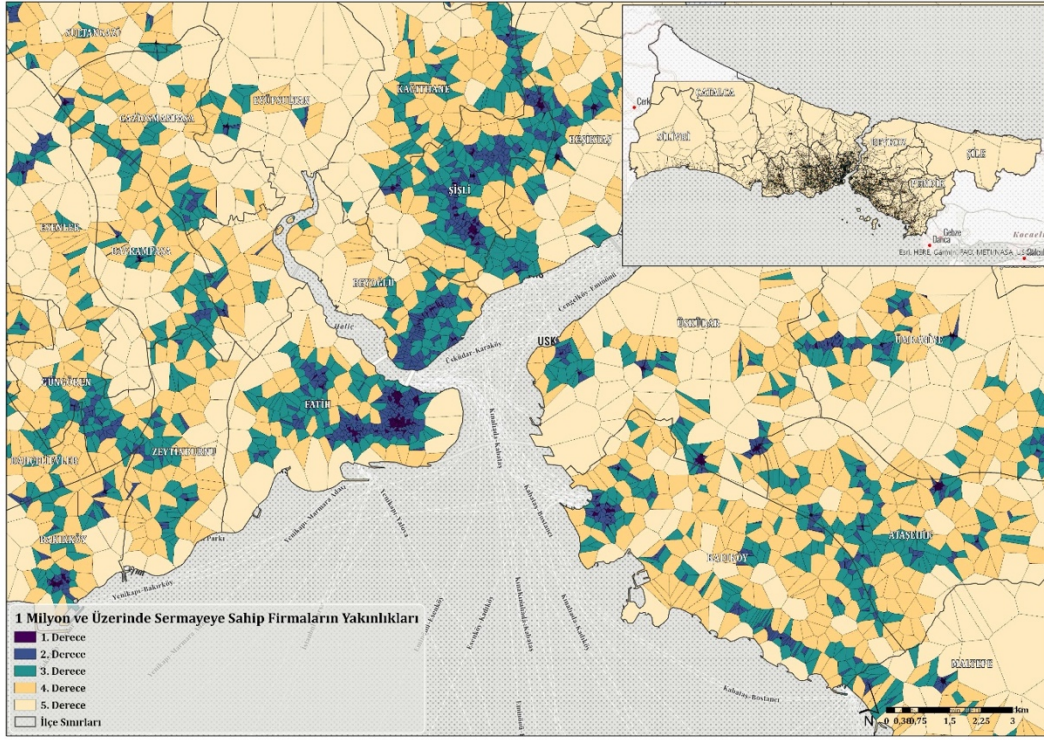
Tablo 2.5 Perakende ticaret işletmelerinin kuruluş sermayelerine göre dağılımı

Sermaye	Perakende Ticaret İşletme Sayısı	Yüzde
0-1000 TL	13669	25%
1001-25000 TL	10298	19%
25001-250000 TL	15978	30%
250001-1000000 TL	6748	13%
1000001 TL ve üzeri	6927	13%
Toplam	53620	100%

Bu tezin odak çalışma alanı olan ana alışveriş caddelerinde sermayesi yüksek olan işletmelerin yer seçtiği varsayımıyla 1 milyon ve üzerinde sermayeye sahip işletmelerin hem frekans dağılımlarına hem de mekânsal dağılımlarına bakılmıştır.

Sermaye dağılımında hangi perakende türlerinin 1 milyon üzerinde sermaye ile kurulduğuna bakıldığında 6 meslek dikkat çekmektedir. Bu mesleklerde; “Süpermarket ve hipermarketler”in %76’sı, “Çeşitli malların ticareti”nin %38’i, “Akaryakıt ticareti”nin %37’si, “Oyuncak imalatı-ticareti”nin %29’u, “Optik ürünlerin imalatı-ticareti”nin %25’i, “Tuhafiye imalatı-ticareti”nin %25’i ve “Beyaz eşya ticareti”nin %25’i 1 milyon ve üzeri sermayeye sahiptir.

Hiç 1 milyon üzeri sermayeye sahip işletmesi olmayan mesleklere bakıldığında ise, “Pazarda sebze, meyve ticareti”, “Kayıtlı medyaların imalatı, kiralınması, ticareti”, “İkinci el tekstil ürünleri ticareti”, “Ev aletleri imalatı, onarımı, ticareti” ve “Dondurmacılık” meslekleri görülmektedir. Ayrıca belirtmek gerekir ki, İstanbul’da en çok perakende ticaret işletmesine sahip olan “E-ticaret” mesleğinde de işletmelerin yalnızca %2’si 1 milyon ve üzerinde sermayeyle kurulmuştur.



Harita 2.12 1 milyon ve üzerinde sermayeye sahip işletmelerin yakınlık haritası

1 Milyon ve üzerinde sermayeye sahip işletmelerin ilçelere göre dağılımına baktığımızda İstanbul içinde sahip olduğu işletme sayısı 1 milyonun üzerinde sahip olduğu işletme sayısı arasında yüzdesel olarak büyük farklar görülmemektedir. Yalnızca Maltepe, Üsküdar ve Sarıyer ilçeleri hem kendi içinde sermaye dağılımları bakımından hem de toplam işletme sayısı bakımından dikkat çekici bir şekilde yüksek sermayeli işletme barındırmaktadır. Silivri ve Tuzla ilçeleri de yalnızca ilçe içindeki sermaye dağılımları açısından değerlendirilmekte ve %18’in üstünde yüksek sermayeli işletme bulundurmaktadır. Tüm İstanbul için bu oran %13’tür.

İlçeler düzeyinde önemli bir mekânsal farklılaşma ortaya çıkmasa da yukarıda yer alan Harita 2.12’de görüldüğü gibi sermayenin biriktiği ticaret alanları oldukça tanımlıdır. Bu analizin sonuçlarında tezin çalışma alanı olan İstiklal Caddesi açıkça

görülmektedir. Beyoğlu bölgesinde İstiklal Caddesi'nin yanı sıra bir yığılma daha tespit edilmiştir. Tüm işletmelerin analizlerinde öne çıkmayan ama sermaye analizinde öne çıkan bu alan, hâlâ işletmelerin yer seçmeye devam ettiği Galataport'tur. Kasım ayı itibariyle perakende ticaret için kayıt yaptırmış işletmelere bakıldığında konfeksiyon, ayakkabı, optik gibi çeşitli kullanımların yer seçtiği, yer seçen kullanımların da yarısından fazlasının 1 milyonun üzerinde sermaye ile açıldıkları görülmektedir. En yüksek sermayeyle giriş yapan kozmetik işletmesinin sermayesinin 51 milyon, takip eden iki işletmenin ise 30,5 ve 20 milyon olduğu görülmektedir.

Bir diğer önemli sermaye birikimi Nişantaşı bölgesinde görülmektedir. Özellikle City's Nişantaşı AVM'nin de bulunduğu Teşvikiye Caddesi, bu caddeyi dik kesen Vali Konağı Caddesi ve Türkiye'de önemli ana caddeler içinde yer alan Abdi İpekçi Caddesi belirgin caddelerdendir. Tıpkı Abdi İpekçi gibi ilk on alışveriş caddesi içine giren Rumeli Caddesi sermaye haritasında diğer caddeler kadar okunur değildir. Devamında yer alan Teşvikiye Caddesi ana alışveriş caddesi rolünde artık Rumeli Caddesi'nin yerini almaya başlamış olabilir.

Nişantaşı'ndan başlayan bu süreklilik Şişli boyunca devam etmektedir. Halaskargazi Caddesi'nde işletmeler arası mesafeler açılrsa da devamlılık Cevahir AVM'ye kadar sürmektedir. Cevahir AVM ile başlayan Büyükdere Caddesi'nde de büyük sermayeli işletmeler görmek mümkündür. Bu aksa yakın yer alan Trump AVM dikkat çekmektedir. Tüm harita değerlendirildiğinde, büyük sermayeli işletmelerin yakınlıkları arasında bir kademelenme söz konusudur. Yani en yoğun alan olan 1. derece lejandının hemen çeperinde 2. derece lejandına sahip alanlar görmek mümkündür. Fakat bu denklemin işlemediği alanlardan birisi Trump AVM'dir. 1. ve 2. derece yoğunluktan çok keskin bir şekilde 4. dereceye düşüş vardır. Bu da alışveriş merkezinin yer seçiminin gerçekleştiği mahalle ve çevresinin ticari yapılanması ile ilişkilidir.

Trump ve Cevahir AVM'den takiple gidilirse, Büyükdere Caddesi'nin araç öncelikli bir aks olması nedeniyle de bu kısmında önemli bir yığılma görülmemektedir. Astoria AVM'de yine yüksek sermayeli işletmeler vardır fakat asıl yoğunluk Zincirlikuyu bağlantısında bulunan Zorlu AVM'de görülmektedir. Etiler, Nispetiye bölgesinde çok daha fazla sermayesi yüksek işletme olması beklenirken yalnızca Akmerkez AVM öne çıkmaktadır. Büyükdere Caddesi'nde

ise; Metrocity, Özdilek ve Kanyon AVM'ler, çok daha az olmakla beraber Sapphire AVM yüksek sermayeli işletme barındıran alışveriş merkezleridir.

Büyükdere Caddesi'nde yer alan alışveriş merkezlerinden sonra Maslak - Plazalar bölgesine kadar perakende ticaretin sürekliliğinin koptuğu söylenebilir. Maslak - Plazalar bölgesinde tekrardan perakende ticaret işletmeleri görülmekle birlikte, yine de öncekiler kadar sıklıkta ve yoğunlukta değildir. Bu bölgeye çevresinde sıklığın ve yoğunluğun arttığı yer İstinye Park AVM'dir.

İstinye Park'tan İstanbul'un kuzeyine kadar belirgin bir ticari yoğunlaşma görülmemektedir fakat batıda, Kağıthane tarafında Cendere Caddesi'nde Vadi İstanbul AVM oldukça dikkat çekici bir yoğunluk göstermektedir. Yakınlarında yer alan Skyland ve AXİS AVM'de de az sayıda da olsa bir yoğunluktan söz etmek mümkündür. Kağıthane Bölgesi'nde perakende için belirleyici olan aks Kağıthane Deresi'ni takip eden Cendere Caddesi'dir fakat bu caddeyi bir alışveriş caddesi olarak tanımlayamayız. Üzerinde yer seçen alışveriş merkezleri ya da büyük kullanım gerektiren mağazalarla en başta yürünebilirlik ve erişebilirlik kriterlerini sağlayamamaktadır. Bu cadde ana ulaşım aksı üzerinde yer alan ticaret yapılanmasına benzer bir özellik göstermektedir fakat caddenin kendisi böyle bir ulaşım derecesine sahip değildir.

Eyüpsultan ilçesine bakıldığında; her ne kadar mobilyacılar sitesi gibi perakende ticaretin yoğun olduğu bir siteyi içerse de bu bölgelerde sermayenin az olduğu görülmekte, yine AVM'lerin sermayeyi topladığı izlenmektedir. AXİS AVM, Vialand AVM ve BİZ Cevahir Haliç AVM örneklerdendir.

Avrupa Yakası'nda sermayenin en yüksek yoğunlaştığı alan şüphesiz ki Kapalıçarşı ve çevresidir. Mısır Çarşısı'ndan başlayarak Kapalıçarşı'ya ulaşan, oradan da Laleli'ye kadar devam eden bir yığılma görülmektedir. Bu kadar yoğun olmasa da Fevzipaşa Caddesi de sermayenin yer seçtiği bir alışveriş caddesi olarak görünürdür.

Bayrampaşa, Esenler, Bağcılar Gaziosmanpaşa, Sultangazi, Zeytinburnu, Güngören, Bahçelievler, Bakırköy, Küçükçekmece, Esenyurt gibi Avrupa Yakası'nın diğer ilçelerinde Beyoğlu-Şişli-Beşiktaş gibi bir süreklilikten bahsedilememekle birlikte bu ilçelerde yer seçen İSTOÇ, Tekstilkent, Masko Mobilyacılar Sitesi gibi kümelenmiş perakende alanlarında yüksek sermayeli

işletme görmek mümkündür. Ayrıca Mall of İstanbul AVM, Marmara Forum AVM, Capacity AVM, Marmara Park, Skyport gibi hem alışveriş merkezleri hem de ilçe merkezlerinde yüksek sermayeli işletmeler bulunmaktadır. Çeper yerleşmelere gittikçe sermayenin yer seçin yoğunluğu düşmektedir. Silivri ve Çatalca ilçelerinde 1 milyon üzerinde sermayeye sahip işletme yok denecek kadar azdır.

Anadolu Yakası'nın kuzey ve batısında şkdar'da ilçe merkezi, özellikle Akasya AVM, Emaar Square AVM ve Capitol AVM; Ümraniye'de Alemdağ Caddesi, Modoko ve Metro Garden AVM; Sancaktepe merkezi; Beykoz'da Kavacık yerleşkesi birbirinden ayrı, srekliiliği olmayan merkezlerdir. Güney kısmında ise Kadıköy Tarihi arşı ve çevresi oldukça görünürdür. Kadıköy'deki ikinci sermaye yığılma deseni Bağdat Caddesi'ndedir, öyle ki caddenin lineerliği oldukça açıktır. Devamında Maltepe merkezi, Kartal merkezi, Pendik merkezi, Tuzla'da Viaport AVM yine ayrı ayrı fakat kendi içinde yığılmalar bulunduran perakende merkezleridir. Bağdat Caddesi'nin kuzeyinden geçen D-100 Karayolu ise Akasya Acıbadem AVM'den başlayarak Optimum AVM, City's İstanbul AVM, Hilltown AVM, Maltepe Carrefour, Maltepe Piazza AVM, Neomarin AVM gibi alışveriş merkezlerinin yer seçimi ile bir sermaye deseni tariflemektedir fakat elbette bu desen kopuk kopuk, yalnızca alışveriş merkezlerindeki yığılmalardan oluşan bir desendir. Avrupa Yakası'nın çeperinde olduğu gibi Anadolu Yakası'nın da çeper ilçeleri Beykoz, ekmeky ve şile'de oldukça düşük sayıda 1 milyon ve üzeri sermayeye sahip perakende işletmesi vardır.

2.5.3.5 Perakende Ticaret İşletmelerinin Meslek Tanımlarına Göre Mekânsal Yer Seçimleri ve Dağılımları

İstanbul'daki perakende ticaretle ilgili genel bir çerçeveyi çizdikten sonra, çalışmanın bu kısmında işletmelerin meslek alanlarına göre nasıl bir görünümü olduğu incelenmiştir. Bu bölümde öncelikle mesleklere ait işletme sayılarına yer verilecek, işletmelerin meslek alanlarına göre istatistiki yöntemlerle kümelenme gösterip göstermediği değerlendirilecek, daha sonra ise her bir meslek kolu için İstanbul'daki mekânsal dağılımları ve varsa yoğunluk alanları değerlendirilecektir.

Tablo 2.6 İstanbul'da perakende ticaretin meslek kollarına göre dağılımları

Meslek Tanımları	İşletme Sayısı	Yüzde	Kümelenme
E-ticaret	10660	19,9%	Kümelenmiş
Bakkallık, bayilik, büfecilik	7086	13,2%	Kümelenmiş
Konfeksiyonculuk	4266	8,0%	Kümelenmiş
Kuyumculuk	2282	4,3%	Kümelenmiş
Telekomünikasyon cihazları ticareti	1797	3,4%	Kümelenmiş
Hırdavatçılık	1716	3,2%	Kümelenmiş
Süpermarket ve hipermarket	1457	2,7%	Kümelenmiş
Mobilya ticareti	1340	2,5%	Kümelenmiş
Tıbbi malzemelerin imalatı, ticareti	1329	2,5%	Kümelenmiş
Akaryakıt ticareti	1326	2,5%	Kümelenmiş
Çeşitli malların ticareti	1237	2,3%	Kümelenmiş
Hediyelik eşya imalatı, ticareti	1160	2,2%	Kümelenmiş
Tuhafiye imalatı, ticareti	1090	2,0%	Kümelenmiş
Kasaplık	967	1,8%	Kümelenmiş
Beyaz eşya ticareti	920	1,7%	Kümelenmiş
Ev tekstil ürünleri imalatı, ticareti	893	1,7%	Kümelenmiş
Kozmetik imalatı, ticareti	812	1,5%	Kümelenmiş
Fırıncılık	796	1,5%	Kümelenmiş
Elektronik ürün ticareti	783	1,5%	Kümelenmiş
Kırtasiye imalatı, ticareti	766	1,4%	Kümelenmiş
Ayakkabıcılık	746	1,4%	Kümelenmiş
Optik ürünlerin imalatı, ticareti	683	1,3%	Kümelenmiş
Züccaciye imalatı, ticareti	673	1,3%	Kümelenmiş
İnşaat malzemeleri ticareti	598	1,1%	Kümelenmiş
Kuruyemiş imalatı, ticareti	541	1,0%	Kümelenmiş
Elektrik malzemeleri imalatı, ticareti	512	1,0%	Kümelenmiş
Halıcılık, kilimcilik	403	0,8%	Kümelenmiş
Aktar ürünleri imalatı, ticareti	382	0,7%	Kümelenmiş
Evcil hayvan bakımı, ticareti	376	0,7%	Kümelenmiş
Kitapçılık	373	0,7%	Kümelenmiş
Çiçekçilik	365	0,7%	Kümelenmiş

Tablo 2.6 İstanbul’da perakende ticaretin meslek kollarına göre dağılımları
(devamı)

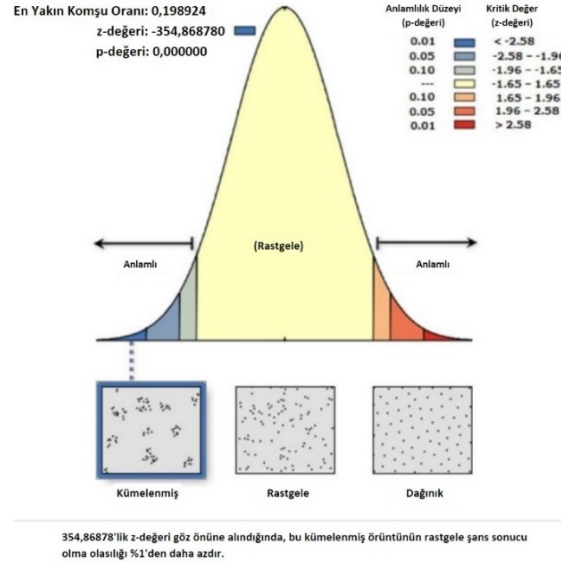
Meslek Tanımları	İşletme Sayısı	Yüzde	Kümelenme
Deri aksesuar imalatı, ticareti	309	0,6%	Kümelenmiş
Spor malzemeleri imalatı, ticareti	285	0,5%	Kümelenmiş
Manavlık	271	0,5%	Kümelenmiş
Elektrikli ev aletleri ticareti	262	0,5%	Kümelenmiş
Temizlik malzemeleri imalatı, ticareti	258	0,5%	Kümelenmiş
Şarküteri ürünleri imalatı, ticareti	252	0,5%	Kümelenmiş
Sanat eseri, antika ticareti	204	0,4%	Kümelenmiş
Demir, çelik eşya imalatı, ticareti	199	0,4%	Kümelenmiş
Oyuncak imalatı, ticareti	198	0,4%	Kümelenmiş
Değirmencilik, zahirecilik	195	0,4%	Kümelenmiş
İkinci el eşya ticareti	194	0,4%	Kümelenmiş
Saatçilik	194	0,4%	Kümelenmiş
PVC ürün ticareti	165	0,3%	Kümelenmiş
Dokumacılık	161	0,3%	Kümelenmiş
Şekercilik, çikolatacılık	156	0,3%	Kümelenmiş
Seyyar satıcılık	155	0,3%	Kümelenmiş
Tüp gaz bayiliği	148	0,3%	Kümelenmiş
Deri giyim eşyası ticareti	131	0,2%	Kümelenmiş
Boya, kimyasal ürünlerin ticareti	128	0,2%	Kümelenmiş
Balıkçılık	119	0,2%	Kümelenmiş
Pazarda ayakkabı, tekstil ürünleri ticareti	98	0,2%	Kümelenmiş
Kerestecilik	85	0,2%	Kümelenmiş
Pazarda sebze, meyve ticareti	83	0,2%	Kümelenmiş
Eczane, ilaç ve tıbbi satış	82	0,2%	Kümelenmiş
Oto yedek parça ticareti	81	0,2%	Kümelenmiş
Camcılık	80	0,1%	Kümelenmiş
Marangozluk	74	0,1%	Kümelenmiş
Pazarda çeşitli malların ticareti	74	0,1%	Kümelenmiş
Pazarda yiyecek, içecek ticareti	72	0,1%	Kümelenmiş
Müzik aletleri imalatı, onarımı, ticareti	64	0,1%	Kümelenmiş
Fotoğrafçılık	60	0,1%	Kümelenmiş
Gübre, zirai ilaç imalatı, ticareti	57	0,1%	Kümelenmiş
Yakacak imalatı, ticareti	53	0,1%	Kümelenmiş
Kayıtlı medyaların imalatı, kiralınması, ticareti	49	0,1%	Kümelenmiş
Makine, yedek parça ticareti	49	0,1%	Kümelenmiş
Besicilik, celeplik	35	0,1%	Rastgele
Dondurmacılık	35	0,1%	Rastgele
Pazarda bitki, hayvan, su ürünleri ticareti	33	0,1%	Kümelenmiş

Tablo 2.6 İstanbul’da perakende ticaretin meslek kollarına göre dağılımları
(devamı)

Meslek Tanımları	İşletme Sayısı	Yüzde	Kümelenme
Deniz taşıtları imalatı, onarımı, ticareti	32	0,1%	Kümelenmiş
Motosiklet, bisiklet ticareti	31	0,1%	Rastgele
İnşaatçılık	27	0,1%	Rastgele
İkinci el tekstil ürünleri ticareti	12	0,0%	Dağınık
Prefabrik yapıların imalatı, kurulumu, ticareti	12	0,0%	Dağınık
Bakırcılık	11	0,0%	Dağınık
Soba, banyo kazanı, şofben imalatı, onarımı, ticareti	8	0,0%	Dağınık
Ev aletleri imalatı, onarımı, ticareti	4	0,0%	Dağınık
Toplam	53620	100	Kümelenmiş

Tablo 2.6’ya göre, İstanbul’da perakende ticaret işlevi gösteren 77 meslek kolu vardır. 10660 işletme e-ticaret, 7086 işletme bakkallık, bayilik, büfecilik, 4266 işletme konfeksiyonculuk, 2282 işletme kuyumculuk, 1797 işletme telekomünikasyon cihazları ticareti ve 1716 işletme ise hırdavatçılık yaparak en yüksek sayılara sahip perakende ticaret işlevleridir. 77 meslek kolundan 51 tanesi toplam işletme sayısının %1’inden azını temsil etmektedir. Yine de perakende yapısını anlayabilmek için bu işletmelerin mekânda nasıl dağıldığını daha iyi anlamak gerekir.

İstanbul’da bulunan perakende ticaret işletmelerinin mekânda herhangi bir kümelenme eğilimi gösterip göstermediğini test etmek amacıyla En Yakın Komşu Analizi (Average Nearest Neighbor) yapılmıştır. Bu analiz her bir noktanın en yakınındaki noktayla arasındaki mesafeyi ölçerek verinin dağınıklık, rasgelelik veya kümelenme eğilimi gösterip göstermediğini açıklamaktadır.



Şekil 2.14 En yakın komşu analizi sonucu

Yukarıda yer alan Şekil 2.14'te 53 620 perakende ticaret firmasının analiz sonucu yer almaktadır. Kapladıkları alan içinde rastgele dağılsalardı 193 metre aralıklarla yer alması beklenen firmaların kendilerine en yakın firmalarla arasındaki mesafenin ortalaması 38 metre olarak çıkmıştır. Analizde çıkan z skoruna (-354,86878) göre; bu kümelendi modelin rastlantısal bir şansın sonucu olabilme olasılığı % 1'den azdır. Dolayısıyla perakende ticaret işletmelerinin mekânda kümelendiği kanıtlanmaktadır.

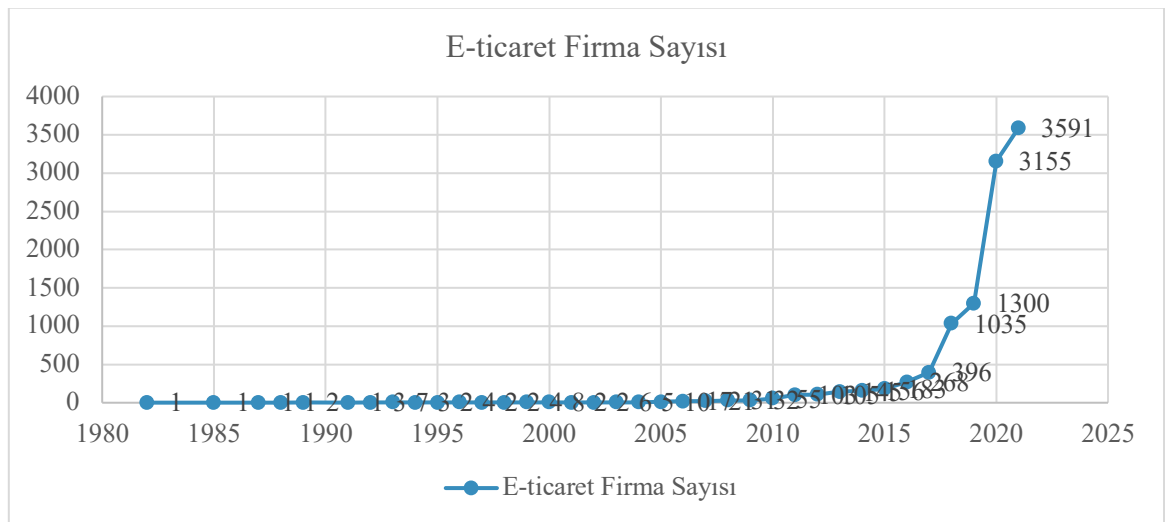
Bu analiz perakende ticaret içinde yer alan tüm meslek grupları için yapılmıştır (Tablo 2.6), analiz sonuçlarını içeren detaylı tablo EK B'de yer almaktadır. Bu analizin sonucuna göre, 77 meslek grubundan 68'inin kümelendiği sonucu çıkarken; “Ev aletleri imalatı, onarımı, ticareti”, “İkinci el tekstil ürünleri ticareti”, “Bakırcılık”, “Soba, banyo kazanı, şofben imalatı, onarımı, ticareti” ve “Prefabrik yapıların imalatı, kurulumu, ticareti” işletmeleri dağınık olarak yer seçmiş, “İnşaatçılık”, “Motosiklet, bisiklet ticareti”, “Besicilik, celepik” ve “Dondurmacılık” işletmeleri rastgele mesafelerle yer seçmiştir. Bu analiz sonuçları firma sayıları ile değerlendirildiğinde sonuçlar güvenilir bulunmaktadır fakat yine de her bir meslek kolu için tekrar mekânsal değerlendirme yapılacaktır. Bu analize göre firma sayısı arttıkça kümelendi artmıştır, azaldıkça da dağınık ya da rastgele yerleşme olasılığı artmıştır fakat bu yalnızca olasılığı kuvvetlendirmiştir, kesin sonucu vermemiştir. Örneğin, “Deniz taşıtları imalatı, onarımı, ticareti” de oldukça az sayıda firma sayısına sahip olsa da mekânda kümelendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Mekânsal olarak kontrol edildiğinde de kümelenip birbirlerine yakınlık avantajını kullandıkları çıkarımı yapılamasa dahi kıyıya yakın yer seçtikleri, kentin çeperinde bulunmadığı için aradaki mesafenin artmadığı görülmektedir.

Yalnızca bu analizin sonuçları değerlendirildiğinde, diğer meslek kollarına ait firmalara nazaran “Kuyumculuk”, Telekomünikasyon cihazları ticareti”, “Optik ürünlerin imalatı, ticareti” ve “Konfeksiyonculuk” firmalarının beklenen mesafeden çok daha yakın konumlandığı görülmüştür. Bu detayları mekânsal düzeyde daha fazla hâkim olabilmek için meslek kollarına dair detaylı mekânsal bir bakış sergilenecektir.

Her bir meslek kollarına göre değerlendirme daha önce oluşturulan Harita 2.10’daki altıgenlerden oluşan temsili birimler üzerinden yapılmıştır. Her bir meslek kolu için en yüksek sayılı birimler kontrol edilmiştir.

Tablo 2.6’dan da görüldüğü üzere, perakende ticaret yapan firmalar içinde en yüksek oranı **e-ticaret** yapan firmaları almaktadır. 10 660 firma ile toplam firma sayısının %20’sini oluşturan bu ticaret türü oldukça ilginç bir gelişim sergilenmektedir. Mevcut durumda var olan işletmeler odaya kayıt tarihleri ile analiz edildiğinde, 2018’e kadar oldukça dengeli artarken 2018 yılında ilk sıçramasını gerçekleştirmiş fakat asıl sıçrama 2020 ve 2021 yıllarında gerçekleşmiştir (Şekil 2.15). Bu yıllardaki artış sayısı perakende ticaret için çevrimiçi alışverişe geçişin yaşandığı pandemi döneminin en etkili göstergelerinden biri olarak kabul edilebilir.



Şekil 2.15 E – ticaret firmalarının kayıt tarihlerine göre sayıları

E-ticaret firmalarının mekânsal dağılımlarına bakılacak olursa; Şişli, Fatih, Kadıköy, Ataşehir, Bağcılar, Ümraniye ve Üsküdar'da yoğunlaştıkları görülmektedir. Fakat bu dağılımı ilçelerin ticaret hacimleri ile değerlendirilirse ayrıksı bir sonuç çıkmamakla beraber yeni bir mekânsal düzen tariflememektedir. Hem tarihi kent merkezlerinde hem de yeni gelişen merkezlerde yer seçmiştir, yalnızca Ataşehir ilçesi, genel perakende yüzdesine göre e-ticarette daha fazla firma bulundurmaktadır.

Daha detaylı bir mekân tariflemesi yapmak gerekirse, Fatih ilçesinde Süleymaniye - Sirkeci ve Binbirdirek arası, Karaköy ve Şişhane aksı, Şişli ilçesinin tamamı, buradan devamla Esentepe, Levent, 4. Levent ve Maslak kuleleri izleyen bir yayılma görülmektedir. Bir yandan da Esenler ilçesinde bulunan Tekstilkent ve İSTOÇ siteleri, Başakşehir'de İkitelli Sanayi Sitesi ve Mall of İstanbul beklenmedik derecede yoğun çıkmıştır. Ayrıca kentin tamamında e-ofis olarak adlandırılan yeni kullanım alanlarında fazla sayıda işletmenin adres olarak kullandığı, Nidakule ya da Akasya gibi ofis alanlarında da yığılmalar mevcuttur.

Tüm bu farklı mekânsal kullanımlara dağılmanın nedenini anlamak için işletmeler detaylı bir şekilde incelenmiştir ve bazı işletmelerin yalnızca internet üzerinden hizmet verdiği yani işletmenin yalnızca yönetim ofisini içerdiği; bazılarının ise mekânı showroom olarak kullandığı ya da hem çevrimiçi hem de fiziksel satış mağazası olarak kullandığı da görülmektedir. Örneğin 517.507.262 TL ile en büyük açılış sermayesine sahip olan “Gitti Gidiyor Bilgi Teknolojileri Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi”nin yönetim ofisi Ataşehir'de yer almakta ve tüm satışını internet üzerinden gerçekleştirmektedir. Yine açılış sermayesi büyük olan e-ticaret firmalarından “Vivense” ise Bakırköy, Kadıköy, Şişli, Ümraniye gibi birçok ilçede showroom bulundurmaktadır. Bunların yanı sıra Kapalıçarşı ya da Perpa gibi yoğun ticaret alanlarında bulunan birçok şirketin hem çevrimiçi hem de fiziksel mağazada satışının yaptığı görülmektedir. Pandemi ile birlikte artan bu yoğunluğun şirketlerin ayakta kalma ve uyum sağlama mekanizması olarak çevrimiçi satışa geçişi kullandığı söylenebilir.

Bakkallık, bayilik, büfecilik meslek alanına ait işletmeler 7086 işletme sayısı ile tüm perakende ticaretin %19,9'unu temsil etmektedir. Her ne kadar sayıca, Kadıköy, Fatih, Esenyurt, Ümraniye ve Bağcılar ilçelerinde diğer ilçelere kıyasla

daha yüksek sayıda bulunsalar da kentin tamamına yayılan gündelik ihtiyaçlar için önemli olan bir işlevdir.

Konfeksiyonculuk da tıpkı bakkallık, bayilik, büfecilik gibi tüm kente yayılan ve 7086 işletme sayısı ile en çok bulunan üçüncü perakende türüdür. Her ne kadar tüm kentte yayılsa da konfeksiyonculuğun önemli kümelenme noktaları vardır. Bunlardan ilki Nişantaşı ve Osmanbey bölgesidir, ikincisi ise Tarihi Yarımada'da Mahmutpaşa – Kapalıçarşı, ve en önemlisi Laleli bölgesi, üçüncüsü ise Güngören ilçesinde Merter yerleşkesidir. Konfeksiyonculuk aslında tüm ilçe ve önemli semt merkezlerini görünür yapan perakende türlerinden biridir. Beyoğlu'nda İstiklal Caddesi, Bakırköy'de Fahri Korutürk Caddesi başta olmak üzere tüm merkez alan, Kadıköy'de Bahariye Caddesi, Çilek Sokak ve Bağdat Caddesi, Pendik'te Batı Mahallesi, Viaport AVM ve aslında tüm kentte yayılmış alışveriş merkezleri konfeksiyonculuğu yüksek düzeyde barındırmaktadır.

Kuyumculuk, tüm perakende ticaret içinde %4,3'lük bir alanı temsil etmektedir ve En Yakın Komşu Analizine göre en yüksek yakınlık mesafesi taşıyan perakende türüdür. Mekânsal dağılım kontrol edildiğinde de gerçekten kuyumculuğun kentin belirli bölgelerinde kümelenme avantajından yararlandığı görülmektedir. Kapalıçarşı ve çevresinde bulunan birçok sokak ve işhanları, Cağaloğlu bölgesi dahil olmak üzere Laleli'ye kadar geniş bir alanda varlığını sürdürmektedir. Bu tarihi kullanım alanının yanı sıra, Bahçelievler ilçesi Yenibosna'da bulunan Kuyumcukent diğer önemli kümelenme avantajının kullanıldığı alandır. Bunlar dışında, Nişantaşı'nda Teşvikiye Caddesi, Kadıköy'de Söğütluçeşme Caddesi, Bakırköy merkezde hem sokaklar hem de iş merkezleri, Bağdat Caddesi'nde Kazım Kulan Çarşısı ve Şişli'de Perpa Ticaret Merkezi, diğerlerine kıyasla az da Pendik Gazipaşa Caddesi kuyumculuk faaliyetlerini bulunduran yerlerdir.

Tıpkı konfeksiyonculuk gibi **telekomünikasyon cihazları ticareti** de hem kentte dağınık bir şekilde yer alan hem de belirli cadde ve merkezlerde yoğunlaşan, 1797 işletmeye sahip perakende ticaret türüdür. Eminönü Bölgesi'nde Tahtakale Caddesi, paralel sokağında Tomruk sokak ve sokak üzerindeki hanlar, ayrıca Sirkeci'deki Doğubank'taki kümelenmeleri dikkat çekmektedir.

Hırdavatçılık ise, önemli bir farkla Karaköy'de sokaklarda, hanlarda ve iş merkezlerinde yer tutmaktadır. Bunun bir uzantısı Tahtakale civarında yer alır. Bir

yandan da Şişli'deki Perpa, Bağcılar'daki İSTOÇ yine önemli sayıda hırdavatçı bulundurmaktadır. Ayrıca Tuzla'da Evliya Çelebi Mahallesi de birbirine yakın yer seçen hırdavatçılar görülmüştür.

Bakkallık, bayilik, büfeciliğe benzer şekilde **süpermarket ve hipermarketler** de kentin tamamına yayılmıştır fakat bu iki meslek alanını ayıran fark, bayi ve büfeler kentin salt ticari alanlarında yüksek düzeyde yer seçerken, süpermarketler bu alanlarda oldukça az, konut alanlarında birbirine yakın yer seçerek konumlanmışlardır.

Bir diğer kümelenme avantajından faydalanan perakende ticaret türü **mobilya ticaretidir**. Çok büyük bir farkla Ümraniye-Dudullu'da bulunan Modoko ve Başakşehir Masko, Esenyurt'taki Eskidji Bazaar, Eyüpsultan'daki Modesa Mobilyacılar Sitesi mobilya ticaretine özel kullanım alanlarıdır ve işletmelerin çoğu bu alanlarda yer seçmiştir. Ayrıca Kağıthane Caddesi üzerinde de bir yığılma gözlemlenmektedir.

Toplamda 1329 işletme bulunduran **tıbbi malzemelerin imalatı ve ticareti**, çok açık bir mekansallıkla Fatih ilçesinde Haseki'den başlayarak Turgut Özal Caddesi üzerinden Çapa'yı da içine dahil ederek lineer bir çizgide yoğunlaşma göstermektedir. Bunun dışında Şişli'de Osmanbey Halaskargazi Caddesi üzerinde, Kadıköy Söğütluçeşme Caddesi'nde ve Esenler'de Tekstilkent'te yer seçen işletmeler vardır.

Tüm perakende işletmelerinin %2,5'unu temsil eden **akaryakıt ticareti**, Bağcılar, Esenyurt, Kadıköy, Pendik ve Küçükçekmece illerinde sayıca fazlalık gösterse de kentin tamamına yayılmış, ana yollar üzerinde ve oto sanayilerde yer seçmeye eğilimli bir kullanımdır. Kullanımın yönetim merkezleri ofis alanlarını barındıran kent merkezlerindedir.

Kentin tarihi merkezini yer seçen kullanımlardan birisi **çeşitli malların ticaretini yapan perakendecilerdir**. Yüksek düzeyde Tahtakale ve çevresindeki sokaklarda, hanlarda ve iş merkezlerinde yer seçmiştir. Bunun yanı sıra kentin çeşitli yerlerinde bulunan alışveriş merkezlerinde de görmek mümkündür.

Tahtakale'de yer seçen sıradaki perakende türü **hediyelik eşya imalatı ve ticaretidir**. Tahtakale'ye ek olarak Marputçular Caddesi, Mısır Çarşısı, Kapalıçarşı ve Beyazıt'taki Cevahir Bedesteni gibi çevredeki birçok han ve iş merkezinde yer

seçerek tüm Eminönü bölgesinde yüksek sayılarda yer almaktadır. Bunun yanı sıra, Kadıköy tarihi çarşı ve Beyoğlu'nda Galata-Şişhane arasında da fark edilir bir mekânsallığı vardır.

Tuhafiye imalatı ve ticareti de tarihi yarımada Mahmutpaşa Caddesi ve Uzunçarşı Caddesi başta olmak üzere çevredeki tüm sokaklarda ve hanlarda yer almaktadır. Ayrıca kentteki tüm alışveriş merkezleri ile bilhassa Bakırköy ilçesi merkezi ve diğer ilçe merkezlerinde dikkat çekmektedir.

Kasaplık da diğer hizmet alanına yakınlığa bağlı bir işlevdir ve tüm kente yayılmıştır. Buna rağmen Fatih ilçesi Zeyrek'te kümелendiği fark edilmektedir.

Beyaz eşya ticareti, Eminönü Hoca paşa, Üsküdar merkezi, Esenyurt'ta bulunan Eski dji Bazaar, Beyoğlu'nda Kasımpaşa, Bayrampaşa merkezi, Kadıköy'de İşhanlarında yer seçen kullanımlardandır. Genel olarak işhanı içinde bulunmaya eğilimli bu kullanımı alışveriş merkezlerinde de sıklıkla görülmektedir.

Ev tekstil ürünleri imalatı ve ticareti için Anadolu yakasında çok belirgin bir yapılanma yoktur. Başakşehir İkitelli'deki MASKO ve Esenler Tekstil kent sitesi içinde rastlanırken, Zeytinburnu Prof. Dr. Turan Güneş Caddesi üzerinde de yer seçmiştir. Yine en büyük yoğunluğun, özellikle ticaretinde Fatih ilçesinde Mahmutpaşa Caddesi ve çevresi başta olmak üzere Laleli'yi de kapsayan geniş bir alanda olduğu fark edilmektedir. Ayrıca Nişantaşı-Osmanbey arasında da birbirine yakın yer seçimi yapmışlardır.

Kozmetik imalatı ve ticareti mekansallığıyla dikkat çeken bir perakende türüdür. Fatih ilçesinde Tahtakale'de Zaza Han ve Akşemsettin Mahallesi nde yer seçmiştir, işletme isimlerine bakıldığında yabancı uyruklu şirketler oldukça fazla sayıdadır. İstiklal Caddesi'nde de özellikle Galatasaray Lisesi ve Taksim Meydan arasındaki kısımda, Kadıköy, Bakırköy ve Beşiktaş ilçelerinin merkezleri ile Nişantaşı'nda Teşvikiye Caddesi'nde ve tüm alışveriş merkezlerinde yer almaktadırlar.

İTO'ya kayıtlı 796 fırın yine kentin tamamına yayılmıştır.

Elektronik ürün ticareti öncelikle Perpa, Kadıköy'de Başçavuş Sokak üzerinde ve birçok alışveriş merkezinde görülmektedir. Alışveriş merkezlerinde büyük ölçekli elektronik ürün ticareti yapan kurumsal firmalar yer seçerken Tahtakale Caddesi ve çevresinde, Karaköy'de yer alan işhanlarında küçük ölçekli işletmeler yer almıştır.

766 işletmesi bulunan **kırtasiye imalatı ve ticareti** tüm kente dağılan işletmelerdendir fakat Tahtakale çevresi ve Kadıköy Çarşı'daki yoğunluk dikkate değerdir.

İstanbul içindeki sayısı diğer kümelenen işletmelere göre giderek azalsa da **ayakkabıcılık** da mekânsal olarak belirli yerleri tarif eden kullanımlardandır. Eminönü bölgesinde Mahmutpaşa'dan Laleli'ye kadar devam eden hanlar ve sokaklarda yoğun sayıda, Nişantaşı'ndaki caddelerde, Kadıköy'de Söğütlüçeşme ve Bahariye Caddesi'nde ve İstiklal Caddesi üzerinde sıklıkla yer seçmiştir.

Sirkeci'de bulunan Doğubank İşhanı dikkat çeken bir büyüklükte **optik ürünlerin imalatı ve ticareti** işletmesine sahipken, alışveriş merkezleri ve Nişantaşı bölgesinde de yakın yer seçimleri görülmekte, kente dağılmış yapıdadır.

İSTOÇ, hırdavatçılığın yanı sıra **züccaciye imalatı ve ticaretinde** öne çıkan ticaret alanlarındandır. Ayrıca yine Tahtakale ve çevresinde kümelenme göstermişlerdir.

İnşaat malzemeleri ticareti Ümraniye, Pendik ve Esenyurt'ta diğer ilçelere göre sayıca fazla iken Zeytinburnu Demirciler Sitesi, Unkapanı İMÇ, Fulya Garaj Sokak'ta dikkat çeken bir mekansallığa sahiptir.

Kuruyemiş imalatı ve ticareti, çok net bir kümelenme göstererek tarihi yarımada Mısır Çarşısı ve Nur-u Osmaniye Caddesi'nde yer seçmiştir.

Elektrik malzemeleri imalatı ve ticareti, Perpa ticaret merkezi ve çok açık bir şekilde Beyoğlu Emekyemez ve Şişhane çevresinde dağılım göstermektedir. Ayrıca Sultangazi'de bulunan Avizeciler Sanayi Sitesi'ndeki yoğunluk da dikkate alınmalıdır.

Tarihi yarımada'nın öne çıktığı perakende ticaret türlerinden birisi de **halıcılık, kilimciliktir**. Beyazıt başta olmak üzere Kürkçüler Çarşısı, Kapalıçarşı ve Sultanahmet bölgesinde yoğun bir şekilde yer almaktadırlar. Ayrıca Unkapanı İMÇ, Esenyurt Ekidji Bazaar ve Ümraniye'de Keresteciler Sitesinde de işlev göstermektedirler.

Aktar ürünleri imalatı, ticareti ise en görünür şekilde Mısır Çarşısı ve çevresinde, Fatih ilçesinin merkezinde ve Kadıköy Tarihi Çarşı'da yer almaktadır.

Evcil hayvan bakımı, ticareti işletmeleri açık bir fark ile Kadıköy ilçesinde yer seçmiştir fakat bir kümelenmeden bahsedilememektedir.

Kitapçılık da yine kullanım itibariyle tüm kentte yer seçen perakende türündendir fakat Akmar Pasajı öncelikli olmak üzere Kadıköy Merkez, Aslıhan Pasajı dahil olmak üzere İstiklal Caddesi üzerinde, Vezneciler Yümni İş Merkezi ve Fatih'te Sahafçılar Çarşısında kümelenmişlerdir.

Çiçekçilik faaliyeti Beşiktaş, Kadıköy ve Şişli ilçelerinde en çok işletmeye sahipken Eminönü Çiçekçiler Sokak, Nişantaşı, Fulya ve Nispetiye öne çıkan yerlerdendir.

Deri aksesuar imalatı, ticareti Kapalıçarşı ve yakın çevresinde, Mimar Hayrettin Mahallesi (Gedikpaşa) yoğunlaşmaktadır.

Spor malzemeleri imalatı, ticareti dağınık olmakla beraber Mahmutbey İSTOÇ içinde ve Eminönü Bölgesinde Uzunçarşı Caddesi'nde sıklıktadır.

Manavlık, tıpkı kasaplık ya da fırıncılık gibi tüm kente dağılan işlevlerdendir fakat yine de Bayrampaşa-Kocatepe'deki toptan ve indirimli ürün satış yeri Mega Center içinde bir yoğunluk dikkat çekmektedir.

Elektrikli ev aletleri ticareti, elektrik malzemeleri imalatı ve ticareti ile benzer bir mekânsallığa sahiptir. Eminönü'nde Hobyar-Tahtakale çevresi, Beyoğlu'nda Emekyemez ve çevresinde ve Perpa ticaret merkezinde yer seçmiştir.

Temizlik malzemeleri imalatı, ticareti de kente dağılan fakat Bayrampaşa'daki Mega Center içinde yer seçen kullanımlardandır. **Şarküteri ürünleri imalatı, ticareti** de aynı şekilde Mega Center içinde yer seçen perakendecilerden olmuştur.

Sanat eseri, antika ticareti 204 işletme ile Beyoğlu'nda Çukurcuma Caddesi üzerinde ve Asmalımescit ve Galata Kulesi civarında, Fatih'te Kapalıçarşı ve Fener Balat yerleşkelerinde, Nişantaşı sokaklarında, Kadıköy'de Tellalzade Sokak ve yakın çevresinde kümelenmiştir. **İkinci el eşya ticareti** ise benzer şekilde Kadıköy Çarşı ve Balat Vodina Caddesi'nde dikkat çekerken kentte de dağılım göstermektedir.

Oyuncak imalatı, ticareti Bağcılar'da yer alan İSTOÇ içinde ve sınırlı sayıda işletme ile Tahtakale çevresinde yer seçmiştir.

Saatçilik meslek koduna ait 194 işletme olmasına rağmen Eminönü bölgesinde 3 ayrı kümelenme tespit edilmiştir. Sirkeci'de daha önce özelleşmiş farklı perakende türlerinin de yoğun bir şekilde yer seçtiği Doğubank İş Hanı, Tahtakale Caddesi ve

Kapalıçarşı'da yüksek yoğunlukta bulunmaktadırlar. Nişantaşı bölgesi de dikkat çekmektedir.

Dokumacılık, Eminönü'nde Sultanhamam çevresi, Osmanbey ve Bayrampaşa'da yer seçmiştir.

Şekercilik, çikolatacılık ise kentte dağınık yer seçmiş olsa da Tahtakale'de Hasırcılar Caddesi ve yakın çevresinde, İstiklal Caddesi ve Kadıköy Çarşı'da aralıklı olsalar da sayıca diğer bölgelere göre fazla bulunan işletmelerdendir.

Deri giyim eşyası ticareti işletmeleri yoğun derecede Kapalıçarşı ve Ordu Caddesi boyunca ve Zeytinburnu'nda Kazlıçeşme'de yer almaktadır.

Boya, kimyasal ürünlerin ticareti Karaköy Tersane Caddesi üzerinde kümelenmiştir. **Kerestecilik** ise Ümraniye'de bulunan Modoko'da yer seçse de büyük bir kümelenmeden bahsedilemez. **Oto yedek parça ticareti** kentte dağılım göstermekte, sanayi siteleri içinde yer seçmektedir. Yine makine, yedek parça ticareti de sanayi sitelerinde yer alan işlevlerdendir.

İTO'ya kayıtlı 60 **fotoğrafçılık** işletmesinin 45'i Fatih ilçesinde yer almaktadır. Fatih'te Hocaapaşa, Hobyar, Sirkeci'de Hayyam İşhanı başta olmak üzere iş merkezlerinde ve hanlarda yer seçmişlerdir.

Müzik aletleri imalatı, onarımı, ticareti her ne kadar az sayıda da olsa Beyoğlu'nda Galip Dede Caddesi ve çevresindeki Şah Değirmeni Sokak'ta ve Unkapanı İMÇ'de kümelenmektedir. **Kayıtlı medyaların imalatı, kiralınması, ticareti** de Unkapanı İMÇ'de yer seçen diğer perakende türüdür. **Motosiklet, bisiklet ticareti** sayıca en çok Kadıköy ilçesinde bulunmasına rağmen Fatih Saraçhane'de Haşim İşcan Alt Geçidi'nde kümelenmiştir.

Tüm bu perakende türleri dışında hiçbir mekânsal kümelenme ya da yoğunluk göstermeyen, İstanbul kentinin tamamına dağılmış ya da anlamlı bir yer seçimi tespit edilemeyen kullanımlar; demir, çelik eşya imalatı ve ticareti, değirmencilik ve zahirecilik, pvc ürün ticareti, seyyar satıcılık, tüp gaz bayiliği, balıkçılık, pazarda ayakkabı, tekstil ürünleri ticareti, pazarda sebze, meyve ticareti, pazarda çeşitli malların ticareti, pazarda yiyecek, içecek ticareti, pazarda bitki, hayvan, su ürünleri ticareti, eczane, ilaç ve tıbbi satış, camcılık, marangozluk, gübre, zirai ilaç imalatı, ticareti, yakacak imalatı, ticareti, besicilik, celeplik, dondurmacılık, deniz taşıtları imalatı, onarımı, ticareti, inşaatçılık, ikinci el tekstil ürünleri ticareti, prefabrik

yapıların imalatı, kurulumu, ticareti, bakırcılık, soba, banyo kazanı, şofben imalatı, onarımı, ticareti, ev aletleri imalatı, onarımı, ticaretidir.

2.5.4 Değerlendirme

İstanbul'daki ticaretin ve perakende ticaretin içeriğine ve mekânsal görünümüne bakıldığında ilk dikkat çeken unsur perakende alanlarının çeşitliliği ve çokluğudur. Bu alanlardan ilki ve çıkan sonuçlara göre de en önemlisi şüphesiz ki Kapalıçarşı'dır. Kapalıçarşı kurulduğu günden itibaren İstanbul kenti için önemini korumuş, hâlâ yüksek düzeyde perakendeci barındırmaya devam etmektedir. Bir yandan da yakın çevresinde bulunan Uzunçarşı Caddesi, Tahtakale Caddesi ve Mahmutpaşa Caddesi başta olmak üzere birçok sokak ve cadde, bu caddelerde yer alan pasaj, han ve iş merkezleri İstanbul'un perakende ticaret yapılanmasında önemli bir hacmi kapsamaktadır.

Bir yandan da Beyoğlu, Kadıköy, Bakırköy, Şişli, Fatih gibi kent merkezleri de canlılığın ve çeşitliliğin hâkim olduğu diğer merkezlerdir. Yalnız bu merkezler Kapalıçarşı ve çevresi gibi düşünülmemelidir. Tarihi yarımada da belirli perakende türleri yakınlık kültürüne dayanarak yüksek düzeyde kümelenmişlerdir ve genellikle geleneksel küçük işletmelerden oluşmaktadırlar. Kent merkezleri de geleneksel, küçük işletmelere yüksek düzeyde sahip olsa da uluslararası zincir mağazalara da ev sahipliği yapmakta, farklı türlerin çeşitliliğini sağlamaktadır. İlçe merkezlerine ek olarak tez kapsamında üretilen haritalarda çok görünür olmasalar da semt ve mahalle merkezleri ve mahallelerde kurulan semt pazarları da yerleşimlere çeşitlilik ve kolaylık sunmakta olup perakende alanlarına dahil olmaktadır.

İstanbul perakende yapısı için en önemli kullanım alanlarından birisi şüphesiz ki alışveriş merkezleridir. Geleneksel perakendeden ziyade modern perakendeyi bünyesinde barındıran bu merkezler, kentin tamamına yayılmış ve büyük bir perakende hacmi taşımaktadırlar. Üstelik son dönemlerde Galataport gibi alışveriş merkezine benzer yapıda özellik gösteren daha geniş yer kaplayan büyük alışveriş kompleksleri de sisteme dahil olmaya başlamıştır. Yalnız bu perakende alanları İstanbul'da özellikle tarihi merkezlerde yaygın şekilde yer alan yapı ölçeğinde perakende barındıran hanlar, pasajlar, iş merkezleri ve hatta çarşılarından ayrılmaktadırlar. Bu yapılar çevresiyle birbirini destekleyici ve tamamlayıcı

işlevler verirken alışveriş merkezleri ve kompleksleri oldukça tekil ve kendi içinde perakende karmasına sahiplerdir, genellikle çevresiyle etkileşim sağlamamaktadırlar.

Bu çalışma kapsamında işlevlere göre en çok kümelenmenin görüldüğü perakende alanlarından bazıları kentin yoğunlukla Avrupa Yakasında bulunan sanayi siteleri ve ticaret merkezleri olmuşlardır. Mobilyacılar Sitesi, Keresteciler Sitesi, Tekstilkent gibi belirli işlevler için tanımlanmış büyük alan ve sokaklardan oluşan siteler varken, Perpa ya da İMÇ gibi tek bir yapı veya birkaç yapı birliğinden oluşan perakende alanları da çeşitliliğe dâhildir. Öyle ki, Esenyurt'taki Eskidji Bazaar ya da Başakşehir'deki Mobilyacılar Sitesi gibi alanlarda bulunan yüksek sayıda perakende işletmeleri bu ilçelerin genel perakende görünümünde öne çıkmasına da neden olmuşlardır.

Tüm bu mekânsal görünümlere ek olarak, özellikle pandemi ile artan e-ticaret işletmelerinin yer seçimleri de ilerleyen yıllarda kentsel perakendecilik için önemli olacaktır. Bugün geleneksel merkezler olan Şişli, Fatih, Kadıköy gibi ilçelerde yüksek sayılarda yer alıyor olması ofis alanlarının bu bölgelerde yer almasından kaynaklanıyor olabilir fakat hiçbir ofis alanı bulundurmayan, spesifik kent parçalarında da yer almaları, bir yandan fiziksel imalathane ve ticaret birimlerinin yüksek olduğu sanayi sitelerinde yer seçmesinin ne anlama geleceği dikkate alınması ve tartışılması gereken bir konudur.

Hepsinden ayrı tutarak, bu tezin ana çalışma konusu olan ana alışveriş caddelerinin İstanbul perakende yapısındaki yerini değerlendirecek olursak, ana alışveriş caddelerinin genellikle kent merkezi özelliği ile görünür olduğu söylenebilir. İstiklal Caddesi ve Bağdat Caddesi tüm haritalarda lineer görünümleriyle dikkat çekse de uzunluğu daha kısa olan Nişantaşı'ndaki Rumeli Caddesi ve Abdi İpekçi Caddesi neredeyse fark edilemezdir. Nişantaşı bölgesinde Teşvikiye Caddesi ve Valikonağı Caddesi perakende bulundurması özelliğiyle daha çok öne çıkmıştır. İstiklal Caddesi ise her zaman çevresindeki sokaklarla bütünlük içinde bir görünüm vermiştir, yalnızca açılış sermayesine bağlı bir değerlendirilme yapıldığında caddenin kendisi biraz daha ön plana çıkmaktadır. Bağdat Caddesi ise İstiklal Caddesi ile benzerlikten ziyade Avrupa'daki ana caddelere daha çok benzerlik göstermektedir. Caddenin lineer devam eden hattı çok belirgindir fakat yapılaşma koşulları nedeniyle perakendede yoğun bir alanı temsil etmemektedir. Tüm bu

analizlerde ortaya çıkan bir diğer cadde Bakırköy’de bulunan yayalaştırılmış Fahri Korutürk Caddesi olmuştur. Konfeksiyonculuk, kuyumculuk, tuhafiyecilik ve kozmetik perakendecilerine sahip olmasıyla kent merkezi özelliği gösteren ana alışveriş caddelerinden birisidir.

İstiklal Caddesi’ni de düşünerek her ne kadar ana alışveriş caddeleri tanımı gereği perakendenin kentlerde en yoğun olması gereken yerler olması beklenirken yapılan analizler sonucunda İstanbul özelinde bu bilgi genel olarak doğrulanamamıştır. Burada iki unsur önemlidir. İlki kullanılan veri setinde sadece İTO’ya kayıtlı firmaların bulunması, esnafların kayıtlı olduğu diğer odaların verilerinin olmaması, ikincisi ise Türkiye’deki ana caddelerin perakende ile birlikte başka birçok ticaret türüne ve kullanım amacına hizmet ediyor olmasıdır. Eğer yeme, içme, eğlence ve ofis işlevlerinin dağılımını da mekânsal olarak analiz edilebilseydi ana alışveriş caddelerinin ve kullanım özelliklerinin daha açık tanımlanması mümkün olabilirdi. Yine de ana alışveriş caddelerinin perakende yapılanması hakkında bilgiler ve özellikler genel itibarıyla tutarlıdır. Konfeksiyonculuk, kuyumculuk, kozmetik, ayakkabıcılık ana alışveriş caddelerinde en sık yer seçen perakende türleri iken, saatçilik, optik ürünlerin ticareti, şekerlik, çikolatacılık, aktar ürünlerinin ticareti ve kitapçılık ikincil yoğunlukta yer seçen perakende türleridir.

Sonuç olarak, bu tezin ana çalışma sahası olarak seçilen İstiklal Caddesi, İstanbul kentinin perakende yapılanması içindeki konumundan daha ziyade, tarihi bir kent merkezinde bulunması, 150 yılı aşkın süredir alışveriş caddesi olma özelliğini sürdürmesi, perakende dışında diğer fonksiyon alanlarıyla süper karma bir yapıyı temsil etmesi, bir yandan da ideolojik, sembolik, sosyal ve ekonomik değeriyle beraber düşünülerek ele alınacaktır.

ANA ALIŞVERİŞ CADDELERİNİN DAYANIKLILIĞI

Bu bölümde tezin ikinci kavramsal temasını oluşturan dayanıklılık kavramının gelişim sürecine, en çok kabul gören yaklaşımlarına, kent planlama disiplinde sıklıkla kullanılan ve dolayısıyla ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığının da temellendiği kavram olan sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığına, bu dayanıklılığın özellik ve bileşenlerine, operasyonelleştirilmesine ve politikliği tartışılmalarına yer verilecektir. Daha sonra ise kent planlama disiplinde dayanıklılığın ele alınma biçimlerine, yaygın olarak kullanılan dayanıklılık türlerine bakılarak ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığına zemin hazırlanmaktadır. Daha sonraki başlıkta ise ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığına dair kapsamlı bir literatür anlatımı yer almaktadır. Bu kısımda ana alışveriş caddelerinin canlılığı, yaşayabilirliği ve dayanıklılığını değerlendirmede kullanılan göstergelerden bahsedilerek, işletme dayanıklılığının ana alışveriş caddesi dayanıklılığına katkısı ele alınmaktadır.

3.1 Dayanıklılık Kavramına Dair Tanımlar ve Yaklaşımlar

COVID-19 krizinden önce de kentler afetler başta olmak üzere, iklim değişikliği, ekonomik krizler, kitlesel insan göçleri, terör saldırıları ve salgınlar gibi çeşitli çevresel, sosyoekonomik ve politik risklerle her an karşı karşıya kalmaktaydılar. Üstelik Foster'ın (2006) da belirttiği gibi kentlerin herhangi bir tür krizle başa çıkabilse bile başka bir zaman diliminde başka bir travmaya yenik düşme riski bulunmaktadır. Bu risklerle giderek daha fazla maruz kalan ve belirsizliklerle dolu kentlerde krizlerin etkilerine karşın dayanıklılığı arttırmak tüm yerleşmelerde kabul edilir bir politika haline gelmiştir (Meerow vd., 2016).

Dayanıklılığa olan ihtiyaç nedeniyle de kavram son yıllarda hem akademik ve politik yazında hem de medya ve çeşitli kurumların raporlarında oldukça sık karşımıza çıkmaktadır. Teknik bir terim olarak ilk defa 1960'lı yılların sonunda ekoloji alanında ortaya çıkan kavrama ekolojik sistemlerin yanı sıra ekonomi, sosyoloji, psikoloji, beşerî coğrafya gibi alanlar başta olmak üzere çeşitli yaklaşımlar mevcuttur. Bu tez kapsamında ekoloji orijinden başlayarak sosyo-ekolojik sistemlerdeki kabullerinde kullanılan dayanıklılık esas alınacaktır. Tablo

3.1’de kullanım yılları sırasıyla ve kullanıldıkları alana göre çeşitli dayanıklılık tanımları yer almaktadır.

Tablo 3.1 Dayanıklılık kavramının tanımları

Alan	Tanım
Ekolojik	“Dayanıklılık ölçüsü, sistemlerin sürekliliği ve değişimi absorbe etme yetenekleri ile, popülasyonlar veya durum değişkenleri arasındaki aynı ilişkileri koruma yeteneklerinin ölçüsüdür” (Holling, 1973, s. 14).
Mühendislik	“Dayanıklılık, bir sistemin bir bozulmanın ardından orijinal durumuna dönme hızıdır” (Pimm, 1984).
Ekolojik	“Bir sistemin tampon kapasitesi veya bozulmayı absorbe etme kabiliyetidir, ya da bir sistemin, davranışını kontrol eden değişkenleri ve süreçleri değiştirerek yapısını değiştirmeden önce absorbe edilebileceği bozukluğun büyüklüğüdür” (Gunderson & Holling, 2002, s. 4; Holling vd., 1995).
Sosyal	“Sosyal dayanıklılık grupların veya toplulukların sosyal, siyasi ve çevresel değişimin bir sonucu olarak dış stresler ve rahatsızlıklarla başa çıkma yeteneğidir” (Adger, 2000, s. 347).
Ekolojik	“Ekosistem dinamikleri boyunca değişen ve bir ekosistem hiyerarşisinin her seviyesinde ortaya çıkan niceliksel özelliktir” (Holling, 2001).
Sosyo - Ekolojik	“Dayanıklılık, sosyo-ekolojik bir sistemin farklı bir süreçler dizisi tarafından kontrol edilen farklı bir durum alanı bölgesine geçmeden önce tolere edilebilen bozulmanın büyüklüğüdür” (Berkes vd., 2002b, s. 13).
Sosyo - Ekolojik	“Neyin neye karşı dayanıklılığı?” (Carpenter vd., 2001)
Sosyal - Afet	“Sosyal birimlerin tehlikeleri azaltma, afetler meydana geldiğinde etkilerini kontrol altına alma ve sosyal bozulmayı en aza indirecek ve gelecekteki depremlerin etkilerini azaltacak şekilde iyileştirme faaliyetlerini yürütme becerisidir” (Bruneau vd., 2003).
Sosyo - Ekolojik (Kentsel)	“Aşırı olayları yönetebilen sürdürülebilir bir fiziksel sistemler ve insan toplulukları ağı; afet sırasında aşırı stres altında her ikisi de hayatta kalabilmeli ve işlevlerini yerine getirebilmelidir” (Godschalk, 2003).
Sosyo - Ekolojik	“Dayanıklılık, bir sistemin değişim geçirirken rahatsızlığı absorbe etme ve yeniden organize olma kapasitesidir, böylece temelde aynı işlevi, yapıyı, kimliği ve geri bildirimleri korumaya devam eder - başka bir deyişle, aynı etki alanında kalır. Dört bileşene sahiptir- genişlik, direnç, belirsizlik ve panarşi” (B. Walker vd., 2004). “Sistemin içsel değişim ve dışsal şoklar ve rahatsızlıklar karşısında kimliğini koruma yeteneğidir” (Cumming vd., 2005, s. 976).
Sosyo - Ekolojik	“Dayanıklılık, bir sistemin radikal bir şekilde farklı bir duruma geçmeden önce absorbe edebileceği rahatsızlığın büyüklüğünün yanı sıra kendi kendini organize etme ve ortaya çıkan koşullara uyum sağlama kapasitesini ifade eder” (Adger, 2006, s. 268).
Ekonomik	“Sistemin, kaynakları verimli bir şekilde tahsis etme kapasitesini kaybetmeden piyasa veya çevresel şoklara dayanma kabiliyetidir” (Perrings, 2006, s. 418).

Tablo 3.1 Dayanıklılık kavramının tanımları (devamı)

Alan	Tanım
Bölgesel	“Bölgesel dayanıklılık, bir bölgenin bir karışıklığı öngörme, buna hazırlanma, buna yanıt verme ve bundan kurtulma yeteneğidir” (Foster, 2006, s. 14).
Sosyo - Ekolojik	“Dayanıklılık yaklaşımı doğrusal olmayan dinamikleri, eşikleri, belirsizliği ve sürprizleri, kademeli değişim dönemlerinin hızlı değişim dönemleriyle nasıl etkileşime girdiğini ve bu dinamiklerin zamansal ve mekânsal ölçekler arasında nasıl etkileşime girdiğini vurgulamaktadır” (Folke, 2006).
Sosyo - Ekolojik	“Bir sistemin maruz kalabileceği değişim miktarı (rahatsızlığı absorbe etme kapasitesi) ve aynı rejim içinde kalması - esasen aynı işlevi, yapıyı ve geri bildirimleri muhafaza etmesidir” (B. H. Walker & Salt, 2006, s. 163).
Topluluk	“Bir dizi uyarlanabilir kapasiteyi bir rahatsızlık sonrasında olumlu bir işleyiş ve uyum yörüngesine bağlayan bir süreçtir” (Norris vd., 2008, s. 130).
Topluluk	“Dayanıklılık, bir sosyal sistemin afetlere yanıt verme ve afetlerden kurtulma yeteneğidir ve sistemin etkileri absorbe etmesine ve bir olayla başa çıkmasına izin veren içsel koşulların yanı sıra, sosyal sistemin bir tehdide yanıt olarak yeniden organize olma, değişme ve öğrenme yeteneğini kolaylaştıran olay sonrası, uyarlanabilir süreçleri de içerir” (Cutter vd., 2008, s. 599).
Sosyo - Ekolojik	“Tehlikelere maruz kalan bir sistemin, topluluğun veya toplumun, temel yapı ve işlevlerinin korunması ve yeniden yapılandırılması da dahil olmak üzere, bir tehlikenin etkilerine zamanında ve etkin bir şekilde direnebilme, absorbe edebilme, uyum sağlayabilme ve kurtulabilme kabiliyetidir” (UNISDR, 2009, s. 10).
Topluluk	“Dayanıklılık, bir sosyal sistemin (örneğin bir kuruluş, şehir veya toplum), sistem içinde normal ve beklenen rahatsızlıklar aralığının dışında algılanan rahatsızlıklara proaktif olarak uyum sağlama ve bu rahatsızlıklardan kurtulma kapasitesidir” (Boin vd., 2010, s. 9).
SES – Kentsel perakende	“Farklı ölçeklerdeki farklı perakendecilik türlerinin, işlevlerini sürdürülebilir bir şekilde yerine getirmekte başarısız olmadan, sistemin dengesini zorlayan değişikliklere, krizlere veya şoklara uyum sağlama yeteneğidir” (Salgueiro, 2011).
Sosyo – Ekolojik	“İyi Dayanıklılık, bir sistemin farklı ölçeklerde eşzamanlı olarak ve sistemin tüm farklı bileşenlerini ve aktörlerini dikkate alarak, absorbe etme, uyum sağlama ve dönüştürme kapasitelerinin tamamlayıcılığı yoluyla olumlu olumsuz değişiklikleri ve şokları karşılama yeteneğidir” (Béné vd., 2012, s. 48).
Sosyo – Ekolojik (Kentsel)	“Kentsel dayanıklılık, bir kentsel sistemin- ve onu oluşturan tüm sosyo-ekolojik ve sosyo-teknik ağların zamansal ve mekânsal ölçeklerde- bir rahatsızlık karşısında istenen işlevleri sürdürme veya hızla geri dönme, değişime uyum sağlama ve mevcut veya gelecekteki uyum kapasitesini sınırlayan sistemleri hızla dönüştürme yeteneğini ifade eder” (Meerow vd., 2016, s. 45).
Mekânsal	“Dayanıklılık sadece direnme, yaşamsal işlevleri ve kimliği sürdürme kapasitesi değil, aynı zamanda ileriye gitme, öğrenme, daha iyisini inşa etme, daha verimli ve daha işlevsel olma kapasitesidir” (Pascariu vd., 2022, s. 14).

Tablodaki tanımlara tarihsel boyutta bakıldığında, kavramın Holling (1973) tarafından ilk kez ekolojik dayanıklılığı içeren kullanımından sonra değişikliğe

uğradığı, kendi içinde evrimleştiği, bir yandan da farklı alanlarda benzer karakteristik özelliklerle uyarlanarak kullanıldığı görülmektedir.

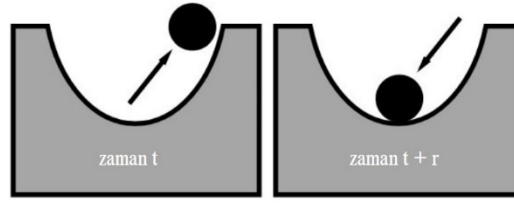
Dayanıklılık perspektifindeki değişimlerden birisi sistemlerin mutlak dengesi olduğunu savunan yaklaşımdan çoklu dengeleri olduğu yaklaşımına geçişle, dolayısıyla değişime tepki vermekle yetinen politikalardan, belirsizliği ve değişimi kabul eden ve bunu yönetmeyi amaçlayan bir yöne geçişle olmuştur. Kararlı sistemlerden karmaşık sistemlere geçişi farklı bilimsel geleneklerde benimsenen yaklaşımlarla açıklamak mümkündür. Bu yaklaşımlarından en kabul edilenleri mühendislik dayanıklılığı, ekolojik dayanıklılık ve uyarlanabilir dayanıklılıktır (Simmie & Martin, 2010).

Bu yaklaşımları özetlemek gerekirse, mühendislik dayanıklılığı yaklaşımı daha erken çalışmaları işaret eder ve bu yaklaşıma göre bir sistemin herhangi bir şoktan önce denge halinde bulunduğunu, dayanıklılığın ise bu sistemin bir şok veya tedirginlik sonrasında denge noktasına dönmesi için geçen süre olarak ele alındığını görülmektedir. Bu yaklaşımda dayanıklılık, ilerleyen çalışmalarda dayanıklılığın kavramsal kurucusu olarak gösterilen C.S. Holling ve diğer araştırmacılar tarafından “dönüş süresinin bir ölçüsü olmaktan çok, sistemin ortaya çıkan bir özelliği” olarak geliştirilmiştir (Holling, 1973; Neubert & Caswell, 1997; Pimm, 1984).

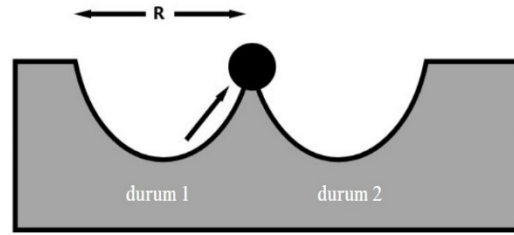
İkinci yaklaşım olan ekolojik dayanıklılık ise mühendislik yorumundan farklı olarak, sistemin tek bir denge halinde bulunmadığını, çoklu dengelere dayandığını ve tam da bu nedenle şok sonrasında sistemin eski dengesine dönemeyeceğini ifade etmektedir (Gunderson, 2000; Holling, 1996). Ekolojik yaklaşım, bir sistemin istikrarsızlaşmadan ve yeni bir yapılanmaya geçmeden önce absorbe edebileceği şok ölçeğine odaklanır ve esnekliği bir sistemin yapısının ve işlevinin uyarlanabilirliği ile birleştirerek daha dinamik bir yaklaşım sunar (Dolega & Celinska-Janowicz, 2015; Hudson, 2010).

Gunderson bu iki yaklaşımı top ve fincan modeliyle görselleştirmiştir. Şekil 3.1’deki fincanlar sistemin kararlılık alanlarını, top sistemin durumunu, tek oklar sistemdeki bozuklukları, r sistemin denge durumuna dönmesi için geçen süreyi, R ise kararlılık alanının genişliğini temsil etmektedir (2002).

A. Mühendislik dayanıklılığı (r)



B. Ekolojik Dayanıklılık (R)



Şekil 3.1 Top ve fincan modeliyle temsil edilen mühendislik ve ekolojik dayanıklılık tanımları (Gunderson, 2002)

Son olarak, karmaşık sistemler teorisinde bulunan uyarlanabilir dayanıklılık yaklaşımı ise diğer yaklaşımların tekli veya çoklu denge üzerine odaklanarak dayanıklılığın mekânsal farklılaşmasını yetersiz açıkladıklarını öne sürer (Pike vd., 2010) ve bir şokun etkisini en aza indirmek için bir sistemin biçiminin ve işlevinin ileriye dönük veya reaktif olarak yeniden düzenlenmesine odaklanır (Folke, 2006; Levin vd., 2013). Karmaşık uyarlanabilir sistemler kendi kendini organize etme, öğrenme ve muhakeme yoluyla çevrelerine yanıt verme kapasiteleri ile diğer karmaşık sistemlerden ayrılırlar (Cutter vd., 2008; Norberg & Cumming, 2008). Bu yaklaşım diğer yaklaşımlara göre daha dinamik ve evrimsel bir süreci tanımlamaktadır (Davoudi vd., 2012; Simmie & Martin, 2010).

Tablo 3.1’de de görüldüğü gibi dayanıklılığa ilk yaklaşımlar insan eylemlerini ekosistemden ayıran bir bakış açısına sahiptir ve sosyoekonomik sistemlerin ekolojik sistemlerle birlikteliği göz ardı edilmektedir. 2000’li yıllardan sonra dayanıklılık kavramının sosyo-ekolojik sistemlerde kullanılması kavramın tüm ekseninin değişmesine neden olmuştur. Dayanıklılık artık zamanı ve mekânsal süreçleri içeren, sistemin tüm unsurlarını ele alan, toplulukları, kurumları ve ekonomileri de dahil eden ve sistemin bunların toplamından daha fazlası olduğunu fark eden, değişimi ve riski kabullenen bir yapıya bürünmüştür. En kapsayıcı

tanımıyla dayanıklılık, bir varlığın (birey, aktör, sistem) içerdği tüm bileşenlerini dikkate alarak şoklar, değişimler ya da kriz benzeri etkilerle başa çıkabilme, kendi kimliğini korurken hareket etme kabiliyetini sürdürecekt ve hatta arttıracak şekilde uyum sağlaması, gerekirse yeniden yapılanacak şekilde yanıt verme yetenekleri ve özellikler taşıması anlamına gelmektedir.

Dayanıklılık kavramı giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Dayanıklılık çerçevesini uygulamak, bütünsel bir düşünme yaklaşımını teşvik etmektedir. Dayanıklılığın bu bütünsel doğası, sistem bileşenlerinin birbirine bağımlılığına vurgu yapması, birçok süreci ve dinamiği içermesi sistemler için kapsayıcı bir çerçeve sunmaktadır (Béné vd., 2012).

Dayanıklılığın çok yönlü bir kavram olması (Cumming vd., 2005), bu esnekliği ve kapsayıcılığı nedeniyle de kavramsal karışıklığa yol açtığını belirtmek gerekir (Meerow & Newell, 2016). Uzun yıllardır net bir tanımının kabul edilmemesi ve bulanık doğası nedeniyle eleştirilere konu olmaktadır. Brand ve Jax (2007), dayanıklılığı bir sınır nesnesi olarak tanımlarken, kavramın birçok amaçla, çok geniş bir çerçevede tanımlanmasının kavramı sulandırmakta ve belirsizleştirmekte olduğunu; White ve O'Hare (2014) kavramın jenerikleştiğini, her konuda arzu edilen bir olguya dönüştüğü ve ayrıca özellikle politika oluşturma noktasında kavrama getirilen yaklaşımlardan soyutlanarak, herhangi bir tanımlamaya tabi tutulmadan, tek bir bütün olarak ele alındığından bahsederler. Kent planlama disiplini özelinde, benzer bir bakış açısıyla, dayanıklılığın son zamanların moda kelimesi olarak hızla sürdürülebilirliğin yerini aldığı (Yamagata & Sharifi, 2018), sürdürülebilirlikle benzer şekilde planlama için içi boş bir kavram haline gelebileceği, neredeyse her türlü amacı meşrulaştırmak için boş bir gösterge olabileceği endişeleri gündeme gelmiştir (Davoudi vd., 2012; aktaran Vale, 2014). Schiappacasse ve Müller de, dayanıklılık ile ilgili çalışmaları araştıran "One fits all?" isimli makalelerinde bu kavramın *bulanık, ışıltılı ve kaygan* olarak tanımlandığı için birçok tartışmaya neden olduğunu ve kelimenin sürdürülebilirlik, kırılabilirlik ya da yönetim gibi birçok kelimeyi refere ederek kullanıldığından söz etmektedirler (2018).

Dayanıklılık üzerine yapılan tüm bu tartışmalar, dayanıklılığın sınırları belli, göstergeleri net, iyi tanımlanmış bir kavram olmaktansa aslında bir yaklaşım olduğunun mesajını içermektedir (Brand & Jax, 2007). Walker ve Salt "Resilience

Thinking: Sustaining Ecosystems and People in a Changing World” isimli kitaplarında dayanıklılığın bir düşünme biçimi olduğundan, sistemlerin neden ve nasıl değiştiğini anlayarak, karşı koymak yerine ilişki kurmak ve kapasite oluşturmak gerekliliğinden bahsederler (Folke, 2006; B. H. Walker & Salt, 2006). Eraydin ve Tasan-Kok (2013) da aynı çabayı editörlüğünü yaptıkları “Resilience Thinking in Urban Planning” isimli kitapta kentsel planlama için sürdürmüşlerdir.

Bu tezin ana çalışma alanı olan alışveriş caddeleri kent planlama yazınının kabul ettiği ve yönlendirdiği kentsel dayanıklılığın da sıklıkla başvurduğu uyarlanabilir dayanıklılık çerçevesinde ele alınacaktır. Bu nedenle sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığı ve bu sistemlerin özellikleri ve dayanıklılığı için sahip olması gereken bileşenlerine bir sonraki bölümde yer verilmiştir. Bu bölümdeki anlatıma başlamadan önce belirtmek gerekir ki, dayanıklılık oldukça geniş bir çalışma alanına sahiptir ve birçok dayanıklılık türünü barındırmaktadır. Bu tezde, kapsamda da belirtildiği üzere, ana alışveriş caddeleri bağlamında yerlerin sosyo-ekonomik dayanıklılığı ele alındığı için tüm dayanıklılık türlerine ve içeriklerine yer verilememektedir.

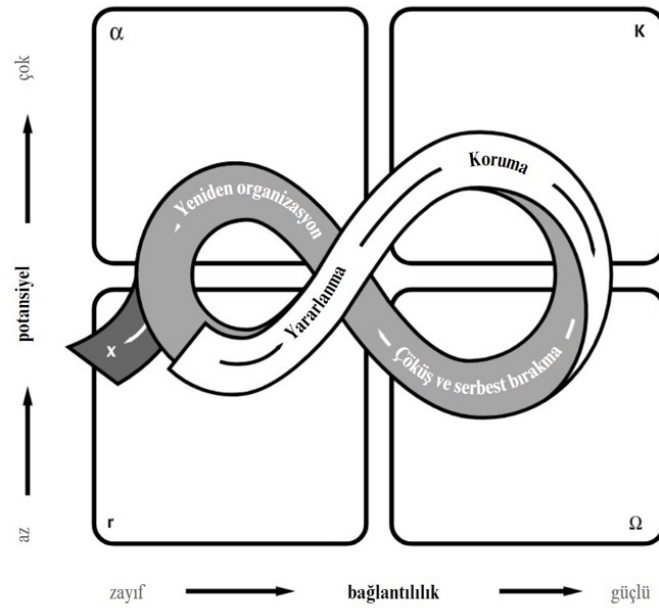
3.2 Sosyo – Ekolojik Sistem (SES) Dayanıklılığı

Sosyo-ekolojik sistemler (SES) karmaşık uyarlanabilir sistemlerin bir türüdür (Biggs vd., 2021, s. 5). Kavramda geçen sosyo kelimesi, sosyal, kültürel ve ekonomik sistemleri içeren genel bir terim olarak kullanılmaktadır (Berkes vd., 2002b). SES hem sosyal hem de ekolojik sistemlerin bir aradalığını ifade ederken bu sistemlerin her ikisi de hem karmaşık hem de uyarlanabilirdir (Cumming, 2011) ve doğası gereği evrimseldir (Simmie & Martin, 2010). Karmaşık sistemlerin en belirgin özellikleri sistemleri kararlı, öngörülebilir ya da mekanik görmek yerine, dinamik, öngörülemez ve çeşitliliği yüksek, çoklu ölçekler arası ilişkileri olan ve geri bildirimler yoluyla kendi kendini organize edebilme kabiliyetleri olmasıdır (Folke, 2006; Levin vd., 2013; Norberg & Cumming, 2008).

Walker ve diğerleri (2004), dayanıklı bir sosyo-ekolojik sistemin 4 yönü olduğunu söylemektedirler: “i) sistemin toparlanma kabiliyetini kaybetmeden önce değiştirilebileceği maksimum miktar; temel olarak etki alanının genişliği, ii) sistemi değiştirmenin kolaylığı veya zorluğu yani sistemin değiştirilmeye karşı ne kadar dirençli olduğu, iii) belirsizlik, sistemin mevcut yörüngesi ve şu anda bir sınıra veya

eşiğe ne kadar yakın olduğu, iv) panarşi, odak ölçeğin üstündeki ve altındaki ölçeklerdeki sistemlerin durumlarından ve dinamiklerinden nasıl etkilendiğidir”.

Sosyo-ekolojik sistemler için en önemli vurgulardan birisi dayanıklılık oluşturmanın zamansal ve mekânsal boyutları ile ele alınmasını sağlayan, sistemleri hiyerarşik olarak gözeten panarşi yaklaşımıdır (Gunderson & Holling, 2002). Panarşiden bahsetmeden önce, Holling (1986) tarafından öne sürülen uyarlanabilir (adaptif) döngüden bahsedilmelidir. Uyarlanabilir döngü, ekosistem ardılığını doğrusal bir süreç olarak gören geleneksel görüşe meydan okur (Wilkinson, 2012). Yaklaşımına göre her bir sistemin 4 aşamalı adaptif döngüleri vardır (2001), bu aşamalar bir sistemin yapı ve işlevlerinde büyüme (veya yararlanma), koruma, serbest bırakma (veya yaratıcı yıkım) ve yeniden organizasyondur (Gunderson & Holling, 2002).

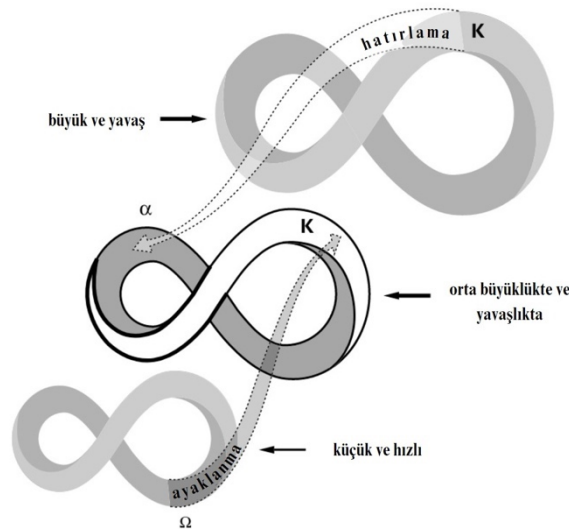


Şekil 3.2 Uyarlanabilir yenilenme döngüsü (Berkes vd., 2002a, s. 17)

Yukarıdaki Şekil 3.2’de adaptif döngü görselleştirilmiştir. Bu görsele göre x eksen kontrol değişkenleri arasındaki bağlantıyı temsil ederken, y eksen sistemin yapısında var olan kaynağı ve potansiyeli temsil etmektedir, soldaki X ise döngüden çıkışı ifade etmektedir (Berkes vd., 2002a). Büyüme ve yararlanma (r) aşaması ile koruma aşaması (K) sistemin dinamiklerinin makul ölçüde öngörülebilir olduğu döngünün yavaş, kümülatif bir ileri döngüsünü oluşturur. Büyüme gelişim ve istikrar taşıırken, koruma aşaması ne kadar uzarsa sistem o kadar dış şoklara açık

hale gelir ve dayanıklılığı azalır (Davoudi vd., 2012; B. Walker vd., 2004). Bu koruma aşamasından sonra sistemin rijitliğinden dolayı bir riskle karşılaşıldığında çöküş ve serbest bırakma aşaması (Ω) yaşanır, bu süreç yaratıcı bir süreci de içinde barındırabilir (Davoudi vd., 2012). Bu aşama hızla yerini hızlı veya yavaş olabilen ve yenilikle yeni fırsatların mümkün olduğu bir yeniden organizasyon aşamasına (α) bırakır (B. Walker vd., 2004). Davoudi ve diğerleri (2012) bu aşamada belirsizliğin de dayanıklılığın da en yüksek seviyede olduğunu, yeniliğin ve dönüşümün gerçekleştiğinden bahsederler. Belirtmek gerekir ki, bu dört döngü her zaman sıralı olarak gerçekleşmez, bazen iki aşama arasında gel-gitler olabilir, sistemler K'dan r'ye veya r'den doğrudan Ω 'ya ya da α 'dan Ω 'ya geri dönebilir (B. Walker vd., 2004).

Panarşi ise sistemlerin adaptif döngülerini hiyerarşik bir sistem düşüncesiyle birbirine bağlar. Bu model, sistemlerin birden çok ölçekte (küçükten büyüğe), birden çok hızda (yavaştan hızlıya) ve birden çok zaman diliminde (kısadan uzuna) etkileşime giren bir dizi iç içe, uyarlanabilir döngüde çalıştığını öne sürmektedir (Davoudi vd., 2012; Gunderson & Holling, 2002). Her bir sistem kendi hızına sahiptir ve sistemler bir üst ölçekte daha yavaş işleyen daha büyük sistemin koruması altındadır, daha hızlı işleyen alt sistemlerinse yenilik döngüleri mevcut sistemi canlandırır. Kısacası, panarşi yaklaşımına göre hiçbir sistem tek başına, tek bir ölçeğe odaklanılarak anlaşılamaz, birden fazla mekân, zaman ve sosyal organizasyon ölçeği vardır. Sistem ne kadar küçükse o kadar hızlı değişim geçirir, riskler alır ve denemeye açıktır. Sistemin ölçeği büyüdükçe döngülerin süresi uzar.

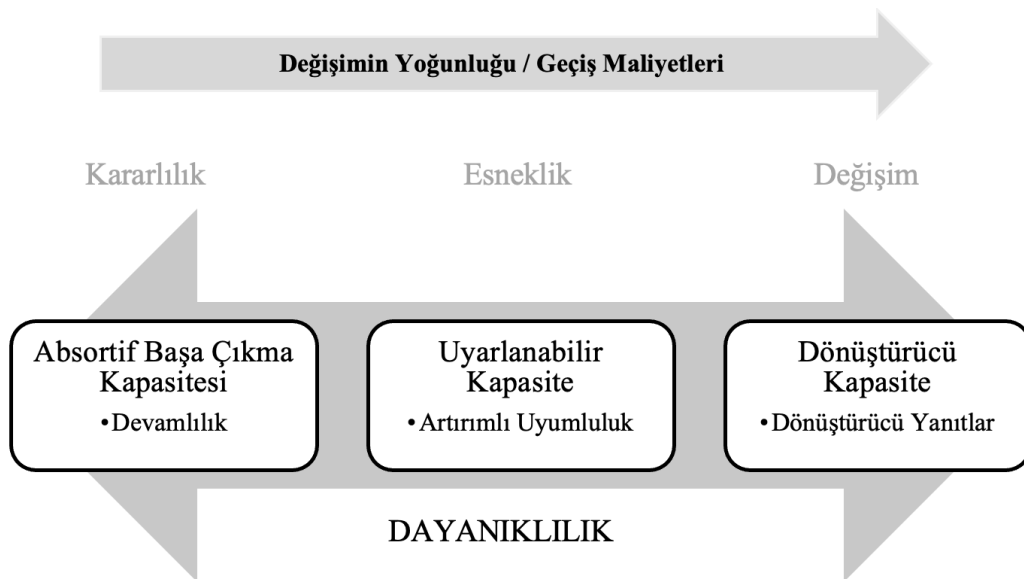


Şekil 3.3 Uyarlanabilir döngülerin panarşi modeli (Berkes vd., 2002a, s. 19)

Şekil 3.3'te *ayaklanma* ve *hatırlama* olarak bağlantılar etiketlenmiştir. Bu bağlantılar ölçekler arası etkileşimin örneklerindendir. Ayaklanma/isyan, çöküş ve bozulmanın yoğunlaştığı, mevcut yapıların kırıldığı veya dönüştüğü aşamadır. Bu aşamada olaylar daha yavaş fakat hiyerarşik olarak bir üstteki sisteme kadar uzanabilir. Hatırlama ise hiyerarşik olarak daha üstte ve daha yavaş döngünde biriken hafızadan yararlanarak alt sistemlerde yenilenme ve yeniden örgütlenmeyi kolaylaştırır (Berkes vd., 2002a, s. 19). Hafıza, sistemlerin birikmiş deneyimi ve geçmişini temsil eder, bozulmanın ardından yenilenme, yeniden birliktelikler kurma, yenilik, özgünlük ve kendi kendini organize etme için bağlam ve kaynaklar sağlar (Folke, 2006). Kentsel sistemlerde operasyonelleştirilmesi oldukça zor olan panarşi yaklaşımı (Pascariu vd., 2022) sistemlerin özellikleri ve bileşenleri tanımlandıkça daha anlaşılır ve uygulanabilir olacaktır.

3.2.1 SES Dayanıklılığının Özellikleri

Sosyo-ekolojik sistemlerin dayanıklılığı için sistemlerin sahip olması gereken özellikler vardır. Bu konuda evrensel bir kabul olmamakla beraber, geçmiş deneyimlerden öğrenme kabiliyeti, kendi kendini organize edebilme ve adapte olabilme kabiliyetleri SES'lerin en belirgin özelliklerindendir (Norberg & Cumming, 2008). Bazı araştırmacılar tarafından bu özellikler sistemlerin kapasiteleri olarak ele alınmıştır. Örneğin, Béné ve diğerleri (2012) dayanıklılığın en önemli 3 bileşenini absortif başa çıkma kapasitesi, uyarlanabilir kapasite ve dönüştürücü kapasite olarak tanımlamışlar.



Şekil 3.4 Dayanıklılığın 3 boyutlu çerçevesi (Béné vd., 2012)

Şekil 3.4'te de görüldüğü gibi sistemlerin şok veya kriz durumunda ilk olarak absorptif başa çıkma kapasitelerini devreye soktuklarını, bu durumda sistemin en kararlı halde olduğunu ve amacın sistemin devamlılığının sürdürebilmek olduğunu dolayısıyla mevcut kaynakları kullanarak direnç gösterildiğini ifade etmektedirler. Absorptif kapasite tamponlama kapasitesini de içinde barındırır. SES'lerde eğer homojenleşme yüksekse, yedeklilik azdır ve yedekliliğin azalması tamponlama kapasitesini azaltır. Buna ek olarak, beklenmedik durumlara hazır olmak sistemlerin absorbe etme ve başa çıkma kapasitesini güçlendirir. Dolayısıyla sistemlerin geçmiş krizleri ve bu krizlerden öğrenilenler ve mevcut krizlere yanıt verme yollarını arttıracak için sistem dayanıklılığını geliştiren unsurlardır.

Eğer absorptif kapasite yetmiyorsa, uyarlanabilir kapasite kullanılmaya başlanmakta (Cutter vd., 2008) ve yine sistemin kimliğinde büyük değişiklikler olmadan işlevini sürdürebilmek için artırılmış bir şekilde değişiklikler yapmaktadırlar. Bu adaptif dayanıklılık, sistemlerin işlevlerinde ya da yapısal kimliklerinde büyük niteliksel değişiklikler olmaksızın işlevlerini sürdürebilmek için yaptıkları çeşitli ayarlamaları (artımlı uyumluluk) ifade eder (Béné vd., 2012). Bu uyum/adaptasyon sağlama birçok düzeyde ve birçok çeşitlilikte olabilmektedir, üstelik her zaman bilinçli bir tercih de olmayabilir (Levine vd., 2011). Bu aşama kolektif eylemler yoluyla dayanıklılık inşa etme kapasitesini de içerir (Folke, 2006).

Sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığı için en önemli kaynaklardan birisi olan Fikret Berkes, Johan Colding ve Carl Folke'nin editörlüğünü yaptığı 2002 tarihli "Navigating Social-Ecological Systems: Building Resilience for Complexity and Change" isimli kitapta, insan toplumlarının bağlantılı sosyo-ekolojik sistemlerdeki değişimle nasıl başa çıktıklarını ve uyum sağlama kapasitelerini nasıl geliştirdiklerini incelenmiştir. Kitabın son bölümü olan "Synthesis: building resilience and adaptive capacity in social-ecological systems", Folke ve diğerlerine (2002) ait bölümde yazarlara göre sosyo-ekolojik sistemlerde dayanıklılık ve uyum kapasitesi oluşturmak için 4 temel faktör vardır; i) değişim ve belirsizlikle yaşamayı öğrenmek, ii) yeniden yapılanma ve yenilenme için çeşitliliği beslemek, iii) öğrenme için farklı bilgi türlerinin birleştirilmesi ve iv) kendi kendine örgütlenme için fırsat yaratılması (Şekil 3.5).

Değişim ve belirsizlikle yaşamayı öğrenmek	Rahatsızlık hissi uyandırmak Krizlerden öğrenmek Beklenmeyen şeyleri beklemek
Yeniden yapılanma ve yenilenme için çeşitliliği beslemek	Ekolojik hafızanın beslenmesi Toplumsal hafızanın sürdürülmesi Sosyal-ekolojik hafızanın güçlendirilmesi
Öğrenme için farklı bilgi türlerinin birleştirilmesi	Deneyimsel ve deneysel bilginin birleştirilmesi Yapısal bilgiden işleyişe ilişkin bilgiye doğru açılım Kurumlarda süreç bilgisinin oluşturulması Farklı bilgi sistemlerinin tamamlayıcılığının teşvik edilmesi
Kendi kendine örgütlenme için fırsat yaratılması	Çeşitlilik ve rahatsızlık arasındaki etkileşimin tanınması Çapraz ölçekli dinamiklerle başa çıkma Ekosistem ve yönetim ölçeklerinin eşleştirilmesi Dış etkenlerin hesaba katılması

Şekil 3.5 Sosyo-ekolojik sistemlerde dayanıklılık ve uyum kapasitesi oluşturma (Folke, Colding, vd., 2002)

SES'lerin dayanıklılığı için en önemli konulardan birisi değişikliği ve öngörülemezliği kabul etmek, değişimi sistemin bir parçası olarak kabul etmekten geçmektedir. Sistemin değişim süreçlerine karşı koymak ve rijit hale gelmesini sağlamak dayanıklılığı azaltıcı bir uygulamadır fakat değişim karşısında varlığını sürdürebilme kabiliyeti dayanıklılık göstergelerindendir. Kimliğini koruyarak varlığını sürdürebilmenin en önemli bileşeni çeşitliliktir.

Adaptif kapasitenin varlığı aynı zamanda sistemin kendi kendine organizasyonu için de fırsat sağlar (Eraydin & Taşan-Kok, 2013). Değişimi öngörmek ve gelecekteki seçeneklerin kaybına yol açmayacak şekilde örgütlenebilmek sosyo-ekolojik sistemlerin en önemli özelliklerindendir. Değişime yanıt verme ve değişimi şekillendirme kapasitesi olan adaptif kapasite için bir ön koşul olarak düşünülmektedir. Folke ve diğerleri (2002) sürprizlerle başa çıkmak için verilen tepkilerden birinin sürprizi tamamen ortadan kaldırmak ya da görmezden gelmeye çalışmak olduğunu söyler ve bu tür pasif tepkilerin sosyo-ekolojik öğrenmeyi engellediğini belirtirler. Halbuki rahatsızlık, sürprizler ve krizler kalkınma ve ilerlemenin bir parçasıdır (Folke, Colding, vd., 2002). Burada önemli olan unsurlardan birisi değişime kendini kaptırmak ve değişimin yönlendirdiği şekilde

hareket almanın dayanıklılığa katkıda bulunmayacağıdır, değişimi şekillendirme kapasitesinin kullanılması gerekir. Bu kapasiteyle değişim kabul edilir, sistemin bünyesine dâhil edilir ve bilinçli bir şekilde yanıt verilir. Müzakere yollarının bulunması, katılım mekanizmalarının işlerliği, iş birliğine açıklık ve güven duyma en önemli araçlardandır.

Eğer şok, kriz ya da değişim sistemin uyum kapasitesini tüm bunlara rağmen zorluyorsa, sistem kendi kendini organize ederek bir dönüşüme girmesi, temelde yeni bir sistem yaratma kapasitesini gösterme evresine girmektedir (Béné vd., 2012; Folke, 2006; B. Walker vd., 2004). Bu evre, sistemi önemli ölçüde değiştiren, yeni ve daha iyi bir duruma eviren dönüşümsel tepkilerden oluşur. Bu dönüşüm evresi sistemin aktörlerinin tercihiyle olabileceği gibi, değişen sosyal, ekolojik ve ekonomik şartların zorlamasıyla da gerçekleşebilir. Sistemlerin dönüşmesi her zaman istenen bir sonuç olmayacağı gibi, aksine eğer sistem darboğazdan çıkamıyorsa statükoya meydan okuyarak (Smith & Stirling, 2010) yeni bir rejime geçmesi dayanıklılığının göstergesidir. Bu aşama genellikle “değerlerin sorgulanmasını, varsayımlara meydan okunmasını ve sabit inançların, kimliklerin ve klişelerin yakından incelenme kapasitesini içerirler” (Béné vd., 2012, s. 22) çünkü bu değişimler tek bir düzeyde gerçekleşmez, kurumsal, kültürel, davranışsal, teknolojik birçok etkenin değişimi ve yönlendirmesiyle olur. Tüm bu değerlerin sorgulanması ve gerekirse reformunu kapsar, dönüşüm sancılı ve zordur.

Tüm bu çerçeveye incelendiğinde, sunulan yaklaşımın doğrusal okunmaması gerektiği not edilmelidir. Dayanıklılık doğrusal bir süreç değildir ve bu kapasiteler sırasıyla kullanılır ya da kullanılmalıdır anlamı çıkarılmamalıdır. Sistemler dayanıklılık kapasitelerini sırasıyla kullanabileceği gibi aynı anda da kullanabilir fakat elbette tüm kapasitelere sahip ve bu kapasiteleri değerlendirebilen sistemlerin dayanıklılığının yüksek olması beklenir. Dikkat edilmesi gereken bir diğer konu da sistemin bir unsuru strese/şoka karşı başa çıkma kapasitesini kullanırken, bir diğer unsuru aynı stresi/şoku dönüştürücü kuvvet olarak kullanabilir. Görüldüğü gibi dayanıklılık bağlama özgü bir kavram olduğundan dolayı kim için, neye karşı, ne zaman için, nerede ve neden kullanıldığına oldukça sıkı bir şekilde bağlıdır (Carpenter vd., 2001; Meerow & Newell, 2016; Vale, 2014; White & O’Hare, 2014).

Tüm bu soruları yanıtlayabilmek ve bu sorulara göre değişkenlik gösterebilecek bileşenleri tanımlamak da bir diğer önemli meseledir. Sosyo-ekolojik sistemlerin kapasitelerini güçlendiren, dayanıklılığın alt bileşenleri bir sonraki bölümde anlatılmaktadır. Bu bileşenler değerlendirildiğinde dayanıklılığın çok sayıda ve nitelikte, bağlama göre değişen bileşenlerinin toplamı olabileceği daha net anlaşılabacaktır.

3.2.2 SES Dayanıklılığının Bileşenleri

Sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığın kabul edilmiş bir bileşen kümesi bulunmamaktadır. Farklı kaynaklarda, farklı dayanıklılık türleri için farklı özellikler, ilkeler ve bileşenler tanımlanmıştır. Örneğin, Biggs ve diğerleri sosyo-ekolojik sistemlerde dayanıklılık oluşturmak için çeşitliliği ve fazlalığı koruma, bağlantısallığı yönetme, yavaş değişkenleri ve geri bildirimleri yönetme, karmaşık uyarlanabilir sistem düşüncesini teşvik etme, öğrenmeyi teşvik etme, katılımı genişletme ve çok merkezli yönetim sistemlerini desteklemenin vazgeçilmez ilkeler olduğundan bahsetmektedirler (Biggs vd., 2015). Dayanıklılığa ulaşmak için genellikle sağlamlık, istikrar, çeşitlilik, fazlalık, esneklik, beceriklilik, koordinasyon kapasitesi, modülerlik, işbirliği, çeviklik, verimlilik, yaratıcılık, eşitlik, öngörü kapasitesi, kendi kendine organize olma ve uyarlanabilirlik gibi temel ilke ve özelliklerin birleştirilmesini kabul gören bir yaklaşımken (Sharifi & Yamagata, 2018), bazı bakış açıları dayanıklı sistemleri sahip oldukları sermayeler üzerinden tanımlarlar ve dayanıklılık için gerekli unsurları her bir sermayenin altında değerlendirirler. Örneğin, Mayunga (2007) bu sınıflandırmayı beşeri sermaye, sosyal sermaye, inşa edilmiş/yapılı sermaye, doğal sermaye, ekonomik sermaye olarak ele almıştır.

Dayanıklılığın farklı bağlamlarında bu ilke ve özelliklerin de değiştiği görülmektedir. Foster (2007) bölgesel dayanıklılığı etkileyen faktörleri bölgesel başlangıç noktaları, ekonomik yapı, devlet politikaları, politik model, toplumsal ağlar ve liderlik olarak tanımlarken; bir kentsel sistemin dayanıklılığı için yedeklilik, çeşitlilik, verimlilik, bağımsızlık/özerklik, bağlanabilirlik, sermaye artırımı, uyarlanabilir kapasite, sağlamlık ve esneklik özellikleri temel gösterilmiştir (Eraydin & Taşan-Kok, 2013).

Bahadur ve diğerleri (2010) ise iklim değişikliği ve afetlere dayanıklı bir sistemin on karakteristiğini şöyle tanımlamışlardır: Yüksek çeşitlilik; etkili yönetim - kurumlar - kontrol mekanizmaları; belirsizliğin ve değişimin kabulü; toplumun katılımı ve yerel bilginin dahil edilmesi; hazırlık, planlama ve hazır olma; yüksek derecede eşitlik; sosyal değerler ve yapılar; denge dışı sistem dinamikleri; öğrenme; çapraz ölçekli bir bakış açısının benimsenmesi. Robertson ve diğerleri ise toplulukları dirençli kılan temel temaları sosyal bağlar ve ilişkiler; deneyim ve ortak hafıza; liderlik, katılım ve ortak sorumluluk; düşünce yapısı, kolektif düşünme, uyum sağlamaya açıklık ve kültürel değişim; entegrasyon, kapsayıcılık, eşitlik ve çeşitlilik; iletişim, sosyal destek ve koordinasyon; eğitim ve tatbikatlar ve yerel ihtiyaçların belirlenmesi olarak tanımlamışlardır (Robertson vd., 2021, s. 1).

Norris ve diğerleri (2008) ise topluluk dayanıklılığını bir dizi ağı bağlı uyarlanabilir kapasiteler çerçevesinde değerlendirmiştir. Bu çerçevede topluluk duygusu, mekâna bağlılık gibi bileşenler dayanıklılığın çerçevesini geliştirici bileşenlerdir. Maxwell ve diğerleri (2015) ise dayanıklılığın kalitatif ölçümünü anlattıkları raporlarında dayanıklılığın öznel yönlerine dikkat çekerek katkıda bulunmuşlardır.

Tablo 3.2 Sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığının özellikleri, ilkeleri ve bileşenleri

Özellikler - Bileşenler - İlkeler	Bağlam ve Kaynak
- Değişimi yönetme becerisi; öğrenme ve yönetim politikaları - Belirsizliği kabul etmek, bu politikaların varlığı - Sistem bileşenlerinin birbiri ile ilişkisi - Doğrusal ya da merkezi olmayan dinamikler - Yönetişim - Çeşitlik (Aktör, hafıza, kurum, senaryo vb.) - Hafıza	SES (Folke, Colding, vd., 2002; Folke, 2006)
- Çeşitlilik - Ekolojik değişkenlik - Modülerlik - Yavaş değişkenlerin kabul edilmesi - Güçlü geri bildirimler - Sosyal sermaye - İnovasyon - Yönetişimde kesişme - Ekosistem hizmetleri	SES (B. Walker & Salt, 2006)
- Beşeri Sermaye: Eğitim, Sağlık, Beceriler, Bilgi/bilgilendirme - Sosyal Sermaye: Güven, Normlar, Sosyal ağlar - İnşa Edilmiş/Fiziksel Sermaye: Konut, Kamu tesisleri, İşletme/Sektör - Doğal Sermaye: Kaynak stoğu, Arazi ve su, Ekosistem - Ekonomik Sermaye: Gelir, Tasarruf, Yatırım	Afetler ve Topluluk Dayanıklılığı (Mayunga, 2007)

Tablo 3.2 Sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığının özellikleri, ilkeleri ve bileşenleri
(devamı)

Özellikler - Bileşenler - İlkeler	Bağlam ve Kaynak
- Değişim ve belirsizliğe karşı tutum - Seçenekleri artırmak, ekolojik, sosyal ve siyasi çeşitlilik - Öğrenme süreçlerindeki bilgi çeşitliliği - Güçlü yerel kurumlar - Sorun çözme ağları - Çapraz ölçekli etkileşimler	SES (Berkas, 2007)
- Sosyal ağlar - Bilgi ve finansal destek - Kolektif eylem - Yeni bilgi türleri, öğrenme - İletişim yolları, inovatif deneyimler ve bilgiler - Aktörlerin heterojenliği - Resmi yapılar ve birliktelikler - Katılımcı süreçler - Çok merkezli, çok katmanlı ve çok ölçekli kurumlar - Risk ve kriz farkındalığı - Şeffaflık, avantajların ve dezavantajların adil dağıtımı - Liderlik - Yerel kapasite - Esneklik - Yeni girişimler, kurumlar - Yüksek derece yenilikçilik - Alternatif senaryolar	(Osbaht, 2007)
- Biyolojik çeşitlilik - Destekleyici sosyal yapıların varlığı - Ekonomik koşullar - Kurumların eylemleri - Planlamaya katılım, Risk azaltıcı politikalar/planlar, Acil durum planlarının varlığı, Uygulamada devamlılık - Altyapı – İnşa edilmiş sermaye - Toplumun riski algılama ve anlaması - Yaşam Kalitesi	(Cutter vd., 2008)
- Sosyal Sermaye - Alınan (yürürlüğe konan) sosyal destek - Algılayıcı (beklenen) sosyal destek - Sosyal gömülülük (enformel bağlar) - Organizasyonel bağlantılar & işbirliği - Vatandaş katılımı - Liderlik & roller (resmi bağlar) - Topluluk duygusu - Yere bağlılık - Toplum yetkinliği - Toplumsal eylem - Eleştirel düşünme & problem çözme becerileri - Esneklik ve yaratıcılık - Kolektif etkinlik	Topluluk Dayanıklılığı (Norris vd., 2008)

Tablo 3.2 Sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığının özellikleri, ilkeleri ve bileşenleri
(devamı)

Özellikler - Bileşenler - İlkeler	Bağlam ve Kaynak
○ Güçlendirme ○ Siyasi ortaklık • Ekonomik Kalkınma ○ Tehlikelere karşı risk ve kırılganlığın adilliği ○ Ekonomik kaynakların düzeyi ve çeşitliliği ○ Kaynak dağılımında eşitlik • Bilgi ve iletişim ○ Anlatılar ○ Sorumlu medya ○ Beceriler ve altyapı • Güvenilir bilgi kaynakları	Topluluk Dayanıklılığı (Norris vd., 2008) (devamı)
• Esneklik • Çok yönlü bir beceri seti • Yedeklilik • İşbirliğine dayalı çok sektörlü yaklaşımlar • Planlama ve öngörü • Çeşitlilik ve ademi merkezîyetçilik ○ Başarısızlık planları	İklim Değişikliği (Rockefeller Foundation, 2009)
• Yüksek çeşitlilik • Etkili yönetim/kurumlar/kontrol mekanizmaları • Belirsizliğin ve değişimin kabulü • Toplumun katılımı ve yerel bilginin dahil edilmesi • Hazırlık, planlama ve hazır olma • Yüksek derecede eşitlik • Sosyal değerler ve yapılar • Denge dışı sistem dinamikleri • Öğrenme • Çapraz ölçekli bir bakış açısının benimsenmesi	İklim Değişikliği ve Afetler (Bahadur vd., 2010)
• Çeşitlilik • Fazlalık • Esneklik ve uyarlanabilirlik, • Modülerlik • Karşılıklı bağımlılık • Dengeleyici ve tamponlayıcı faktörler • Hareketlilik • Planlama ve öngörü	Mekânsal Planlama (Albers & Deppisch, 2013)
• Yedeklilik • Çeşitlilik • Verimlilik • Bağımsızlık/özerklik • Bağlanabilirlik • Sermaye artırımı • Uyarlanabilir kapasite • Sağlamlık • Esneklik	SES – Kentsel (Eraydin & Taşan-Kok, 2013)

Tablo 3.2 Sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığının özellikleri, ilkeleri ve bileşenleri
(devamı)

Özellikler - Bileşenler - İlkeler	Bağlam ve Kaynak
• Yoğunlaştırma ve konsantrasyon • Çeşitlilik • Adaptasyon ve esneklik • Özgünlük ve insan ölçeğinde yeniden geliştirme • Özenli bir planla yeniden geliştirme • Kapsayıcı ve katılımcı planlama • Çok ölçekli işbirlikleri ve yönetim	SES – Kentsel (Balsas, 2014)
• Çeşitliliği ve fazlalığı koruma • Bağlantısallığı yönetme • Yavaş değişkenleri ve geri bildirimleri yönetme • Karmaşık uyarlanabilir sistem düşüncesini teşvik etme • Öğrenmeyi teşvik etme, • Katılımı genişletme • Çok merkezli yönetim sistemlerini destekleme	SES (Biggs vd., 2015)
• Hazırlıklı olma • Kabullenme ve ihmal • Tutum, değerler, ihtiyaçlar ve istekler • Kimlik ve aidiyet • Fiziksel, sosyo-kültürel ve psikolojik refah • İyimserlik/kötümserlik • Güven/güvensizlik • Memnuniyet/memnuniyetsizlik • Psikolojik güç • Dayanıklılık algıları	SES ölçümü (Maxwell vd., 2015)
• Geçmiş deneyimlerden öğrenme yeteneği (yansıtıcılık) • Sorunun yayılmasını sınırlandırma, direnç gösterme yetisi (sağlamlık) • Kaynakları kolayca yeniden kullanabilir (Beceriklilik) • Alternatif stratejilere sahip olmak (Esneklik) • Yedekleme kapasitesi (Yedeklilik) • Geniş kapsamlı istişare ve iletişim (Kapsayıcılık) • Birlikte çalışan sistemlere sahiplik (Entegre)	Dayanıklı kentler (The Rockefeller Foundation, 2016)
• Sağlamlık, İstikrar, • Çeşitlilik, Fazlalık, • Esneklik, Beceriklilik • Koordinasyon kapasitesi • Modülerlik • İşbirliği • Çeviklik • Verimlilik • Yaratıcılık • Eşitlik • Öngörü kapasitesi • Kendi kendine organize olma • Uyarlanabilirlik	SES- Kentsel (Sharifi & Yamagata, 2018)

Tablo 3.2 Sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığının özellikleri, ilkeleri ve bileşenleri
(devamı)

Özellikler - Bileşenler - İlkeler	Bağlam ve Kaynak
• Sağlamlık • İstikrar • Çeşitlilik • Fazlalık • Esneklik • Beceriklilik • Koordinasyon kapasitesi • Modülerlik • İşbirliği • Çeviklik • Verimlilik • Yaratıcılık • Eşitlik • Öngörü kapasitesi • Kendi kendine organize olma • Uyarlanabilirlik	SES- Kentsel (Sharifi & Yamagata, 2018)
• Sosyal bağlar ve ilişkiler • Deneyim ve paylaşılan hafıza • Liderlik, katılım ve ortak sorumluluk • Düşünce yapısı, kolektif düşünme, uyum ve kültürel değişime açıklık • Entegrasyon, kapsayıcılık, eşitlik ve çeşitlilik • İletişim, sosyal destek ve koordinasyon • Eğitim, tatbikatlar ve yerel ihtiyaçların belirlenmesi	Topluluk Dayanıklılığı (Robertson vd., 2021, s. 1).
• Ortak yönetim ve yönetim • Tüm aktörler arasında güçlü bağlantılar kurarak onları karar alma sürecine dahil etmek • Uyarlanabilir yönetim • Belirsizlikle başa çıkmak için yaparak öğrenme	Mekânsal Planlama (Pascariu vd., 2022)

Tablo 3.2’de farklı kaynaklarda bahsi geçen dayanıklı bir sistemin sahip olması gereken özellikler, ilkeler ya da bileşenler yer almaktadır. Görüldüğü üzere bileşenlerin ortaklaştığı noktalar olmasına rağmen, oldukça farklılaşan ve dayanıklılığa derinlik katan eklemlenmeler de vardır. Üstelik bu tablodan da anlaşıldığı üzere, bazı durumlarda sosyo-ekolojik bir sistemin karakteristiği, bileşenleri ve göstergeleri iç içe geçmiştir ve kavramsallaştırması zordur.

Bu tez kapsamında, ana alışveriş caddeleri de düşünülerek, dayanıklılığın mekânsal, ekonomik ve toplumsal yanları başta olmak üzere birçok ilke ve kriter incelenmiştir. Aşağıda bahsedilen başlıklar yalnızca bu tez bağlamında, kent merkezleri ve ana alışveriş caddeleri düşünülerek tüm literatürden yararlanılarak oluşturulmuştur. Dayanıklılığın kendisi gibi özellik, ilke, bileşen ve gösterge setinin

de esnekliği ve bağlama özgülüğüne dikkat çekmekte fayda vardır, bu liste dayanıklılığın tüm bileşenlerini kapsamamaktadır.

Çeşitlilik: Çeşitlilik bileşeni sosyo-ekolojik sistemlerin dayanıklılığında en önemli bileşen olarak ortaya çıkmaktadır. Sistem içindeki farklı öğelerin çeşitliliğini içerir. Ekolojik ya da finansal kaynakların, altyapının, kurumların, aktörlerin, farklı işlevlerin ve hatta farklı hafıza ve anıların çeşitliliğini temsil edebilir. Biggs ve diğerleri (2015) sistemin kaç farklı unsurdan oluştuğu, her unsurdan kaç tane olduğu ve unsurların birbirinden ne kadar farklı olduğunun birbiri ile ilişkili olduğunu belirtirler. Kısacası çeşitlilik, denge ve eşitliği de gözetmelidir. Değişimle karşı karşıya kalındığında bu öğelerin çeşitliliğinin her biri değişimle başa çıkmak için tamponlama kapasitesi oluşturur ve bir yandan yeniden örgütlenme için potansiyel sağlar (Folke, Colding, vd., 2002). Örneğin, afet sonrası toparlanmada ya da sistemin dönüşümünde dayanıklılık inşası politika sürecine katılan aktörlerin çeşitliliği, beraberinde hafıza ve deneyim çeşitliliğini de sağlar. Bu çeşitlilik, gelecek yörüngesi oluşturulurken kimliğin unsurlarını belirlemede işlevseldir.

Elbette çeşitlilik yoluyla rahatsızlıkların üzerinden gelinebileceği gibi, bazı durumlarda rahatsızlığın emilmesinde ve risklerin yayılmasında katkısı da bulunabilir. Low ve diğerleri (2002) kurumların çeşitliliği ve fazlalığı ile bu kurumların örtüşen işlevlerinin risklerin yayılmasına katkıda bulunduğunu örneklemişlerdir.

Yedeklilik: Çeşitliliğin sağladığı bileşenlerden birisidir. Bir bileşen rahatsızlığa maruz kaldığında aynı ya da benzer işlevi yerine getirmek için alternatif bileşenlerin bulunma halidir. Sistemin unsurlarının birbirini telafi etmesini sağlar. Homojenleşme yedekliliğin kaybedilmesine neden olurken tıpkı çeşitlilik gibi aktörlerin, kurumların, işlevlerin, hafızanın yedekliliği dayanıklılığı arttıran bir unsurdur.

Yedeklilik bazı durumlarda “birden fazlalık” olarak da ele alınabilmektedir. Örneğin, kurumların belirli bir hiyerarşide çeşitli yetki düzeylerinde olması, üst kurumun alt kurum ile ilişkilerinde işlevsel olarak kullanılabilir. Low ve diğerleri (2002) aynı yetki alanı içinde kurumların fazla sayıda olma halinin büyük olan kurumun küçük olanı afet durumlarında desteklemesi, bilgi süreçlerinde bilimsel ve teknik becerilerinden faydalandırması, birimler arasındaki çatışmalar için çözüm

ortamlarını bulması, verimsiz işleyen süreçlerin değerlendirilmesi ve büyük birimlerin daha büyük işleri üstlenmesi bakımından önemli katkıları olacağını belirtmişlerdir.

Esneklik: Sistemlerin değişen koşullara yanıt olarak değişebilme ve uyum sağlayabilme yeteneğini kapsar. Sosyo-ekolojik sistemlerin dayanıklılığında en çok vurgulanan bileşenlerden birisidir, öyle ki sıklıkla dayanıklılık yerine kullanılır fakat yalnızca bir bileşenidir. Sistemler rijit hale gelip esneklik gösteremediğinde adaptif kapasiteleri düşmektedir çünkü adaptif kapasite yeni çözümleri deneme ve verilen yanıtların geliştirilmesi yani öğrenme ve benimseme esnekliği ile karakterizedir (B. Walker vd., 2002).

Sağlamlık: Dayanıklılık ile sıklıkla karıştırılan kavramlardan birisi de sağlamlık bileşenidir. Sağlamlık daha çok sistemlerin su yönetimi gibi fiziksel boyutlarının yönetimi ile ilgilidir (Krupa vd., 2014). Sorunun yayılmasını sınırlandırma ve direnç göstermeyi temsil eder. Sağlam sistemler özellikle inşa edilmiş/fiziksel sermayeyi iyi tasarlar ve yönetirler, böylece tehlike olaylarının etkilerine dayanabilirler, aşırı hasarı önler ve öngörülebilir hatalara karşı koruma sağlarlar (The Rockefeller Foundation, 2016).

Karşılıklı Bağlılık – Bağlantılılık: Karşılıklı bağlılık sistem bileşenlerinin birbirilerini destekleyecek şekilde birbirleri ile bağlantılı olmalarını ifade eder ve yedekliliği artırır. Bağlantılılık ise sosyo-ekolojik sistem içindeki her türlü kaynak, tür ve aktörlerin etkileşime girdiği yapı ve gücü ifade etmektedir (Simonsen vd., 2015). Dayanıklılığı hem arttırabilir hem de düşürebilirler. İyi bağlanmış sistemler, hızlıca rahatsızlıkların üstesinden gelebileceği gibi, aşırı bağlantılı olmaları tüm sistemin rahatsızlıktan etkilenmesine de neden olabilir (Biggs vd., 2015). Çeşitlilik bileşeninde olduğu gibi denge önemlidir.

Eşitlik: Sosyo-ekolojik sistemlerde çok boyutlu olarak yüksek derecede eşitsizlikler yer alabilmektedir ve dayanıklılığa getirilen temel eleştirilerden birisi yeterince eşitlikçi uygulamalar içermiyor oluşudur. Dayanıklılığın inşasından kaynakların ve risklerin adil dağıtımı gözetilmeli, dayanıklılık neticesinde kaybedenlerin üretilmemesi gerekmektedir (Bahadur vd., 2010; Meerow & Newell, 2016). Farklı sosyal gruplarda dayanıklılığın kalıcılığı ve dağılımı eşitlikçi bir şekilde gözetilmelidir. Bunu gerçekleştirmenin yollarından birisi katılım

mekanizmalarında geçmektedir. Karar alma süreçlerinin kapsayıcılığı, yönetişimde güç asimetrisinin engellenmesi, bilgi ve kaynaklara farklı erişim konularına önem verilmesi, paydaşların söylemlerinin ve bilgi birikiminin entegrasyonu eşitliği sağlamada dikkat edilmesi önerilen konulardandır (Matin vd., 2018).

Bağlam: Sistemin içinde bulunduğu kurumsal ve sosyal bağlamın oluşturulması ve iyi anlaşılması gerekir. Bu sayede sistemin nasıl sürdürüleceği hangi işlevlerini tutmak istediği, hangilerinin dayanıklılığını düşürdüğü anlaşılabilir. Özellikle kurumların gerekirse bilme-öğrenme-hatırlama süreçlerinden geçerek yeniden inşası sağlanabilir (Davidson-Hunt & Berkes, 2002). Dayanıklılığın bağlama özgü bir kavram olması nedeniyle bağlamın kavranması dayanıklılığın inşası için oldukça önemlidir.

Çapraz Ölçek Dinamikleri: Sosyo-ekolojik sistemlerin sahip olduğu en önemli özellik olan panarşi yaklaşımı ile ilgilidir. Sistemler alt ve üst sistemleri ile ilişki içerisindedir, bu nedenle yerelden küresel ölçeğe uzanan sosyal, siyasi, ekonomik ve kültürel ağlar dayanıklılığın inşasında önemli bileşenlerdir (Bahadur vd., 2010). Ölçekler arası etkileşimler dikkatle incelenmelidir.

Uyarlanabilir Yönetişim: Uyarlanabilir yönetim topluluğun uyumunu arttıracak etkili yönetişimi temsil eder (Bahadur vd., 2010) ve bu yönetişim çerçevesi birçok aktör, kurum ve kuruluş gibi çeşitli paydaşların varlığına, bu paydaşların işbirliğine ve yasal yönetsel çerçevesine dayanır. Aynı zamanda toplumsal ve kurumsal hafıza, deneyim, öğrenme, bilgi sistemleri, etkin liderlik, vizyon ve misyon oluşturma, sosyal ilişkisel ağlar, kolektif eylemler ve karşılıklı güvenle de yakından bağlantılıdır. Folke (2006)'ye göre uyarlanabilir yönetişim, en az dört temel bölümden oluşmaktadır. Bu bölümler, ekosistem dinamiklerini anlama, ekosistem geri bildirimlerini yorumlama ve bunlara yanıt verme, farklı ekolojik bilgi sistemlerini birleştirerek yönetim uygulamaları geliştirme ve dış etkenler de dahil olmak üzere belirsizlik ve sürprizlerle başa çıkma için uyarlanabilir kapasite oluşturma ve çok düzeyli yönetişim sistemlerinde esnek kurumları ve sosyal ağları desteklemedir (Folke, 2006, s. 261).

- **Çok merkezli yönetişim:** Hem yerel hem de üst düzey yönetim çeşitliliği, merkezi olmayan ve esnek bir yapılanmadır ve kararların toplumda farklı düzeylerde alınmasına olanak tanırken çeşitli ölçeklerde geri bildirim

döngüleri oluşturma olasılıklarını artırır (Folke, Colding, vd., 2002). Biggs ve diğerleri (2015)'ye göre çok merkezli yönetim daha geniş katılıma olanak sağlar ve dolayısıyla artan yanıt çeşitliliği ile yönetimdeki hataları en aza indirebilme ve düzeltebilme için yedeklilik de sağlamış olur. Aynı zamanda çok merkezli yönetimlerde öğrenme ve deneme fırsatları bulunabilirken, bağlanabilirlik ve modülerlik bileşenlerine de olana sağlanır (Biggs vd., 2015).

- **Uyarlanabilir birlikte yönetim:** Hafızadan beslenerek hem pratik hem de teorik bilgi üretir ve kullanır. Çok paydaşlı bir süreçtir, buradan hareketle sorunların farklı kavramsallaştırılmasına, farklı ele alınışına ve farklı yanıtların oluşmasına olanak sağlarken karşılıklı öğrenme ve güvenmeyi de sisteme kazandırır (Folke, Colding, vd., 2002). Devlet kurum ve kuruluşları, merkezi ve yerel yönetimler, karar vericiler, sivil toplum kuruluşları, hanehalkları, kent sakinleri, işyerleri, turistler, uzmanlar gibi birçok aktör uyarlanabilir birlikte yönetimin parçası olabilir. Bu aktör çeşitliliği, yaratıcılık ve uyum sağlama kabiliyetini geliştirir (Biggs vd., 2015).
- **Etkin kurumların varlığı:** Önceki deneyimlerden öğrenebilen ve gelecekle ilgili öngörülerde bulunabilen kurumların varlığı uyum kapasitesini attırmaktadır. Bu kurumlar sistemin yapısal sorunlarının, özellikle de değişimin itici güçlerinin tespit edilmesinde ve bu değişime verilecek tepkinin öngörülmesinde aktif rol almalıdırlar (Dolega, 2012).
- **İşbirliği:** Paydaşlar arası geliştirilen işbirliği tüm aktörlerin sesinin duyulmasına, kapsayıcı bir çerçeve sağlayarak dayanıklılığın potansiyel sonuçlarından biri olan *kaybedenler* üretmesinin önüne geçilmesini sağlar (Meerow & Newell, 2016). Ayrıca farklı paydaşların birbirleri ile karşılaşması ve topluluk duygusunun artmasına da aracı olur. İşbirliğine dayalı yönetimlerde başka türlü gerçekleştirilemeyecek kamusal bir amacı gerçekleştirmek için farklı düzeylerde kamu kurumlarının, özel ve sivil alanların sınırları ötesinde insanları yapıcı bir şekilde bir araya getiren kamu politikaları karar alma ve yönetim süreçleri ile yapıları yer alır (Biggs vd., 2021).
- **Katılım:** İşbirliği aynı zamanda toplum katılımını da beraberinde getirir ve karar verme ve politika üretme süreçlerinde toplumun söz hakkı vardır

(Bahadır vd., 2010). Bireysel bilginin aktarılması kolektif bilgiye katkıda bulunur, ortak bir anlayış geliştirmede kolaylık sağlar. Farklı katılım mekanizmaları aracılığıyla geleneksel bilimsel süreçlerle elde edilemeyecek yerel bilgiler keşfedilebilir (Simonsen vd., 2015).

- **Etkin liderlik:** Çok aktörlü süreçlerde her zaman tüm aktörlerin iletişiminin yüksek olamayacağı varsayımıyla bazı durumlarda liderlerin eylemleri tüm sürecin belirleyicisi olabilmektedir. Liderlerin motive etme, harekete geçirme, yönlendirme, sorumluluk üstlenme ve bizzat kendilerinin harekete geçme becerilerinin olması ve inisiyatifler alabilmeleri beklenir (Kerner & Thomas, 2014). Liderlik aynı zamanda hesap verilebilirliği sağlar ve uyarlanabilir yönetişime bu yönüyle de katkı koyar.
- **Yasal ve yönetsel çerçevelerin varlığı:** Dayanıklılık oluşturma sürecinde uyarlanabilir yönetişimin sağlanması için mevcut sistemin tabi olduğu yasal ve yönetsel çerçeve dikkatle incelenmeli, esnekliği gözden geçirilmeli, gerekirse kapsayıcılığı tartışmaya açılmalıdır. Bu süreçlerde de işbirliği ve katılım önemsenmelidir.
- **Eylem planları:** Herhangi bir sosyo-ekolojik sistemin değişim ya da riskler karşısında mevcut işlevlerini sürdürebilmesi ve hizmetlerini devam ettirebilmesi için eylem ve stratejilere ihtiyacı vardır. Yalnızca kriz durumlarında değil, herhangi bir düzende de sistemlerin eylem planının olmaması karşılaşılan fırsatların kaybedilmesine yol açabilir ve geri dönüşü zor süreçlere yol açabilir (B. Walker & Salt, 2006). Eylem planlarının hazırlanmasında yerel aktörlerin dâhil edilmesi, katılımcı yöntemlerin çeşitliliği ve kapsayıcılığı, kısa ve uzun vadeli stratejilerin yer alması gerekmektedir.
- **Vizyon ve misyon:** Sistemin dayanıklılığı inşa edilirken değişime karşı kendini bırakmaması için vizyon ve misyonunun belirlenmesi gerekmektedir. Bu sayede rahatsızlık veya krizle karşılaşılsa bile verilen bu vizyon çerçevesinde ilerleme sağlanabilir. Etkili bir yönetişimde farklı kurumların çelişen vizyonları yer almaz.

İlişkisel ağlar: Sistem bileşenlerinin birbiri arasında ağların varlığı ya da oluşturulması iletişimi arttıracak için geri bildirimler sağlar ve krizlere yanıt seçeneklerini arttırarak uyarlanabilir kapasiteyi de arttırır (Davidson-Hunt &

Berkes, 2002). Pratik eylemlerin geleceğe aktarılmasında, karşılıklı güvenin oluşmasında, bilginin ve öğrenme süreçlerinin artmasında önemlidir. İlişki ağları geliştikçe kolektif eylemlerde bulunma ortamları da açılır.

İletişim Ağları: Yatay ve dikey iletişim ağları ekosistemin devamlılığını sağlamakta kritiktir, ayrıca bu ağları teşvik eden kuruluşların da oluşturulması gerekmektedir (Davidson-Hunt & Berkes, 2002).

Karşılıklı Güven: Paydaşların birbirine karşı duydukları güven uzlaşma ortamını da beraberinde getirmektedir. Güven ortamı sistemlerin krizlere daha hızlı yanıt verilmesini ve dolayısıyla adaptif kapasitelerini geliştirebilir. Diğer aktörlerle yüz yüze ve sık bir şekilde etkileşime girmek güven inşa etmede ve karşılıklılık biçimlerinin benimsenmesini kolaylaştırmaktadır (Low vd., 2002).

Kolektif eylem: Amacı ortak bir hedefe ulaşmak olan bir grup insan tarafından birlikte gerçekleştirilen eylemi ifade eden kolektif eylem (Biggs vd., 2021) toplumların değişime kolektif olarak yanıt vermesini kapsar ve bütünleştirici bir güç sağlar, sosyal parçalanmayı engeller (Cumming, 2011). Aktörlerin kolektif eyleme bireysel desteği (Béné vd., 2012) topluluk hissini geliştirir.

Geri Bildirimler: Sistemin herhangi bir parçasında oluşan değişiklik sistemin farklı bileşenlerini de etkileyerek sisteme bir geribildirim olarak geri döner. Bu geribildirimler bazen pozitifken yani orijinal değişikliği daha da şiddetlendirirken, bazen negatif olur ve dengeleyici ya da sönümleyici bir özellik gösterirler (Biggs vd., 2021). Geribildirimleri okuyabilmek, değerlendirebilmek ve buna göre eylem alabilmek önemlidir.

Dış Etkenlerin Hesaba Katılması: Çapraz ölçek dinamikleri aynı zamanda dış etkenlerin hesaba katılmasını da gerektirir. İklim değişikliği, küreselleşme gibi sistemin kendisinden çok daha büyük etkenler kapasiteleri zorlayabileceği için uyum kapasitesinin sürdürülmesi için yerel etkenlerin yanı sıra dış etkenler de gözetilmelidir.

Hazırlıklı olma: SES’lerde dış etkenler hesaba katılır, değişim ve belirsizlikle yaşamak içselleştirilirse sistem çeşitlilik, yedeklilik, esneklik gibi yukarıda belirtilen bileşenlerini güçlendirerek ve senaryolar üreterek gelecek stres, değişim ve krizlere karşı hazırlıklı olurlar.

Belirsizliği ve değişimi kabul etmek, değişime izin vermek: Sosyo-ekolojik sistemlerde belirsizlik ve değişim verili olarak kabul edilmektedir, olaylar ve dengeler doğrusal olmamakla birlikte dinamik ve öngörülemezlerdir. Değişimi kontrol etmek yerine denge dışı dinamiklerin olduğunu kabul ederek ve değişime izin vererek sistemlerin değişimle başa çıkma, değişime uyum sağlama ve değişimi şekillendirme kapasitesini yönetmesi gerekir (Bahadur vd., 2010).

Değişimin izlenmesi: Sistemde yer alan aktörlerin değişimi izleyebilme yeteneğinin olması yanıt vermeyi kolaylaştırıcı bir bileşendir. Ayrıca yönetişimi kolaylaştırırken, kurumları şekillendirebilir.

Değişime/Krize Yanıt Verme Şekilleri: Dayanıklı sistemler barındırdıkları kapasiteler dahilinde stres, şok ve krizlerle karşılaştığında başa çıkma, uyarılma ya da dönüştürücü yanıtlar üretebilir. Sistemlerin aynı unsura yanıt verme şekilleri değişebileceği gibi, sistemin kendi unsurlarının da yanıtları çeşitlenebilir.

Doğaçlama: Sosyo-ekolojik sistemler doğaçlama yeteneğine sahiptir. Özellikle kriz/afet sonrası dönemlerdeki toparlanma aşaması birçok doğaçlama eylemi barındırır.

Yaratıcılık: Doğaçlama ve yaratıcılık iç içe geçmiş iki bileşendir. Özellikle sistemlerin dönüşümünde yaratıcılık bileşeni en önemli etkenlerdir. Hafıza yaratıcılığın çerçevesini çizer (Folke, Colding, vd., 2002)

Bilme – Öğrenme – Hatırlama: Sosyo-ekolojik sistemlerde ekosistemi bilme, öğrenme ve hatırlama sistemin varlığını destekleyici bileşenlerdir. İnsanların içinde bulundukları sisteme karşı geliştirdikleri algı bilerek, öğrenerek ve hafıza olarak hatırlanarak gelişir, diğer aktörlerle paylaşılır. Bir ekosistemin sakinleri, bilgi, kurum, teknoloji ve değerlerin belgelenmesi, oluşturulması ve iletişimde aktif katılımcılar olarak sisteme destek olurlar (Davidson-Hunt & Berkes, 2002).

Öğrenme: Sosyo-ekolojik sistemlerde öğrenme bilginin üretilmesi, deneyimin işlerliği, hafızanın kullanılması, yeniden örgütlenmenin daha kolay gerçekleşmesi ve uyarlanabilir kapasitenin gelişmesi için zorunluluk taşıyan bir bileşendir. Öğrenme çeşitlilik, sosyal uyum ve kolektif eylemleri içinde barındırır. Cutter ve diğerleri (2008) sosyal öğrenme için doğaçlama eylemlerin öğrenilerek sosyal politikaya dönüşürse gelecek için dayanıklılık oluşturabileceğini söyler. Öğrenme bireylerden kurumlara kadar birçok düzeyde gerçekleştirilmeli, sürekli ve etkili

olmalı (Bahadır vd., 2010), operasyonel izleme ve değerlendirme mekanizmalarını içermelidir (Folke, Colding, vd., 2002). Biggs ve diğerleri (2015) öğrenmeyi teşvik etmek için sistem bileşenlerinin uzun vadeli izlenmesini destekleme, katılımcılığı kapsayıcı olacak şekilde teşvik etme, katılımcılar arasında etkileşim fırsatları sağlama, aktörlerin ağ kurmasını destekleme, bilginin üretilmesi ve paylaşılması için yeterli kaynak ve uygun bir sosyal bağlam sağlamanın yararlı olabileceğini belirtmişlerdir (aktaran Simonsen vd., 2015).

Bilgi Üretme, Toplama, İzleme: Sosyo-ekolojik sistemlerde birçok bilgi gömülüdür ve kolektif öğrenmeyle beraber bilgi ve deneyim inşa edilir. “Karmaşık sistemlerde her zaman bir miktar belirsizliğin var olduğu göz önüne alındığında, karar vericilerin uygun ekolojik, sosyal ve ekonomik bilgileri sürekli olarak izlemesi ve yönetime entegre etmesi gerekmektedir” (Berkes vd., 2002b). Yerel bilginin dinamik olduğu ve sosyo-ekolojik hafızadan beslenerek sürekli arttığı düşünülürse (Folke, Colding, vd., 2002) bilginin toplanması ve sürekliliğinin sağlanması için kurumlara oldukça iş düşmektedir. Geleneksel bilgi tiplerinin ve bilgi toplama tekniklerinin geliştirildiği, geri bildirimlerin okunabildiği sistemler değişimler ve şoklara karşı hazırlıklı olurlar. Elbette toplanan bilginin ve teknolojin kullanımı da önemli hale gelmektedir.

Risk Farkındalığı/Bilgisi: Hem kurumlar hem aktörler için potansiyel tehlikeleri ve riskleri fark etmek, politika üretme ve dayanıklılık inşa etme süreçlerinde belirleyici bir bileşendir. Bu farkındalığı sağlamak için gerekli uyarı ve bilgilendirme mekanizmaları da destekleyicidir.

Deneyim: Deneyimin artması hem hafıza geliştirir hem de kendi içinde öğrenme geliştirir. Sistemlerin deneyimlerinin incelenmesi ve bu süreçlerde edinilen bilgilerin kullanılması dayanıklılık inşa etmede önemli bileşenlerdir.

Deneyimin Paylaşılması: Kriz deneyimi ne kadar toplumun daha geniş kesimiyle paylaşılsa, sistemin/topluluğun kendi kendine örgütlenme fırsatı da o kadar artacaktır (Folke, Colding, vd., 2002). Deneyimin paylaşılması sosyo-ekolojik hafızanın güçlendirilmesini besler (Folke, Colding, vd., 2002).

Hafıza: Hafıza bozulan sistemlerin yenilenirken kullanılmasında en etkin bileşenlerdendir. Hafızanın yüksek olması, özellikle yeniden yapılanma döneminde geçmiş deneyimlerden faydalanmak ve sistemin kimliğinin korunmasını sağlamak

bakımlarından avantaj sağlar. Bir yandan da krizlere üretilen yanıtlar hafızalar aracılığıyla ortaya çıkar. Hafızada yaratıcılık ve doğaçlama yeteneği de gömülüdür. Çeşitlilik, yedeklilik, deneyim ve öğrenme ile direkt olarak ilişkilidir. Hafıza öğrenme ile gelişebileceği gibi, çeşitliliğini ve yedekliliğini kaybetmiş, homojenleşmiş sistemlerde bir süre sonra hafıza da kaybedilmeye başlanır (Folke, Colding, vd., 2002).

Kurumsal hafıza ve toplumsal hafıza da dayanıklılığın inşa edilmesinde sıklıkla başvurulmuş hafıza tiplerindendir. Bireylerin yerine insan etkileşimlerini yöneten normlar ve kuralları temsil eden kurumların (Simonsen vd., 2015) hafızası çeşitli deneyimleri içinde biriktirir ve toplumla ilgili en derin değerleri ve sembolik gerçekleri sunar (Folke, Colding, vd., 2002). Toplumsal hafıza ise deneyimle birlikte daha derin ve gömülü bilgiler barındırır. Kendi içinde çeşitlenen bireyler, kurumlar, kuruluşlar ve diğer aktörlerin tarihsel olayları kendi görüş açılarından değerlendirmelerine ve kültürel çeşitliliğe katkıda bulunmalarına olanak sağlar. Toplumsal hafıza ne kadar çeşitliliğe sahip ve dinamikse, sistem sürprizlere o kadar daha açıktır ve dolayısıyla uyum kapasitesi de giderek artacaktır (Folke, Colding, vd., 2002).

Topluluk Hissi: Sistemin diğer bileşenleri ile etkileşimin artması, ortak bir hafıza ve değerler sisteminin oluşturulması yoluyla bireylerin veya grupların kendilerini topluluğa ait hissetme ve duygusal olarak bağlılık ve sorumluluk hissetmeleridir. Topluluk hissinin yüksek olması iletişimi ve işbirliğini kolaylaştırırken, kriz durumlarında dayanışma ağlarının hızla oluşturulmasına olanak sağlar.

Yer Duygusu: Bireylerin yere ilişkin algıları ve ekosistem içinde ilişkisel ağlarıyla şekillenen yer duygusu (Davidson-Hunt & Berkes, 2002), hem bireysel hem de kolektif kimliğin oluşmasında etkindir. Sistemde devam eden pratik deneyimler yer duygusunu artırırken, yerel bilginin oluşmasında, topluluk hissinin gelişmesinde ve ilişkisel ağların ve dayanışma mekanizmalarının kuvvetlenmesinde etkindir. Doğal ve kültürel mirasın korunması yer duygusunu güçlendiren eylemlerdendir (Yalciner Ercoskun & Ozuduru, 2014)

Sermayeler: Çeşitli kabullere göre sosyo-ekolojik sistemlerin sosyal, beşerî, inşa edilmiş/fiziksel, doğal ve ekonomik başta olmak üzere sermayeleri vardır. Mayunga (2007) sosyal sermayenin kolektif sorunları daha kolay çözmede işe yaradığını,

koordinasyon ve iş birliğini ve bir yandan da kaynaklara erişimi kolaylaştırdığını söyleyerek güven, normlar ve sosyal ağları sosyal sermayenin göstergeleri olarak kabul etmiştir. Ekonomik sermayenin toplumun afetlerin etkilerini absorbe etme ve toparlanma sürecini hızlandırmada etken olduğunu; fiziksel sermayenin afet anında ve sonrasında iletişim ve ihtiyaçlara erişilebilirliği kolaylaştıracağını; beşeri sermayenin toplumsal riskleri anlamak için bilgi ve beceri sağladığını, bir yandan da deneyim ve öğrenmeye bağlı olarak krizlere verilen yanıtları şekillendirebileceğini; doğal sermayenin ise insan dahil olmak üzere tüm yaşam formlarını sürdürmekte esas olduğunu eklemektedir (Mayunga, 2007). Bu sermayeler bireylerin herhangi bir derneğe üye olması, kriz anında hükümetin yanıt verme biçimi, bireylerin eğitim düzeyi, ekonomik refahı, sigortalarının olması, krediye erişim kolaylığı, altyapının gelişmişliği, kamu yapıları, doğal kaynakların sürdürülebilirliği gibi çok çeşitli ve fazla sayıda göstergeyle tanımlanabilmektedir.

3.2.3 SES Dayanıklılığının Operasyonelleştirilmesi

Sosyo-ekolojik dayanıklılık araştırmalarında belirli bir sosyo-ekolojik sistemin dinamiklerinin anlaşılması ve sistemin arzu edilen bir yörüngeye doğru yönetilmesi için bilgi sağlanması gerekmektedir. Örneğin, sistemin tarihsel rahatsızlık rejimleri, hangi durumlarda rejim kaymaları yaşandığı, eşiklerin neler olduğu, panarşik sistemlerle zamansal ve mekânsal ilişkiler, geri bildirimler gibi (Wilkinson, 2012). Bu bilgilere ulaşmak, bilgiyi ölçmek ve işlevsel hale getirmek dayanıklılığın ekolojik, fiziksel, sosyal, ekonomik ve kurumsal boyutları da dahil olmak üzere çok yönlü doğası nedeniyle zorlayıcı bir süreçtir (Cutter vd., 2008). Bir yandan da kavramın oldukça geniş ve muğlak bir anlama sahip bir sınır nesnesi (Brand & Jax, 2007) olması işleri daha da zorlaştırmaktadır.

Dayanıklılık kavramının birçok disiplinde kullanılması, doğası gereği karmaşık ve çok boyutlu yapısı operasyonelleştirilmesi ve ölçülmesi hakkında çeşitli eleştirilere neden olmuştur (Vale, 2014). Dayanıklılığın işlevselleştirilmesi ve ölçülmesinin zorlukları ile ilgili pek çok neden vardır fakat temel nedeni aslında kentlerin de dahil olduğu sosyo-ekolojik sistemlerin kendi içinde barındırdığı sorunlarla ilişkilidir. Örneğin, SES’lerde sınırların tanımlanması oldukça zordur, genellikle sınırlar net değildir. Sistemler çevresiyle ve alt ve üst sistemleriyle yüksek derecede ilişkili ve dinamik süreçlere sahip olduğu için sınırlar bağlamlara göre farklı kabul edilebilir. Ayrıca bağlam değişirse, sistem değişir, sistem değişirse de sistemin

öğeleri farklı rollere geçebilirler. Bu dinamik süreci takip etmek oldukça meşakkatlidir.

Yaşanan zorluklarından bir diğeri SES'lerde sebepler ve sonuçların tek yönlü veya doğrusal olmamasıdır. Olaylar tek bir bakış açısıyla veya tek bir örnek üzerinden değerlendirildiğinde her zaman mutlak olanı yansıtmayabilirler. Bu nedenle SES araştırmalarında bilginin ortak üretim süreçlerinin dikkate alınması ve hem bilginin hem eylemin iç içe yapısının değerlendirilmesi gerekmektedir. Farklı aktörler, farklı bakış açıları, farklı bilgiler, farklı değerler ve farklı çıkarlar gözetilmelidir, bu nedenle eylem odaklı araştırmalar giderek yaygınlaşmaktadır. Fakat yine de dayanıklılık her bir bağlama ve bakış açısına göre değiştiği için, sistemlerin şoklara ve belirsizliklere verdiği tepkileri değerlendirmek için ortak ve evrensel olarak kabul edilmiş hiçbir metodoloji yoktur (Schiappacasse & Müller, 2018). Bunun yanı sıra Cumming ve diğerleri (2005) karmaşık herhangi bir sistemde neyin dayanıklılığa yol açtığı ya da belirli bir dayanıklılık çalışmasında hangi değişkenlerin ölçülmesi gerektiğinin hiçbir şekilde açık olmadığını söylemektedirler.

Tıpkı kavramın tanımı gibi göstergelerinin ve metodolojilerinin de bulanıklığına rağmen zaman içinde dayanıklılığının araştırılması ve değerlendirilmesi için birçok yöntem ve bakış açısı geliştirilmiştir. İlk çalışmalar yoğunluklu olarak niceliksel yöntemlere dayanıyor olsa da, dayanıklılığın sadece niceliksel değil, niteliksel boyutunu da ele almak önemlidir (Pike vd., 2010). Levine “Assessing resilience: why quantification misses the point” adlı çalışma raporunda dayanıklılığı ölçmede tek başına kantitatif göstergelerin kullanılmasının bağlamı nasıl gözden kaçırabileceğini şu örnekle vermiştir (2014):

“Temmuz 1995'te yaşanan sıcak hava dalgası Chicago'da 739 kişinin ölümüne neden oldu. Sosyal bilimciler, hangi faktörlerin bazı mahalleleri diğerlerinden daha dayanıklı kıldığını görmek için şehirdeki ölüm oranlarının coğrafi örüntülerini inceledi. Sonuçlar şaşırtıcı değildi: ölüm oranları klimanın olmadığı, yoksulluğun en yüksek olduğu ve şiddet suçlarının en yaygın olduğu yerlerde en yüksekti. En yüksek ölüm oranlarına sahip on bölgeden sekizi bu tanıma uyuyordu. Ancak daha yakından bakıldığında daha incelikli bir hikâye ortaya çıkmaktadır. Sıcak hava dalgası nedeniyle en düşük ölüm oranına sahip on bölgeden üçü de aynı profile sahipti. Standart, genel dayanıklılık modelleri, en yoksul ve şiddet olaylarının en yoğun yaşandığı mahallelerden birinde ölüm oranlarının neden şehrin en varlıklı bölgelerinden daha düşük olduğunu açıklayamamıştır. Benzer kırılabilirlik profillerine sahip iki komşu bölge karşılaştırıldığında daha karmaşık bir tablo ortaya çıkmıştır. Azalan nüfusun birçok dükkân ve işyerinin kapanmasına neden olduğu yerlerde ölüm oranı yüksekti; buna karşılık, insanların hâlâ sokakta takılmak için nedenleri olduğu yerlerde, güçlü bir sosyal ilişkiler dokusu insanların yalnız ölmesini engelliyordu. Bu, hayat kurtarmada klimaya sahip olmaktan daha önemliydi. Hiç kimse bu tür parametreleri profillerine dahil etmeyi düşünmemişti.” (Levine, 2014, s. 2).

Günümüzde dayanıklılık araştırmasının hem fen hem de sosyal bilimlerden gelen yöntemleri içeren geniş bir metodolojiler bütünü temsil ettiği görülmektedir (Biggs vd., 2021). Teorik tümdengelimler, matematiksel modeller, ağ analizleri, literatür analizleri, deneyler, anketler, etnografik yaklaşımlar, röportajlar, anketler ve arkeolojik teknikleri içerir (Schiappacasse & Müller, 2018). Bu yöntemler tek tek kullanabildiği gibi bir arada da kullanabilmektedirler.

Bu metodolojiler elbette zaman zaman eleştirilere de konu olmaktadır. Bu eleştirilerden ilki, dayanıklılığın da kırılganlığın da dinamik olgular olması fakat ölçüm yöntemlerinden bir kısmının bu olguları statikmiş gibi kabul ediyor olmasıdır. Ayrıca dayanıklılık “evet” ya da “hayır” sonucunun alınacağı bir olgu değildir (Levine, 2014). Bir yandan da özellikle niceliksel yöntemler dayanıklılığı mutlak terimlerle ölçmek istediği için dışsal referanslara ihtiyaç duymaktadır. Değişkenlerin ve göstergelerin hem seçimi hem de ağırlıklandırılması araştırmacıya göre öznellik taşıma riski bulundurmaktadır (Cutter vd., 2008). Niteliksel yöntemlerde ise sonuçların sayısallaştırılmıyor oluşu belirtilen ifadelerin ve sonuçların muğlak kalmasına neden olabilmektedir. Bu bağlamda dayanıklılık çalışmalarında ampirik kanıtlar sunmakla ilgili bir takım zorluklar olduğunu kabul eden Schiappacasse ve Müller (2018) hangi değişkenlerin ölçüleceğini belirleme, standart metrikler geliştirme, dayanıklılığı gözlemlenebilir hale getirme, eşikleri ölçeklendirme ve konumlandırma, yeterli verinin elde edilmesi ve birden fazla bağlamda, hızlı ve yavaş hareket eden değişimleri anlamının bu zorluklar arasında olduğundan bahsetmektedirler. Elbette doğal bilimlerden doğan dayanıklılık kavramının, sosyal bilimlerin mantığına aktarılmasının zorlukları da tüm bu metodolojik problemlerin oluşmasıyla yakından ilişkilidir (White & O’Hare, 2014). Dayanıklılığın kent planlama alanında giderek artan gündemi nedeniyle kavramın nasıl işlevselleştirileceği önem kazanmaktadır (Wilkinson, 2012).

Bahadır ve Tanner (2014) ise, dayanıklılığa gelen eleştirileri sınıflarken normatiflik ve yön eksikliğinden bahseder. Helfgott (2018) da dayanıklılığın tartışmalı bir normatifiğe sahip olduğunu, dayanıklılığın arzu edilen ve istenmeyen sistem özelliklerinin tanımına dayandığı için neyin arzu edilir olduğunu kimin tanımlayacağı ve bunun nasıl müzakere edileceği soruları, pratikte dayanıklılığın operasyonel hale getirilmesinde zorluklar bulunduğunu söyler.

Dayanıklılığın operasyonelleştirilmesine ilişkin tüm bu tartışmalar, Carpenter ve diğerlerinin (2001) “Neyin, neye karşı dayanıklılığı?” sorusunu dikkate alarak önemli bir çözüm yoluna girme şansı elde etmiştir. Dayanıklılığı bağlama özel ele almaya yarayan bu bakış açısı hem sınırları çizebilmek hem de ele alınan faktörlerin daraltılması ve kullanılacak yöntemin seçilmesi için daha basit bir zemin hazırlamaktadır. Daha sonra Meerow ve Newell bu zemini genişleterek dayanıklılık gündemini kimin belirlediğini, dayanıklılığın nasıl kavramsallaştırıldığını, hangi ölçeklerde uygulandığını, karar verme süreçlerinde kimlerin yer aldığını, güç ilişkilerinin nasıl yapılandığını, kazananlar ve kaybedenlerin kimler olduğunun sorgulanması gerektiği savlarını ortaya atmışlardır (2016). Yazarlara göre dayanıklılığın operasyonelleştirilmesi için sorulması gereken 5 soru şunlardır (Meerow & Newell, 2016):

- *Kim için dayanıklılık?* Dayanıklılık vizyonunu kim oluşturuyor? Hangi gruplar içeriliyor, hangileri dışlanıyor? Aktörleri kim belirliyor? Kararları kim veriyor, kim uyguluyor?
- *Neye karşı dayanıklılık?* Hangi rahatsızlığa öncelik veriliyor? Yoksa genel bir dayanıklılık mı hedeflenmeli? Bir strese önem verip buna göre önlem almak başka bir strese karşı kırılganlık yaratır mı?
- *Ne zaman için dayanıklılık?* Kısa vadeli rahatsızlıklar için mi uzun vadeli stresler için mi? Genellikle hangisi tercih ediliyor. Dayanıklılık geçmişte başa gelen risklere tepki vermeye göre mi yoksa gelecekteki tehditleri tahmin etmeye göre mi ele alınmalı?
- *Nerede dayanıklılık?* Odak sistemi tek ölçekli ele almak doğru mu? Alt ve üst sistemlerden birbirlerini besliyor ve etkiliyor olabilirler mi?
- *Neden dayanıklılık?* Nihai amaç nedir? Statükoyu korumak mı? Genel olarak uyarlanabilir süreçleri iyileştirmek mi, belirli bir sonuca ulaşmak mı, yoksa her ikisi birden mi?

Meerow ve Newell bu soruları yalnızca metodolojiyi iyi seçmek, göstergeleri ve değişkenleri iyi belirlemek amacı ile sormamaktadırlar. Aynı zamanda her dayanıklılık planlaması ve ölçümünün karar verme süreçlerinde de oldukça politik bir tarafı olduğunu, bu aşamada güç ilişkileri ve eşitsizliklerin üretebileceğine, dolayısıyla dayanıklılığı operasyonel hale getirirken işbirlikçi ve katılımcı süreçlerin mutlaka olması gerekliliğine dikkat çekmektedirler (Meerow & Newell,

2016). Bu bakış açısı dayanıklılığın sadece bir teorik kavram olmadığını, aynı zamanda güç dinamiklerini ve eşitsizlikleri nasıl etkileyebileceğini göstermesi açısından önemlidir. Bir sonraki bölümde bu konuda yapılan tartışmalar yer almaktadır.

3.2.4 SES Dayanıklılığının Polisiği

Dayanıklılık planlaması, genellikle pragmatik bir felsefeyle desteklenen, politik olarak tarafsız, sağduyulu politika hedefleri olarak gösterilmektedir (Pizzo, 2015; Raco & Street, 2012) ve bu nedenle 2010’lu yıllardan itibaren araştırmacıların tartışmaları içindedir.

Bazı çalışmalar dayanıklılık düşüncesinde insanın yeterince vurgulanmadığına dikkat çekerken (Bahadır & Tanner, 2014), özellikle ekolojik dayanıklılığı sosyal yapılaraya uyarlayan çalışmalarda topluluklara dair politika, güç ve eşitsizlik konularının yeterince işlenmeyişi sosyal bilimciler ve coğrafyacılara tarafından eleştirilmektedir (Meerow & Newell, 2016). Hatta kavramla sıklıkla beraber kullanılan sürdürülebilirlik ve kırılabilirlik literatürüyle de karşılaştırılarak dayanıklılık çalışmalarının bu kavramlara göre çok daha izole olduğu söylenmektedir (Meerow & Newell, 2016). Bu sorunun temel sebebi kavramın ekoloji literatüründen ödünç alınması olarak görülmektedir. Buna karşın dayanıklılık sadece ekolojik, coğrafi ya da fiziksel sistemleri temsil etmez, yalnızca bu öğelerden beslenmez, altında insanlar ve dolayısıyla daha derin sosyal ilişkiler yatar. Vale, bu savı şu sözlerle anlatır:

“İnsan egemenliğindeki sosyal sistemler şu üç özellik nedeniyle ekolojik sistemlerden farklıdır: insan hikayelerinin gücüne dayanırlar, eyleme rehberlik edecek güçlü semboller icat etmek için insan kapasitesine bağıdırlar ve insanın siyasi güç kullanma yeteneğine göre yükselir veya düşerler” (Vale, 2014, s. 200).

Pike (2010) da benzer şekilde dayanıklılığın altında güç ilişkileri, siyaset, sermaye, emek, devlet ve sivil toplum arasındaki eşitsiz çatışma ve işbirliği dinamiklerinin olduğunu belirtir. White ve O’Hare (2014) ise, Swyngedouw (2009)’a referansla dayanıklılığın, kapitalizmin ve onunla ilişkili sosyal ve ekonomik paradigmalara kaçınılmaz bir sonucu olarak post-politik olduğunu iddia etmişlerdir. Yani dayanıklılığın ele alınmasında yönetim ve performans odaklanıldığı fakat daha derin toplumsal ve ahlaki meseleleri görmezden geldiği, demokrasinin zayıf uygulandığını ima etmektedirler. Bu durumda dayanıklılık süreçlerinde politik

olarak “kazananlar” ve “kaybedenler” üretme potansiyeli dikkate değer bir konudur (Béné vd., 2012; Meerow & Newell, 2016; Vale, 2014; White & O’Hare, 2014).

Smith ve Stirling (2010, s. 10) araştırmacılara “dayanıklı hale getirilen şeyin tam olarak ne olduğu, hangi spesifik dinamikler karşısında, kim için ve hangi kriterlere göre bunun iyi ya da kötü olduğu ve bu tür bir dayanıklılığın sonuç olarak sorunlu olup olmadığı üzerine düşünmeye ihtiyaç vardır” diyerek güç ve siyasetin açıkça analiz edilmesi ile ilgili önerilerde bulunmuşlardır. Vale (2014) de, “The politics of resilient cities: whose resilience and whose city?” isimli makalesinde dayanıklılıkla ilgili kararları kimin verdiğinin incelenmesinin önemi üzerinde durarak dayanıklılık anlatısının kimin sesi olduğu ya da olmadığı, mimari sembolizm ve siyasi kayırmacılık konularına dikkat çekmiştir. Tam da bu nedenlerle dayanıklılık geliştirirken Meerow ve Newell (2016)’in kim için, neye karşı, ne zaman, nerede ve neden soruları önem kazanmaktadır. Baskın hikâyelerin nasıl ve kimler tarafından inşa edildiği, hangi zamanı ve kimleri hangi gerekçelerle konunun öznesi yaptığı, siyasi gücün yatırım öncelikleri nasıl ve neden belirlediği, “biz” kelimesinin hangi grupları içerdiği sorgulanmalı ve dikkatle incelenmelidir (Vale, 2014). White ve O’Hare, dayanıklılıkta bu net olmayan durumların ve bulanık ifadelerin politikacıların yararına olduğunu iddia etmektedirler (2014). Buna ek olarak kavramın tıpkı sürdürülebilirlik gibi her türlü amacı meşrulaştırmak için her amaca uygun hale kullanılarak, devam eden eşitsizliklerin üzerine iyimser bir cila çekmekten ötesine gidememesi eleştirileri (Davoudi vd., 2012; Vale, 2014) bu savı doğrular görünmektedir.

Politik bir ses, güç yapılarına meydan okuma ve direniş fırsatları yaratan (Vale, 2014) dayanıklılık olgusu ancak post-politik kullanımı yerine toplumun sorunlarını çözmek için kullanılırsa işlevsel olacaktır.

3.2.5 SES Dayanıklılığının Kentlerde ve Kent Planlamada Kullanımı

Kentlerde giderek artan nüfus artışları, gelir eşitsizlikleri, yoksulluk, altyapı sorunları, enerji, iklim krizi, kuraklık, doğal afetler, terör olayları, halk sağlığı ve siyasi istikrarsızlık gibi birçok faktör sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığını kentler için benimsenmesi gereken bir yaklaşım olarak ortaya çıkarmıştır.

Kentlerde kullanılan dayanıklılık literatürüne tarihsel süreçte bakıldığında sosyo-ekolojik sistem kavramının genişlemesiyle paralel şekilde genişleyen bir

çerçevenin olduğu görülmektedir. Bu çerçeve elbette kentlerin karşılaştığı riskler, krizler ve gelişmelerle bağlantılı olarak şekillenmiştir. Sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığının kentlerdeki ilk odağı afetler ve bu afetleri önlemek üzerine iken bu odak zamanla afetleri önlemekten afetlere uyuma doğru bir geçiş yaşamıştır. Bir yandan da bu tezin de sıklıkla başvurduğu dayanıklılığın sosyal, toplumsal, kurumsal, ekonomik ve mekânsal yönleri gelişmeye başlamıştır.

Öyle ki, tüm kentsel dayanıklılık yaklaşımlarının literatür taramasını inceleyen Meerow ve diğerlerinin makalesinde, kentsel dayanıklılık için “bir kentsel sistemin - ve onu oluşturan tüm sosyo-ekolojik ve sosyo-teknik ağların zamansal ve mekânsal ölçeklerde - bir rahatsızlık karşısında istenen işlevleri sürdürme veya hızla geri dönme, değişime uyum sağlama ve mevcut veya gelecekteki uyum kapasitesini sınırlayan sistemleri hızla dönüştürme yeteneği” olarak bahsedilmiştir (Meerow vd., 2016, s. 45). Bu tanım ve kentsel dayanıklılık üzerine yazılmış literatür incelediğinde, kentsel çalışmalarda ekolojik süreçlerin yanı sıra sosyal, ekonomik, politik, kültürel ve tüm bunlarla beraber mekânsal süreçlerin de dahil olduğu bir dayanıklılık yaklaşımı olduğu ve sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığının tüm unsurlarını barındırdığı anlaşılmaktadır.

SES dayanıklılığının kentlerde ve kent planlamada kullanımının daha iyi anlaşılması için bu bölümde ilk önce dayanıklılık literatüründe sıklıkla kullanılan kavramlardan bahsedilecek, daha sonra tarihsel süreç içinde kilometre taşı gelişmelerden ve dayanıklılığın kentlerde kullanımının nasıl seyrettiği özetlenecektir.

Kentsel dayanıklılık literatüründe sıklıkla afet, tehlike, risk, kırılganlık ve kriz terimleri yer aldığı görülmektedir. Afet, Birleşmiş Milletler Afet Riskini Azaltma Ofisi tarafından “Bir topluluğun veya toplumun işleyişinde, etkilenen topluluğun veya toplumun kendi kaynaklarını kullanarak başa çıkma yeteneğini aşan, yaygın insani, maddi, ekonomik veya çevresel kayıp ve etkileri içeren ciddi bir bozulma” olarak tanımlanmıştır (UNISDR, 2009, s. 4). Sistemik işlevlerde bir bozulma durumunu ifade eden afet, bireylerin biyolojik ve psikolojik yapılarından veya yerel sosyo-ekonomilerden kentsel altyapı ağlarına ve küresel politik ekonomiye kadar çeşitli ölçeklerde gerçekleşebilir.

Afetlerin oluşmasında tehlike, bu tehlikeye maruz kalma, mevcut kırılganlıklar ve yetersiz kapasiteler etkindir. Bireylere ya da daha geniş ölçekte sosyal, ekonomik ya da ekolojik sistemlere zarar verme potansiyeline tehlike denmektedir (Pelling, 2003). Tehlikeler doğal, insan kaynaklı, biyolojik, çevresel, jeolojik veya jeofiziksel, hidrometeorolojik, psikolojik ya da teknolojik olabileceği gibi bu tiplerin birkaçını içerecek şekilde çoklu da olabilmektedir. Maruz kalma/maruziyet ise “tehlike bölgelerinde bulunan ve bu nedenle potansiyel kayıplara maruz kalan insanlar, mülkler, sistemler veya diğer unsurlardır” (UNISDR, 2009, s. 6).

Bir diğer kavram risk ise zarar görme tehdidi altında olmayı ifade ederken tehlike ve kırılganlığın fonksiyonudur ve tehlikeli bir olayın gerçekleşme olasılığı ile o olayın sonuçlarını kapsar (Figueiredo vd., 2018). Riskler, şoklar ve stresler olmak üzere zamansallığına ve etkilerine göre ikiye ayrılırlar. Şoklar, beklenmedik bir anda, yüksek etkili deprem, terör saldırıları, trafik kazaları gibi olaylardır. Kentlerde gündelik olarak gerçekleşme olasılığı olan acil durumlar da şok olarak nitelendirilir ve kentsel bir topluluğun veya bir hanenin dayanacak kaynaklara sahip olmadığı olağandışı olayları temsil ederler (A. Sharma vd., 2011). Bunun yanı sıra, uzun vadede gerçekleşme olasılığı olan, yavaş yavaş seyredebilen bazense bir anda patlak veren ve kentleri tehdit eden başka olaylar vardır, örneğin su ve enerji kıtlığı, altyapı sorunları, mülteci akınları gibi. Bu olaylar stres olarak adlandırılır, düşük olasılıklı, yüksek etkili olaylardır (Boin vd., 2010) ve kırılganlığı yavaş yavaş yükseltirler. Stresler kümülatif olabilir, bir devrilme noktasına ulaşılan kadar kademeli olarak artabilir ve bir şoka dönüşebilirler (Figueiredo vd., 2018).

Son olarak kırılganlık ise riske maruz kalma ve potansiyel zararı önleme veya absorbe etme yetersizliğini ifade etmektedir, mevcut durumun ürünüdür fakat gelecekle ilgili de potansiyeller barındırır. Adger (2006) kırılganlığı “çevresel ve sosyal değişimle ilişkili streslere maruz kalma ve uyum sağlama kapasitesinin yokluğundan kaynaklanan zarara yatkınlık durumu” olarak tanımlamaktadır. Elbette günümüzün kentlerinde yaşanan problemler düşünüldüğünde kırılganlığın nedenleri çevresel ve sosyal değişimlerin çok daha ötesindedir.

Görüldüğü üzere afetler, tehlikeler ve şoklar genellikle öngörülemeyen yıkıcı olaylardır ve dayanıklılık yalnızca şoklar ve münferit olaylara karşı hazırlıklı olmanın yanı sıra daha yavaş değişen zorlukları da dikkate alarak uzun vadeli stratejiler almayı gerektiren bir yaklaşımdır (Mehmood, 2016). Bu yavaş değişen

ama uzun süreli etkileri olan olaylar aslında kentler için birer tehlikedir. Bu tehlikelere müdahale edilemezse, etkileri önlenemezse ya da uyum sağlanamazsa birer krize dönüşmektedirler. Krizler gündelik hayatta yüksek düzeyde aksamaya neden olmakta ve belirsizlikle karakterize edilmektedirler. Örneğin, bu tezin de bir kriz olarak ele aldığı COVID-19 pandemisi, bir anda ortaya çıkması, gündelik hayat işlevlerini askıya alması ve yüksek düzeyde belirsizlik taşımasıyla ilk aşamalarında bir şok iken daha sonra krize dönüşmüştür.

COVID-19, tahmin edilebileceği gibi kentlerin karşılaştığı tek kriz değildir. 1960'lerden itibaren tüm dünyada devam eden kentleşme, kentleşmeyle devam eden sanayileşme, kent çeperlerine doğru yayılma, tüm bunların neden olduğu altyapı sorunları ve çevre kirlilikleri kentlerin en büyük sorunlarından olmuşlardır. Zaten 1990'lı yıllarda kent çalışmalarına konu olmaya başlayan dayanıklılık vurgusunun ilk olarak kentsel yönetim, afetlerden korunma ve risk azaltımı alanlarında gerçekleştiği de bilinmektedir (Wu vd., 2022). Dayanıklılık literatürü incelendiğinde doğal afetleri konu edinen çalışmaların, görece daha yavaş ve uzun sürelerle yayılan antropojenik, sosyal, ekonomik ve politik risklere göre daha çok çalışıldığı görülmektedir (Schiappacasse & Müller, 2018). Dolayısıyla günümüzde de afetleri konu edinen çalışmalar sürekliliğini koruduğu söylenebilir. Burada dikkat çekilmesi gereken yön bu çalışmaların içeriğinin değişimidir. Özellikle 2005 yılında gerçekleşen Katrina Kasırgası ve aslında 2000'lerden itibaren dünyanın çeşitli yerlerinde iklim değişikliğine bağlı artan felaketler ve depremler, afet odaklı dayanıklılık yaklaşımının devamlılığına ve evrilmesine katkıda bulunmuştur. Yaygın olarak kabul edilen risk azaltma yaklaşımlarından ise riske uyuma doğru bir geçiş yaşanmıştır (Pizzo, 2015). 2000'ler öncesindeki afet odaklı dayanıklılık yaklaşımlarında zarar azaltma/önleme, hazırlık, müdahale yönetimi ve iyileşme/iyileşme sonrası politikaları 4 temel aşama iken (Boin vd., 2010), uyarlanabilir dayanıklılığın en büyük özelliği olan uyum-uyarlanabilirlik-adaptasyon kavramları kent çalışmalarına dahil olmuştur (Surjan vd., 2011). Bu gelişmenin yalnızca kentsel planlama ile değil, iklim değişikliği, kaynakların yönetimi, ekonomik, sosyal ve çevresel büyüme, ulaşım politikaları, yapı inşası gibi kentleri ilgilendiren diğer alanlarla beraber çizildiğini de hatırlatmakta fayda vardır (Kong vd., 2022).

2000'ler yalnızca doğal afetlerin yaygın olduğu bir dönem olmamıştır, kentlerin başka türlü krizlerle karşılaşabileceğinin de anlaşıldığı bir dönem olmuştur. Örneğin, 11 Eylül 2001'de Dünya Ticaret Merkezi'ne yapılan saldırı kentlerde dayanıklılık yaklaşımına yeni bir bakış açısı eklemiştir. Doğal afetlere odaklanan kentlerin terör saldırıları gibi sosyal, ekonomik ve politik etkileri olan krizlere karşı da dayanıklılık geliştirme gerekliliğini ortaya koymuştur. Üstelik bu durum yalnızca boyutların genişlemesine değil, kentsel planlamaya bakış açısının da değişmesine neden olmuştur. Daha önce felaketlerin planlama aracılığı ile önlenebileceğini savunurken, yeni gelişen eğilim herhangi bir krizin her an gerçekleşebileceğine ve kentlerin bu durumda neler yapabileceğine odaklanmıştır.

Yine 2000'li yıllarda dünyanın kuzeyinde artan savaşlar açlık, kıtlık, kitlesel göçler ve mülteci sorunlarına neden olmaktaydı (Balducci, 2020) ve toplumsal dayanıklılığın artırılması ile ilgili çalışmalar bu döneme denk gelmektedir. 2008'e gelindiğinde ise Dünya Ekonomik Krizi kentleri ekonomik açıdan oldukça zorlamaya başlamıştı ve bu dönemde de ekonomik dayanıklılık önem kazanmaya başlamıştır. Artık dayanıklılık söylemi eskisi gibi yalnızca ekolojik sistemleri tartışmak ve doğal afetlere karşı önlemler almaktan ziyade ekonomik kalkınma ile daha da önem kazanmıştır (Raco & Street, 2012). Görülüyor ki, yavaş yavaş gelişen ya da bir anda gerçekleşen bu olaylar kentlerin karşılaşabileceği sorunları çeşitlendirmenin yanı sıra sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığının kendi içindeki genişlemesiyle de beraber kentsel sistemlerde de sosyal, ekolojik, ekonomik, kültürel, politik, toplumsal ya da mekânsal alanlarda farklı dayanıklılık tiplerinin kullanılmasına neden olmuştur.

SES dayanıklılığının kentlerde ve kent planlamada kullanımının artmasında şüphesiz ki bu konuyla ilişkin kurumların varlığının ve politikaların artmasıyla da ilişkisi vardır. 1999 yılında dayanıklılığın kurucularından olan Crawford Stanley Holling'in yer aldığı Florida Üniversitesi ve dayanıklılık çalışmalarının ilk ele alındığı kurumlardan Beijer Enstitüsü'nin Resilience Network isimli araştırma programı sayesinde Resilience Alliance'ı kurması ve hatta Ekoloji ve Toplum dergisinin oluşması en önemli adımlardan biridir. Daha sonra ise 2005 yılında Hyogo Eylem Çerçevesi 2005–2015'in yayınlanması, 2012 yılında Birleşmiş Milletler Afetlerin Azaltılması Uluslararası Stratejisi kapsamında Asya Şehirleri İklim Değişikliği Müdahale Ağının kurulması, Sendai Afet Riskini Azaltma

Çerçevesi 2015–2030’un kabul edilmesi, 2013’te The Rockefeller Foundation’ın 100 Dayanıklı Şehir Projesi önemli adımlar arasındadır.

Ayrıca Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinden 11.si “Şehirleri ve insan yerleşimlerini kapsayıcı, güvenli, dayanıklı ve sürdürülebilir kılmak” hedefi şehirlerin -Sendai Afet Riskini Azaltma Çerçevesi 2015-2030 ile uyumlu olarak- dayanıklılıklarını inşa etmek için planlar benimsemeleri gerektiğini ileri sürmekte; 9. hedef olan “Dayanıklı altyapılar tesis etmek, kapsayıcı ve sürdürülebilir sanayileşmeyi desteklemek ve yenilikçiliği güçlendirmek” ise sürdürülebilir kalkınmayı desteklemek için dayanıklı altyapı geliştirmeye odaklanmıştır. Habitat III Yeni Kentsel Gündem’de de çevresel olarak sürdürülebilir ve dayanıklı kentsel gelişmeye atıf verilmektedir. Tüm bu çağrılar, programlar ve yapılanmalar dayanıklılığın çeşitli düzeylerde önemsendiğinin ve kentlerde mutlak hale gelmesi gerektiğinin göstergeleridir.

Sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığının kentsel planlamadaki yansımalarına bakacak olursak; kentlerde nüfusun hızla artmaya devam etmesi, doğal kaynakların yetmemesi ve yavaş yavaş birer krize dönüşmesi, büyük kitlesel göçler, salgın hastalıklar, toplumsal hareketler, merkezi ve yerel yönetimlerin çeşitli politikaları, kısacası çeşitlenen ve aynı anda da gerçekleşebilen doğal, ekonomik ve sosyal krizler kentlerde ekolojik, ekonomik, sosyal ve mekânsal birçok kırılmanın ortaya çıkmasına neden olmaktadır ve bu problemlerden her birisi kentsel planlamanın problem alanlarını teşkil etmektedir. Eraydın (2013) artık mevcut planlama söylemleri ve uygulamalarının kentlerin bu tip karmaşık sorunların üstesinden gelemediğini, daha dayanıklı kentler için planlama paradigmasında bir değişikliğe gidilerek dayanıklılık düşüncesinin benimsenmesi zorunluluk olarak gördüğünü belirtmiştir. Eraydın ve Taşan-Kok (2013) dayanıklılık düşüncesinin kent planlama disiplinine; sosyo-ekonomik ve ekolojik sistemlerin bir arada sistematik bir şekilde ele alınması, kentlerin uyum kapasitesinin ve başa çıkma kapasitesinin altının çizilerek geliştirilmesi, kentleri etkileyen dışsal faktörlerin anlaşılması, sistematik bir analiz için altlık sağlaması, insanların iyi oluşunu da sağlayan dinamiklerin tespiti gibi konularda katkı koyacağını aktarmışlardır.

SES dayanıklılığının coğrafi farklılaşmalar, çeşitlilik ve eşitsizlikleri daha iyi yakalayabilmesi (Pike vd., 2010), kentlerin yer temelli bir bakış açısından değerlendirilerek karmaşık uyarlanabilir sistemler olarak alınması alt ve üst ölçek

dinamiklerinin de hesaba katılması bakımından kent planlamada kullanımı oldukça işlevseldir (Mehmood, 2016).

Mevcut literatüre bakıldığında kentler ve kent planlama için SES dayanıklılığı genel bir konsepti oluştursa da genellikle ayrı ayrı bağlamlar ve gereksinimler olarak kullanıldığı dikkat çekmektedir. Bu farklı bağlamlarda ele alınan dayanıklılık tiplerine kısaca değinmek gerekirse, toplumsal dayanıklılık toplumların aşırı olaylara hazırlanma, yanıt verebilme, direnç gösterebilme ve kurtulmak için mevcut kaynakları kullanma kapasitelerini ifade etmektedir. Toplumsal dayanıklılığın da temelinde belirsizlik ve değişimin karşı konulamaz oluşu yatar ve toplulukları etkileyen tüm koşulları kontrol etmekle ilgili olmadığı, bundan daha ziyade, bireylerin ve toplulukların değişime yanıt verme becerileriyle ilgili olduğu bilinmelidir (Magis, 2010). Toplumsal dayanıklılığın en sık kullanılan göstergeleri sosyal destek, topluluk duygusu, kolektif yeterlilik, devlete güven, sosyal uyum, topluluk veya devlet desteği, katılım, ekonomik kalkınma ve iletişimdir (Gim & Shin, 2022, s. 2). Zaman zaman toplumsal dayanıklılığın sosyal dayanıklılık ile kullanıldığı görülmektedir. Toplumsal dayanıklılık daha geniş bir çerçeveyi içerirken sosyal dayanıklılık daha çok toplumun yaş, cinsiyet, etnik köken, gelir ve sermayeleri gibi demografik özelliklerine odaklanmaktadır.

Genellikle afet sonrasında toplumsal ve sosyal dayanıklılığa odaklanan çalışmalarda ekonomik dayanıklılığa da bir vurgu olduğu görülür. Afetler sırasında fiziksel zararın yanı sıra ekonomik zararlar da meydana gelir ve hem hanehalkı hem de işletmeler için ekonomik dayanıklılık önemli bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Ekonomik dayanıklılığın önemi 11 Eylül Saldırıları ve Küresel Ekonomik Kriz'den sonra ayrıca önem kazanmış, yalnızca doğal afetler odağından çıkarak ekonomik sonuçları olan krizlerin etkileri kavramın zenginleşmesine katkıda bulunmuştur. Elbette bu katkıyı COVID-19 pandemisinde de görmek mümkündür. Küresel olarak etkin böylesi bir sağlık krizi, tüm yerleşmeler düzeyinde gelecekte beklenmedik felaketler için toplumların ve ekonomilerin dayanıklılığını artırmanın ve proaktif olmanın önemini vurgulamıştır (Wu vd., 2022). Bu konuda 3.3.3 Ana Alışveriş Caddelerinin Dayanıklılığına İşletme Dayanıklılığının Katkısı bölümünde detaylı bilgi verilmiştir.

Son olarak, bu tez kapsamında sıklıkla başvuru alan dayanıklılık türlerinden biri de mekânsal dayanıklılık olmuştur. Mekânsal dayanıklılık, mekânın ve mekânsal

değişimin karmaşık bir sistemin dayanıklılığını etkilemesine ve ondan etkilenmesine odaklanmaktadır (Cumming, 2011). Cumming çok merkezli bir coğrafi dengenin bulunması, mekânsal süreçleri düzenleyecek ek kurumların geliştirilmesi, sosyal sermayeyi artıran, güven inşa eden ve üyeler için fayda ve sigorta sağlayan gayri resmi ağların oluşumu ve farklı ölçekleri aşan yönetim ağlarının özellikle önemli olduğunu aktarmıştır (2011).

Sonuç olarak kentlerde sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığından beslenen bir çok yaklaşımdan ve bağlamdan yararlanıldığı görülmektedir. Kentler gibi karmaşık sistemlerde, sistemin bileşenlerinin birbirleri üzerindeki etkileri yadsınamaz ve tek yönlü bakış açısıyla değerlendirilmesi kapsayıcı bir sonuç üretmez. Fakat bu tür büyük sistemlerde her bir bileşen ve her bir bağlamın değerlendirilmesi de uygulamada gerçekçi olamayacak kadar zorludur. Bu nedenle kentlerde ve kentsel planlamada odak bir veya birden fazla bağlama çevrilse de dikkat edilmesi gereken ortak yaklaşım, geleceğin belirsizliğine açık olmak, yavaş değişimleri ya da potansiyel risklere karşı başa çıkma kapasitesini arttırmak, uyarlanabilirliği arttırmak ve gerekirse sistemin yeniden organize olma kapasitesini güçlendirmek olmalıdır.

3.3 COVID-19 Krizi ve Ötesinde Ana Alışveriş Caddelerinin Dayanıklılığı

Bu bölümde öncelikle ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığı konusunda uluslararası literatür incelenecek olup, daha sonra Türkiye'deki ana caddeleri konu edinen yazından bahsedilecek ve COVID-19 pandemisi özelinde ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığı ele alınacaktır. Takip eden başlıkta ise yine uluslararası literatürden yararlanılarak ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığında kullanılan göstergeler açıklanacaktır. Son başlıkta ise bu tezin de temel analiz birimi olan işletmelerin, dolayısıyla işletme dayanıklılığının ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığına katkısını ele alınacaktır.

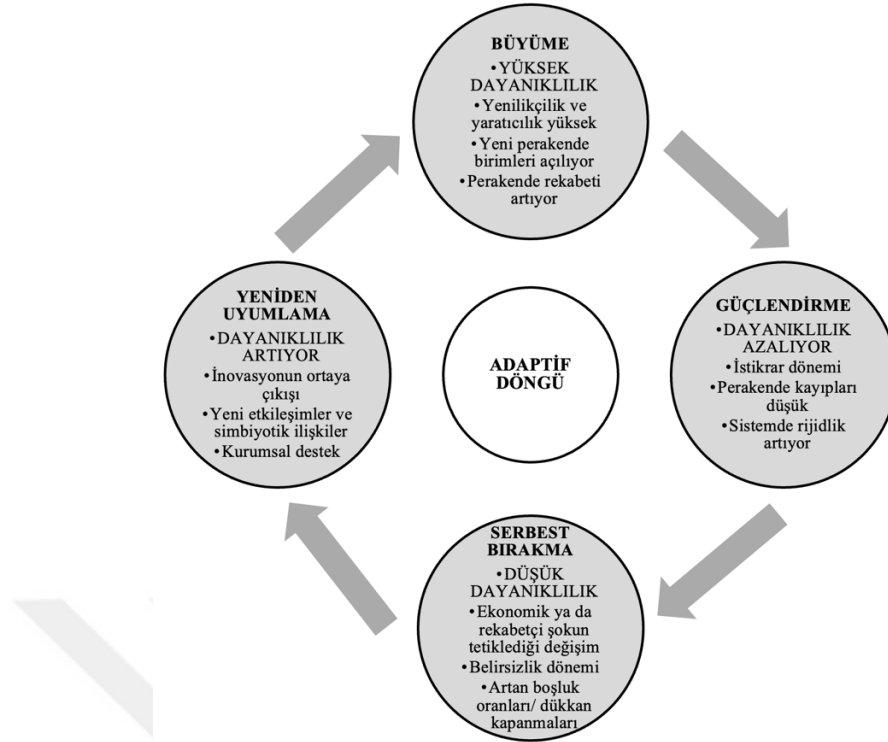
3.3.1 Ana Alışveriş Caddelerinin Dayanıklılığı

Ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığını ele alan literatür incelendiğinde kavramın büyük ölçüde kentsel perakende dayanıklılığı ile beraber ele alındığı görülmektedir (Barata-Salgueiro & Erkip, 2014; Dolega, 2012; Dolega & Celinska-Janowicz,

2015; Erkip, 2020; Fernandes & Chamusca, 2014; Singleton vd., 2016; Sparks, 2021; Wrigley & Brookes, 2014; Wrigley & Dolega, 2011) ve baskın literatürü İngiliz ve Amerikan kentlerinde yapılan çalışmalar oluşturmaktadır. Bunun temel sebebi hem bu ülkelerde ana alışveriş caddelerinin kültürel ve sembolik anlamı hem de geleneksel perakende yapısının diğer ülkelere göre çok daha erken dönemlerde değişime uğramış olmasıdır. Daha önce de bahsedildiği gibi, 20. yüzyılın ikinci yarısında, geleneksel İngiliz ana alışveriş caddeleri kent dışındaki alışveriş merkezlerinin gölgesinde kalmaya başlamıştır ve 1970’lerde önlem alınması gereken bir problem olarak tartışılmaya başlanmıştır (Dawson, 1988). Amerika’da da benzer şekilde gelişen perakendenin desantralizasyonu süreci 1990’lı yıllarda terk edilen kent merkezleri ve ana alışveriş caddelerinin yeniden canlandırılması konusunu gündeme getirmiştir. İlerleyen yıllarda da kent merkezlerinde perakende oranının azalması, boş birimlerin artması ve internet satışının payının artması gibi etkenler kent merkezleri ve alışveriş caddeleri için defalarca kez ölümünün gerçekleştiği vurgusunun yapılmasına neden olmuş ve ana caddelerin nasıl tekrardan eski canlılığı ve yaşayabilirliğe kavuşabileceği önemli bir araştırma konusu olmuştur (Balsas, 2004; Brett & Alakeson, 2019; Parker vd., 2015; Parker vd., 2017; Wrigley & Brookes, 2014; Wrigley & Lambiri, 2015).

2008 ekonomik kriziyle beraber konu ana caddeler detayında daha da önem kazanmış, Wrigley ve Dolega (2011)’nın “Resilience, Fragility, and Adaptation: New Evidence on the Performance of UK High Streets during Global Economic Crisis and Its Policy Implications” isimli makalesi ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığı için öncü bir çalışma olmuştur. Bu çalışmada ilk kez ana alışveriş caddeleri evrimsel dayanıklılık çerçevesine oturtulmuş, caddelerdeki boş birimlere göre dayanıklılığının hangi faktörlerle ilişkili olabileceği tartışılmıştır.

Daha sonra, kent merkezleri ve diğer perakende merkezlerinin dayanıklılığı içinde tartışmaya devam edilen ana caddeler için sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığından panarşi kavramı da uyarlanmıştır (Şekil 3.6).



Şekil 3.6 Perakende merkezleri için uyarlanabilir döngü yaklaşımı

Adaptif döngü modelini kentsel perakende için uyarlayan Dolega ve Celinska-Janowicz (2015) 4 evreden bahsederler:

1. Büyüme: İlk aşama hızlı büyümeyi temsil eder. Yeni mağazaların hızla açılması, rekabetin artmasına neden olur. İşletmeler yeni yatırımlar çeker ve alanlarını genişletir. Yenilik ve yaratıcılık bu aşamada önemlidir. Dayanıklılığın en yüksek olduğu evredir.
2. Konsolidasyon/Güçlendirme: Zamanla, gelişim daha sabit hale gelir. Mağaza talebi tahmin edilebilir hale gelir. Şehir merkezleri istikrarlı bir döneme girer, ancak değişen tüketici alışkanlıklarına dikkat etmek önemlidir. Dayanıklılık giderek düşmektedir.
3. Serbest Bırakma/Salınım: Beklenmeyen bir şokla tetiklenen hızlı bir dönemi ifade eder. Kent merkezleri hızla değişebilir, bu da boş ünitelerin artmasına neden olabilir. Dayanıklılığın en düşük olduğu evredir.
4. Yeniden Uyumlanma: İnovasyon devreye girer ve yeni büyüme fırsatları yaratır. Yeni işbirlikleri ortaya çıkar, kurumsal destek ve işbirliği bu süreci güçlendirir. Dayanıklılık yeniden artıyordur.

Yazarlar bu yaklaşımın perakende merkezlerinin dinamik ve gelişen doğasını tasvir etmesi, potansiyel dayanıklılıklarını döngüdeki şok öncesi konumlarla ilişkilendirmesi ve uyarlanabilir kapasitenin yaratılmasından sorumlu mekanizmalar hakkında açıklamalar sunması bakımında işler olduğunu iddia etmektedirler ve bir yandan da başarılı bir yeniden organizasyon sürecinde bilgi, deneyim ve inovasyonun önemine değinmektedirler (Dolega & Celinska-Janowicz, 2015). Ayrıca serbest bırakma ve yeniden organizasyon aşamalarının oldukça az anlaşıldığına dikkat çekerken, çoklu ölçekler hesaba katıldığında bu döngünün karmaşıklaşacağına, aşamaların anlaşılmasının güçleşeceğine, mevcut güç ve çatışmayı hesaba katamayacağına ve perakende planlama politikasının kapsamının belirsizliğinden dolayı bu modelin limitlerini olduğundan bahsetmektedirler (Dolega & Celinska-Janowicz, 2015).

Yapılan araştırmalar yalnızca akademik olarak değil, aynı zamanda ana alışveriş caddelerinin yönetsel organizasyonlarının özel talepleriyle çeşitli kurumların ya da araştırmacıların yayınladığı raporlarla da katkı koymuştur. Ana alışveriş caddelerinin daha geniş bir bağlamda kentsel politikalarla desteklenme çabasını içeren araştırmalar hem alışveriş caddelerinin sorunlarını ilk ortaya koyan araştırmalar olması bakımından hem de klonlaşma, dijitalleşme, yürünebilirlik gibi çeşitli alanlarda eylem odaklı stratejiler içermesi bakımından ana caddeler için önemlidir (Genecon LLP and Partners, 2011; Grimsey vd., 2020; High Streets Task Force, 2020b, 2020d; New Economics Foundation, 2010; Portas, 2011).

Türkiye yazınında da ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığı kentsel perakende ile ele alınmıştır fakat bu süreç Avrupa ve Amerika'ya göre daha geç bir döneme rastlamaktadır çünkü kentsel perakendenin desantralizasyonu Türkiye'nin büyük kentlerinde ancak 2000'lerde kentler için hem bir potansiyel hem de tehdit olmaya başlamıştır. Kentsel perakendenin yapısal dönüşümünün ilk adımları 1980'lerde hükümetin neoliberal politikaları benimseyerek ülkeye yabancı yatırımcıları davet etmesiyle atılmıştır. Tokatli ve Ozcan (1998) bu yıllardaki Türk perakende yapısını küçük ölçekli, sermaye açısından zayıf, şubesi olmayan, bağımsız, aile işleriyle tariflemişlerdir. 2000'li yıllara kadar geçen 20 senede ulusal ve uluslararası yatırımcıların açtığı süpermarketler, hipermarketler ve alışveriş merkezleri modern bir perakende yapısını temsil ederek geleneksel küçük ölçekli perakendeye alternatif yaratmıştır ve bir anlamda da tehdit etmeye başlamıştır. 1980 ve 1990'lı

yıllarda Türkiye’de perakendenin uluslararasılaşmasını ve değişen perakende yapısını konu edinen çok önemli çalışmalar bulunsa da (Keyder & Öncü, 1994; Kumcu & Kumcu, 1987; Tokatli & Boyaci, 1997, 1998, 1999; Tokatli & Ozcan, 1998), perakende dayanıklılığı ile ilgili çalışmalar ancak perakende yapısının hızlı dönüşümünün fark edilir seviyelere geldiğinde başlamıştır. İlk çalışma bu değişen perakende yapısında küçük ve orta ölçekli perakendecilerin hayatta kalma stratejilerine odaklanan Ozcan (2000)’a ait çalışmadır fakat çalışmada dayanıklılık kavramının direkt olarak kullanılmadığını bunun yerine dayanıklılık literatüründe sıklıkla karşılaşılan değişikliklere yanıt vermek, adapte olmak ve hayatta kalmak kelimelerinin kullanıldığı görülmektedir. 2000’li yıllarda yeterince zengin bir literatürün oluşmadığı görülmektedir.

Alışveriş merkezlerinin Amerika’da 1950’lerde, Avrupa’da ise 1960’larda başlayarak, 1990’larda Ortadoğu ve Uzakdoğu’yu da içine alarak patlama yaşadığı ve 2000’lere gelindiğinde çoktan yeterli doygunluğa ulaştığını bilinmektedir fakat Türkiye alışveriş merkezleri yatırımları açısından ancak 2000 ve 2010 yılları arasında büyük bir patlama yaşamıştır. Bu nedenle Türkiye’deki kentsel perakendenin ve ana alışveriş caddelerinin temel problemi Avrupa ve Amerika kentlerindeki gibi global ekonomik kriz olmak yerine kentsel perakendedeki dönüşüm olmuştur. Bu dönüşüm ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığının hâkim literatürü ile benzer yıllara denk düşmüştür ve aynı konu farklı coğrafyalarda farklı nedenlerle çalışılmıştır. Wrigley ve Dolega (2011)’nın öncü çalışmasıyla aynı yıl, Erkip ve Kızılgün’ün (2011), Portekiz, Fransa ve İsveç örnekleri ile REPLACIS isimli uluslararası bir projenin parçası olan ve Türkiye’de de Ankara kentini saha edindikleri projenin “Kentlerin Sürdürülebilirliği için Perakende Sektörünün Planlanması” isimli raporunda ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığını tartışılmıştır. Bu proje daha sonrasında kentsel perakende dayanıklılığı ve ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığı literatürüne oldukça katkı sağlamıştır (Barata-Salgueiro & Erkip, 2014; Erkip vd., 2013, 2014).

Türkiye’deki ana alışveriş caddelerini ele alan diğer dayanıklılık çalışmalara bakıldığında, Yalciner Ercoskun ve Ozuduru (2014) Ankara’da kent merkezinde yer alan 11 alışveriş caddesinde kullanıcı karakteristiği ve tercihleri ile perakendeci karakteristiğini inceleyerek ana caddelerin dayanıklılığını arttıran etmenleri tartışmışlardır. Ozuduru’nun daha sonraki yayınlarında bu çalışmaya alışveriş

merkezlerini de dahil ederek kapsamını genişlettiği ve dayanıklılığı kentsel perakende türleri arasında karşılaştırmalı olarak ele aldığı görülmektedir (Erkip & Ozuduru, 2015; Ozuduru vd., 2014). Çalışmaların bulgularına göre Ankara’da alışveriş merkezleri ana caddelerin dayanıklılığını düşürmemiş, caddelerin canlılığı devam etmiş ve sunduğu çeşitlilikle perakendenin yeni aktörlerine uyum sağlamışlardır. Son olarak Erkip (2020)’in Ankara’nın ilk alışveriş caddesi olan Tunalı Hilmi Street özelinde bir dayanıklılık çalışması mevcuttur ve bu çalışmada caddenin yaşadığı dönüşümün modernden geleneksele doğru olduğunu aktarıırken, caddenin bu dönüşümünü dayanıklılık olarak değil, istikrarsızlık olarak nitelendirmektedir.

Kısacası Türkiye’deki ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığı çalışmaları oldukça azdır ve tamamı kentsel perakende yapısının içsel dinamikleri ile ilgilidir. Bu çalışmalar genellikle modern ve büyük ölçekli perakendecilerin, geleneksel ve küçük esnaf üzerindeki etkilerine odaklanarak, ana alışveriş caddelerinin barındırdığı potansiyel ve tehlikeleri konu alınmıştır. Ana alışveriş caddelerimizin tek sorunu elbette yalnızca perakende ile ilgili değildir, özellikle tarihi kent merkezlerinde yer alan ana alışveriş caddelerinin problemleri çok daha fazlasıdır. Neoliberal politikaların etkisiyle gerçekleştirilen kentsel yenileme uygulamalarının piyasa odaklı olması ve ranta yol açması (Arslanli vd., 2017; Dokmeci vd., 2007), küreselleşme hedefi ile uygulanan projelerin yerinden edilmelere neden olması (Tekin & Akgün Gültekin, 2018), yerel yönetim eliyle ticari soylulaşmanın gerçekleşmesi (Kırmızı, 2022), yönetim problemleri (Tufekci & Arslanli, 2021) Türkiye’deki ana alışveriş caddelerinin sorunları ile ilgili daha önce yapılmış çalışmalardan sadece bir kaçıdır ve bu konular güncelliğini korumaktadırlar.

Ana caddeler ve dayanıklılığı ile ilgili yapılan tüm bu araştırmalar Türkiye kentleri için her ne olursa olsun ana alışveriş caddelerinin ölümünün hiçbir zaman gerçekleşmediğini ve hatta yaklaşmadığını dahi göstermektedir. Tıpkı diğer ülkelerdeki gibi perakende yapısının değişimi ve ekonomik krizler ya da ana alışveriş caddelerinin her birinin kendine özgü sorunları elbette zaman zaman tehdit etmiştir ve hâlâ büyük riskler barındırmaktadır fakat Türkiye’deki kent merkezleri her zaman canlılığını ve yaşayabilirliğini korumaya devam etmiştir ve diğerlerine kıyasla daha dayanıklı bir yapıya sahip gibi görülmektedir (Erkip & Kızılgün, 2011; Ozuduru, 2019). Fakat, Foster (2006) kentlerin herhangi bir tür krizle başa çıkabilse

bile başka bir zaman diliminde başka bir travmaya yenik düşme riskini bulundurduğunu ifade eder. Bu görüşün Türkiye ana caddeleri için de geçerli olduğu çok yakında, COVID-19 krizinde fark edilmiştir. Yalnızca Türkiye değil, tüm dünyadaki karantinalar, hükümet tarafından verilen zorunlu uygulamalar, tüketicinin davranış değişiklikleri ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığının yeniden ve önemle tartışılması gerekliliğini göstermiştir.

Pandemi başlangıcında ana caddelerin pandemiye atlatıp atlatamayacağı büyük bir endişe iken, ilerleyen dönemlerde akademik literatür pandeminin ana caddelere etkileri, ana caddelerinin dayanıklılığına etki eden unsurlar, ana caddelerde yer alan işletmelerin krize yanıt stratejileri ve ana alışveriş caddelerinin gelecekteki rolünün ne olacağı tartışılan konulara doğru genişlemiştir. Carmona (2022) pandemiden önce de yükselişte olan çevrimiçi alışverişin pandemi ile birlikte ana alışveriş caddelerini varoluşsal bir krize soktuğunu iddia etmiş, ana alışveriş caddelerinin perakende dışında seçeneklere de açık olması gerektiğini, deneyim mekânları olarak yeniden kurgulanarak sosyal etkileşimin arttığı, insanların orada olmak isteyeceği yerler haline gelmesi gerektiğini birçok yer-temelli faktörler, politikalar ve araçlara yer vererek aktarmıştır. Lashgari ve Shahab (2022) da pandeminin kent merkezlerinde yer alan perakendeye etkilerini literatür taraması yoluyla inceledikleri araştırmalarında Carmona (2022)'nın görüşünü destekleyerek internet alışverişinin artması ile müşteri tercihlerinin değiştiğini ve dolayısıyla COVID-19 sırasında kent merkezlerindeki ayak sayısının düştüğünü ve bunun caddelerin canlılığı için uzun vadede risk olarak tanımlanmışlardır (Lashgari & Shahab, 2022). Bu görüşün aksine, Popławska (2021) Polonya örneğinden yola çıkarak, pandemi süresince alışveriş caddelerinin perakende hiyerarşisinde en baskın aktör olan alışveriş merkezleri karşısında yeniden yükselişe geçtiğini, pandeminin uzun vadede ana alışveriş caddelerinin geleceği için bir fırsat sağladığını düşünerek ana alışveriş caddeleri için daha olumlu bir tablodan bahsetmiştir.

Pandemi çalışmalarının bir kısmı da ana caddelerin hangi özellikleriyle pandemiye karşı dayanıklılık gösterip göstermediğiyle ilgilenmiştir. Örneğin, Enoch ve diğerleri (2022b) İngiltere'de yer alan 6 kent merkezindeki ayak sayısını inceledikleri çalışmada muhtemelen faydacı alışveriş ve yakınlıkla alakalı olarak küçük merkezlerin büyük merkezlere kıyasla daha dayanıklı olduğunu tespit etmişlerdir ve ayak sayısının yalnızca canlılığın değil, aynı zamanda dayanıklılığın

da önemli bir kriteri olduğunu belirtmişlerdir. Hill ve Cheshire (2023) ise İngiliz ana caddelerinde zorunlu hizmet veren mağazaların fazla olduğu, dolayısıyla sokağa çıkma yasakları boyunca kapanmayan mağazalara sahip caddelerin daha dayanıklıyken, pandemiden önce de istikrarsız olan, fazla sayıda boş mağaza bulunan ve hızlı şekilde kiracıların değiştiği caddelerin pandemiye dayanıksız olduğunu tespit etmişlerdir. Merkezi yönetim ya da yerel yönetimlerinin verdiği, değişkenlik gösteren kapanma kararlarının önemini ortaya çıkarması bakımından oldukça önemli olan bu çalışma ayrıca daha geniş sosyal ve kültürel değişikliklere uyum sağlayabilen caddelere ve pandemi-dostu işletmelere de dikkat çekmiştir.

Çalışmaların yoğunlaştığı bir diğer alan da ana caddelerde yer alan işletmelerin krize yanıt stratejileri olmuştur. Almanya'nın Würzburg kentindeki tekstil perakendecilerinin COVID-19 salgınına karşı dayanıklılığını inceleyen Appel ve Hardaker (2021) perakendecileri proaktif ve reaktif olarak sınıflandırarak kullandıkları veya kullanmadıkları stratejilerinden bahsetmiştir. Yerel yönetimin yönetim tarzı ve mali durumu, enfeksiyon oranları, işyeri sahibinin ve işletmecinin öz değerlendirme yapabilmesi ve yenilik yapma isteği gibi kişisel özellikleri, işletmenin kriz öncesi durumu, mülk sahipliği/kiracılığı gibi birçok etkenin işletmeleri eklediğini göstermişlerdir. Aynı araştırmacılar, başka bir makalede görüşmeci kapsamını genişleterek e-ticaret stratejilerini konu edinmiş ve perakendecilerin dayanıklılığın özne ve nesnel bileşenlerini tanımlamışlardır (Hardaker vd., 2022). Nanda ve diğerleri (2021) de e-ticaret ve dijitalleşmeyi odağına alarak perakendecilerin stratejilerine yer vermişler ve geleceğin ana caddelerinde perakendenin olası durumuna ve fiziksel mağazaların ne tür stratejiler uygulaması gerektiğini tartışmışlardır.

Bu çalışmalardan görülmektedir ki, işletme dayanıklılığı literatüründe işletmelerin COVID-19 krizine karşı yanıt stratejilerini içeren çalışmalar bulunsun da (Bressan vd., 2021; Chang vd., 2022; Hossain vd., 2022; Katare vd., 2021; Klöckner vd., 2023; Klyver & Nielsen, 2021; Miklian & Hoelscher, 2022; Morgan vd., 2020; P. Sharma vd., 2020; Wenzel vd., 2020) ana alışveriş caddelerinde yer alan işletmelerin krize yanıt stratejileri yeterince çalışılmamış ve ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığına katkıları yeterince ele alınmamıştır.

Ve son olarak, pandemi temelli çalışmalarda vurgulanan konulardan birisi de geleceğin ana caddelerinin nasıl özellikleri barındırması gerektiği olmuştur. Sparks

(2021) kent merkezleri ve ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığı için politikaların nasıl olması gerektiğine dikkat çekerken, Ntounis ve diğerleri (2023) birçok politika ve araca yer verdikleri makalelerinde sürdürülebilirlik, yaşayabilirlik, canlılık, uyarlanabilirlik ve dayanıklılık yaklaşımlarının tamamının ana caddeler için ortak bir çerçevede değerlendirilmesi gerekliliğine vurgu yapmıştır. Daha geniş bir kapsamda değerlendirildiğinde, ana alışveriş caddelerinin gelecekte perakende odağından kurtarılarak, kültür ve eğlence fırsatları ile desteklenmesi, turizm, spor ve konut alanlarını da bulunduran çok işlevli merkezler haline getirilmesi, sosyalliğin ve deneyimin mekânları olması beklenmektedir (Carmona, 2022; Grimsey vd., 2020; Local Government Association, 2021a, 2021b, 2022; Ministry of Housing, Communities & Local Government, 2021a; Ntounis vd., 2023; Sparks, 2021).

Tüm literatür değerlendirildiğinde, zaten böylesi süper-karma ve tarihsel sürekliliği olan bir ana alışveriş caddesi için COVID-19 gibi çoklu etkileri olan bir krizin etkilerinin neler olduğu, ana cadde dayanıklılığı için ne ifade ettiğinin araştırılmasının önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Buna ek olarak, ana alışveriş caddelerinde yer alan işletmelerin krizlerde öncelikle ayakta kalabilmesinin, yeni duruma uyum sağlayabilmesinin, yeni yollar aramasının, fırsatlar bulabilmesinin, gerekiyorsa radikal kararlar verebilmesinin ve nihayetinde bu krizden deneyimler kazanarak gelecek krizlere hazırlıklı olmasının ana alışveriş caddelerinin dayanıklı olmanın bileşenleri olduğu ortadadır. Bir sonraki bölümde ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığında kullanılan göstergeler daha detaylı olarak yer almaktadır.

3.3.2 Ana Alışveriş Caddelerinin Dayanıklılığını Değerlendirmede

Kullanılan Göstergeler

Tıpkı sosyo-ekolojik sistemlerin tümünde olduğu gibi ana alışveriş caddelerinin de dayanıklılığında kullanılan özellikler, ilkeler, bileşenler ve göstergeler farklılık göstermektedir. Burada hangi sistemin, neye karşı hangi yönleriyle dayanıklılık geliştirdiği önemliyken kullanılan yöntemlerin de seçilen göstergeleri etkiledikleri görülmektedir.

Ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığının kent merkezleri ile ele alındığını, genellikle perakende dayanıklılığından yola çıkılmaktadır fakat ana caddelerin

dayanıklılığından önce caddelerin performansını ölçmeye yönelik bir takım girişimler olmuştur. Özellikle İngiliz kent merkezleri ve ana caddeleri için birçok gösterge seti tanımlanmıştır. Ana caddelerin ve perakendenin performansının düşüşün ilk göstergesini boş birim sayısında artış olarak ele alan birçok yaklaşım vardır. Yalnızca bunu gösterge olarak alanların yanı sıra farklı kurumların performans ölçümlerinde bu kritere eklemeler yapıldığı da görülmektedir. Örneğin, İngiltere Ulusal Planlama Politikalarına göre kent merkezlerinin ekonomik sağlığı için kullanım çeşitliliği, zemin katlardaki boş birimlerin oranı, konut harici mülklerde ticari getiriler, müşterilerin görüşleri ve davranışları, perakendeci tipleri ve bunu değiştirme istekleri, ticari kiralar, yaya akışları, hem özel hem de toplu taşıma araçlarıyla erişilebilirlik, güvenlik algısı ve suç oluşumu ve şehir merkezinin çevresel kalitesi kullanılan kriterlerdendir (Ministry of Housing, Communities & Local Government, 2014, 2014, 2021a, 2021b). Diğer kurum ve araştırmacıların kullandığı göstergelere bakıldığında da temel amacın caddelerin canlılığı ve yaşayabilirliğini arttırmak ve bu yönde ölçümler yapıldığı görülecektir. Aynı tutum ana alışveriş caddelerinin dayanıklılık ölçümünde de devam etmiştir.

Ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığı genellikle canlılık ve yaşayabilirlik ile ilişki kurularak değerlendirilmiştir (Tablo 3.3). Hem caddenin cazibesi ve çekiciliği hem de ekonomik olarak yaşamasını refere eden bu yaklaşımı dayanıklılığın kendisinden ayırmak oldukça zor olduğu gibi hangisinin bir diğerinde etken olduğu da açık değildir. Bazı araştırmacılar canlılık ve yaşayabilirliği dayanıklılığın bir parçası olarak ele alırken, bazıları ise bir cadde dayanıklıysa canlı ve yaşayabilir olduğunu belirtmişlerdir. Bir yandan da bu iki kavramın farklı dayanıklılık ölçeklerini refere ederek iç içe kullanıldığı da görülmektedir. Örneğin, Ozuduru ve diğerleri (2014) bir kentin sürdürülebilirliğinin alışveriş caddelerinin dayanıklılığı ve kent merkezinin yaşayabilirliği ile mümkün olacağını söylerken, Erkip ve diğerleri (2014) bir kent merkezinin canlılığı ve yaşayabilirliğinin farklı tip perakendecilerin dayanıklılığı ile sağlanabileceğini söylemiştir.

Ana alışveriş caddelerinin canlılığı ve yaşayabilirliği için geleneksel olarak en sık kullanılan göstergeleri Millington ve Ntounis (2017) yaya trafiği, kullanım çeşitliliği ve değişim, yapıli çevrenin kalitesi, son ve önerilen yatırımlar, erişilebilirlik, tutumlar ve algılar, perakendeci temsili ve talep, ticari getiriler ve perakende kiraları, boşluk oranları, kültürel ve sosyal etkinlikler, boş zaman ve

kültürel tesisler, kent merkezi konut nüfusu, kent merkezinde istihdam, sokak güvenliği ve yer duygusu olarak tanımlamışlardır. Parker ve diğerleri (2015) ise yaptıkları çalışma ile ana alışveriş caddelerinin performansını ölçen 201 adet faktör tespit etmişlerdir ve daha sonraki çalışmalarında (Parker vd., 2017) bu faktörleri Delphi yöntemi ile 25'e indirmişlerdir. Aşağıdaki şekilde caddelerin performansı için öncelik sırasına göre önemli olan faktörler yer almaktadır.

Aktivite saatleri	Görünüm	Perakendeciler	Vizyon ve strateji	Deneyim
Yönetim	Ticari ürünler	Gereksinimler	Çekirdek (Çapalar)	Ağlar ve işbirlikleri
Çeşitlilik	Yürünebilirlik	Eğlence ve dinlence	Çekicilik	Yer güvencesi
Erişilebilirlik	Mekân pazarlama	Karşılaştırma / Kolaylık	Rekreasyonel alan	Caddeye giriş engelleri
Zincir ve Bağımsız Mağazalar	Güvenlik/Suç	Yaşanabilirlik	Uyarlanabilirlik	Mağaza Geliştirme

Şekil 3.7 Ana alışveriş caddelerinin canlılığı ve yaşayabilirliğini arttırmak için en önemli 25 faktör (Parker vd., 2017)

Bu faktörler niceliksel olarak ifade edilebilen göstergelerdense ana alışveriş caddelerinin daha iyi bir görünüme ulaşmasını sağlayacak, canlılığını ve yaşayabilirliğini arttıracak tavsiye niteliğinde faktörlerdir. Dayanıklılığın en önemli özelliklerinden olan uyarlanabilirlik de bu listede 24. sırada karşımıza çıkmaktadır. High Streets Task Force'un hazırladığı çalışmada ana alışveriş caddeleri için uyarlanabilirlik "Bir perakende merkezindeki alanların, mülklerin ve işletmecilerin esnekliğini ifade eder. Planlama sisteminin esnekliği ve birimlerin nasıl yeniden kiralanabileceği veya yeniden amaçlandırılabilmesi ile ilgilidir. Aynı zamanda perakendecilerin, değişen potansiyel tüketici davranışları ve hedef kitle ihtiyaçları ile ilgili olarak perakende faaliyetlerinin türünü veya tarzını değiştirme konusunda ne kadar uyarlanabilir olduklarını da içerir." ifadeleri yer almaktadır (High Streets Task Force, 2020d). Bu metne göre uyarlanabilirliğin göstergeleri perakende

esnekliği, perakende dağılımı, esneklik, mağaza/merkez tasarımı, perakende birim büyüklüğü, mağaza geliştirme ve kira getirisi olarak tanımlanmıştır. Buradan hareketle uyarlanabilirlik kelimesinin/ilkesinin dayanıklılığı tam olarak karşılamadığı, yalnızca perakende odaklı bir esnekliği ifade ettiği açıktır. Dolayısıyla caddelerin canlılığının ve yaşayabilirliğinin sağlanması için uyarlanabilirliği bir alt kriter olarak düşünmekte bir sorun yoktur fakat dayanıklılığın bundan çok daha fazlası olduğu unutulmamalıdır.

Ana alışveriş caddeleri ve perakende dayanıklılığı çalışmalarına bakıldığında, tıpkı kent merkezlerinin ve ana caddelerin canlılığı gibi en sık kullanılan gösterge boşluk oranı olmuştur (Dolega, 2012; Dolega & Celinska-Janowicz, 2015; Findlay & Sparks, 2014a; Hill & Cheshire, 2023; Wrigley & Dolega, 2011). Wrigley ve Dolega (2011) kent merkezleri ve ana caddelerin boşluk oranları ile ilişkilendirerek dayanıklılık için önemli göstergeleri perakende ve tip çeşitliliği, destekleyici kurumsal yapıların varlığı, lokasyon, kriz öncesi durum, bağımsız küçük mağazaların varlığı, kriz öncesi daha az yapısal boşluğun bulunması, caddeye sürekli gelinmesine neden olacak gıda perakendecilerinin olması, fiziksel olarak çekici ve iyi durumda olması, yeniden yapılanma için esnek çözümler sunabilecek olması, zemin alanı daha büyük olan magnet mağazaların olması gibi unsurlarla tartışmışlardır. Bunların yanı sıra ayak sayısı, perakende ciro değeri, kiracılık, kira değeri, işletme tipi, uluslararası mağazaların varlığı, hizmet/perakende oranı, perakende çeşitliliği, cephe derinliği, yürünebilirlik, kullanıcıların tercih ve tutumları, tarihi ve kültürel miras, gece ekonomisi, veri üretimi ve kullanımı, yerel ve sivil toplumun örgütlenmesi gibi birçok kriteri Tablo 3.3'ten inceleyebilirsiniz.

Tabloda dayanıklılığı ölçmeye yönelik göstergelerin yanı sıra ana alışveriş caddeleri için ilkeler de yer almaktadır. Balsas (2014) kentsel merkezlerde perakende odağından dayanıklılık inşa ederken yoğunlaştırma ve konsantrasyon, çeşitlilik, adaptasyon ve esneklik, özgünlük ve insan ölçeğinde yeniden geliştirme, özenli bir planla yeniden geliştirme, kapsayıcı ve katılımcı planlama, çok ölçekli işbirlikleri ve yönetişimi dikkat edilmesi gereken özellikler olarak belirlerken; kaçınılması gereken özellikleri yayılma/dağılma, tekdüzelik, katılık ve belirli kalıplar, sahte mega gelişmeler, sadece pazar odaklı gelişim, ayrıcalıklı ve kısıtlı planlama ve yerelleştirilmiş pazarlıklara dayalı yönetim olarak ilkeler belirtmiştir. Bu göstergelerin bir kısmı kullanıcıların ana alışveriş caddelerin tercih etmelerinde,

dolayısıyla canlılığını korumasında etkenken, bir kısmı işletmelerin ekonomik geliri için faydalı, bir kısmı ise toplumsal ve kültürel üretimi destekleyici unsurlardır. Bunların tamamı ve daha fazlası ana alışveriş caddesinin dayanıklılığının inşasında önemlidir.

Tüm bu göstergeler değerlendirildiğinde, bu tez kapsamında sosyo-ekolojik sistemlerin dayanıklılığına ilişkin özellikler, bileşenler ve ilkeler de ele alınarak bir değerlendirme yapılmıştır. Yalnız bu çalışmanın kapsamı ve kullandığı yöntem gereğince tüm alışveriş caddesinin dayanıklılık ölçümü yapılmamıştır. Bu nedenle bu göstergeler hem ana alışveriş caddesinin bağlamına hem de çalışmanın kendisinin bağlamına göre değişiklik gösterebilmektedir.

Tablo 3.3 Ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığında kullanılan göstergeler ve bağlamlar

Dayanıklılık ve Kaynak	Nerede?	Neye karşı?	Yöntem	Göstergeler ve/veya İlkeler
Ekonomik Dayanıklılık (Dolega, 2012; Wrigley & Dolega, 2011)	Birleşik Krallık'ta 267 kent merkezi ve ana caddeleri	Makroekonomik şoklar- 2008/2009 Ekonomik Krizi	İşletme Anketi – İstatistiksel modelleme	Boşluk oranı, Perakende ve tip çeşitliliği, Destekleyici kurumsal yapıların varlığı, bu kurumların finansmanı, Konum, Kriz öncesi ekonomik durum, Kriz öncesi boşluk sayısı, Bağımsız küçük mağazaların varlığı, Caddeye sürekli gelinmesine neden olacak gıda perakendecilerinin varlığı, Yapılı çevrenin sağlıklı çekici ve iyi durumda olması, Yeniden yapılanma için esnek çözümler sunabilecek olması, Zemin alanı daha büyük olan magnet mağazaların olması, Eğlence bağlantılı hizmetler, tamamlayıcılık (kalite ve hizmet seviyelerinin yükseltilmesi ve küçük bağımsız mağazalar ile kurumsal perakendeciler arasında yeni simbiyotik ilişki biçimleri)

Tablo 3.3 Ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığında kullanılan göstergeler ve bağlamlar (devamı)

Dayanıklılık ve Kaynak	Nerede?	Neye karşı?	Yöntem	Göstergeler ve/veya İlkeler
Kent Merkezlerinin Dayanıklılığı (Balsas, 2014)	Tempe, Arizona	Kentsel Gelişme	-	Kentsel politikalar ve planlama, Sürdürülebilir şehircilik, Sürdürülebilir ulaşım planlaması, Toplu taşıma olanakları, İyi yönetilen otoparklar, Yürünebilirlik, Yatırım öncelikleri, Tarihi koruma, Keyifli kamusal alanlar, Kullanıcıların ihtiyaçlarına uygun kentsel çevre
Kentsel Perakende Dayanıklılığı (Cachinho, 2014)	Lizbon, Portekiz	Tüketici Kültürü Teorisi (CCT)	Tüketici Anketi (375) + Derinlemesine Görüşme (30)	Tüketici özellikleri (gelir, yaş, yaşam tarzları vb.), Mağazaların kalitesi, Mağaza çeşitliliği, Perakendede ürün genişliği, Geleneksel perakendenin varlığı, Güncel perakendenin varlığı, Hizmetlerin kalitesi, Yüksek ücretler, İyi kalite/fiyat, Cazibe
Kentsel Perakende Dayanıklılığı (Kärholm vd., 2014)	Malmö, İsveç Yayalaştırılmış şehir merkezi, mahalle merkezi ve bölgesel alışveriş merkezi	Mekânsal homojenleşme	Kullanıcı Anketi	Erişilebilirlik, Ürün çeşitliliği, Açılış saatleri, Atmosfer, Fiyatlar, Çekici/çekici olmayan ortam, Park olanakları, Personel, Aydınlatma, Temizlik, Mağazaların karışımı, Ses/müzik, Bağlantılılık (Farklı perakende alanlarının karşılıklı bağımlılığı), Akışkanlık (Çeşitlilik + Yeni birliktelikler), Perakende Stratejileri, Güçlü ve etkin perakende kuruluşları, Perakende ve diğer faaliyetler arasında denge, Planlamada mekânsal ölçekler, Örgütlenme/organize olmak, Çok yönlülük

Tablo 3.3 Ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığında kullanılan göstergeler ve bağlamlar (devamı)

Dayanıklılık ve Kaynak	Nerede?	Neye karşı?	Yöntem	Göstergeler ve/veya İlkeler
Kentsel Perakende Dayanıklılığı (Ekonomik) (Ozuduru vd., 2014)	Ankara, Türkiye 13 AVM + 12 ana cadde	Perakendede Yapısal Değişim -Tüketici profilleri, tercihleri ve mekânsal davranışları merceğinden	Kullanıcı Anketi (3775)	Tüketici çeşitliliği, Perakendeci çeşitliliği, Yerel perakendecilerin varlığı, Kalite ve tamamlayıcılık derecesi, Yüksek kalite ve hizmet seviyeleri, Yaratıcı pazarlama yöntemleri ve pazara uyumları, İşyerlerine/ofislere sahip olması, Yaya trafiği ve toplu taşıma için fiziksel bağlanabilirliği ve erişilebilirliği, Eğlence ve kültürel faaliyetleri bulundurma, Etkili perakende planlaması, Hükümetlerin rolü, Temiz, iyi tasarlanmış ve bakımı yapılmış, gezinmeye elverişli kentsel alanlar; çeşitli mağaza ve markaların tahsis; tuvalet gibi çeşitli olanaklar ve yeşil alanlar, Park olanakları, kalite, temizlik, tasarım, güven, Uyarlanabilir kapasite ve Yeniden organize olma kapasitesi
Ana Cadde Dayanıklılığı (Ekonomik) (Yalciner Ercoskun & Ozuduru, 2014)	Ankara, Türkiye 11 ana cadde	Tüketici profilleri, tercihleri ve mekânsal davranışları merceğinden	Kullanıcı Anketi (805) Perakendeci Anketi (209) Kurumlarla Derinlemesine Görüşmeler	Kullanıcı Tercih Sebepleri: Kişisel bağlar, aşinalık, sadakat, uygun fiyat, ekonomik dayanıklılık, yer duygusu ve yere bağlılık, ürün ve hizmetlerin çeşitliliği, kalitesi, geleneksel perakendeci satış stratejileri (pazarlık), kişiye özel ürün ve hizmetler, mağazanın atmosferi, sadakat, güler yüz, marka güvenilirliği Ana Cadde Karakteristiği: Ana cadde tasarımı, tesislerin ve kamusal alanların çeşitliliği, yürünebilirlik, yer kimliği, mağaza çokluğu, perakendeci çeşitliliği, bazı ürün ve hizmetlerin kümelenmesi, sadık müşteriler, özel ürün ve hizmetler, satış stratejileri, açık saatler, ürün ve hizmetlerin genişliği, indirimler, yüksek ayak sayısı kalabalıklık, sokak satıcıları,

Tablo 3.3 Ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığında kullanılan göstergeler ve bağlamlar (devamı)

Dayanıklılık ve Kaynak	Nerede?	Neye karşı?	Yöntem	Göstergeler ve/veya İlkeler
Ana Cadde Dayanıklılığı (Ekonomik) (Yalciner Ercoskun & Ozuduru, 2014) (devamı)	Ankara, Türkiye 11 ana cadde	Tüketici profilleri, tercihleri ve mekânsal davranışları merceğinden	Kullanıcı Anketi (805) Perakendeci Anketi (209) Kurumlarla Derinlemesine Görüşmeler	Peyzaj, kent mobilyaları, estetik sokak elementleri, tarihi yapılar, iç mekânda alışveriş olanakları, kamusal alan Perakendeci göstergeleri: mağazanın konumu, perakende mal ve hizmet türleri, çalışan sayısı, büyüklük, sahiplik Yapılı Çevreye İlişkin Algı: Konum, toplu taşıma ile erişilebilirlik, kamusal alan varlığı, tasarım, tarihi ya da caddeye özgü yapılar, mimari karakteristik, artan yüz yüze etkileşim seviyeleri
Ana Cadde Dayanıklılığı (Roberts, 2014)	Birleşik Krallık	-	-	Gece ekonomisi: Gece festivalleri, etkinlikleri, gece marketleri, hibrit cafe-barlar, mikro barlar
Ana Cadde Dayanıklılığı (Singleton vd., 2016)	Birleşik Krallık	-	-	Tüketicinin çevrimiçi alışveriş deneyimini anlamak, Caddede çevrimiçine bağlanabilirlik, Perakende ve hizmetlerin karması
Ana Cadde Dayanıklılığı (Page, 2014)	Birleşik Krallık	-	-	Verinin Toplanması, Üretilmesi, Açık olarak servisi, Verilerin toplanma biçiminde şeffaflık, Verilerin tutarlılığı
Kentsel Perakende Dayanıklılığı (Dolega & Celinska-Janowicz, 2015)	Genel	Perakendenin Yapısal Dönüşümü	-	Panaşî – Alt ve Üst ölçeklerle ilişkiler, Çok ölçekli koordinasyon, Mekânsal ölçeği dikkate almak, Değişimi ve mevcut eğilimleri anlayabilmek ve yanıt verebilmek, Şok öncesi gelişim aşaması ile bir şoka verdiği tepki arasındaki ilişkinin incelenmesi, İlgili aktörlerin bilgi ve deneyiminden yararlanma, Eylem planları hazırlamak, Cadde yönetimi/yöneticisi olmas, Yenilik ve inovasyon kapasitesi

3.3.3 Ana Alışveriş Caddelerinin Dayanıklılığına İşletme Dayanıklılığının Katkısı

İşletmeler ekonomik, çevresel, politik, teknolojik ve sosyal birçok riskin altındadır ve Dünya Ekonomik Forumu önümüzdeki on yılda birçok krizin yanı sıra çevresel ve toplumsal krizlerin ekonomilerimizi fazlasıyla zorlayacağını söylemektedir (World Economic Forum, 2023). Bu nedenle tüm dünyada ekonomilerin temelini oluşturan işletmeler kapasitelerini zorlayarak gündelik yaşam faaliyetlerini askıya alan, çeşitli düzeylerde hasarlara neden olan ya da tehdit eden olaylar için her zaman hazırlıklı olmak zorundalar (Aldrich, 2012).

Bu konudaki ilginin 1930'lu yıllarda Büyük Buhran'ın ve 1940'lı yıllarda 2. Dünya Savaşı'nın etkileriyle başladığını ve günümüze kadar artarak devam ettiğini söylenebilir. Son birkaç yılda bile işletmeler COVID-19 pandemisi, devam eden Ukrayna Savaşı, iklim krizi gibi birçok küresel krizden, Atlantik Kasırga Sezonu, Türkiye ve Suriye'de yaşanan Şubat 2023 Depremleri gibi bölgesel krizlerden, ya da oldukça yerelde yaşanan canlı bomba patlaması ya da sel gibi afet ve olaylardan etkilenmişlerdir. Bu krizlerden bazıları işletmelerin yavaş yavaş finansal durgunluk yaşamasına neden olurken, bir kısmı birden iş akışını tamamen kesmesine, bir kısmı ise fiziksel olarak da ekonomik olarak da işletmelerin her şeyini kaybetmesine neden olmuştur.

İşletme literatüründe de özellikle 1980'lerden bu yana krizler ve işletmeler hakkında ciddi bir akademik çalışma yazını birikmiştir. Meyer'in (1982) dayanıklılığa verdiği atıfla temelleri atılan işletme dayanıklılığı yazını her dönemin kriz ve felaketleriyle şekillenerek günümüze kadar geniş bir alanı temsil etmiştir. Erken çalışmalarda açıkça işletme dayanıklılığı kavramı geçmiyor olsa da 1980 ve 1990'lı yıllarda yaşanan büyük krizler ve felaketlerle beraber güvenlik ve işletme güvenilirliği konularında, 2000'li yıllarda 9/11 Terörist Saldırısının ve doğal afetlerin etkisiyle işletmelerin krizlerle başa çıkma mekanizmaları/yanıtları, çalışanların dayanıklılığı ve uyarlanabilir iş modelleri konularında çalışmalar yer bulmuştur. 2000'li yılların sonunda gerçekleşen Küresel Finansal Kriz ise işletmelerin dayanıklılığı konusunda asıl kilometre taşını oluşturan olaylardan birisi olmuştur ve 2010'lu yıllardan itibaren literatürde önemli bir genişleme yaşanmıştır (Saad vd., 2021). 2020 yılına kadar ekonomik krizlerin yanı sıra sürekli artan ve karmaşıklaşan kurumsal sorunlar, doğal afetler, jeopolitik problemler, terör olayları

gibi birçok konu tedarik zinciri dayanıklılığı, örgütsel dayanıklılık, örgütsel davranış, girişimcilik, liderlik gibi işletme dayanıklılığı ve ilgili literatürü etkisine almıştır (Linnenluecke, 2017; Saad vd., 2021). 2020 yılından bu yana ise COVID-19 pandemisi ile ilgili çalışmalar ağırlığını koymuş durumdadır.

Son yıllarda kentlerde krizlerin çeşitlendiği ve işletmeleri etkileyecek karmaşık krizlerin aynı anda yaşanabildiği kabul alan bir görüştür. Buna ek olarak, dayanıklılık kavramını sadece kriz durumlarında değil, sürekli değişim ve belirsizlik koşullarında da işletmelerin kimliğini koruyarak ayakta kalabilme, uyum sağlayabilme ve yeni fırsatlar yaratabilme yeteneğini ifade etmek için de evrilmiştir. Bu nedenlerle işletmelerin COVID-19 pandemisi gibi belirsizlikleri yüksek olan bir krize yanıt stratejilerinin gelecekteki krizler ve belirsizlikler için de önemli bir araştırma alanı olduğunu düşünülmektedir. Bu tez kapsamında da işletmelerin bu krize karşı verdiği yanıtların direkt olarak işletme dayanıklılığı ve ana alışveriş caddelerini dayanıklılığı ile ilgili olduğu ileri sürülmektedir. Dayanıklılık küresel, ülke, bölge, kent, kırsal alan, sokak, topluluk, sektör, işletme, hane halkı ve hatta bireysel olarak da ele alınabilen konsept bir kavramdır ve tüm kullanımlarında ortaklaşan unsurlardan birisi sistemlerin uyarlanabilir kapasiteleridir. İşletmelerin krizlere yanıt verme stratejileri tek başına işletmenin dayanıklı olup olmadığının cevabını vermemekle beraber, uyarlanabilir kapasitelerinin göstergesi olması bakımından önemlidir.

Bu bağlamda, İş Kurtarma (Business Recovery) yazını işletme dayanıklılığını en çok besleyen alanlardan birisidir. Özellikle doğal afetler sonrası işletmelerin iyileşme süreçlerini içeren birçok akademik çalışma kriz sonrasında işletmelerin durumunu, ayakta kalabilmek için izledikleri yöntemleri konu almıştır (Aldrich, 2012; Alesch vd., 2001; Dahlhamer & Tierney, 1996; Marshall & Schrank, 2014; Tierney, 2007; Webb vd., 2000). İşletmelerin, çoğunlukla KOBİ'lerin, kriz sonrası durumlarını inceleyen erken araştırmalarda, işletmelere bakış açısının iki uçlu olduğunu görülmektedir (Marshall & Schrank, 2014). Örneğin, Dahlhamer ve Tierney (1996) öncü çalışmalarında işletmelerden “kazananlar ve kaybedenler” olarak bahsetmekte, yalnızca finansal durumlarını değerlendirerek işletmelerin kriz öncesine göre “daha kötü durumda”, “yaklaşık aynı” ve “daha iyi durumda” olarak sınıflandırmışlardır. Dayanıklılık ölçen yaklaşımlarda böylesi net bir sonuç üretmekten uzak durulması gerektiğini düşünerek, işletmelerin krizden önceki

normallerine dönmeleri ya da dönmemeleri pasif bir yorum içermektedir. Dinamik bir zamanda, krizden öncesi gibi olmayan ekonomik bağlamda eskisine kıyas yapmak ve sonuç üretmek dayanıklılık hakkında doğru bir sonuç vermeyecektir. Ayrıca işletmelerin toparlanması zaman alır (Marshall & Schrank, 2014) ve hangi kesitte bu değerlendirmenin yapıldığına göre sonuçlar değişkenlik gösterebilirler. Benzer şekilde işletme dayanıklılığı da hiçbir zaman sona ermeyen sürekli bir adaptasyon sürecidir, değişimlerle ve deneyimlerle gelişir, herhangi bir kesitte iki uçlu bir şekilde *dayanıklı ya da değil*'in yanıtını aramanın yanıltıcı olabileceğine vurgu yapmak gerekir. Bu noktada Marshall ve Schrank'ın (2014) “faaliyette olan, faaliyette olmayan, hizmet dışı kalmış, hayatta kalmış, iyileşmiş veya dayanıklı” sınıflandırmasına daha uygun bir sınıflandırma gibi görünmektedir. Bir işletmenin faaliyetlerine devam etmesinin tamamen iyileşmiş ya da dayanıklı olduğu anlamına gelmeyeceği gibi, her kapanmanın da başarısızlık olarak değerlendirilmediği bu sınıflandırma iş iyileştirme literatürünün dayanıklılıkla sıkı bağlantıları olduğunu gösterir bir kanıttır.

Bu tez, işletmelerin krizlerde öncelikle ayakta kalabilmesini, yeni duruma adapte olabilmesini, yeni yollar aramasını, fırsatlar bulabilmesini, gerekiyorsa radikal kararlar verebilmesini ve nihayetinde bu krizden deneyimler kazanarak gelecek krizlere hazırlıklı olmasını önemsiyor ve tüm bunları dayanıklı olmanın bileşenleri olduğunu iddia etmektedir (Ates & Bititci, 2011; Williams vd., 2017). Bu nedenle işletmelerin krizlere yanıt stratejilerinin ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığına etkilerinin dayanıklılık inşa etmekte özellikle önemli olduğunu vurgulamakta fayda vardır.

Son dönemde yapılmış işletmelerin krizlere yanıt stratejileri çalışmalarında, genel eğilim işletmelerin stratejilerinin hedef süresiyle ve aksiyon alma nedenleriyle kavramsallaştırılmasıdır. Örneğin maliyetlerin azaltılması, çalışan sayısının azaltılması, yatırımların ertelenmesi, anlaşmaların yeniden düzenlenmesi, hijyen ve mesafe önlemleri gibi müdahaleler krizin negatif etkilerini en kısa sürede atlatmak için savunma hedefiyle geliştirilen, taktiksel, acil durum yanıtları olarak değerlendirilirken (Klöckner vd., 2023; Li vd., 2021; Puumalainen vd., 2023), dijitalleşme gibi inovasyon fırsatlarının değerlendirilmesi, yeni yatırımlar yapılması, giderleri azaltarak geri çekilme, iş sürdürme, küçülme ya da firmanın faaliyetine son vermesini ise uzun vadeli, iş kurtarmaya yönelik stratejik yanıtlar

olarak değerlendirilmiştir (Guo vd., 2020; Klöckner vd., 2023; Puumalainen vd., 2023; Wenzel vd., 2020). Çalışmalar taktiksel yanıtların krizin ilk etkisini azaltmak için kullanılabilir olduğunu (Klöckner vd., 2023), stratejik yanıtların daha uzun vadeli adımlar olduğu için taktiksel yanıtlara göre işletme dayanıklılığına daha fazla katkı koyduğunu (DesJardine vd., 2019), büyüklük, yaş, sektör gibi işletme karakteristiğinin üretilen yanıtlarda etken olduğunu, KOBİ'lerin krizleri büyük firmalardan farklı yaşayıp farklı yanıtlar ürettiği ve doğaçlama hareket etmeye daha yakın olduğunu (Miklian & Hoelscher, 2022), tek bir yanıt yerine farklı yanıtlar üretilebileceğini vurgulamaktadır.

COVID-19 pandemisinin ilk günlerinden itibaren işletmelerle ilgili birçok araştırma gerçekleştirilmiştir. İlk araştırmalar daha çok krizin etkilerini incelemeye yönelikken, krizin ilerleyen zamanlarında çalışma konuları da genişlemiştir. Kriz yönetimi, krize yanıt stratejileri, iş sürdürülebilirliği, kamu politikaları, tedarik zinciri, iş dayanıklılığı, girişimcilik, inovasyon ve dijitalleşme, çalışanların psikolojik dayanıklılığı ve toplumsal cinsiyet çalışmaları olmak üzere birçok konuda araştırmalar yapılmıştır.

Krize yanıt stratejileri literatürü için COVID-19 pandemisi tıpkı daha önceki 9/11 saldırısı ve global finansal kriz gibi kilometre taşı olmuştur ve bu dönemde yapılan çalışmalar literatüre oldukça büyük bir katkı sağlamıştır (Chang vd., 2022). Tüm dünyayı bir anda etkileyen nadir olaylardan olduğu için coğrafi olarak da geniş bir örneği temsil eden bir literatür gelişmiştir. Bazı örnek araştırmaları kronolojik olarak sıralayacak olursak; COVID-19'un Çin'in Suchian kentindeki KOBİ'lerde beklenen etkisi (Lu vd., 2020); Amerika'daki küçük işletmelere etkileri ve KOBİ'lerin beklentileri (Bartik vd., 2020); İngiltere'deki KOBİ'lerin kriz için yeterli nakdi olup olmadığı (Cowling vd., 2020); Endonezya'da KOBİ'lerin dayanıklılığını etkileyen faktörler (Hidayat vd., 2020); İsveç'te KOBİ'lerin krize yanıtları (Thorgren & Williams, 2020); İtalya'da şarap sektöründeki KOBİ'lerin stratejileri (Bressan vd., 2021); krizin Amerika'daki küçük işletmelere etkisi (Katare vd., 2021); Danimarka'daki KOBİ'lerin kriz stratejileri (Klyver & Nielsen, 2021); Çin'deki restoranların kriz sırasında ve sonrasındaki yenilikçi stratejileri (Li vd., 2021); Brezilya'daki küçük işletmelerin dayanıklılığı (Brito vd., 2022); Kıbrıs'taki küçük işletme sahibi/yöneticilerinin psikolojik dayanıklılığı (Hadjielias vd., 2022); Bangladeş'teki KOBİ'lerin başa çıkma stratejileri (Hossain vd., 2022)

ve Finlandiya'daki KOBİ'lerin kriz yanıt stratejileri ve girişimcilik yönelimleri (Puumalainen vd., 2023). Araştırmalar geniş bir coğrafyada ele alınmaya başlamasına rağmen işletme dayanıklılığı ve ilgili çalışmalar hâlâ Amerika ve Avrupa'da yoğunluk göstermekte, gelişmekte olan ülkelerde daha fazla çalışılmaya ihtiyaç duymaktadır (Linnenluecke, 2017; Saad vd., 2021).

Saad ve diğerleri (2021), işletme dayanıklılığı literatürünü inceledikleri çalışmalarda pandemi öncesine kadar ki çalışmaların çoğunlukla saha çalışmalarından oluştuğunu söylerken, pandemi çalışmalarında genellikle işletmelerin kent ya da bölge ölçeğinde ele alınıp anketler aracılığıyla değerlendirildiği görülmektedir (Bartik vd., 2020; Bouncken vd., 2022; Cowling vd., 2020; Guo vd., 2020; Gur vd., 2023; Katare vd., 2021; Klyver & Nielsen, 2021; Lu vd., 2020; Puumalainen vd., 2023; Thorgren & Williams, 2020). COVID-19'un ilk etkileri anlamak, daha geniş bir spektrumda işletmelerin durumunu anlamak için etkili olan bu yöntemin dışında az sayıda da olsa görüşme temelli, vakalara derinlemesine bakış sağlayan çalışmalar yer almaktadır (Brito vd., 2022; Hadjielias vd., 2022; Hossain vd., 2022).

Kısacası, COVID-19 pandemisi ekonomik ya da doğal afet tabanlı olmayan fakat salgınlar gibi ekonomik sonuçları yıkıcı olan krizlerin işletmeler üzerindeki etkilerini araştırmanın önemli olduğunu göstermiştir. Bu tez kapsamında yapılan araştırmanın, pandemi, depremler, seller, ekonomik kriz gibi çoklu krizleri bir arada yaşayan gelişmekte olan bir ülkede yapılmış olması, zaten kırılganlığı yüksek olan ana alışveriş caddelerinde yer alan işletmelerin kendi pratik deneyimlerimden yola çıkarak anlamamıza olanak veren derinlemesine görüşmeler aracılığıyla yapılması ve her bir işletmenin işyeri sahibi, işletmecisi ya da çalışanının bakış açısıyla krize yanıtlarının değerlendirilmesi bakımından literatürün genişlemesine destek olacağı düşünülmektedir.

4.1 Saha Çalışması Hakkında Bilgiler ve Yöntem

Bu saha çalışmasının temel hedefi, İstiklal Caddesi'nde yer alan işletmeleri analiz birimi olarak ele alarak alışveriş caddelerinde yer alan işletmelerin COVID-19 krizi karşısında verdiği tepkileri anlamak, şokun ve devamındaki kademeli değişim süreçlerinin istenmeyen etkilerinin en aza indirgenmesi için izlenen yolları değerlendirmek, bu tür sistemlerin içsel veya dışsal şoklar karşısında yeniden organize olma kapasitelerinin tespit etmek ve bu sayede ölçekler arası ilişkileri de göz önünde bulundurarak bir dayanıklılık yaklaşımının geliştirilmesini sağlamaktır.

Bu araştırmada İstiklal Caddesi “sistem yaklaşımı” benimsenerek, ekosistemin, insanların, kurumların, işletmelerin ve toplumsal normların bir bütün olarak birbirini nasıl etkilediğini anlamaya çalışmıştır. Sistem yaklaşımına göre bir sorun ancak birbirine bağlı yapıların bir parçası olarak ele alınırsa çözüme ulaşacaktır. Tezin kısıtları nedeniyle bu denli büyük bir aktörler ağı ile yapısal çözümlemesi gerçekleştirilemese de seçilen aktörler ve söylemler üzerinden genel durum anlaşılmaya çalışılmıştır.

Temel analiz birimi olarak işletmeler tercih edilmiştir ve bu araştırmada geçen işletme terimi, kâr amacıyla işletilen kuruluşları ifade etmek için kullanılmaktadır. İşletmelerde görüşülen aktörler işyeri sahipleri, işletmelerin üst düzey çalışanları/işletmecileri ve çalışanları olmuştur.

Araştırmada her bir işletmenin içinde bulundukları bağlamı ve özgün yanlarını anlayabilmek için yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme yöntemi tercih edilmiştir. Derinlemesine görüşmeler, tekil olarak her bir işletmelerin kendi deneyimini, işveren, işletmeci ya da çalışanların bakış açısıyla değerlendirmek adına esnaf (işyeri sahibi) ve işletmeciler için ayrı, çalışanlar için ayrı olmak üzere iki farklı türde görüşmeciyeye ve cevaba göre değişkenlik gösteren bir yapıda 45-60 soru olarak kurgulanmıştır. Derinlemesine görüşmelerin genel yapısı, işletme, görüşmeciler ve mevcut müşteri profili hakkında bilgi alınan giriş bölümünü, pandemi sürecini incelediğimiz kapsamlı bir gelişme bölümünü ve İstiklal Caddesi

ile ilgili deneyim, mevcut durum ve beklentilerin konuşulduğu sonuç bölümünü içermektedir (EK C).

Örneklem olarak kota, kartopu ve amaçsal örnekleme yöntemleri bir arada kullanılmıştır. Öncelikle kota örnekleme kullanılarak sahadaki işletmelerin sektörleri ve faaliyet alanlarında temsiliyet gücünün sağlanması hedeflenmiş, maksimum çeşitlilik gözetilmiştir. Ayrıca işletmelerin mekânsal olarak dağılımına da dikkat edilmiştir. Görüşmeler sırasında ortaya çıkan aktörler arasındaki ağlardan faydalanmak ve tanışıklık ilişkilerinden yararlanmak üzere kartopu örneklemin de tercih edildiği durumlar oluşmuştur. Daha sonra ise amaçsal örneklemden yararlanılarak işletmeler, süreçler ve mekânlar hakkında tamamlayıcı bilgileri edinmek adına hedefe yönelik aktörlere ulaşılmıştır.

Görüşmelerde örneklemin büyüklüğünü istatistiki bir hesaplamanın bu tür bir çalışma için uygun olmadığını, örtük bir varsayım sağlayacağını düşünerek nitel araştırmalarda kullanılan doygunluk kavramı belirlemiştir. Tüm önemli konuların ve içgörüler tamamlana kadar kısacası veri doyumu ve tematik doyuma (Hennink & Kaiser, 2022) ulaşana kadar örneklem sürekli olarak güncellenmiştir. Görüşmeler yarı yapılandırılmış olduğu için tematik doygunluk sağlansa da konunun karmaşıklığı, sektörlerin, faaliyet alanlarının, işletme karakteristiklerinin ve mekânların çeşitliliği veri doyumunun sağlanmasında unsur olarak ortaya çıkmıştır. Bu noktada kodların anlam doyumu (Hennink & Kaiser, 2022) yaklaşımı benimsenerek kodlar tam olarak anlaşılana kadar görüşmeler devam etmiştir. Bu bağlamda, yaklaşık 50. görüşmede kod doyumu sağlanmış fakat sahadaki çeşitlilikten dolayı anlam doyumu sağlanamamış, farklı sektörlerdeki ve faaliyet alanlarındaki aktörlerin de katkısı için görüşmelere devam edilmiştir. Buna ek olarak sınırlı da olsa cevaplarda bireylerin kendilerini olduklarından daha iyi ya da kötü durumda göstermek gibi bir eğilimi olduğu fark edilmiş, taktiksel raporlamadan doğan bir önyargının önüne geçebilmek için görüşmecisi sayısı olabildiğince geniş tutulmuştur.

Bu kapsamda İstiklal Caddesi üzerinde ve caddeyle yakın ilişkisi olan sokaklarda 1 Haziran 2022 – 6 Ekim 2022 tarihleri arasında 71 işletmenin işyeri sahibi (esnaf), işletmecisi/üst düzey çalışanı ya da çalışanı ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır (Tablo 4.1)

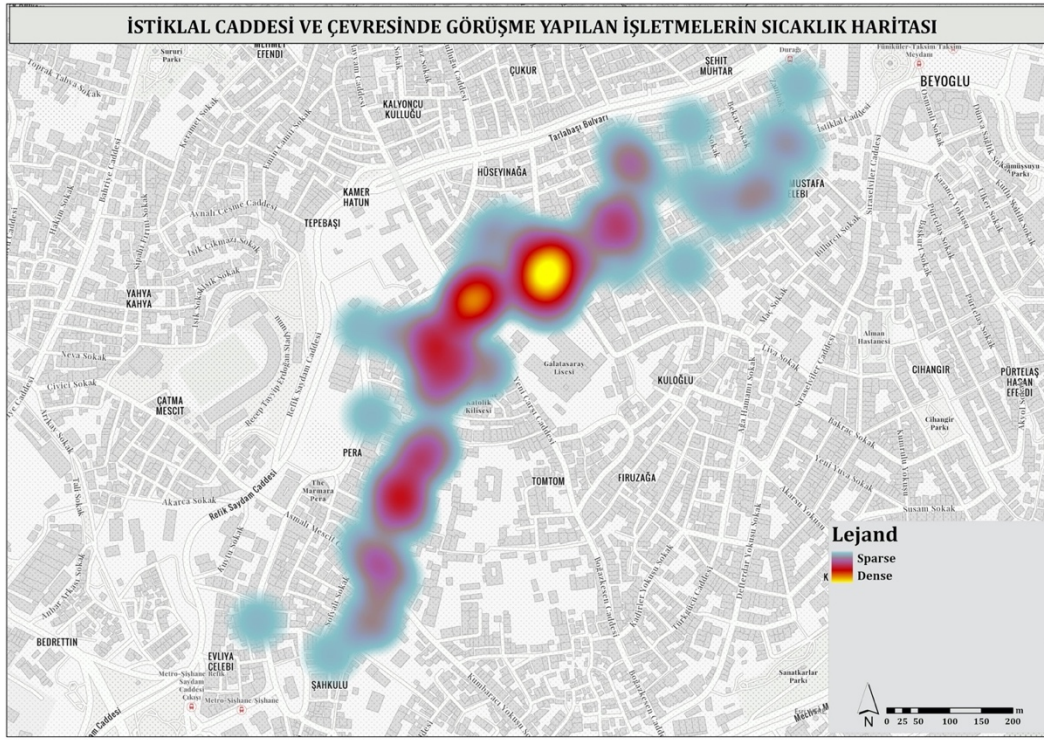
Tablo 4.1 Görüşmeci ve işletme bilgileri

Kod	Cinsiyet	Yaş	Pozisyon	Çalışma Yılı	İşletmenin Sektörü	Faaliyet Alanı	İşletme Büyüklüğü	Marka Menşei	İşletme Tipi	Sahiplik	Görüşme Tarihi
Görüşmeci 1	Erkek	22	Çalışan	2	Perakende	Hazır Giyim Satışı	Mikro	Yerel	Bağımsız/Az Şubeli	Kiracı	1.06.2022
Görüşmeci 2	Erkek	57	İşyeri Sahibi	45	Perakende	Çanta Satış - Üretim	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	1.06.2022
Görüşmeci 3	Kadın	35	Çalışan	1	Perakende	Hazır Giyim Satışı	Mikro	Yerel	Bağımsız/Az Şubeli	Kiracı	3.06.2022
Görüşmeci 4	Erkek	30	Çalışan	15	Yeme - İçme - Eğlence	Çay Ocağı - Büfe	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	3.06.2022
Görüşmeci 5	Erkek	43	İşletmeci/Üst Düzey Çalışan	18	Yeme - İçme - Eğlence	Alkollü Restoran	Küçük	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	3.06.2022
Görüşmeci 6	Erkek	36	Çalışan	2	Yeme - İçme - Eğlence	Kitabevi - Cafe	Küçük	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	6.06.2022
Görüşmeci 7	Erkek	34	Çalışan	7	Turizm	Otel	Büyük	Yerel	Kurumsal Zincir	Mülk Sahibi	7.06.2022
Görüşmeci 8	Erkek	52	İşletmeci/Üst Düzey Çalışan	41	Perakende	Çikolatacı - Gıda Satış	Küçük	Yerel	Bağımsız/Az Şubeli	Kiracı	7.06.2022
Görüşmeci 9	Kadın	20	Çalışan	1	Perakende	Hazır Giyim Satışı	Büyük	Yerel	Kurumsal Zincir	Kiracı	8.06.2022
Görüşmeci 10	Erkek	66	İşletmeci/Üst Düzey Çalışan	1	Yeme - İçme - Eğlence	Çay Ocağı - Büfe	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	9.06.2022
Görüşmeci 11	Erkek	28	İşletmeci/Üst Düzey Çalışan	9	Perakende	Tekel Bayi - Büfe	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	9.06.2022
Görüşmeci 12	Erkek	32	Çalışan	9	Yeme - İçme - Eğlence	Bar - Canlı Müzik	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	9.06.2022
Görüşmeci 13	Erkek	53	İşyeri Sahibi	13	Yeme - İçme - Eğlence	Restoran - Sokak Satıcısı	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	9.06.2022
Görüşmeci 14	Erkek	45	Çalışan	7	Yeme - İçme - Eğlence	Restoran	Orta	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	10.06.2022
Görüşmeci 15	Kadın	35	Çalışan	7	Turizm	Otel	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	10.06.2022
Görüşmeci 16	Kadın	64	İşletmeci/Üst Düzey Çalışan	20	Perakende	Hazır Giyim Satışı	Büyük	Yerel	Kurumsal Zincir	Kiracı	10.06.2022
Görüşmeci 17	Erkek	60	İşyeri Sahibi	24	Perakende	Kitabevi - Sahaf	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Mülk Sahibi	1.08.2022
Görüşmeci 18	Erkek	34	İşletmeci/Üst Düzey Çalışan	10	Yeme - İçme - Eğlence	Uluslararası Mutfak Restoranı	Küçük	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	1.08.2022
Görüşmeci 19	Erkek	25	Çalışan	2	Yeme - İçme - Eğlence	Esnaf Lokantası	Küçük	Yerel	Bağımsız/Az Şubeli	Kiracı	3.08.2022
Görüşmeci 20	Kadın	59	İşyeri Sahibi	18	Hizmet	Lostra	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	3.08.2022
Görüşmeci 21	Erkek	61	İşyeri Sahibi	47	Hizmet	Saat Tamircisi	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	3.08.2022
Görüşmeci 22	Erkek	47	Çalışan	30	Hizmet	Kadın Kuaförü	Küçük	Yerel	Bağımsız/Az Şubeli	Mülk Sahibi	5.08.2022
Görüşmeci 23	Erkek	30	İşyeri Sahibi	7	Hizmet	Kadın Kuaförü	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	5.08.2022
Görüşmeci 24	Erkek	37	İşletmeci/Üst Düzey Çalışan	17	Yeme - İçme - Eğlence	Nargile Kafe	Küçük	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	5.08.2022
Görüşmeci 25	Kadın	56	İşyeri Sahibi	22	Ofis	Tercümanlık Bürosu	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	5.08.2022
Görüşmeci 26	Erkek	42	İşyeri Sahibi	17	Kültür - Sanat - Eğlence - Spor	İnternet Kafe	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	8.08.2022
Görüşmeci 27	Erkek	44	İşyeri Sahibi	1	Yeme - İçme - Eğlence	Bar	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	8.08.2022
Görüşmeci 28	Kadın	45	İşyeri Sahibi	25	Perakende	Sporculuk Malzemeleri Satışı	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	8.08.2022
Görüşmeci 29	Erkek	61	İşyeri Sahibi	27	Yeme - İçme - Eğlence	Rock Bar	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	8.08.2022
Görüşmeci 30	Erkek	61	İşyeri Sahibi	11	Perakende	Saat Satışı	Küçük	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	9.08.2022
Görüşmeci 31	Erkek	42	İşyeri Sahibi	20	Hizmet	Terzi	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	9.08.2022
Görüşmeci 32	Erkek	72	İşyeri Sahibi	28	Perakende	Kitabevi - Sahaf	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Mülk Sahibi	10.08.2022
Görüşmeci 33	Erkek	41	Çalışan	7	Hizmet	Matbaa - Copy Center	Küçük	Yerel	Bağımsız/Az Şubeli	Kiracı	10.08.2022
Görüşmeci 34	Erkek	45	İşyeri Sahibi	25	Kültür - Sanat - Eğlence - Spor	Sinema - Kafe	Küçük	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Mülk Sahibi	11.08.2022
Görüşmeci 35	Erkek	38	Çalışan	6	Yeme - İçme - Eğlence	Bar	Küçük	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	11.08.2022
Görüşmeci 36	Erkek	28	İşletmeci/Üst Düzey Çalışan	2	Yeme - İçme - Eğlence	Kahveci	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	11.08.2022
Görüşmeci 37	Erkek	39	Çalışan	13	Ofis	Yayınevi	Büyük	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Mülk Sahibi	19.08.2022
Görüşmeci 38	Erkek	50	İşyeri Sahibi	20	Hizmet	Düğün ve Cenaze Levazımatı	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	19.08.2022

Tablo 4.1 Görüşmeci ve işletme bilgileri (devamı)

Kod	Cinsiyet	Yaş	Pozisyon	Çalışma Yılı	İşletmenin Sektörü	Faaliyet Alanı	İşletme Büyüklüğü	Marka Menşei	İşletme Tipi	Sahiplik	Görüşme Tarihi
Görüşmeci 39	Erkek	26	İşyeri Sahibi	8	Yeme - İçme - Eğlence	Yöresel Yemek Restoranı (Alkolsüz)	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	19.08.2022
Görüşmeci 40	Kadın	35	Çalışan	8	Perakende	Kozmetik	Büyük	Yabancı	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	21.08.2022
Görüşmeci 41	Erkek	41	İşyeri Sahibi	1	Kültür - Sanat - Eğlence - Spor	Spor Salonu	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	21.08.2022
Görüşmeci 42	Erkek	60	İşletmeci/Üst Düzey Çalışan	30	Yeme - İçme - Eğlence	Meyhane	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	23.08.2022
Görüşmeci 43	Erkek	54	Çalışan	10	Ofis	Gayrimenkul Ofisi	Küçük	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	23.08.2022
Görüşmeci 44	Erkek	34	Çalışan	5	Perakende	Parfüm Satışı	Büyük	Yabancı	Kurumsal Zincir	Kiracı	24.08.2022
Görüşmeci 45	Erkek	49	İşyeri Sahibi	17	Yeme - İçme - Eğlence	Meyhane	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	24.08.2022
Görüşmeci 46	Erkek	38	İşyeri Sahibi	8	Perakende	Hediyelik Eşya / Pop-art ürün	Küçük	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	24.08.2022
Görüşmeci 47	Erkek	46	İşyeri Sahibi	23	Yeme - İçme - Eğlence	Meyhane	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	24.08.2022
Görüşmeci 48	Erkek	40	İşyeri Sahibi	25	Ofis	Pasaj Yönetim Ofisi	Orta	Yerel	Bağımsız/Az Şubeli	Mülk Sahibi	25.08.2022
Görüşmeci 49	Erkek	28	İşyeri Sahibi	12	Yeme - İçme - Eğlence	Nargile Kafe - Apart Otel	Büyük	Yerel	Kurumsal Zincir	Kiracı	26.08.2022
Görüşmeci 50	Erkek	55	Çalışan	5	Kültür - Sanat - Eğlence - Spor	Müze - Eğlence Merkezi	Büyük	Yabancı	Kurumsal Zincir	Kiracı	26.08.2022
Görüşmeci 51	Erkek	41	Çalışan	9	Perakende	Kuyumcu	Orta	Yerel	Bağımsız/Az Şubeli	Kiracı	26.08.2022
Görüşmeci 52	Erkek	41	İşletmeci/Üst Düzey Çalışan	11	Perakende	Hazır Giyim Satışı	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	29.08.2022
Görüşmeci 53	Erkek	45	Çalışan	2	Turizm	Otel	Büyük	Yerel	Kurumsal Zincir	Kiracı	29.08.2022
Görüşmeci 54	Erkek	24	İşyeri Sahibi	3	Yeme - İçme - Eğlence	İran Restoranı	Mikro	Yabancı	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	29.08.2022
Görüşmeci 55	Erkek	40	Çalışan	6	Perakende	Hazır Giyim Satışı	Büyük	Yerel	Kurumsal Zincir	Mülk Sahibi	29.08.2022
Görüşmeci 56	Erkek	42	İşyeri Sahibi	30	Kültür - Sanat - Eğlence - Spor	Ganyan Bayii	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	30.08.2022
Görüşmeci 57	Erkek	34	Çalışan	10	Perakende	İletişim Hizmetleri	Büyük	Yerel	Kurumsal Zincir	Mülk Sahibi	30.08.2022
Görüşmeci 58	Erkek	52	İşyeri Sahibi	25	Ofis	Turizm Ofisi	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	1.09.2022
Görüşmeci 59	Erkek	38	Çalışan	1	Yeme - İçme - Eğlence	Pastane - Dondurmacı	Büyük	Yerel	Kurumsal Zincir	Kiracı	1.09.2022
Görüşmeci 60	Erkek	59	İşletmeci/Üst Düzey Çalışan	45	Kültür - Sanat - Eğlence - Spor	Milli Piyango Seyyar Bayi	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Dışında	1.09.2022
Görüşmeci 61	Erkek	30	İşletmeci/Üst Düzey Çalışan	3	Yeme - İçme - Eğlence	Kahveci	Büyük	Yabancı	Kurumsal Zincir	Kiracı	2.09.2022
Görüşmeci 62	Erkek	50	İşyeri Sahibi	20	Perakende	Kuruyemişçi	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	2.09.2022
Görüşmeci 63	Erkek	35	İşyeri Sahibi	1	Hizmet	Saç Ekim Ofisi	Orta	Yerel	Bağımsız/Az Şubeli	Kiracı	2.09.2022
Görüşmeci 64	Erkek	25	İşletmeci/Üst Düzey Çalışan	3	Yeme - İçme - Eğlence	Frozen Yoğurt ve Dondurmacı	Küçük	Yabancı	Kurumsal Zincir	Kiracı	2.09.2022
Görüşmeci 65	Erkek	32	İşletmeci/Üst Düzey Çalışan	4	Perakende	Spor Ayakkabı ve Kıyafet	Büyük	Yabancı	Kurumsal Zincir	Kiracı	4.09.2022
Görüşmeci 66	Kadın	23	Çalışan	1	Ofis	Turizm Ofisi (Tur)	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	4.09.2022
Görüşmeci 67	Erkek	33	İşletmeci/Üst Düzey Çalışan	1	Perakende	Kozmetik	Büyük	Yabancı	Kurumsal Zincir	Kiracı	4.09.2022
Görüşmeci 68	Erkek	40	İşyeri Sahibi	10	Hizmet	Dövmeci	Mikro	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	26.09.2022
Görüşmeci 69	Erkek	53	İşletmeci/Üst Düzey Çalışan	2	Ofis	Siyasi Parti	Mikro	Yerel	Bağımsız/Az Şubeli	Kiracı	28.09.2022
Görüşmeci 70	Erkek	45	İşletmeci/Üst Düzey Çalışan	23	Hizmet	Kuru Temizleme	Küçük	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Kiracı	30.09.2022
Görüşmeci 71	Kadın	46	İşletmeci/Üst Düzey Çalışan	15	Kültür - Sanat - Eğlence - Spor	Araştırma Enstitüsü - Müze	Orta	Yerel	Bağımsız/Tek Şubeli	Mülk Sahibi	6.10.2022

Görüşmelerin ilk 16'sı 1 Haziran 2022 – 10 Haziran 2022 tarihleri arasında pilot görüşme olarak gerçekleştirilmiş, edinilen bilgi ve içerik yeterli görüldüğü için çalışmanın bütünlüğünü etkileyecek değişiklik yapılmamış, mevcut sorulardan 4'ü detaylandırılmış ve ilave olarak da 4 soru eklenmiştir. Nihayetinde, kota, kartopu ve amaçsal örneklemelerin üçü birden değerlendirilerek 1 Haziran 2022 – 6 Ekim 2022 tarihleri arasında 55 görüşme daha gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerin uzunluğu 9 dakika ve 1 saat 42 dakikaları arasında değişmekle beraber ortalama uzunluk 35 dakikadır. Görüşmelerin sıcaklık haritası aşağıda yer almaktadır (Harita 4.1).

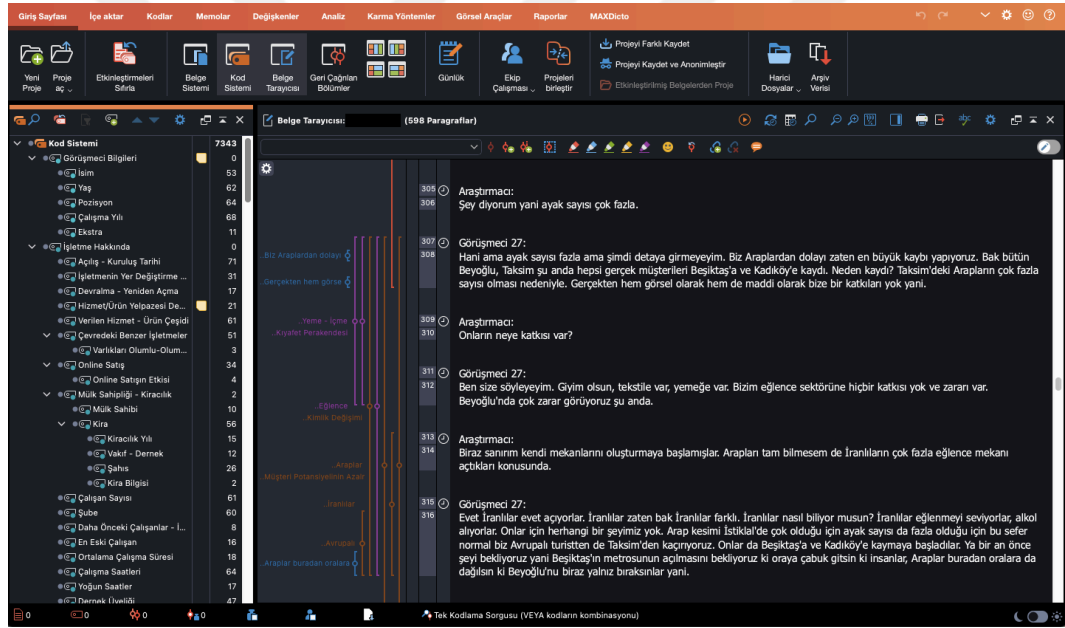


Harita 4.1 İstiklal Caddesi ve çevresinde görüşme yapılan işletmelerin sıcaklık haritası

Tüm görüşmeler görüşmecilerimizin izni ile ses kaydı alınarak, izin verilmediği şartta not tutularak (1 görüşme) Türkçe dilinde gerçekleştirilmiştir. Ekim, Kasım ve Aralık 2022 aylarında tüm görüşmelerin deşifreleri yapılmıştır. Ses kayıtlarının deşifresi 2 aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. İlk olarak transkriptor.com isimli sitede ücretli bir deşifre uygulaması yaptırılmış fakat yazılımın doğruluk oranının yaklaşık %75 düzeyinde olması nedeniyle, YTÜ Şehir ve Bölge Planlama Bölümü 2022 yılı mezunlarından meslektaşım Tuğçe Başyigit'ten deşifre edilmiş metinlerin

düzeltilmesi için destek alınmıştır. Deşifre edilmiş metinlerin uzunluğu yaklaşık olarak 310.000 kelimedir.

Tüm bu deşifre süreçlerinin ardından MAXQDA2022 programı analiz programı olarak tercih edilmiştir. Önce ses kayıtları ve daha sonra görüşmelerin metin deşifreleri programa aktarılmış, sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığı ve ana alışveriş caddeleri literatürüne bağlı kalınarak bir kod rehberi oluşturulmuştur (Şekil 4.1). Temelde bu kod rehberine bağlı kalarak, fakat görüşmelerden çıkan özgün yanıtlara göre yeni kodlar da ekleyerek, ilk kodlama süreci 30 Ekim 2022 – 10 Aralık 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Kodlamalar başta yapısal olmak üzere, temel ve duyuşsal kodlama yöntemlerinin karmasıyla gerçekleştirilmiştir. Tezin kapsamı gereği derinlikli bir söylem analizine ya da gömülü teoriye başvurulmayacağı için kodlar içerik analizine tabi tutulacak şekilde gözden geçirilmiştir.



Şekil 4.1 MAXQDA programından örnek bir derinlemesine görüşme kodlama sayfası

Ocak, Şubat ve Mart 2023 aylarında ise tüm kodlar üzerinden seçici okuma ve ayıklama işlemi gerçekleştirilmiş, tezin raporlaştırılması aşamasına geçilmiştir. Çalışmanın sonuçları yorumlanırken ikincil kaynaklar ve araştırmacının kişisel izlenimlerinden de yararlanılmıştır.

4.2 İstiklal Caddesi'nin Ana Alışveriş Caddesi Olma Deneyimi

4.2.1 Tarihsel Süreçte İstiklal Caddesi

İstiklal Caddesi, eski isimlendirmeleri ile Grande Rue de Pera ya da Cadde-i Kebir, bulunduğu konum itibariyle Pera bölgesinde yer almakta ve günümüzde İstanbul ili Beyoğlu ilçesi sınırlarındadır. Bu bölümde İstiklal Caddesi'nin tarihsel süreçte alışveriş fonksiyonunun gelişiminden ve önemli kırılma noktalarından bahsedilecektir. Bölümde kullanılan temel kaynak Türkün ve diğerlerinin çalışmalarıdır (Türkün vd., 2021, 2022).

Türkün ve diğerleri (2022) İstiklal Caddesi ve çevresi odağında Beyoğlu'ndaki kırılma noktalarını 6 dönemde gruplamışlardır. İlk dönemi 19. yüzyıl ve 20. yüzyılın ilk çeyreğini oluşturan Cumhuriyet Öncesi Dönem oluşturmaktadır. 2.4 Türkiye'de Perakende Ticaretin Gelişimi ve Ana Caddelerin Rolü başlığında da değinildiği gibi 19. yüzyılın ortalarına kadar İstanbul kentinin ticari merkezi Kapalıçarşı ve çevresine yayılan tek merkezli bir yapıyı temsil etmekteydi. Ancak 19. yüzyıl ortalarından itibaren Grande Rue de Pera, üst sınıf Batılı bir alışveriş caddesi kimliğini almaya başlamıştır. Bu kimliği kazanmasına zemin hazırlayan gelişmeler Karaköy bölgesindeki limanların da etkisi ile yönetim yapılarının Pera bölgesinde bulunması, föniküler ve aydınlatma gibi çeşitli altyapı projeleri ile bölgenin ticari gelişiminin desteklenmesi, Altıncı Daire'nin açılması, bölgedeki yapı stokunun Art Nouveau ve Neo Rönesans tarzı ile oluşturulmuş olması gibi gelişmelerdir. Bölgenin profilini yoğun olarak bürokratlar, varlıklı gayrimüslimler, tüccarlar, sanatçılar ve zanaatkârlar oluşturduğu için lüks tüketim ihtiyacının artması da etkindir. 1880'li yıllarda Tünel ve Galatasaray arasında, 1900'lü yıllara gelindiğinde İstiklal Caddesi boyunca yapıların zemin katlarında, hanlarda ve iş merkezlerinde ticari aktivite görmek mümkündür. Dönemin alışveriş mekanlarını pasajlar, bonmarşeler ve önemli mağazalar temsil eder. Alışveriş mekanları benzese de İstiklal Caddesi'ndeki ticari aktivite Avrupa'daki ana alışveriş caddeleri gibi yalnızca perakende üzerine değildir, bürolar, kişisel hizmetler, yiyecek ve kıyafet perakendesi karması vardır. Kıyafet perakendesinin aynı zamanda üretimlerinin de cadde ve çevresinde yer seçtiği görülmektedir. Üstelik elçiliklerin de etkisiyle tiyatrolar ve balo salonları gibi kültürel aktiviteler de yer almakta ve caddenin ilk gelişiminde dahi salt alışveriş özelliği göstermediğini kanıtlamaktadır.

Beyoğlu'nun ikinci dönemi Cumhuriyet'in ilanından sonra 1970'lere kadar olan, sosyo-kültürel olarak büyük bir değişimin yaşandığı, baskın popülasyonu oluşturan gayrimüslimlerin terkine neden olacak Varlık Vergisi (1942), 6-7 Eylül Olayları (1955), 1964 Kararnamesi gibi önemli politik olayların olduğu dönemdir. Tüm bu süreç gayrimüslimlerin göç etmesi ile el değiştirmelerin yoğun olarak yaşandığı hem esnaf hem de hanehalkı çehresinin değiştiği geniş bir aralıktır. Bu dönem yazarlar tarafından *Beyoğlu'nda büyük değişim* olarak belirtilmiştir (Türkün vd., 2022). İstiklal Caddesi'nde bir çok dükkanın sahibi ve nitelikli çalışanları temsil eden gayrimüslimlerin çeşitli girişimlerle ülkeyi terk etmesi verilen hizmetin ve işletmelerin yapısına zarar vermiş olsa da cadde alışveriş işlevini devam ettirmiştir.

Üçüncü dönem 1971 ve 2000 yılları arasını kapsayan ve *Beyoğlu'nun çöküş dönemi* olarak kabul edilen dönemdir (Türkün vd., 2022). Bu dönemi siyasi olaylar ve darbeler şekillendirmiştir. 12 Mart 1971 ve 12 Eylül 1980 askeri darbelerinin tüm ekonomik ve sosyal etkileri caddede de yansımaları bulmuştur. 1970'lerde kentin farklı bölümlerinde artan sanayi alanlarının da etkisiyle fason üretim atölyelerinin İstiklal Caddesi çevresinde yer seçtiği görülmektedir. Direkt olarak bununla ilgili olmasa da ülkedeki gergin politik ortamın da katkısıyla Cadde'de genel bir çöküş dönemi yaşanmış, Cadde'nin müdavimleri olan sanatçılar ve entelektüeller ziyaretlerini azaltmışlardır. Şişli, Osmanbey, Teşvikiye ve Nişantaşı gibi bölgeler bu profillerin tercih ettiği yeni mekanlar olmuştur. 1980 sonrası ise tüm ülkede kabul edilen neoliberal politikalarla Haliç'in temizlenmesi, Tarlabası Bulvarı'nın açılması ve 2. Boğaziçi Köprüsü'nün yapılması gibi büyük kentsel yatırımlar kentin merkezinin genişleyerek Mecidiyeköy – Büyükdere – Maslak aksına kaymasına neden olmuştur. İstiklal Caddesi ve çevresi bu değişimden artan otel kullanımlarıyla ve Batılı tek merkez özelliğini kaybederek etkilenmiştir.

Bu dönemde alışveriş caddesi olarak görünümüne bakıldığında hâlâ ticaret işlevini korumakta fakat daha önce lüks tüketim ve kültür-sanat-eğlence mekânı olarak görülen caddede ucuz ürünlerin ve hazır ev eşyası, mobilya, züccaciye, hazır giyim, kumaş gibi perakende ürünlerinin satışının arttığı bir dönem olmuştur. Perakende dışındaki ortam ise üretim atölyeleri, batakhaneler, gazinolar ve genelevlerle tanımlanmıştır.

1990 yılına gelindiğinde İstiklal Caddesi ve çevresi için toparlanma girişimlerinde bulunulmuştur. Beyoğlu Güzelleştirme Derneği'nin de çabalarıyla 30 Mart 1990'da

İstiklal Caddesi yayalaştırılarak bugün hâlâ kullanılan nostaljik tramvay kullanılmaya başlanmıştır. Araçların cadde üzerinde kullanılamaması bazı üst segment markaların müşterilerinin caddeden tamamen uzaklaşmasına, dolayısıyla bu markaların başka semtlere taşınmasına neden olurken, bir yandan da yeni bir kullanıcı profili ve yeni işletmelerin artmasına alan sağlamıştır. Bu dönemde İstiklal Caddesi'nde kitapçılar, yayınevleri, galeriler açılarak yeniden sosyal-kültürel olanakların canlandığı bilinmektedir. Ayrıca ara sokaklarda Beyoğlu kimliği için oldukça önemli bir çok bar ve gece kulüpleri de bu dönemde açılmışlardır.

Beyoğlu için dördüncü dönem *Beyoğlu'nda yatırım ve yükseliş dönemi* olarak görülen 2001 ve 2012 yılları arasındaki dönemdir (Türkün vd., 2022). Bu döneme Beyoğlu ve çevresi için geliştirilen öncü projeler damgasını vurmuştur. Hem bu projelerin beklentisi hem de İstanbul'un Avrupa Kültür Başkenti olmasıyla tüm kent içinde İstiklal Caddesi'nde ticari ve kültürel faaliyetler artmıştır. Elbette bu gelişmeler kira ve mülk değerlerinde beklenenin çok üzerinde artışların yaşanmasına ve süper soylulaşma olarak adlandırılan sürecin yaşanmasına neden olmuştur. 1993 yılında Beyoğlu Kentsel Sit Alanı'nın ilan edilmesinin ardından 2011 yılında Beyoğlu Kentsel Sit Alanı Koruma Amaçlı İmar Planı hazırlanmıştır. Aradaki geçiş döneminde cadde üzerinde bölgenin kimliğine etkisi olan büyük yapıların alışveriş merkezleri ve otellere dönüştürülme süreçleri yaşanmıştır.

Bu dönemde İstiklal Caddesi'nin alışveriş caddesi görünümünü değerlendirmek gerekirse cadde üzerindeki küçük mağazaların kapanarak büyük mağaza sayısının arttığı, ara sokaklara ise otel, restoran ve kafelerin yayıldığı ve ticari soylulaştırma ile el değiştirmelerin yaşandığı bir dönem olarak tariflemek mümkündür. Bu dönemi ilerleyen yıllarda uygulanmaya başlayan 10 yılı geçen konut ve işyeri kiralarında kira sözleşmesinin bildirim yoluyla sona ermesi destekleyecektir.

Beyoğlu'nda beşinci dönemi başlatan olay ise 2013 yılı Mayıs ayında başlayan Gezi Olayları olarak görülmekte ve bu yıldan 2019'a kadar *Beyoğlu'nun yeniden gerileme dönemi* olarak adlandırılmaktadır (Türkün vd., 2022). Bu dönemde tek etken Gezi olayları değildir, 2016 yılında gerçekleşen terör saldırıları, ekonomik kriz ve hatta caddede yürütülen altyapı çalışmaları gerilemeye neden olmuştur. Bu dönemde yaşanan olaylar görüşmecilerin de hatıralarında önemli dönüm noktaları olarak kalmıştır. 4.3.3.6 Daha Önceki Krizler, Krizlerin Sıklığı ve Etki Süreleri isimli başlıkta bu olaylardan detaylı olarak bahsedilmiştir. Bu dönem ilgili bölümde

de bahsedileceği üzere giderek yerli tüketicinin kaybedildiği, turizmin yoğun olarak işlev gösterdiği, geleneksel üretim ve ticaret mekanlarının yerini zincir mağazalara bıraktığı, kültür işlevlerinin yoğunlukla büyük kurumlar tarafından ayakta kalabildiği bir yapıya dönüşmüştür. Üstelik çevresinde henüz yeni açılmış ya da devam eden Galataport, Tarlabası 360, Haliçport gibi büyük projelerin etkileri henüz görülmemektedir. Büyük projelerin yanı sıra yapı bazında Taksim Camii'nin inşası, Atatürk Kültür Merkezi'nin yenilenmesi, Narmanlı Han'ın restorasyonu, Demirören ve Grand Pera AVM'lerinin işlev değiştirerek açılması gibi yapı bazında birçok projeye de ev sahipliği yapmıştır.

Tüm bu gerileme dönemini bir noktada sonlandıran olay ve Beyoğlu için son dönem bu tezin de temel çalışma alanını oluşturan COVID-19 salgın dönemidir. Bu dönemle ilgili tüm bilgiler gelecek bölümlerde aktarılmıştır.

Tüm bu anlatımlardan anlaşılmaktadır ki, her sosyo-ekolojik sistem gibi İstiklal Caddesi için de şoklar, krizler ve yavaş değişimler yaşanmıştır. Her ne olursa olsun caddenin 1850'li yıllarda başlayan alışveriş fonksiyonu hiç kaybedilmemiştir. Dönemlerin dinamiklerine göre fonksiyonlar ve kullanıcı tipleri değişmiş, bazı dönemlerde verilen hizmetin içeriği ya da kalitesinde değişimler yaşanmış fakat her zaman temel kimliği olan alışveriş fonksiyonu devam etmiştir. Bu fonksiyonu destekleyici diğer kullanımlar asıl dönüşümün yaşandığı alanlar olmuştur. Bu da göstermektedir ki, İstiklal Caddesi 150 yılı aşkın bir süredir başa çıkma kapasitesi ve adaptif kapasitesini kullandığı gibi, gerektiğinde dönüşüm kapasitesinden de yararlanarak dayanıklı bir ana caddeyi temsil etmiştir.

İstiklal Caddesi'nin muhtemeldir ki gördüğü en büyük kriz olan COVID-19 pandemisine karşı dayanıklılığı ve bu kapasiteleri değerlendirme aşamasına geçmeden önce, bağlamın daha iyi anlaşılması adına, bir sonraki bölümde günümüzdeki görünümünden ve yakın dönemdeki değişiminden bahsedilecektir.

4.2.2 İstiklal Caddesi'nin Günümüzde Ana Alışveriş Caddesi Olarak Görünümü, Canlılığı ve Yaşayabilirliği

4.2.2.1 İstiklal Caddesi'nin Canlılığı ve Yaşayabilirliği

İstiklal Caddesi 2023 yılı itibarıyla hâlâ Türkiye'nin en çok ziyaret edilen ana alışveriş caddesidir (Cushman & Wakefield, 2024). Caddenin kısa süreli duraklamaları dışında her zaman canlılığını ve yaşayabilirliğini sürdürdüğünü

söylemek mümkündür. Bu söylemi desteklemek adına bu bölümde Parker ve diğerleri (2017) tarafından ana alışveriş caddelerinin performansı için belirlenen 25 faktör (Şekil 3.7) İstiklal Caddesi bağlamında Tablo 4.2’de değerlendirilmektedir. Bu değerlendirme derinlemesine görüşmelere, arazi tespit çalışmasına, internet araştırmasına ve yazarın kişisel deneyimine dayanmaktadır.

Tablo 4.2 İstiklal Caddesi’nin canlılık ve yaşayabilirlik değerlendirmesi

Faktör	Değerlendirme
<i>Aktivite Saatleri</i>	İstiklal Caddesi 7/24 ekonomik aktivitenin sürdürüldüğü bir alışveriş caddesidir. Önceki yıllarda gece ekonomisi yalnızca ara sokaklardaki meyhane, bar, kulüp gibi eğlence mekanları üzerinden sağlanırken, günümüzde bu kullanımların yanı sıra alışveriş işlevinin de sürdüğü görülmektedir. Özellikle uluslararası zincir mağazaların gece yarısından sonra dahi açık şubeleri yeme-içme fonksiyonun da hizmet saatlerini uzatmıştır.
<i>Görünüm</i>	İstiklal Caddesi’nin canlılığının en önemli sebeplerinden birisi görsel ve estetik görünümüdür. Cadde üzerinde 19. yüzyıl sonlarından itibaren yapılan betonarme yapılarıdaki Art Nouveau, Neoklasik, Neo-Rönesans ve Neo-Barok üslubu dikkat çekicidir. Kamusal alan görünümü bakımından değerlendirildiğinde ise gündelik temizlik ve aydınlatma faaliyetleri açısından olumlu bir görünümü olsa da sokak mobilyalarının eksikliği sıklıkla eleştirilmektedir. Ayrıca cadde üzerinde devam eden restorasyon çalışmalarının uzun sürelere yayılması görünümü olumsuz etkilemektedir fakat özellikle cadde üzerinde metruk ya da boş bina sayısının oldukça az olması olumludur. Ara sokaklarda ise fiziksel olarak köhnemiş daha fazla yapıya rastlamak mümkündür.
<i>Perakendeciler</i>	İstiklal Caddesi perakende bakımından çeşitliliğinin her anlamda yüksek olduğu bir caddedir. Perakendenin türü, perakendecilerin yapısı, işletmenin türü, büyüklüğü ve sahipliği açısından geniş bir temsiliyeti vardır. Türkün ve diğerlerinin çalışmasına göre İstiklal Caddesi ve çevresinde, zemin katta, yalnızca gıda perakendesi ve dayanıklı ürün perakendesinde 60 farklı kullanım tipi tespit edilmiştir (Türkün vd., 2021). Detaylı görünüm 4.2.2.2 İşlevlerin Dağılımı ve Perakende Görünümü adlı başlıkta yer almaktadır. İşyerlerinin niteliğine bakıldığında cadde üzerinde Limited ve Anonim Şirketler dikkat çekerken arka sokaklarda şahıs şirketleri ağırlıklıdır. Yine cadde üzerinde küresel ve yerel zincir mağazalar ağırlıkta ve hatta birden fazla şubeleri var iken, ara sokaklarda yerel ve zincir olmayan, tek şubeli işletmeler sıklıkta yer almaktadır.

Tablo 4.2 İstiklal Caddesi'nin canlılık ve yaşayabilirlik değerlendirmesi (devamı)

Faktör	Değerlendirme
<i>Perakendeciler (devamı)</i>	Küresel ve yerel zincir markaların segmentine bakılırsa İstanbul'un en sık ziyaret edilen ana caddesi olmasına rağmen yüksek segment markaları ağırlamamakta, daha çok orta segment zincir mağazalara rastlanmaktadır. Pasajlar, iş merkezleri ve ara sokaklarda yer alan işletmeler bu yapıyı orta ve düşük segment marka ve ürünlerle desteklemektedir. Caddenin orta ve alt gelirli kullanıcı sınıfına hitap edebilecek ürün çeşitliliği sunması olumluyken, marka değeri geliştirilmesi gereken bir olgudur.
<i>Vizyon ve Strateji</i>	İstiklal Caddesi'nin herhangi bir kurum ya da aktör tarafından belirlenmiş bir vizyonu yoktur. 4.2.3.1 Vizyon ve Strateji başlıklı bölümde görüleceği üzere bölgeyi kapsayan plan ve strateji belgelerinde de yeterli stratejilere yer verilmemiştir. Bu tez kapsamında yapılan görüşmeler göstermektedir ki, aktörler arasında iletişim ve işbirliği oldukça sınırlıdır.
<i>Deneyim</i>	İstiklal Caddesi alışveriş fonksiyonunun yanı sıra barındırdığı kültür, sanat, eğlence, eğitim ve dini fonksiyonlarıyla zengin bir deneyim ortamı sunmaktadır. 2010'lu yıllarından itibaren terör olaylarının da etkisiyle bölgenin imajının sarsılmış olması kültür, sanat ve eğlence deneyimini giderek azaltmıştır. Yine de bölgenin çok farklı kullanıcı tiplerine hitap eden çeşitliliği deneyimin her dönem hissedildiği yapısını korumasına yardımcı olmuştur. Bir yandan Cadde'nin kendisinin yanı sıra işletme ölçeğinde de deneyim imkanları yaygınlaşmaktadır. Pandemi sonrası perakendede artan deneyim mağazalarının da ilk örneklerinin İstiklal Caddesi'nde yer aldığını vurgulamak gerekir.
<i>Yönetim</i>	İstiklal Caddesi'nin Avrupa ve Amerika kentlerinde olduğu gibi caddeye özel herhangi bir yönetim yapısı bulunmamaktadır. İstiklal Caddesi idari olarak İstanbul Büyükşehir Belediyesi, sokaklar ise Beyoğlu Belediyesi yönetimindedir fakat bu yönetim mekanizmaların caddenin kapasitesinin geliştirilmesi adına sınırlı müdahalesi vardır. Özellikle ticari işlevler büyük çerçevede piyasa tarafından şekillendirilmektedir.
<i>Ticari ürün ve hizmetler</i>	Hem ürün hem de hizmet çeşitliliği oldukça yüksek olan İstiklal Caddesi genellikle baskın müşteri profiline taleplerine hızla adaptasyon sağlayabilmektedir. Örneğin, son dönemde artan Ortadoğulu turistlerin tercih ettiği ürün ve hizmetler tatlıcı, lokumcu ve parfümcü gibi çeşitli perakende tipleriyle okunabilmektedir.

Tablo 4.2 İstiklal Caddesi'nin canlılık ve yaşayabilirlik değerlendirmesi (devamı)

<i>Faktör</i>	<i>Değerlendirme</i>
Gereksinimler	Umumi tuvalet, dinlenme alanları ve oturma elamanları gibi temel gereksinimler bakımından yeterli değildir. Bu ihtiyaçlar genellikle dini tesislerden ve işletmelerden karşılanmaktadır. Caddenin yakın çevresinde otopark alanları var olmasına rağmen bölgenin kapasitesi için yetersiz kalmaktadır.
Çekirdek (Çapalar)	İstiklal Caddesi'nin kendisi ziyaretçileri çekmek için yeterli bir çapadır. İçinde barındırdığı işletmeler zaman zaman önem kazanmakta ve yerine yenileri gelebilmektedir. Bu durum da caddeyi aktif kullanan profile direkt olarak alakalıdır. Son yıllarda kültür-sanat olanaklarının azalmasıyla yerli kullanıcılar tarafından eleştirilen Cadde'de yavaş yavaş kültür ve sanat aktivitelerine izin veren işlevlerin yeniden önem kazandığını söylemek mümkündür. Örneğin, İBB tarafından kültür ve sanat merkezine dönüştürülen Botter Apartmanı, Salt Beyoğlu, Pera Müzesi ve bankaların sanat galerileri gibi kullanımlar yerli profili alana çekmekte etkindir.
Ağlar ve İşbirlikleri	İstiklal Caddesi ve çevresinde Beyoğlu Güzelleştirme ve Koruma Derneği, Beyoğlu Eğlence Yerleri Derneği gibi çeşitli dernekler yer almaktadır. Buna rağmen bu araştırmada 4.4.1 İlişkisel Ağlar, Krizin Yükünü Paylaşma ve Karşılıklı Güven başlığında görüleceği gibi etkin bir ağ ve işbirliği bulunmamaktadır. Üstelik paydaşların birbirleri ile iletişimleri ve güven duyguları da giderek azalmaktadır.
Çeşitlilik	İstiklal Caddesi ve çevresi sunduğu işlev ve hizmetlerle süper-karma bir alışveriş caddesidir. Perakendenin yanı sıra, kültür, sanat, eğlence, yeme, içme, dini, eğitim, yönetim, konaklama gibi birçok kentsel fonksiyona sahip olmasıyla bir kent merkezinin çeşitliliğini ve canlılığını sunar niteliktedir. Sunduğu işlev çeşitliliğinin yanı sıra işletmeler detayında, mülk sahipliği-kiracılık, çok şubeli-tek lokasyonlu, yerel-uluslararası, geleneksel-modern, mikro-küçük-orta-büyük, aile işletmesi-bağımsız-kurumsal, çalışan sayısı, müşteri profili gibi birçok alanda çeşitliliği barındırmaktadır.
Yürünebilirlik	İstiklal Caddesi 1990 yılından bu yana yayalaştırılmıştır bir ana caddedir. Taksim Meydanı ve Tünel Meydanı arasında araçlar için caddeyi dikeyde kesen 4 geçiş bulunmakla beraber caddede 2003 yılından bu yana aktif bir şekilde çalışan çift yönlü 2 nostaljik tramvay bulunmaktadır. Caddenin 1.4 kilometre uzunluğu yürümeyi zorlaştırsa da alternatif çözüm olması bakımından tramvay olumlu bir seçenektir.

Tablo 4.2 İstiklal Caddesi'nin canlılık ve yaşayabilirlik değerlendirmesi (devamı)

Faktör	Değerlendirme
<i>Eğlence ve Dinlence</i>	İstiklal Caddesi'ne bağlanan ve paralel bir çok sokak eğlence ve dinlence sektörüne hizmet etmektedir. Tarihsel olarak değerlendirildiğinde de caddenin alışveriş fonksiyonunu kazanmasında eğlence faaliyetlerinin rolü büyüktür. Beyoğlu bölgesi tüm İstanbul için eğlence merkezi olarak görülmektedir. Yeme ve içme sektörü de giderek varlığını arttırmakta, cadde üzerinde daha fazla yer almaya başlamaktadır.
<i>Çekicilik</i>	İstiklal Caddesi özellikle yerli ve yabancı turistler için oldukça önemli bir cazibe merkezidir. İstanbul'a gelen turistlerin mutlaka ziyaret etmeyi istediği simgesel bir mekandır. Yerli kullanıcı için ise hem caddenin imajının düşmesi hem de güvenlik nedeniyle eskisi kadar çekici olmadığı bilinse de sunduğu olanaklar ve yere ait özellikleri nedeniyle yeniden ziyaret edilmeye başlanmıştır.
<i>Yer Güvencesi</i>	İstiklal Caddesi 150 yılı aşkın süredir alışveriş caddesi olma deneyimini belirli düzeyde sağladığı kalite ve tutarlılık ile başarmıştır. Hizmetlerin tipi ve kullanıcısı değişse de bu değişimler yavaş yavaş gerçekleşmekte, beklenmedik bir durumla karşılaşmamaktadır. Ayrıca caddede kurumsal mağazaların varlığı ve esnafılık kültürünün devam etmesi kaliteyi belirli bir seviyede tutmaktadır. Tüm bunlara rağmen İstiklal Caddesi'nin krizlere açık yapısı tüm aktörler tarafından değerlendirilmelidir.
<i>Erişilebilirlik</i>	İstiklal Caddesi hem konumu hem de tarihi bir kent merkezi olması nedeniyle oldukça erişilebilirdir. Cadde çevresinde bir çok otobüs durağı bulunmakla beraber, Taksim Meydanı'ndan M2 Metro Hattı ve Kabataş arasında funikülere, Tünel Meydanı'ndan ise Karaköy Tramvayına erişim sağlanmaktadır.
<i>Pazarlama</i>	İstiklal Caddesi'nin pazarlanması için özel bir çaba harcanmamaktadır fakat buradaki canlılık, gerçekleştirilen festival ve diğer kültür sanat aktiviteleri medyada görünürlüğünü arttırmaktadır. Alanda yer alan tabelalar temel düzeyde yeterli olsa da cadde etrafında yer alan küçük işletmeleri destekleyici ya da yönlendirici bilgilendirmeler/kılavuzlar eksiktir.
<i>Karşılaştırma/ Kolaylık</i>	İstiklal Caddesi ve çevresinde oldukça yüksek sayıda işletme bulunması hem karşılaştırmalı alışveriş hem de kolaylık alışverişine uygun bir ortam sunmaktadır. Özellikle kıyafet ve kozmetik perakendesinde geniş bir yelpaze sunmakla beraber market, eczane, büfe gibi bir çok kolay tüketim mağazaları da yeterince yer almaktadır.

Tablo 4.2 İstiklal Caddesi'nin canlılık ve yaşayabilirlik değerlendirmesi (devamı)

Faktör	Değerlendirme
<i>Rekreasyonel Alan</i>	Cadde boyunca herhangi bir rekreasyon alanı bulunmamakla beraber caddenin girişi olan Taksim Meydanı, Gezi Parkı ile bütünleşiktir. Her ne kadar Taksim Meydanı yeniden düzenlenmiş olsa da Gezi Parkı kullanıcıların dinlenmek için kullanabileceği yürüme mesafesindeki tek yeşil alandır.
<i>Caddeye Giriş Engelleri</i>	İstiklal Caddesi üzerindeki kira değerleri oldukça yüksektir (Bakınız 4.2.2.5 Kira Seviyesi). Bu nedenle küresel ve yerli mağazaların girişleri görece kolay olsa da küçük işletmeler genellikle çevre sokaklarda, pasajlarda ve iş hanlarında yer seçmektedirler. Caddeye giriş için yasal olarak herhangi bir engel yoktur, piyasa şekillendirmektedir.
<i>Zincir vs. Bağımsız Mağazalar</i>	İstiklal Caddesi üzerinde yer alan zincir mağazalar 2000'li yıllardan itibaren giderek artmaktadır. Önceki yıllarda zemin katlarda yer seçen zincir mağazalar günümüzde tüm yapıyı kullanmakta, hatta üst katlarda yan binalar ile birleşmeler yapıldığı da görülmektedir. Tek şubeli, bağımsız mağazalar ise pasaj, iş hanları ve çevre sokaklardaki yapılarda yer almaktadırlar. Cadde üzerinde azalan küçük işletmeler İstiklal Caddesi'nin kimliğinin kaybolmasına zemin hazırlamaktadır.
<i>Güvenlik/Suç</i>	İstiklal Caddesi çeşitli zamanlarda terör saldırılarının gerçekleştiği bir alan olmuştur. Dolayısıyla cadde üzerinde sürekli emniyet görevlileri ve araçları yer almaktadır. Bu durum zaman zaman güven algısını azalmakta, ziyaretçi kaybı yaşanmaktadır. Ayrıca, caddeye yakın ara sokaklardaki aydınlatma ve köhneme sorunları yine güven algısını etkilemektedir. Bu algıyı artan mülteci kullanıcılar da artırmaktadır. İşlenen suç sayısı ile ilgili herhangi bir bilgilendirme yapılmamaktadır.
<i>Yaşanabilirlik</i>	Tarihsel süreçte İstiklal Caddesi ve çevresinde konut alanları bulunsa da günümüzde ara sokaklardaki apartmanların üst katlarında yok denecek kadar az sayıda bulunmaktadır. Konut niteliği gösterebilecek birimlerin Airbnb olarak kiralanması kalıcı nüfusun tamamen bitmesine neden olmaktadır.
<i>Uyarlanabilirlik</i>	Bölgedeki ticari birimler oldukça uyarlanabilir bir yapı göstermektedir. Cadde üzerindeki boş birim sayısı ve devir hızına bakıldığında kolaylıkla yeni bir kullanım için işlevlendirilebildiği görülmektedir.
<i>Mağaza Geliştirme</i>	İstiklal Caddesi'ndeki mülk sahipleri mülkleri yatırım amaçlı edinmekte ve kiralaması yaptıktan sonra herhangi bir müdahalede bulunmamaktadırlar. Kurumsal işletmelerin marka standartlarına uymak için düzenlemeler yaparak iyileştirmelere gittiğini, küçük işletmelerin ise sınırlı düzeyde iyileştirme yaptığı bilinmektedir. Mülk sahibi ve işletmelerin koordine bir şekilde mağaza geliştirmeye istekli olmadıkları görülmektedir.

4.2.2.2 İşlevlerin Dağılımı ve Perakende Görünümü

Tez kapsamında yapılan görüşmeleri desteklemek ve caddenin perakende görünümünü anlayabilmek üzere İstiklal Caddesi üzerinde zemin katlarda yer alan işletmelerin işlev analizi yapılmıştır. 21 Kasım 2023 tarihinde arazi tespit çalışması yapılmış, 2015 ve 2019 yıllarındaki görünüm için ise Google Maps ve Türkün ve diğerlerine (2021, 2022) ait çalışmalardan yararlanılmıştır. Yapılan bu analize iş merkezleri, hanlar ya da alışveriş merkezlerinin zemin katlarında bulunan işletmeler dâhil edilmemiş fakat direkt olarak caddeye cephesi olan işletme varsa dahil edilmiştir.

Tablo 4.3 İstiklal Caddesi üzerinde zemin katlarda yer alan işletmelerin 2015, 2019 ve 2023 yılları kullanım dağılımları

Kullanımlar	2015	2019	2023
Giyim - Ayakkabı - Çanta	82	89	88
Yeme - İçme	58	53	55
Aksesuar - Kozmetik - Saat - Optik - Eczane	28	31	35
Banka - Döviz Bürosu	18	18	18
Kitap - Müzik - Teknolojik Ürün - Hediye Eşya - Oyuncak - Dekorasyon	15	12	15
Lokum - Kuruyemiş - Tatlı	12	15	16
Kültür - Sanat	9	10	9
Telekomünikasyon	9	8	9
Diğer	3	4	4
İnşaat/Tadilat Halinde	14	3	1
İşlevsiz - Boş Birim	13	19	10
Aktif Olarak Kullanılan Ticari Birim Sayısı	234	240	249
Toplam Ticari Birim Sayısı	247	259	259

Yapılan arazi tespit çalışmasına göre, İstiklal Caddesi üzerinde zemin katlarda 2015 yılında 234 işletme, 2019 yılında 240 işletme ve 2023 yılında ise 249 işletme yer almaktadır (Tablo 4.3). Toplam ticari birim sayıları ise sırasıyla 247, 259 ve 259'dur. Toplam ticari birim sayılarındaki bu farklılık 2015'te 14, 2019'da 3, 2023'te ise 1 ticari birimin yeniden inşaat ya da tadilat halindeki yapılarda bulunmasından, dolayısıyla kullanılabilir olmamasından kaynaklıdır. Buna ek olarak, kimi zaman işletmelerin 2 ayrı ticari birime dönüşmesi ya da aksine daha önceki yıllarda 2 ya da 3 işletmenin yer aldığı cephelerin artık bir işletmeye dönüşmüş olması da farklılık yaratmıştır. Örneğin 2015 yılında Antakya Büfe, Çıka

Çanta ve İstiklal Kuruyemiş olmak üzere 3 farklı ticari birimin bulunduğu 193 numaralı binada, 2023 yılında Avva isimli tek bir mağaza yer almaktadır. 2023 yılında, Defacto ve 2 ayrı LC Waikiki şubesi benzer şekilde farklı ticari birimlerin birleşmesi ile tek mağazaya dönüşen diğer işletmelerdir.

Yıllara göre kullanımlara bakıldığında, giyim – ayakkabı ve çanta perakendecileri her dönemde İstiklal Caddesi'nde zemin katları en yüksek oranda kullanan işletmeler olmuştur. İngiliz, Avrupa ve Amerikan ana caddelerinin aksine, her ne kadar İstiklal Caddesi'ni de perakende kullanımları domine etse de fark edilir düzeyde yüksek seviyede yeme - içme mekanları yer almaktadır. Bu mekanlar kısmen fastfood ürünleri iken, baklavacılar, dondurmacılar ve kahveciler de yoğun şekilde yer almaktadır. Bunu aksesuar, kozmetik, saat, optik, eczane gibi kullanımlar takip etmektedir. Özellikle 2023 yılında bu kategoride yer alan 35 işletmenin 22'sini parfüm başta olmak üzere kozmetik işletmeleri oluşturmaktadır. Bu kategoride optik mağazalarının giderek azalması dikkat çekicidir.

Banka ve döviz merkezleri ise her 3 yılda da aynı görünüyorsa da kategori kendi içinde değişime uğramıştır. 2015 yılında 5 adet döviz bürosu bulunurken, günümüzde 10 adet döviz bürosu bulunmaktadır. Benzer bir dönüşüm kitap, müzik, teknolojik ürün, hediyelik eşya, oyuncak, dekorasyon mağazalarında görülmekte, mağaza sayısı farklılık göstermese de 2015 yılından bu yana Denizler Kitabevi ve D&R gibi cadde için önemli kitapçılar kapanırken bijuteri ve oyuncakçılar açılmaya başlamıştır.

İstiklal Caddesi için son yıllarda görünür olan işlev değişikliklerinden birisi de lokum, kuruyemiş, tatlı perakendecileridir. Benzer ürünleri içeren yeme-içme işletmeleri de bulunmakla beraber 2015 yılında kuruyemişçiler yoğunken, günümüzde lokum, şekerleme, çikolata ve dondurma satan işletmelerin baskınlığı söz konusudur.

İstiklal Caddesi'nde her 3 dönemde de kalıcılığı devam eden en önemli kullanımlar sanat galerileri olmuştur. Akbank, Türkiye İş Bankası, Ziraat Bankası gibi bankaların cadde üzerinde yer alan sanat galerileri zaman zaman tadilata girip işlevsiz kalsalar da günümüzde de aynı yapılar da yer almaktadır. Buna Galatasaray Üniversitesi ve Koç Üniversitesi'nin sanat merkezleri ile Salt Beyoğlu, Borusan Sanat Galerisi, Meşher gibi galeriler de ilave edilebilir. Bir yandan da her ne kadar

bu analize konu edilmemiş olsa da son yıllarda açılan Beyoğlu Belediyesi Sanat Galerisi ve Hizmet Binası ile İBB Casa Botter Sanat ve Tasarım Merkezi caddeye canlılık katan kültür-sanat kullanımlarındandır.

Son olarak telekomünikasyon işletmeleri cadde üzerinde sıklıkla yer seçen ticari kullanımlardandır. Bu tip işletmelerin verdiği hizmete bakıldığında elektronik ürün satışının oldukça az fakat özellikle turistler için sim kart ve aksesuar satışlarının yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca her bir işletmenin tabelasında benzer marka ismi yer alsa da bir adeti hariç diğerlerinin bayi olarak işlev gösteren mikro işletmeler olduğunu belirtmek gerekir.

Bu yıllara göre karşılaştırmalı arazi tespit çalışmasında görülmüştür ki, İstiklal Caddesi'nde 2015 yılında yoğun olan inşaat/tadilat faaliyetleri günümüzde oldukça azalmış, ticari birimlerin doluluk oranları artmıştır. Narmanlı Han'ın 2019 yılında ve Grand Pera (Cercle D'orient)'nın 2016 yılında restorasyonlarının bitmesi yapıların kendi içlerinde olduğu gibi cadde üzerinde de işletme sayısı artışına neden olmuştur.

2015'te 13, 2019'da 19 olan boş birim sayısı 2023'te 10'a kadar düşmüştür. Boş birimlerden birisinin kiralanmış, açılış hazırlıkları yapılma aşamasında olduğu gözlemlenirken, diğer boş birimlerin kiralık olduklarına dair herhangi bir ibareye rastlanmamıştır. Daha önce Markiz Pastanesi'nin işlev gösterdiği ve bu isimle anılan ve yıllardır boş olan birim gibi uzun süreli boş kalan cepheler cadde görünümü için olumsuz bir durumdur. Cadde üzerinde günümüzde yalnızca vitrinlerin değil, aynı zamanda caddeye açılan apartman ve han kapılarının girişlerinin de atkı, bere, şapka gibi ürünlerin satışının yapıldığı ve ticari aktivite olarak kullanıldığı düşünülürse bu boşlukların değerlendirilmesi gerekmektedir.

Saha çalışması boyunca görüşmeciler sıklıkla turist profilinin değiştiğinden, dolayısıyla işlevlerin de değişikliğe uğradığından bahsetmiştir. Bu arazi tespit çalışmasından yola çıkarak cadde üzerinde bu tip bir değişim olup olmadığı incelenmiştir. Analize göre 2015 yılında mevcut 247, aktif 234 ticari birimin 143 tanesi 2019 yılında da aynı işlevi göstermekte ve aynı markanın kullanımındadır. Bu 4 yıllık süre içinde 70 ticari birim yerine başka bir marka gelmiş, inşaat/tadilat ya da boş olan 19 birime yeniden kullanımlar gelmiş ve önceki dönemde dolu olan 14 birim ise boş duruma geçmiştir.

2023 yılına gelindiğinde ise 2015 yılından bu yana 104 ticari birimin, 2019 yılından bu yana geçen 4 sene içinde ise 166 birimin hiçbir değişikliğe uğramadığı görülmüştür. Bu rakamlar ve aktif ticari birimlere bakıldığında caddede 24 ticari birimin ikinci kez değişikliğe uğradığı, 46 birimin ise ilk kez değişikliğe uğradığını ya da boş birimlerin dolduğunu göstermektedir. 2019 yılında dolu olan 6 birim ise günümüzde boş durumdadır.

Niceliksel olarak bakıldığında ilk 4 yıllık dönemde 103 ticari birimde, ikinci 4 yıllık dönemde ise 84 birimde değişiklik olmuştur. Toplam birim sayıları düşünüldüğünde her 4 senelik dönemde caddenin en az üçte birinin değişime uğradığı görülmektedir. Bu değişikliğin niceliğinin yanı sıra niteliğine bakıldığında ilk olarak kullanımların değişimi ile ilgili herhangi bir kısıtlama ya da engel olmadığı görülmektedir. Herhangi bir kıyafet mağazası bir sonraki dönemde restorana, diğer dönemde ise gıda satışına geçebilmiştir, dolayısıyla İstiklal Caddesi için kendi içinde işlevlerin dağılımı ile ilgili herhangi bir düzenleyici kural olmadığı anlaşılmaktadır. Buna rağmen herhangi bir kullanım grubunun baskınlığından henüz söz edilemez.

İstanbul'un tüm ana caddelerinde son iki yılda en çok kiralama işlemi giyim, çanta ve ayakkabı kategorisinde olurken, bunu yeme-içme takip etmektedir (Cushman & Wakefield, 2023a). İstiklal Caddesi'nde ise Tablo 4.3'de de görüldüğü gibi yalnızca aksesuar - kozmetik - saat – optik - eczane kullanımlarında 2015 yılına kıyasla 7 birimlik, lokum - kuruyemiş – tatlı kullanımlarında ise 4 birimlik bir artış görülmektedir. Bir yandan da inşaat halinde/tadilatları ya da boş durumdaki birimlerin canlandığı düşünülürse dengenin sağlandığı görülmektedir fakat bu bilgi boş birimler yerine sayıca artış yapan kullanımların geldiğini söylememektedir. Tüm dönemlerde inşaat halinde olan ya da tadilatları olan birimlere uluslararası zincirlerin geldiği, daha önceki yerlerini görece daha düşük segment markalara bıraktığı ya da ikinci şubelerini bu yeni birimlerde açma eğilimleri olduğu gözlemlenmiştir. Üstelik Koton, LC Waikiki, Zara, H&M, Mango, Penti gibi uluslararası zincir markalar yalnızca geniş bir zemin kat ihtiyacından ziyade bulundukları binaların ve bazen de yan binaları da içine alarak tüm katlarda hizmet vermektedir. Bu da hem yıllar arasında değişen birim sayılarını açıklamakta hem de mekânsal olarak daha küçük hacimlere ihtiyaç duyan aksesuar - kozmetik - saat

- optik - eczane gibi kullanımlar ise bir nevi yer değiştiren işletmelerden geriye kalan boşlukları doldurarak yer seçme eğilimi açıklamaktadır.

2015-2019 yılları arasında Camper, Samsung, Topshop, Pizza Hut, Paşabahçe gibi bazı zincir mağazaların çıkış yaptığı, bazılarının daha sonra açılan alışveriş merkezleri içinde tekrar yer seçtiği, bazılarının ise tekrar dönmediği gözlemlenmiştir. Bir yandan da Diesel, Guess, Starbucks gibi birçok markanın caddeden hiç çıkış yapmadan sıklıkla yer değiştirdiği de gözlemler arasındadır. Bunun sebebi muhtemeldir ki hem değişen mekânsal ihtiyaçlar hem de kiracılıkla ilgili sorunlardır.

Artan kira değerleri ile ilgili problemler cadde hafızası için önemli birçok mikro ve küçük işletmenin de kaybına neden olmaktadır. Cadde üzerinde yer alan Kelebek Korse Mağazası, Denizler Kitabevi, Erol Giyim, Mahmut Ayakkabı, Tramvay Cafe Restaurant, Lebon Patisserie Cafe 8 yıllık dönemde kapanan önemli işletmelerdir. Günümüzde artan geniş hacimli işletmeler ve bu konudaki devam eden talep (Cushman & Wakefield, 2023a) düşünülürse bu tip kapanmaların ve marka yapısına dair değişimlerin gözlemlenmeye devam edeceği fakat bu kadar hareket alanı kalmayacağı tahmin edilmektedir.

4.2.2.3 Boşluk Oranları

İstiklal Caddesi'ne dair boşluk oranı bilgileri tez kapsamında yapılan arazi tespit çalışmasına ek olarak, senelik bilgi içerdiği için ve alışveriş merkezlerini de değerlendirmeye aldığı için Cushman & Wakefield grubunun raporlarından derlenmiştir. İlgili veri en yüksek alansal boşluk oranının %10 ve 28 birim ile 2017 yılında olduğunu gösterirken bu oran %3 alan büyüklüğü ve 8 birim ile en düşük boşluğu 2022 yılında göstermiştir (Tablo 4.4).

Tablo 4.4 İstiklal Caddesi'nin yıllara göre boşluk değerleri (Cushman & Wakefield, 2019a, 2022a, 2023a)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Boşluk Oranı (Alan Büyüklüğü)	% 6	% 9	% 10	% 7	% 3	% 4	% 5	% 3
Boş Mağaza Sayısı	18	23	28	18	11	23	14	8

2016 ve 2017 yıllarında alansal oranların %9 ve %10 ile oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Bu yüksek boşluk oranlarının nedenleri ve sonuçları 4.6.1.2 numaralı başlıkta değerlendirilmiştir.

4.2.2.4 Ayak sayısı

İstiklal Caddesi'ne dair ayak sayısı bilgileri Cushman & Wakefield grubunun 2019 yılından bu yana yayınladığı İstanbul Ana Caddeleri raporlarından derlenmiştir. Hafta içi ve hafta sonuna dair tahmini günlük ziyaretçi yılları Tablo 4.5'te görülmektedir.

Tablo 4.5 İstiklal Caddesi'nin yıllara göre günlük tahmini ayak sayısı (Cushman & Wakefield, 2019a, 2022a, 2023a)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Tahmini ziyaretçi sayısı - hafta içi	143000	126000	112000	119000	183000	85000	209000	262000
Tahmini ziyaretçi sayısı - hafta sonu	212000	201000	179000	190000	390000	-	331000	229000

Ayak sayısı değerlerine bakıldığında görüşmelerden elde edilen veriler doğrulanmış, 2016, 2017 ve 2018 yıllarında caddenin hem hafta içi hem de hafta sonu ziyaretçi sayılarının düştüğü görülmüştür. Buna rağmen belirtmek gerekir ki, son 8 yılın en yüksek ayak sayısına 2022 yılında erişmiş olan İstanbul'un diğer iki önemli alışveriş caddesiyle karşılaştırıldığında Bağdat Caddesi'nde hafta içi 107000, hafta sonu 183000; Nişantaşı Bölgesinde ise hafta içi 82000, hafta sonu 96000 ayak sayısı yakalanmıştır (Cushman & Wakefield, 2023a). Bahsedilen 2016 - 2018 yıllarında bu caddelerin ayak sayıları İstiklal Caddesi'nin neredeyse beşte birine denk gelecek şekilde 24000 ve 58000 arasında olabilmıştır.

İstiklal Caddesi'nde kaldırım çalışmalarının bitişi, çeşitli restorasyon projelerinin tamamlanması, caddede hâkim olan inşaat halinin ortadan kalkışı 2019 yılında ve 2020 yılının ilk 2 ayında pozitif yönde bir etki olduğunu gösterse de pandeminin başlangıcı ile hafta içi sınırlı, hafta sonu ise sokağa çıkma yasaklarından dolayı tamamen ziyaretçiyi kesmiştir. Pandemi sonrasında, 2021 ve 2022 yılında, eskisinden de fazla olarak görülen ayak sayısı değerleri, kişilerin sosyalleşme ihtiyacı ile ilişkilendirilmiş ve buna ek olarak Galataport, AKM, İstanbul Sanat

Galerisi gibi büyük projelerin açılmasıyla ayak sayısının artarak fiziksel perakendenin toparlanma evresinden yükseliş evresine geçtiği aktarılmıştır (Cushman & Wakefield, 2023a).

Cushman & Wakefield grubunun son raporunda ayrıca ARCANOR tarafından oluşturulan aylık olarak İstiklal Caddesi ziyaretçilerinin dijital ayak izleri yer almıştır (Şekil 4.2). Bu veriye göre, Ocak ayından itibaren ayak sayısı kademeli olarak artmış, Temmuz 2022’de, yani pandemi ile ilgili tüm normalleşme adımlarının bitiminde, yaz döneminin de etkisiyle yaklaşık 11 milyon kişi ziyaret etmiştir.



Şekil 4.2 İstiklal Caddesi aylık yaya trafiği eğilimi (Cushman & Wakefield, 2023a)

2022 yılı ile dikkat çekici olan nokta hafta içi ile hafta sonu arasındaki ayak sayısının giderek azalmasıdır. Bu görünüm daha çok hafta sonu caddeyi ziyaret eden yerli profilin giderek çekildiğini fakat yabancı turistlerin de arttığını doğrular niteliktedir.

4.2.2.5 Kira Seviyesi

Cushman & Wakefield grubunun raporlarından derlenen bilgilere göre (Tablo 4.6) İstiklal Caddesi’nde 2014 yılında m² başına yıllık kira değeri 3358 dolar/2660 euro iken 2023 yılına gelindiğinde 2637 dolar/2500 euro’dur. Hem dolar hem de euro bazında 2022 yılına kadar ciddi bir düşüş yaşanmıştır, öyle ki 2022 yılında m² başına yıllık kira değeri 1195 dolar/1175 euro’ya kadar gerilemiştir. Her ne kadar bu düşüş Türk lirasının döviz karşısında değer kaybetmesiyle açıklansa da caddenin dinamikleri ile de yakinen ilişkilidir.

Tablo 4.6 İstiklal Caddesi'nin yıllara göre kira değerleri ve en pahalı ana cadde sıralaması (Cushman & Wakefield, 2015, 2016, 2017, 2019b, 2022b, 2023b)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
\$/m ² /yıl	3358	3360	-	2637	-	1561	-	-	1195	2637
€/m ² /yıl	2660	3016	-	2311	-	1372	-	-	1175	2500
Dünya’da en pahalı ana cadde sıralaması	20	17	16	23	29	34	-	30	31	20

2022 yılından 2023 yılına geçişte büyük bir yükseliş görünmekte, 2022 yılında caddenin pandemi öncesine göre kira değişimi %-26 iken, 2023 yılında %63 artış göstererek 2637 dolar / 2500 euro’ya yükselmiştir. Bu yükseliş, Türkiye’deki yüksek enflasyon nedeniyle tüm dünya ana caddeleri içinde pandemi öncesine göre en büyük yükselişi göstererek en pahalı ana cadde sıralamasında da 31’den 20’ye yükselmeye neden olmuştur (Cushman & Wakefield, 2023b).

4.2.3 Planlamaya İlişkin Bilgiler, Yasal ve Yönetmelik Süreçler

4.2.3.1 Vizyon ve Strateji

İstanbul Vizyon 2050 Strateji Belgesi: İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından 2022 yılında İstanbul Vizyon 2050 Strateji Belgesi yayınlanmıştır. Bu belgede İstanbul için belirlenen vizyon “Hayatın tüm çeşitliliğiyle canlı ve özgür olduğu, herkesin iyi yaşadığı bir dünya şehri, İstanbul!” sloganıdır ve 7 alt temada politikalar üretmektedir. Bu temalar;

- “Çevreyi koruyan ve değişen iklime uyumlu kent,
- Etkin ve kapsayıcı hareketlilik,
- Bütünleşik ve akıllı altyapı sistemleri,
- İyi yaşam sağlayan canlı ve duyarlı mekanlar,
- Dönüşen ve dayanıklı ekonomi,
- Herkes için erişilebilir ve adil kentsel olanaklar ve
- Eşit ve özgür toplum temasıdır” (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2022).

Vizyonda açıkça belirtilmese de temalar bu tezin de içeriğini oluşturan dayanıklılığı tanımlayan alt başlıklardır. Özellikle “Dönüşen ve Dayanıklı Ekonomi” teması İstiklal Caddesi ve çevresi için önemli bir hareket alanı açmaktadır. Belgeye göre

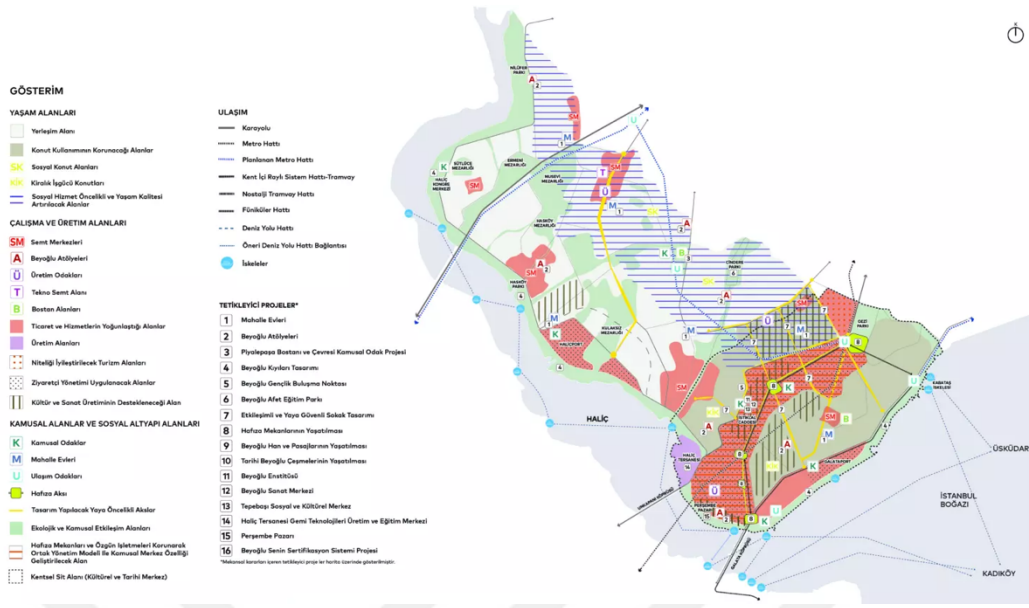
Beyoğlu ilçesi İstanbul içinde “geleneksel üretim, tarihi ve kültürel merkez, yaratıcılık ve turizm merkezi, teknolojik dönüşüm ile geleceğin yenilikçi mekanları” olarak tanımlanan ilçelerden birisidir. Diğer ilçeler geleneksel merkez olan Fatih, Kadıköy ve Boğaz yerleşimleridir.

Beyoğlu Mekânsal Strateji Planı: İBB tarafından 2022 yılında hazırlanan ve çalışma sahasını kapsayan bir diğer belge Beyoğlu Mekânsal Strateji Planı’dır. Beyoğlu halkı, sivil oluşumlar ve araştırmacıların katılımıyla hazırlanan bu plan bir tür “mutakabat metni” olarak geçmektedir (İstanbul Büyükşehir Belediyesi Şehir Planlama Müdürlüğü, 2022).

Bu planda Beyoğlu ilçesi için gelecek vizyonu “Yaşanabilir, adil, dayanıklı, üreten, yaratıcı ve hatırlayan bir Beyoğlu” olarak tanımlanmıştır ve bu temalar ile uyumlu politikalar benimsenmiştir. Planın temellendiği politikalar aşağıdadır:

- “Erişilebilir ve Kapsayıcı Sosyal Hizmet Alanları ile Bütünleşen Nitelikli Kamusal Mekânlar,
- Temel İnsan Haklarını Gözeten, Kapsayıcı Sosyal Hizmetler ve Destek Mekanizmaları,
- Herkes için Erişilebilir ve Güvenli Barınma Olanakları,
- İklim Uyumlu, Afetlere Dirençli Ulaşım ve Altyapı,
- Korunan ve Yaşatılan Çok Kültürlü Miras,
- Özgün ve Çeşitlilik Sunan, Etkileşim Olanakları Güçlendirilmiş Kültür Sanat Ortamı,
- Sürdürülebilir, Dengeli ve Kültürel Mirasa Saygılı Turizm,
- Yerel Ekonomiyi Destekleyen İstihdam Olanakları,
- Yerel Paydaşları Güçlendiren Şeffaf, Etkin ve Katılımcı Yönetim” (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2022).

Planda bu temel politikalara bağlı olarak 46 strateji ve 215 eylem tanımlanmıştır.



Şekil 4.3 Beyoğlu Mekânsal Strateji Planı (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2022)

Bu plana göre İstiklal Caddesi ve çevresi, Taksim'den başlayarak Galata ve Karaköy'ü de içerek şekilde ilçe merkezi olarak tanımlanmıştır. İstiklal Caddesi ve çevresi "Ticaret ve Hizmetin Yoğunlaştığı Alan" olarak belirtilmiş, tüm bu alan için "Ziyaretçi Yönetimi Uygulanacak Alan" ve belirli bir kısmı için ise "Kültür ve Sanat Üretimini Desteklenecek Alan" belirlenmiştir (Şekil 4.3). Bunlara ek olarak, İstiklal Caddesi üzerinde hafıza aksı oluşturulmuştur. Taksim Meydanı için Ulaşım Odağı lejandı eklenmiş, Cadde çevresinde Kamusal Odaklar oluşturulması hedeflenmiştir.

Planın içeriği gereğince birçok eylem İstiklal Caddesi'ni ve çevresini etkilemektedir fakat bu eylemler tez kapsamında fazla detay içermektedir. Örneğin, "Yerel Ekonomiyi Destekleyen İstihdam Olanakları" hedefi, "Özgün ve yerel ticari işletmelerin yaşatılması" stratejisi altında, "Beyoğlu Senin Sertifikasyon Sistemi"nin geliştirilerek özgün ve yerel işletmelerin korunması ve "Hafıza Mekânı Niteliğindeki İşletmeler Haritasının oluşturulması" gibi eylemler yer almaktadır (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2022). Benzer şekilde kamusal alanların oluşturulması, Beyoğlu'nun yaratıcı ve üretici kimliğini destekleyen mesleklerin ve mekânların devamlılığının sağlanması gibi, erişilebilirliğin artırılması gibi ana alışveriş caddesini destekleyici eylemler de yer almaktadır.

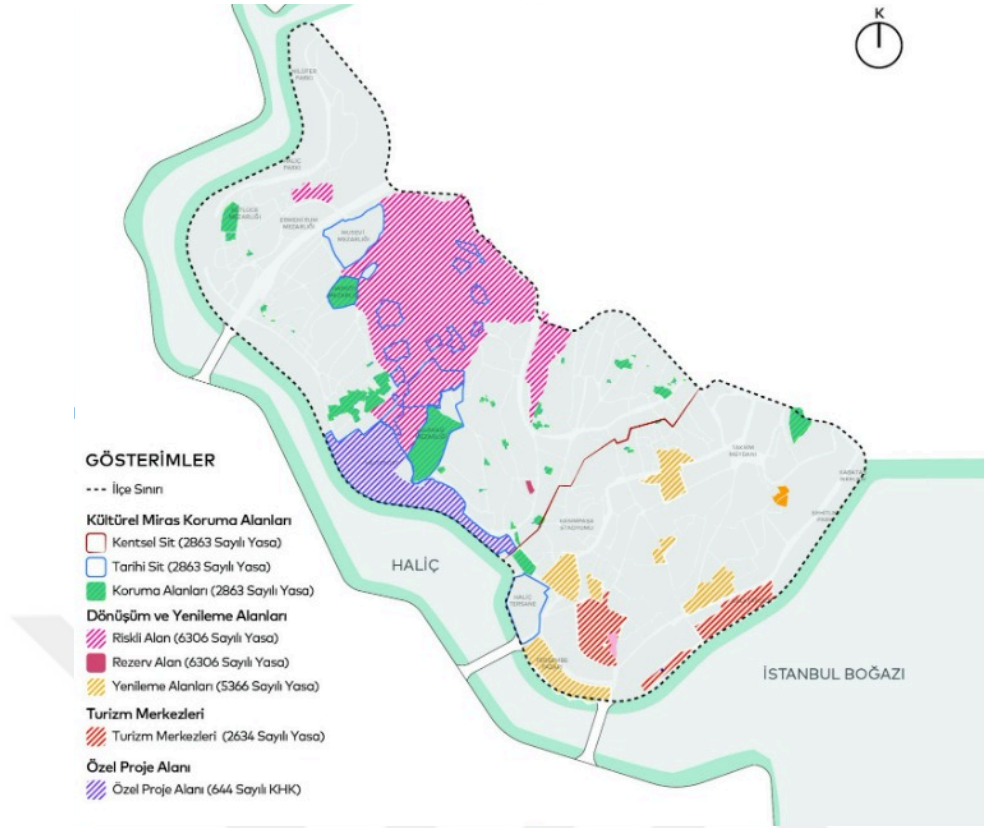
Ayrıca planda Beyoğlu için belirlenen temalardan birisi de “Dayanıklı Beyoğlu”dur. Plan dayanıklılığı afet riskleri ve iklim değişikliği etkilerine karşı değerlendirmiş, mevcut konut stokunun güçlendirilmesi, yeşil altyapı sağlamak, adil ve kapsayıcı olmak gibi hedefler oluşturulmuştur.

Ekonomik dayanıklılık konusuna dayanıklılık teması altında ve direkt olarak bu tanımlamayla değinilmese de “Üreten Beyoğlu” ve “Yaratıcı Beyoğlu” temaları altında, üretim kültürü, hafıza mekânları, aşırı turistikleşme, kayıtdışılık, sektörler, kültür-sanat ekosistemi, üretim çeşitliliği, yaratıcı faaliyetler gibi başlıklarla değerlendirilmiştir (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2022).

Beyoğlu Belediyesi 2020-2024 Stratejik Plan: Beyoğlu Belediyesi Mali Hizmetler Müdürlüğü tarafından hazırlanan, Beyoğlu Belediyesi 2020-2024 Stratejik Plan (2020)’da misyon “Bütün hemşehrilerimizin ve misafirlerimizin, yerel ve ortak nitelikli ihtiyaçlarını, gönül belediyeciliği anlayışıyla en kısa sürede ve en yüksek kalitede karşılamak”, vizyon ise “Dünya’nın gözbebeği bir tarih, kültür, sanat ve turizm şehri” olarak yer bulmaktadır. Planda 9 temel amaç ve 39 hedef yer almıştır. Temiz, sağlıklı ve düzenli şehirleşmeyi sürdürme, tarihi dokuyu koruma ve ihya etme, sakinlerin sağlığını ve yaşam kalitesini artırma, şehir alt yapı ve üst yapı ihtiyaçlarını karşılama, güvenli bir çevrede yaşam sağlama, kültür-sanat hayatını geliştirme, toplumsal katılımı artırma, belediyenin fiziki, mali ve kurumsal yapısını güçlendirme, hemşerilerle etkili iletişim kurma gibi hedeflerle Beyoğlu’nun kalkınmasını ve sürdürülebilir bir şehir olma amacını taşımaktadır (Beyoğlu Belediyesi, 2020). Planda hedefleri gerçekleştirmek için çeşitli stratejiler bulunsa da bu tez kapsamında bahsedilmesi gereken herhangi bir stratejiye rastlanamamıştır.

4.2.3.2 Mevcut Mekânsal Planlar

Çalışma alanının yer aldığı Beyoğlu Belediyesi’nde kentsel ve tarihi sit alanları, koruma ve yenileme alanları, turizm merkezleri, özel proje alanları, riskli alanlar ve rezerv alanları yer almaktadır. Bu nedenle ilçede birçok plan bulunmakta ve farklı kurumların yetki alanına konu olmaktadır. Aşağıda yer alan Şekil 4.4’te Beyoğlu Belediyesi için bu alanların sınırları ve hangi yasaya tabi oldukları belirtilmiştir (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2022)



Şekil 4.4 Beyoğlu ilçesi yetki bölgeleri (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2022)

Bu tezin çalışma alanını oluşturan İstiklal Caddesi ve çevresinin dahil olduğu planlar ve planlarda alan için tanımlanan fonksiyonlar aşağıda yer almaktadır.

1/100.000 ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı (15.06.2009) – Bu plana göre çalışma alanını içeren Beyoğlu 1. Derece Merkezi İş Alanı içinde kalmakla beraber, Galatasaray Lisesi ve çevresi ile Tomtom Mahallesi *Kentsel ve Bölgesel Donatı Alanı* olarak belirlenmiştir.

Beyoğlu İlçesi Kentsel Sit Alanı 1 Numaralı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu’nun 07.07.1993 gün ve 4720 sayılı kararı ile yaklaşık 310 hektarlık (ilçe alanının %37’si) bir alanı kapsamaktadır (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2011). Bu bağlamda yürürlükte 1/5000 ölçekli Beyoğlu Kentsel Sit Alanı Koruma Amaçlı Nazım İmar Planı ve 1/1000 ölçekli Beyoğlu Kentsel Sit Alanı Koruma Amaçlı Uygulama İmar Planı bulunmaktadır.

1/5000 ölçekli Beyoğlu Kentsel Sit Alanı Koruma Amaçlı Nazım İmar Planı (21.05.2009): Cihangir Güzelleştirme Derneği ve Galata Derneği’nin açtığı davanın öncülüğünde kısmen iptal ve kısmen meri olan 300 hektar alanı kapsamaktadır. Planda ticaret alanları ile ilgili olarak “Ticaret alanları planlanırken geçmişten

günümüze kadar gelen yapıyı düzenli ve dengeli gelişimini sağlamak, bölgeye zarar veren faaliyetlerin desantralize edilerek ticaret yapısını geleceğe daha etkin taşımak” planın ana hedeflerinden biri olarak belirlenmiştir (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2009). Bu bağlamda İstiklal Caddesi Bölgesi için Ticaret – Hizmet – Turizm (1. Derece Ticaret) Alanları öngörülen baskın işlev olmuştur. Asmalı Mescit ve Galata bölgeleri için ise 1. Derece Ticaret Alanı’ndan daha kısıtlı işlev barındıran 2. Derece Ticaret Alanı işlevi verilmiştir. 2. Derece Ticaret Alanı lejandı daha sonra İstanbul II Numaralı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu kararı ile plandan kaldırılarak, bu lejanda dahil tüm alanlar Ticaret – Hizmet – Turizm olarak işlevlendirilmiştir (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2010b). Ticaret alanları tüm kentsel sit planlama alanı içinde değerlendirildiğinde, Ticaret – Hizmet – Turizm’in planlama alanı içindeki oranı %11,33, daha çok Fındıklı bölgesinde yer alan Karaköy Beşiktaş sahil hattında 3. Derece Ticaret’in %1,31 ve lineer akslarda konut altı ticarete izin veren Konut + Ticaret ise %3,13’lük bir alan kapsamaktadır. İstiklal Caddesi ve çevresine verilen Ticaret – Hizmet – Turizm’in toplam ticaret alanlarının taban alanlarına oranı %72 iken inşaat alanına oranı %86’dır.

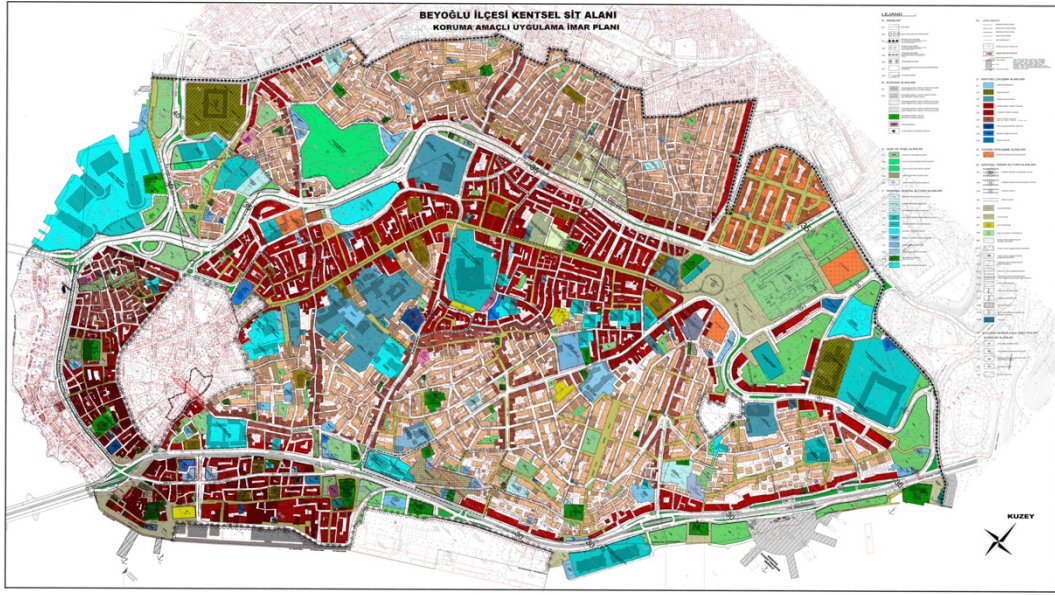
Ayrıca yukarıda bahsedilen plan hedefinden bölgede bulunan birçok imalathanenin ve toptan ticaretin alandan kaldırıldığı anlaşılmaktadır.

Ticaret alanlarına ek olarak, Taksim Meydanı ve Galata arasında kalan İstiklal Caddesi ve çevresinde birçok konsolosluk, eğitim ve dini alanlar, kültürel yapı bulunduğu için bu alanlar Sosyal Donatı Alanları olarak görülmektedir. Ayrıca İstiklal Caddesi’nde olmasa da etki alanında olan ve planda boş gösterilen 3 adet Turizm Merkezi vardır. Bunlar Park Otel Turizm Merkezi, Galata Kulesi ve Çevresi Turizm Merkezi, Beyoğlu Tophane Salıpazarı Turizm Alanı (Galataport)’tur. Bu merkezlerin kararları plan çerçevesinde alınmamıştır.

Plan, sıklıkla revize edilmesi(Taksim Meydanı yayalaştırma projesi, AKM ve çevresinin özel proje alanı ilanı vb.), kısmi iptallere konu olmasıyla bütünlüğünün bozulması, konut alanlarını da içerdiği halde ticaret, hizmet ve turizm fonksiyonları verilmesi ve bu fonksiyonların dengesinin belirtilmemesi, bu nedenle geleneksel ticaretin azalarak turizm ağırlıklı bir merkeze dönüşmesi, kalan geleneksel ticaretinse bölgenin kültürel yapısını gözetmeden ilerlediği için kentsel hafızaya

zarar vermesi nedenleri ile eleştirilmektedir (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2022). Plan kararlarındaki esneklik, beraberinde kontrolsüzlüğü de getirmiştir.

1/1000 ölçekli Beyoğlu Kentsel Sit Alanı Koruma Amaçlı Uygulama İmar Planı (21.12.2010): Plan TMMOB Mimarlar Odası Büyükkent Şubesi tarafından sit alanı bütünü ve etki alanlarını dahil etmemesi, avan projelerle parçaları bütünden ayırması, planlama tekniğine ve şehircilik ilkelerine uymaması gibi nedenlerle davaya konu olmuştur. Tıpkı Koruma Amaçlı Nazım İmar Planı gibi bu plan da kısmen iptal kısmen meridir ve 300 hektarlık alanı kapsamaktadır.



Şekil 4.5 Beyoğlu ilçesi Kentsel Sit Alanı Koruma Amaçlı Uygulama İmar Planı (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2010c)

Plan (Şekil 4.5) ve planın açıklama raporu incelendiğinde, bu tezin çerçevesini oluşturan ticaret alanlarının planda birkaç farklı kullanımda olduğu görülmektedir (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2010b). Bunlardan ilki, İstiklal Caddesi içinde yoğunluklu olarak verilen Ticaret – Hizmet – Turizm fonksiyonudur. Bu fonksiyon için planın notlarında şu ibare yer almaktadır:

“Turizm-Hizmet-Ticaret Alanları; yerel, metropoliten, ulusal ve uluslararası ölçekte tarihi ve kültürel dokuya bağlı turizm-ticaret-pazarlama, hizmet alanlarıdır. Bu alanlarda perakende ticaret birimleri, mefruşat-tekstil ve konfeksiyon ürünleri-konfeksiyon satış birimleri, çok katlı mağazalar, konaklama alanları, turizme yönelik perakende ticaret alanları ve bu birimlere hizmet eden konaklama tesisleri, motel, butik otel, oteller, kongre merkezleri, tiyatro, sinema, iş hanları, yeme-içme faaliyetlerine dönük çayevi, geleneksel ve yöresel mutfak kültürünü yansıtan lokanta, kafeterya, resmi kurumlar, banka ve finans kurumları, müzik çeşitleri eğitimi-dinletisi yapılacak kültürel birimler, bölgenin karakterine uygun kültür öğelerinin korunması, yaşatılması, eğitimi, araştırılması gibi konularda çalışmalar yapacak dernek, vakıf, sivil toplum örgütleri, dershaneler, kurslar, cam boyama, porselen ve seramik sanatı, el yapımı oyuncak, nakış, kumaş boyama, sedef

kakma, geleneksel müzik aletleri, altın ve gümüş takı–telkari ve ev eşyaları, soğuk bakır el işçiliği, oltu taşı-lületaşı vb. her tür değerli doğal taş işleme, hat, ebru, tezhip, minyatür, kitap ciltleme ve onarımı, çerçeve, resim, heykel, ahşap el işçiliği, hediyeelik eşya, halı, kilim, el örgüsü, hasır sepet ve kutu, bakırcılık, küçük çaplı matbaa ve baskı işleri, nargile–pipo imalatı vb. gibi kirletici olmayan geleneksel el sanatları üretimi ve perakende pazarlaması-onarımı-sergileme ve eğitim birimleri, antikacı ve mezat salonları ve nitelikli konut yer alabilir. Yerel özellik arz eden sokak ve bölgelerde, Envanter ile Kayıp Eser Envanterinin ve özgün işlevlerin korunması çerçevesinde yukarıda tanımlanan işlevlerin kullanımının kısıtlanmasında İlçe Belediyesi yetkilidir. Tarihi ticaret işlevini devam ettiren Balık Pazarı (Sahne Sokak-Dudu Odaları Sokak) cepheli parsellerde umuma açık istirahat, eğlence yeri, cafe, cafetarya, lokanta, çay ocağı içermeyen tarihi ticaret ve pazarlama işlevi korunacaktır” (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2010a).

Tanımlamada da görüldüğü gibi oldukça geniş bir içeriğe sahip olan bu fonksiyona ayrıca ilgili izinler alınmak şartıyla özel donatı alanları (eğitim, sağlık, kültür, asansör, otopark vb.) da yapılabileceği belirtilmiştir (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2010a). Planda THT alanları olarak “Tarlabası Caddesi aksı, Tarlabası Caddesi ile İstiklal Caddesi arasındaki bölge, Taksim Meydanı ile Asmalı Mescit arasındaki İstiklal Caddesi ve çevresi, Galata Bölgesi Perşembe Pazarı arası bölge, Karaköy Bölgesi ve Gümüşsuyu Caddesi” tanımlanmıştır (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2010b, s. 95)

Planda ayrıca “Üçüncü Derece Ticaret Alanları (T3)” ve “Konut+Ticaret Alanları (K+T)” fonksiyonları yer almaktadır. Üçüncü Derece Ticaret Alanları kafeterya, çay ocağı, kitabevi, büro, çok katlı perakende mağazaları, resmî kurumlar, kurslar gibi işlevlerden oluşmaktadır. Konut + Ticaret lejandında geçen ticaret ise Üçüncü Derece Ticaret Alanlarına benzer fakat günlük kullanımlara yönelik olarak, sadece zemin katların kullanılacağı ticaret birimlerini ifade etmektedir. Bu kullanımlar ayaksayısı fazla olan fakat yerel kimliği olan Kumbaracı Yokuşu ya da Boğazkesen Caddesi gibi caddeler için önerilmiştir.

Bu ticaret fonksiyonlarından İstiklal Caddesi ve çevresinde yoğunluklu olarak üst plana uygun olarak Ticaret – Hizmet – Turizm fonksiyonları verilmiştir. Burada dikkat çekici husus hem verilen Ticaret – Hizmet – Turizm fonksiyonunun içeriğinin genişliği hem de bu genişliğe rağmen planda herhangi bir oran belirtilmemiş olmasıdır. Plan açıklama raporunda ticaret için fonksiyonel çeşitlenme ve bölgesel dağılım yapıldığından bahsedilse de özellikle bu tezin de konu edildiği ana alışveriş caddesi olan İstiklal Caddesi hakkında hiçbir kısıtlayıcı ya da yönlendirici bir bilgiye ulaşılamamış, planın fazlasıyla esnek olduğu anlaşılmıştır. Raporda tek belirtilen durum Tarihi Balık Pazarı ve çevresinde yer alan Sahne Sokak ve Dudu Odaları Sokaklardaki tarihi pazar dokusunun yeme-

içme-eğlence mekânlarına dönüşmemesi için Beyoğlu Belediyesi tarafından denetimlerin yapılacağıdır.

Ticaret alanlarına ek olarak İstiklal Caddesi ve çevresinde yer alan belediyelere ait yönetim/idari birimleri ile Taksim Meydanı'ndan Galata bölgesine kadar devam eden aks üzerinde yer alan konsolosluklar, eğitim birimleri, dini yapılar ve diğer kültürel tesisler de korunarak Kentsel Sosyal Altyapı Alanları olarak işlevlerine devam ettikleri görülmektedir. Aynı şekilde mevcut turizm konaklama tesisleri korunmuş, bunun yanı sıra “Konaklama Tesis Alanları” fonksiyonu verilen yeni alanlar olmuştur.

4.2.3.3 Çalışma Alanı ve Çevresindeki Projeler ile Beklenen Etkileri

Hem bu planlar bağlamında hem de görüşmelerde İstiklal Caddesi ve çevresinin birçok kentsel projeye konu olduğu anlaşılmıştır. Bu projelerden bazıları yapı ölçeğinde olabilirken bazıları daha büyük konut ya da kıyı alanlarını içermekte, bazıları verilen fonksiyonlar nedeniyle bazıları ise kamu hakkı nedenleri ile eleştirilere konu olmuştur.

Bu projelerden çalışma alanına etkileri bakımından en önemlileri Demirören AVM, Grand Pera AVM ve Narmanlı Han'ın açılışı, Taksim Meydanı ve çevresinin yayalaştırılması, Atatürk Kültür Merkezi'nin yenilenmesi, Taksim Camii'nin inşası, Tarlabası Kentsel Dönüşüm Projesi ve Galataport Kruvaziyer Liman Projesidir. Şimdilik etkisi görülmeyen ya da mekânsal ve/veya işlevsel olarak etkilemeyen fakat Beyoğlu'nda gerçekleşen diğer projelere Kabataş Martı Projesi, Haliçport/Tersane İstanbul Projesi, İstiklal Mahallesi (Piyalepaşa İstanbul) ve Okmeydanı'nın kentsel dönüşümleri örnek verilebilir.

1/5000 ölçekli Beyoğlu Kentsel Sit Alanı Koruma Amaçlı Nazım İmar Planı Cihangir ve Galata gibi semt derneklerinin itirazı ile iptallere konu olsa yukarıdaki projelerden Galataport gibi turizm projeleri özel yetkilere tabi olduğu için gerçekleştirilmiştir. Beyoğlu Mekânsal Strateji Planı'na göre bu projelerin ekonomik, sosyal ve mekânsal etkileri olacaktır (2022). Ekonomik olarak temel etkiler rant değerlerinin ve yabancı yatırımların artacağı, üretim ve geleneksel ticaretin kalkarak turizm sektörünün domine ettiği bir yer haline geleceği, bu sektördeki işgücünün ise Beyoğlu bölgesi dışından gelerek mevcut istihdam yapısına etki edeceği beklenmektedir. Sosyal olarak nüfusun zaman içinde

değişerek, soylulaştırma etkisiyle orta sınıf ve yabancıların yaşadığı bir yer haline gelmesi, bu değişimin sosyal hafızaya ve dayanışma pratiklerine zarar vermesi, aşırı turistikleşme ve nihayetinde bir tüketim bölgesine dönüşmesi beklenen etkilerdendir. Mekânsal etkilerinin başını bölgenin büyük oranda turiste hizmet veren oteller, yeme içme alanları, lüks konut ve ticaret odaklı bir kültürel tüketim mekanına dönüşerek geleneksel ticaret, üretim ve konut dokusunun tamamen kaybolması, kıyıları başta olmak üzere kamusal alanların kaybolması, kültürel miras alanlarının turizm için objeleşmesi ve ulaşım ile altyapıda kapasiteyi aşan büyük sorunlar yaşanması çekmektedir (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2022).

Tez kapsamında yapılan görüşmelerde görüşmecilere “*Yapılan hangi planlama çalışması/proje/işler bölgenin canlılığını etkiledi? Örneğin, Tarlabası Kentsel Dönüşüm Projesi, Taksim Camii, AKM ya da Galataport gibi projelerin etkilerini görüyor musunuz?*” sorusu yöneltilmiştir. Görüşmeciler sosyal ve mekânsal etkilerden daha ziyade ekonomik etkilere değinmişlerdir.

Görüşmeciler, özellikle mekânsal olarak yakın olanlar, Tarlabası Kentsel Dönüşüm Projesi ile ilgili olumlu bir görüş belirtmişlerdir. Daha doğrusu, mevcut şartlarda Tarlabası bölgesinin oldukça güvensiz ve düşük kalitede eğlence olanakları sunmasını eleştirerek yenilenmesine olumlu yaklaşmışlardır. Yine de görüşmecilerin çoğu, proje tamamlanmadığı için henüz etkisi değerlendiremediklerini ifade etmişlerdir.

Taksim Camii için ise daha olumsuz yanıtlar alınmıştır. Caminin Beyoğlu’nun kimliğine uymadığı, işlevsel olarak caddenin alışveriş fonksiyonuna katkısı olmadığı ve diğer dini yapıların görünürlüğüne zarar vermesiyle eleştirilmiştir. Kısıtlı sayıda görüşmeci çeşitliliği beslemesi açısından olumlu bulmuştur.

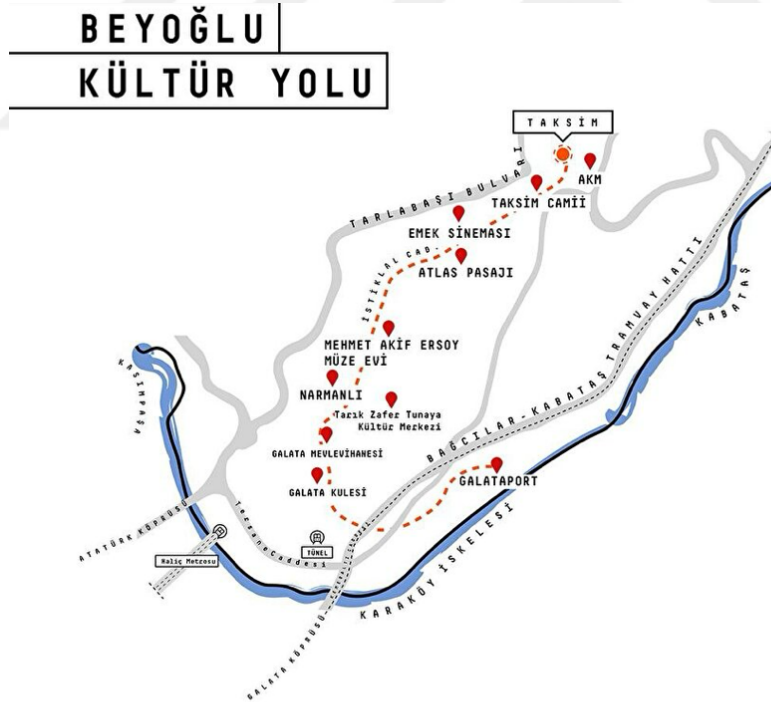
Görüşmecilerden alınan cevaplardan Atatürk Kültür Merkezi’nin yeniden inşası sonrasında beklenen ekonomik etkinin görülemediği anlaşılmaktadır. Etkinlik için gelen kullanıcıların yansması Cadde’de görülemese de böylesi bir kullanımın yakın bir konumda bulunmasının olumlu karşılanmaktadır.

Genel olarak, hiçbir projenin etkisinin yüksek düzeyde gerçekleşmediği ve yansmadığı anlaşılrsa da Galataport’un Avrupalı turisti tekrar İstiklal Caddesi’ne kazandırması bakımından beklenti yarattığı görülmektedir.

“AKM'nin pek etkilediğini düşünmüyorum işin doğrusu da. Şimdi mesela yıllardan beri atıl kalan kültür sanat faaliyetlerini Galataportla beraber işte, Beyoğlu Belediyesi, yok kültür yolu falan filan şeklinde, Avrupalı turistlerin, daha doğrusu kültür turistlerini çekmeye çalışsa. Şehir turisti mesela buraya geldiği zaman işte müzeleri dolaşıyor, etkinliklere bakıyor, sanat galerilerine gidiyor. Hani Arap turistinden daha farklı bir turist kitlesinin geldiğini fark edip ona göre davranmaya başladı.” (Görüşmecisi 5)

Bu görüşün aksine Galataport'un inşası sürecinde sıklıkla Beyoğlu'na katkısının oldukça yüksek olacağı söyleminin üretildiği fakat henüz bir etkisinin görülmediği görüşü de alınan cevaplar içindeydi. Cevapları farklılaştıran unsurlardan birisi İstiklal Caddesi üzerinde olmayan işletmelerin kısa süreli ziyaretlerde keşfedilememesi olarak değerlendirilebilir. Bu konuda Beyoğlu Belediyesi'nin veya herhangi bir kurumun yönlendirmesi olmadığı anlaşılmaktadır.

Bu bağlamda bahsedilmesi gereken etkinliklerden birisi de Beyoğlu Kültür Yolu Festivali'dir. 2021 yılında T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 30 Ekim – 19 Kasım tarihleri arasında birincisi organize edilen Beyoğlu Kültür Yolu Festivali'nin rotası incelendiğinde, bahsedilenin aksi şekilde etkinliklerin gerçekleştiği mekânlarda seçici bir yaklaşım sergilendiği görülmektedir.



Şekil 4.6 Beyoğlu Kültür Yolu Festivali'nin mekânsal gösterimi (Aydın, 2021)

Galataport, Atatürk Kültür Merkezi, Taksim Camii Kültür ve Sanat Merkezi, Tophane, Galata Kulesi, Galata Mevlevihanesi, Tarık Zafer Tunaya Kültür Merkezi, İstanbul Sinema Müzesi ve Atlas 1948 Sineması, Emek Sineması ve

Şişhane Meydanı en sık kullanılan mekânlardır (Şekil 4.6). Festival'in ikincisi yine Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 28 Mayıs - 12 Haziran 2022, üçüncüsü 1 Ekim – 23 Ekim 2022 tarihinde, dördüncüsü ise 30 Eylül – 15 Ekim 2023 tarihlerinde gerçekleştirilmiştir. Tüm festivaller kültür aracılığıyla mekânların yıkımının ve dönüşümünün meşrulaştırıldığı, tarihi yapılarda yapılan hatalı restorasyon projeleri ile toplumsal hafızanın silinerek yeni bir hafıza inşa edilmeye çalışıldığı gerekçesiyle sıklıkla eleştirilmiştir (İstanbul Kent Konseyi Kent Kültürü ve Kültürel Miras Çalışma Grubu, 2021). Öyle ki, son olarak 2023 yılında gerçekleştirilen festivalde etkinlik mekânlarına Beyoğlu ilçesinden de çıkarak Eyüp Belediyesi sınırlarında yer alan ve 2022 yılında açılan Rami Kütüphanesi de eklenmiştir.

Görüşmecilerden alınan yanıtlarda genellikle festivalle ilgili bir bilgileri olmadığı, öncesinde veya sırasında katılımlarının sağlanmadığı, etki olarak ise yalnızca yerli kullanıcıların belirli günlerde artmasıyla ilişki kurulduğu görülmüştür.

4.3 İstiklal Caddesi'nde Pandemi, Kapanmalar ve Kriz

Türkiye'de COVID-19'a bağlı ilk vaka 11 Mart 2020 tarihinde tespit edilmiş ve ertesi günden itibaren hükümet tarafından pandeminin yayılmasını önlemek amacıyla çeşitli stratejiler geliştirilmiştir. Kara sınırlarının kapatılması, yurtdışı uçuşların iptali, yurtdışından gelen yolculara zorunlu tecrit, sosyal mesafe kuralları, esnek ve uzaktan çalışmaya geçilmesi, çevrimiçi eğitime geçilmesi, sokağa çıkma yasakları, büyükşehirlerde ulaşımın kısıtlanması gibi hem gündelik yaşamı kısıtlayıcı hem de ekonomik olarak zorlayıcı birçok karar yürürlüğe konulmuştur. Bu tedbir ve uygulamalar şüphesiz ki pandeminin ilk anından bu yana ticari işletmeleri derinden yaralayacaktır.

Türkiye'de işletmeler sektörlere ve iş alanlarına göre aşamalı şekilde faaliyetlerine ara vermiştir. 15 Mart 2020'de Türkiye'de virüse bağlı ilk ölümün gerçekleştiği gün sinema, konser salonu, düğün salonu, kafe, kahvehane, masaj salonu, spor salonu gibi işletmelerin geçici fakat süresi belli olmayacak bir şekilde kapatılacağını açıklanmış, gelecek günlerde bu işletmelere berber, kuaför ve güzellik merkezleri eklenmiştir. Lokanta, restoran, pastane gibi yeme-içme mekânlarında müşterilerin oturmasına müsaade edilmeyecek şekilde sadece gel-al ve evlere paket servis şeklinde hizmet vermeye başlamış, temel ihtiyaç ürünleri satan marketlerin hizmet

saatleri değişmiş, müşteri sayısı ile ilgili düzenlemeler getirilmiştir. Kısacası alınan kararlarla tüm işletmelerde insanların fiziksel olarak bir araya gelmesinin yolları kapatılmaya çalışılmıştır.

Bu ilk kapsamlı karantina 1 Haziran 2020'ye kadar sürmüştür ve İstiklal Caddesi işletmeleri için caddedeki deneyimlerinde eşi benzeri görülmemiş zorlu koşullar içermiştir. İlk karantinanın ardından 18 Kasım 2020'den 28 Şubat 2021'e ve 29 Nisan'dan 17 Mayıs 2021'e kadar süren karantinalar da benzer yörüngeler izlemişlerdir.

Virüsün etkili olduğu süre boyunca tekrar eden kapanmalar, zorunlu uygulamalar ve kademeli normalleşmeler Türkiye'deki kent merkezlerine ve ana caddelere benzersiz bir deneyim yaşatmıştır. Öyle ki, farklı konumlardaki, farklı sektörlerdeki, farklı büyüklüklerdeki ve farklı müşteri profiline sahip işletmeler krizden farklı açılarda ve düzeylerde etkilenirken, ilginç bir şekilde, İstiklal Caddesi gibi aynı konum, aynı sektör, aynı karakter ve aynı müşteri profiline sahip işletmelerin de birbirlerinden farklı deneyimler yaşadığına şahit olunmuştur.

4.3.1 İşletmelerin Kapalı Kalma Süreleri

Araştırma kapsamında görüşmecilere *“Öncelikle pandemi sürecinizden bahseder misiniz? Pandemiye işletmeniz için dönemleyecek olsanız neleri söylersiniz? Ne zaman kapandınız, ne zaman tekrar açtınız? Çalışma saatleriniz neydi? Bu süreler sizin tercihiniz miydi?”* gibi sorular sorulmuştur. Bu soruya yanıt olarak çoğunlukla iki ay süreyle kapalı kaldıkları yanıtı alınmıştır. Bu bilgiyi veren işletmelerin sektörlerine ve görüşmenin seyrine tekrar bakıldığında, görüşmecilerin birçoğunun yalnızca ilk kapanmaları hatırladığı görülmektedir, yalnızca 3 görüşmeci 2021 yılında kapalı kaldığı süreyi de belirtmiştir. Zaten görüşmeciler ilk kapanmanın bir şok etkisi yarattığını, daha önce cadde deneyimleri boyunca hiç karşılaşmadıkları bir durum olduğundan da bahsetmişlerdir. Görüşmeci 15 *“Hani böyle kafana pat diye taş düşer ya. Onun gibi bir şey oldu.”* sözleriyle durumu özetlemiştir.

Edinilen bilgilere göre, kıyafet satış perakendecileri başta olmak üzere tüm perakende işletmeleri, lostra ve terzi gibi hizmet sektörü işletmeleri, kuruyemiş ya da çikolata gibi gıda satışı yapan işletmeler yalnızca tam kapanmalarda kapalı kalmışken, bar, gece kulübü, meyhane ve sinema gibi fonksiyonlar pandeminin başından itibaren 16 aya varan süreler boyunca kapalı kalmışlardır. Uzun süre

kapalı kalan bu eğlence sektörü işletmelerine ilginç bir şekilde internet kafeler de dahil olmuşlardır. Restoranlar ise ilk karantinadan sonra al-götür veya evlere servis yapabilmişler fakat bu altyapısı olmayan yeme-içme mekânlarından, ayak sayısının düşüşünü de değerlendirerek tercihen kapalı kalmayı seçenler olmuştur. Bir yandan da tam kapanma hali bitse bile işletmelerin açılma ve kapanma saatleri kısıtlandığı için akşam ve gece ekonomisinin iş yapma imkânı kalmamış ve yine tercihen işletmelerini açmamışlardır. Meyhane işleten Görüşmeci 47, bu durumu ceza olarak nitelendirmiştir.

“...Yani şimdi beni 7'ye kadar açması bana bir şeyi kazandırmıyor. Bana cezaydı o. Keşke hiç açmasaydın. Çünkü meyhane vizyonu akşamcı olayı. Yani adamın, insanın işinden çıkıp geleceği bir şey... Şimdi bizi önce bir dönem 7'ye kadar açsınız dedi. Bana 7'ye kadar açsın demek bana cezaydı. Çünkü ben bütün personelimi getirmek zorundayım. Getirip onun maliyetini karşılamış olacağım ama iş olacak, hazırlık yapacağım. Akşam iki masa gelir bir masa gelir. Hadi kapat, 7'de yasak başladı kapat. Bir de 7'de şeye başlıyor, 7'de kapatmaya hem aynı anda hem sokağa çıkma yasağı başlıyor. Hem mekanını kapatma yasağı başlıyor. İnsanlar eve ışınlanarak gideceklerdi herhalde hani 7'de kapat, ondan sonra gitsin diye muhabbeti çok gerçekçi şey değildir. Bize cezaydı o. Ben öyle görüyorum bunu.”
(Görüşmeci 47)

Yalnızca akşam ve gece ekonomisi değil, aynı zamanda bu tip işletmelerden iş alan ve birbirini destekleyen işletmeler de bu durumdan zarar görmüşlerdir. Örneğin, Görüşmeci 70, çalışanı olduğu kuru temizlemecinin çevredeki restoran ve barların aktif olmayışı, otellerde konaklayan turistlerin yeterli sayıda ürün getiremedikleri gibi gerekçelerle yaklaşık 10 ay boyunca kapalı kalmayı tercih ettiklerini bildirmiştir. Görüşmeci 7 de çalışanı olduğu zincir otelin kapanma zorunluluğu olmamasına rağmen 1 sene boyunca kapalı kalmayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Bu örnekler, İstiklal Caddesi ve çevresindeki işletmelerin yüksek seviyede ayak sayısına, caddede konaklayan turistlere ve çevresindeki işletmelere bağlı olduğunu göstermektedir. Sistemin bir bileşeninde görülen zararın diğer bileşenlerine de etkisi açıkça okunabilmektedir.

İstiklal Caddesi ve çevresindeki işletmelerin kapalı kalma sürelerinde merkezi yönetimin uyguladığı kararlara ek olarak, etkili olan bir diğer husus ise yerel yönetimlerin yetkisinde olan ruhsat ve ruhsatlama sürecindeki farklılıklar olmuştur. Aynı sektörde, tam olarak aynı faaliyeti gösteren işletmelerin ruhsat alma yıllarında farklılıklar olduğu için farklı şekillerde isimlendirilmişler ve kapanma kararlarında bu detaylarla ilgilenilmemiştir. Örneğin, kuaförler açık kalabilirken, güzellik salonları çok daha uzun süre kapalı kalmış; ruhsatta mutfaklı olan barlar “içkili

lokanta” olarak adlandırıldıysa açılabilirken, mutfağı olmayan veya olan fakat ruhsatında “bar” yazan işletmelerin hizmet vermesine müsaade edilmemiştir.

Öyle ki, bu uygulamanın en çarpıcı örneği, küresel bir zincir kahve işletmesinin cadde üzerinde bulunan iki şubesinden birinin ruhsatta kafeterya, diğersinin ise kafe geçmesi nedeni ile iki farklı uygulamaya konu edinmiş olmalarıdır. Görüşmeci 61 bu süreci şöyle aktarmıştır:

“...Beyoğlu Belediyesi zamanında eskiden herkese bu zamanında bu alkolli mekanlarla alakalı sıkıntı yaşadıkları zaman önce kafe olarak veriyorlardı, yok kafeterya olarak veriyorlardı. Birçok mekânda sorun yaşadıkları zaman ondan sonra herkese kafe olarak veriyorlar. Biz zaten 2018'de açıldık. Onlardan (diğer şubeden) bir 10-11 sene sonra yaşadığımız için bizim ruhsatımızda mesela kafe yazıyor şeye faaliyet konusu, orada kafeterya yazıyor. Mesela biz uyarı almıştık. Biz de açmıştık onlarla beraber. Dediler ki açamazsınız. O dönemde öyle bir şey de oldu aslında. Aç kapa; aç kapa işte ruhsatta böyle karışıklık var. Kimisinin kafeydi. Yani caddede mesela açık olmadığı dönemlerde bizim atıyorum Espressolab açtı mesela. Onlarınkı çünkü daha eski olduğu için ruhsatları onların uygundu. Ama bizim uygun değildi. Baktığınız zaman aynı amaca hizmet ediyoruz, aynı şeyleri satıyoruz aslında ama işte Beyoğlu Belediyesi'nin aldığı kararla işte, bir dönem sonra bize verirken öyle vermişlerdi. Öyle bir şey olmuştu. O zaman Galatasaray şubesi de açtı yani.” (Görüşmeci 61)

Şubelere göre farklı uygulamaların olduğu bir diğer unsur ise şubenin caddede/sokakta veya alışveriş merkezi içinde olup olmadığıyla ilgilidir. Örneğin, cadde üzerinde bulunan Demirören AVM'nin içinde şubesi olan işletmelerle cadde üzerinde işletmesi olanlar ruhsatları aynı olsa bile farklı uygulamalara tabi tutulmuşlardır.

Tüm bu anlatılardan anlaşılmaktadır ki, pandeminin sağlık krizi olmasının yanı sıra devletin uyguladığı kapanma ve çalışma saatlerindeki düzenleme kararları krizin ekonomik bir kriz olmasına da neden olmuş, çeşitli yönleriyle eşitsizlikler doğurmuştur. Üstelik böylesi bir kararın, tüm ülkede herhangi bir yerel bağlama dikkat edilmeden geçerli olması temel problemlerden biridir. Ayrıca kararların duyurulma şekilleri de düşünülürse, resmî kurumlarca bu denli netlikte verilmiş olması esnekliğe çok az yer bırakmıştır.

4.3.2 Pandemiye Algılama, Pandemiye ve Gelecek Krizlere Hazırlık

Düzeyleri

Görüşmecilerin pandeminin şokuna ilk anda tepki verememe nedenleri krizi algılama düzeyleri ile de ilgilidir. Daha önce sağlıkla ilgili bir kriz veya şok yaşanmadığı için kısa süreceği düşünülmüş, bu nedenle de ilk günlerdeki kapanmalar çalışanların dinlenmesine olanak verdiği için olumsuz bir durum gibi

algılanmamıştır. Vaka sayıları arttıkça, işletmelerin kapalı kalma süresi uzadıkça ve caddenin değişimi gözlemlenebilir oldukça kaygı düzeyinin de arttığı bilgisi edinilmiştir.

Farklı türde şoklar ya da krizler farklı türlerde zorluklar üretebilirler. Bu nedenle yaşanan zorlukları benimseyebilmek için pandemiye diğer krizlerden ayrı kılanın ne olduğunu anlamak önemlidir. Chang ve diğerleri (2022, s. 10) pandemiye doğal afetlerden ayıran unsurlar olarak uzun süreli devam etmesi ve buna bağlı oluşan belirsizlikler, pandemilerin bilinmemesinden kaynaklı hazırlık eksiklikleri, hükümetlerin sıkı kapanma uygulamaları ve birçok alanda çevrimiçine geçişle yeni uyumlanma stratejileri olarak belirtmişlerdir. Viswanathan ve diğerleri (2021) ise pandemiye potansiyel olarak ölümcül sonuçları olan çok sayıda belirsizliğe ve hata payına yer bırakmayan eşsiz benzerlikte bir kriz olarak değerlendirmişlerdir. Araştırmamız kapsamında görüşmecilerden alınan cevaplar da bu görüşleri destekler niteliktedir.

Görüşmecilerin belirsizliği ve değişimi kabul etme, pandemi gibi bir krize hazırlık seviyelerini, pandemiye algılama ve farkındalığın gelişmesi, sonrasında ise gelecek krizlere hazırlık durumlarını anlamak adına *“Pandemiye diğer krizlerden ayrı tutan nedir, sizin için bir şok muydu? Yoksa daha önceki deneyimlerinize de dayanarak böyle bir krize açık mıydınız? Bundan sonra açık mısınız?”* gibi sorular sorulmuştur.

Cevaplarda ilk olarak küresel bir sağlık sorunu olması belirtilmiştir. Bununla ilgili yüksek düzeyde belirsizlik taşıması, kişisel olarak korku, stres ve endişe kaynaklı sorunlara neden olması gibi esasında psikolojik zorluklarından bahsedilmiştir. Burada en öne çıkan durum belirsizliğin hem psikolojik zorluklara hem de ekonomik zorluklara yol açmış olmasıdır. Özellikle ilk aylarda salgının etkisinin, hastalıkların seyrinin ve süresinin belirsizliği, ilk kez bu düzeyde bir kapanma ve sokağa çıkma yasaklarının uygulanması, bu uygulamalarının süresinin belirsizliği, ekonomik olarak hangi sonuçlar doğurabileceğinin anlaşılamaması ve tüm bu süreçlerde işletme ya da bireysel olarak herhangi bir şekilde müdahale edilemiyor olması öne çıkan ayırt edici özelliklerden olmuştur. Görüşmeci 47, bireysel olarak yaşadığı deneyimi, işletmesi ve çalışanları ile ilgili endişelerini şu sözlerle aktarmıştır:

“19 Mart 2019'da, 19 akşamı hissettim. O gün pandemi kısıtlamaları başladı. Ne oluyoruz? Önüne, ucu ne? Bir hafta mı? Üç gün mü, bir yıl mı? On yıl mı, göremedim. Ciddi anlamda biz gene küçük işletmeleriz biz. Daha çok kuralla, kaideyle değil de ön sesiyle, içgüdüsel olarak hareket eden yerleriz, böyle bir işletmeyim ben azından kendi adıma konuşayım. Öyleyiz. Yani şeyiz. Plansız ve programsız yakalandık. Ne olacağını öngöremedik. Hiç yanlış hatırlamıyorsam 11 Nisan'a kadar ben evden çıkamadım. Tam 20 gün boyunca kapıya çıkmadım. Ya tamam yasak vardı. Benim küçük başka bir kafem daha vardı. Ora işte paket servisi yapıyor bilmem ne, oraya dahi gitmedim. Şey yapacaktım, önümü göremedim. Yani bir şey vardır yani böyle psikolojik bunalmış durumdasınız, yani birisi adını sorsa adını söyleyecek durumda değilsiniz. Orada şeyi göremedim. Sonra bir toparlanma başladı. Aaa işte basın, haber, şu, bu falan filan okurken işte kısa süreli geçecek falan filan. Kafamızda plan kurmaya başladık. Yani o şeyliği, bıkkınlığı ve bitkinliği atıp geleceğe dair algı oluşturmaya başladık, plan kurmaya başladık. İşle ilgili planlar yapmaya başladık. Gelecek hayatımızda, sosyal hayatımızda, iş hayatımızla ilgili farklı sermayeler ürettik ama çok işlevsel olmadı açıkçası. Devam etti sonra açıldık. Sonra tekrar kapandık. İkinci kapanış da o benim o 20 günlük bunalım sürem, yaklaşık olarak 3 ay falan kapalı kaldık, 3 ay boyunca aynı durumdaydım, önümü göremedim. Yani hani ben işverenim. Yanımda paralı adam çalışıyor. Net cebinize para girmemiş, şimdi adam personelinin düşünüyorsunuz. Devletin verdiği işte 1700-1800 lira paradan. Zaten 2000-2500 lira kira ödüyor, çocukları var, ne yiyecekler? Yani hadi bir dönem ne kadar cepten, temas edeceğin neyi görüyorsun? Dizilerde de olmayan bir şekilde finansı sağlamaya çalıştık. Orada bir ciddi anlamda üç ay boyunca tamamen okyanusta yalnız olduğumuzu düşünüyorum. Yani yanımızda kimsenin olmadığını düşünüyorum. “ (Görüşmeci 47)

Görüşmeci 49 ise, pandemi başında hissettiği belirsizliği, İstiklal Caddesi'nin görünümü ile değerlendirerek şöyle aktarmıştır:

“Ya o an vardı. Pandeminin başlarında tabii bir karamsarlık insanın içine çöküyor. Biz de ne olacağını bilemiyorduk. Yani pandeminin ilk dönemlerinde ben İstiklal Caddesi 21-22 tane kiralık dükkan görmüştüm. Ve insanlar elindeki elden çıkartmanın derdine düşmüştü. Hani devren kiralık bilmem ne. Kiralık olanları boşaltmalar. Tabii herkes gibi biz de karamsarlığa düştük. Ne olacak acaba bundan sonra? Ne kadar daha sürecek? Çünkü pandemi sürekli devam ediyordu. Vaka sayıları sürekli artıyordu. Hastanelerdeki doluluklar artıyordu. Ne olacağı, ilk başlarda düşünemiyorduk. İnsanları götürüyorlardı. Çok karamsar bir durumdu. Biz de o karamsarlığa girdik ama hamdolsun şu anda iyi.” (Görüşmeci 49)

Belirsizlikle ilgili benzer endişeler çalışanlar tarafından da yaşanmış, özellikle pandeminin başlangıcında, salgının ne kadar süreceği ve kapanma-açılma döngüsünün nasıl işleyeceği konusunda net bilgilere sahip olamamak, çalışanlar arasında ciddi endişelere yol açmıştır. Pandemi boyunca işten çıkarma yasaklarının getirilmesi, bazı çalışanlar için başka bir tür belirsizliğin kaynağı haline gelmiş, özellikle işe yeni başlayan veya daha kısa süreli çalışanlar, işlerini kaybetme korkusuyla karşı karşıya kalmışlardır.

Görüşmecilerin önemle üzerinde durduğu konulardan birisi belirsizliği ve krizin etkilerini aşmak için herhangi bir eylem ya da risk alamamaları ve yönetimle ilgili bir sorun olduğunu düşünmeleridir. Özellikle belirsizliğin yönetiminden devleti sorumlu tutmaktadırlar.

“E tabii belirsizlik kadar zaten kötü bir şey olamaz ki. Zaten bir insan güveni nereden alabilir? Gerçekten sistem çok iyi olursa devletimizin sistemi çok güzel olursa orada

belirsizlik ortaya çıkmaz. Güven çıkar ortaya. O krizi de çok güzel bir şekilde atlattır.”
(Görüşmeci 69)

Görüşmeci 48, diğer görüşmecilerin aksine, bu durumu pozitif anlamda yorumlamış ve diğer krizler sadece Beyoğlu ve İstiklal Caddesi’ni ilgilendirdiği için diğer krizlerde yalnız hissettiklerini, bu krizin tüm ülkeyi etkilediği için yönetim tarafından yönlendirilmenin ve çözüm üretme çabalarının daha güven verici bulunduğunu ve krizi fırsata çevirme anlamında da olanaklar taşıdığını ifade etmiştir.

Az sayıda da olsa, görüşmecilerden pandeminin küresel boyutta bir kriz olmasının üzerinde daha sıklıkla durmuş, bu durum karşısında ellerinden hiçbir şey gelemeyeceğini, devletin bile bir şey yapamadığı durumda kendisinin de yapamayacağı görüşü edinilmiştir (Görüşmeci 41). Kısacası pandemi için daha kaderci bir bakış açısı sergilenmiştir. Ancak Beck (1992)’in risk toplumu görüşüne göre, risklerin toplum içinde kolektif kararlar sonucu ortaya çıktığı bir dönemde yaşamaktayız. Dolayısıyla, pandemi gibi küresel risklerle başa çıkmak için devletlerin daha fazla öngörü ve hazırlık yapmaları gerektiği düşüncesini vurgulamak önemlidir. Kadersel yaklaşımların bu tür krizlerle başa çıkma kapasitesi ve uyarlanabilir kapasite için engelleyici bir yönü vardır.

Pandemiye diğer krizlerden ayırt edici bir yön olarak belirtilen faktörlerden bir diğeri süresidir. Daha sonra kriz deneyimi bölümünde de aktarıldığı gibi İstiklal Caddesi tüm gün kapanmalara ya da birkaç ay ayak sayısının düşmesine oldukça alışkınken bu kadar uzun sürmesi ve geçen bu sürede tüketici davranışının da değişime uğramış olması fark edilir bir durum olmuştur. Salgının uzunluğu finansal sermayelerinin kısıtlı olmasından dolayı daha kırılgan olarak görülen mikro ve küçük işletmeleri daha fazla etkilemiş görünmektedir (Miklian & Hoelscher, 2022).

Görüşmecilerle ayrıca pandemiye hazırlık değerlendirilmesi yapılmış ve görüşmecilerin neredeyse tamamı hazırlıklı olmadıklarını söylemişlerdir. Bunun nedeni olarak ise görüşmecilerin kendi kişisel tarihleri boyunca böylesi bir salgınla karşılaşmamış olmaları olarak açıklanmıştır. Burada aslında İstiklal Caddesi ve çevresinin kriz ve şok deneyimi yüksek bir yer olduğu için krizlere hazır olduklarını fakat etkileri bakımından daha önce böyle bir deneyimleri olmadığı için bu yanıt verdikleri görülmektedir.

Görüşmeci 65, belirsizliği kabul etmek ve krizlere açık olmak anlamında “*İstiklal Caddesi'nde olup da böyle bir şey beklememek biraz hayalcilik aslında*” diyerek düşüncelerini ifade etmiş ve Rusya-Ukrayna Savaşı’nın bile etkilerini Odakule önünde her gün gösteri yapan Ukraynalı vatandaşlar üzerinden örneklendirip, İstiklal Caddesi’nin birçok ulusal veya uluslararası krizlerin temsil mekânı olduğuna ve her türlü belirsizliği beklemek gerekliliğine dikkat çekmiştir.

Krize hazırlıklı olmalarını kira giderlerinin az olması, mülk sahiplerinin desteğine güvenmeleri, kendi işlerini iyi ve güvenilir yaptıklarını ve bireysel birikimleri oldukları üzerinden değerlendiren görüşmeciler de olmuştur ve bu durumu Görüşmeci 32 tarafından “*Türkiye’de her şeye her zaman açık olma zorunluluğu*” olarak ifade etmiştir.

Krizlere hazırlık olma anlamında görüşmecilerin cevabı çoğul bir şekilde “*değildik, hiç kimse değildi*”, “*dünyaya şok oldu*” gibi söylemlerle de ifade edilmiştir. Esasında koronavirüs, Türkiye’de vaka görülmemiş olsa bile, dünyaya Aralık 2019 ayından itibaren yayılmaya başlamıştır fakat medyada yeterince yer bulmaması, yönetimlerin uyarı sistemlerini kullanmaması nedenleriyle durum farkındalığının oldukça düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bu tip durumlarda, iletişim ağlarının ve uyarı mekanizmalarının işlerliği şokların etkisini hafifletmekte, aşamalı geçişlere izin vermektedir.

Görüşmecilere pandemi deneyiminin ardından gelecek krizlere hazır olup olmadıkları da sorulmuştur. Alınan yanıtlar çeşitlenmekle beraber, “*Bıçak kemiğe dayandı*”, “*Başa çıkamam*”, “*Aynı şekilde olur*”, “*Kendi başımıza ilerleriz*”, “*Devletimize dua ederiz*” gibi yanıtlar gelmiş ve pandeminin etkilerini henüz atlatamadıkları için gelecek bir krize de hazırlıklı olmadıklarını belirtmişlerdir. Bu yanıtların bir kısmı İstiklal Caddesi’ne duyulan güvenle ilişkili olduğunu da belirtmek gerekir. Bunun yanı sıra, pandemiden sonra daha tedbirli olduklarını söyleyerek bireysel birikimlere daha çok önem verdiklerini, alternatif alanlara yatırım yaptıklarını ve satış kanallarında çeşitlenmeye giderek hazırlıklı olmaya çalıştıklarını belirten görüşmeciler de olmuştur.

4.3.3 Krizin Etki Düzeyi, Öğrenilenler ve Önceki Deneyimler

4.3.3.1 Pandemi Öncesi Durum Değerlendirmesi

Krizin etki düzeyini anlamayabilmek için kriz yaşanmadan önceki durumu da anlamak, hangi bağlamda krizin yaşandığını ve alınan eylemleri anlamak gerekmektedir. Bu nedenle görüşmecilere *“Pandemiden önce hangi sorunlar vardı? Pandemi bunların derinleşmesini mi sağladı yoksa tamamen bağımsız mı? Bu sorunlar pandeminin sert geçmesini etkilemiş olabilir mi? (Bugün yaşadığınız sorunlar eskiden de var mıydı? Pandemi bunları daha da zorlaştırdı mı? Yoksa yeni problemler mi üretti?)”* soruları sorulmuştur.

Görüşmecilerden alınan yanıtlara göre pandemiden önceki döneme odaklanıldığında çeşitli sorunların varlığı göze çarpmaktadır. Bunlardan ilki, ekonomik problemlerle ilgilidir. Pandemiden önce de döviz kurlarının yükselmesi nedeniyle problemler ve belirsizliklerin hissedildiği fakat gelir-gider dengesinin daha takip edilebilir olduğu, eğer pandemi olmasaydı ekonomik problemlerin bu seviyeye gelmeyeceği, pandeminin yüksek düzeyde süreci etkilediği ve hızlandığı bilgisi edinilmiştir. Bunun yanı sıra bir diğer problem, bazı işletmelerin hâlâ İstiklal Caddesi’nin diğer krizlerinin etkilerinden kurtulamamış olması olarak çıkmıştır. Görüşmeciler sıklıkla Gezi Olayları ve caddedeki kaldırım çalışmalarından söz ederek, verdikleri kayıpları yeni yeni telafi etmeye başladıklarından, üzerine pandeminin başladığını eklemiştir. Bu önceki deneyimlerden bahsedilme nedeni genellikle müşteri profilinin değişmesiyle de ilişkilendirilmiştir. Özellikle bu problemler Suriye Savaşı’nın göçe neden olan etkileriyle birleştirilince caddedeki müşteri profilinin Avrupa’dan Arap ülkelerine kaydığını, bir yandan da ülkedeki göçmen nüfusun varlığının cadde kullanımına yansıdığı düşünülmektedir. Müşteri profilindeki bu değişiklik bazı sektörler de etki etmiş, Beyoğlu’nun çehresi değişmeye başlamıştır. Aile mesleği olarak sinema salonu işleten Görüşmeci 34 bu süreci kendi sektörü üzerinden şu şekilde anlatmıştır:

“Araştırmacı:

O sorunları biraz daha konuşabilir miyiz? Yani bir de on beş yıldır zaten sinema sektörü giderek azalıyor dediniz. Yani bunun kırılma noktası neydi? Niye on beş yıl? Hani o dönem bir olay oldu da ondan sonra mı?

Görüşmeci 34:

Şimdi burası 25 yıldır aktif, 15 yıldır niye bu kadar Beyoğlu’nda insanlar elini çekti, nasıl anlatayım. Arap kültürü çok yerleşti Beyoğlu’na. Suriyeli göçmenler çok yoğunlaştı. İnsanlar

o A sınıfı kaliteli sınıf dediğimiz müşterilerimiz AVM'lere kaydı, Kanyon'a gidiyorlar, Cevahir'e gidiyorlar. İstinye Park'a gitmeye başladılar. Beyoğlu'na pek insanlar çoluğunu çocuğunu alıp da sinema izlemeye gelmedi, gelmiyorlar. Yani biraz irrite oldu insanlar. Düşünsene şu sokak olduğu gibi şey, nargile. Diğer sokağımız olduğu gibi nargile. İnsanlar burnunu tutarak sokağa girmeye çalışıyorlar. Kaba saba insanlar ayaklarını uzatıyorlar, şey yapıyorlar. Affedersiniz yerlere tükürüyorlar. Değişik değişik insanlar. Yani insanlar artık çok para kazanamıyorlar ama şu dönemde özellikle en azından biraz daha kaliteli yaşamak istiyoruz diyorlar ama onu da yaşayamıyorlar yani. Beyoğlu'nda o o olay tamamen bitti. Müşteri portföyümüz, popülasyonu çok değişti Beyoğlu'nun.”

Sinema sektörüne benzer şekilde, eğlence sektöründe de yıllardır süren bir değişim olduğu sıklıkla ifade edilmiştir. “Masa-sandalye olayları” olarak ifade edilen ve eğlence sektörüne yüksek etkisi olan kurallardan sonra yerli müşterinin eğlence için giderek Beyoğlu’ndan Kadıköy, Beşiktaş gibi semtlere taşınması zaten mevcut problemler arasındadır. Meyhane sahibi ve işletmecisi Görüşmeci 47, bu durumu müşteri profilinin değişmesi, caddenin kimliğinin itibarsızlaştırılması, eğlence sektörüne yönelik politik tutum, esnaf profilin değişmesi ve tektipleşme ile bütünleşik ve birbirini etkileyen süreçler olarak anlatmıştır. Tüm bu problemlerin bir yönetim sorunu olduğu, Beyoğlu Belediyesi’nin “...çok bağınazca, çok yetersizse, çok profesyonelliğin dışında bir yönetim” (Görüşmeci 40) olarak nitelendirildiği de görülmüştür.

Görüşmecilerin cevapları genel olarak değerlendirildiğinde, pandemiden önceki süreçlerin çok da hatırlanmadığı, o dönemin problemlerinin artık önemsenmediği, böylesi bir krizden sonra o problemlerin küçümsenme eğilimi olduğu fark edilmiştir. “Pandemi öncesi sorunumuz yoktu. Nasıl sorunumuz yoktu? Şu anki sorunlara baktığımda o zamanki sorunlar meğerse bir şey değilmiş yani.” (Görüşmeci 27) gibi ifadeler bu düşüncüyü desteklemekte, hafızanın daha büyük bir travma ile karşılaşıldığında silinebildiği fark edilmektedir. Ayrıca bu davranış, bu sorunun yanıtlarının tam olarak elde edilemediği fikrine de götürmüştür.

4.3.3.2 Krizin Etki Düzeyi, Kriz Sonrası Toparlanma/İyileşme Süreçleri, Mevcut Durum Değerlendirmesi

Ekonomik krizlerde ya da deprem, sel gibi çevresel krizlerde bir şok anı yaşansa da afetlerin işletmeler üzerindeki etkileri zamanlar görünür olmaktadır (Bouncken vd., 2022). Alesch vd.(2001) Northridge'de yaşanan bir deprem sonrası işletmelerin yalnızca çok zayıf bir kaçının hemen iflas ettiğini, çoğu işletmenin ise üç ya da dört yıl sonra bile iflas etmediğini, ellerindeki tüm kaynakları ve seçenekleri kaybedene kadar çabaladığını ve ancak daha sonra kapanma kararları aldıklarını

göstermişlerdir. Ayrıca krizlerin etkisi sadece olayı yaşayan bölgede değil hem mekânsal olarak yakın hem de ilişkisel olarak bağlı alanlarda da etki gözlemlenebilmektedir. Örneğin, Dünya Ticaret Merkezi'ne yapılan saldırıdan sonra direkt olarak etkilenen bölgenin yanı sıra, bölgede yaşayanların ve turistlerin yakın bölgelere girişinin kısıtlanmasının birçok sektörden işletmelerin çeşitli boyutlarda kayıplarına neden olmuştur (Tierney, 2007). Türkiye'de yaşanan 6-7 Şubat 2023 depremlerinden sonra da tüm ülkede kira fiyatlarının artması, afet bölgesine gönderilen ürünlerin arzı karşılayamamasının dolaylı etkileri gibi konular da bu etkiye örnektir.

İstiklal Caddesi ve çevresinde pandeminin etkilerini değerlendirebilmek için görüşmecilere *“Eskiye (normale!) döndüğümüzü söyleyebilir misiniz? Pandemi öncesi ve şimdiyi karşılaştırabilir misiniz? Normale dönmek mümkün mü?”*, *“Şu an pandeminin etkileri devam ediyor mu, yoksa ekonomik krizi daha büyük bir sorun olarak mı görüyorsunuz?”* ve *“Ne zaman müşterileriniz tekrar geldi? İş düzeyiniz beklenen seviyeye ulaştı mı, pandemi öncesiyle karşılaştırsanız ne dersiniz?”* soruları yöneltilmiştir.

COVID-19 hem bir sağlık krizi hem de bir ekonomik kriz olduğu ve tüm dünyada meydana geldiği için, bir yandan da zaten Türkiye'de ekonomik krizin var olduğu bir dönemde gerçekleştiği için görüşmecilerden direkt ve dolaylı etkileri konusunda netlikle yanıt alınamamıştır. Burada dikkat çekilmesi gereken bir konu, görüşmelerin yapıldığı tarihlerde pandemi henüz bitmemiş olsa bile, görüşmecilerin söylemlerinde *“pandemide”*, *“pandemi bittiğinde”* gibi ortak bir dilin hâkim olmasıdır. Burada sağlık sorunu olarak devam eden salgının işletmelerin açılmasıyla ve caddenin eski canlılığına kavuşmasıyla beraber algısal olarak bittiğinin kabul edildiği görülmektedir.

Görüşmeciler arasında, pandeminin işletmelere olan etkilerinin ne zaman sona erdiği konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Yurtdışı uçuşlarının yeniden başlaması, turist sayısının artması, maske-mesafe önlemlerinin genişletilmesi bazı işletmeler için toparlanmanın bir işareti olarak görülürken, pandeminin etkilerinin hâlâ devam ettiğini ve işlerin normale dönmesinin zaman aldığını ifade eden görüşmeciler de olmuştur. Örneğin, kuruyemişi Görüşmeci 62, pandeminin başlangıcından itibaren yaklaşık 2 yıl boyunca işlerin normale dönmediğini ve ekonomik olarak eski iş hacmine ulaşamadıklarını belirtmiştir. Bu yanıtlar

sektörlere ve faaliyet alanlarına göre değişkenlik göstermiştir. Özellikle yeme-içme-eğlence sektöründeki görüşmeciler, işletmelerin açılmasından sonra patlama yaşadıklarını, kültür-sanat alanında da benzer şekilde insanların büyük bir özlemle etkinliklere yoğun ilgi gösterdikleri bilgisi alınmıştır. Kişisel bakım hizmeti veren kuaför yalnızca 4-5 ay sorun yaşadıklarını söylerken (Görüşmeci 22), lostra gibi yerli müşteri tabanına hizmet veren işletme ise pandeminin işlerini 2 sene geriye götürdüğünü aktarmıştır (Görüşmeci 20). Buna benzer şekilde, pandemi boyunca hiçbir zaman kapanmayarak üretime devam eden matbaa çalışanı Görüşmeci 33 ise, krizin etkilerini hâlâ sürdüğünü iddia etmiştir. Bunun yanı sıra, işletmeler arasında eskisinden çok daha fazla müşteriye sahip olduğunu fakat kazancının düştüğünü belirtenler varken, yaptığı iş nedeniyle (Görüşmeci 38 - Cenaze Levazımatçısı) hiç olmadığı kadar yüksek kapasitede çalıştığını bildiren görüşmeciler de olmuştur.

Cevapların bu kadar çeşitli olmasının bazı temel sebepleri olabilir. Bunlardan ilki işletmelerin karakteristiğidir. İşletme büyüklüğü, yaşı, sermayesi, kurumsallığı, sektörü gibi faktörler krizin etkilerinin farklı yaşanmasına ve farklı düzeylerde toparlanmasına neden olmuştur.

Bir yandan da pandemi dönemindeki müşteri davranışının değişmesi de olumlu ve olumsuz şekilde yansımıştır. Örneğin, otellerde doluluğun neredeyse tam olması Görüşmeci 53 tarafından bireylerin seyahat etmeyi özlemesiyle ilişkilendirilmiş fakat aynı zamanda pandemiden önceki dönem gibi uzun vadeli seyahat planları ve rezervasyonlar yapmadıkları bilgisi verilmiştir. Ayrıca internet üzerinden sağlanamayan kişisel hizmetlerde toparlanma çok hızlı gerçekleşmiş, tüketicinin davranış değişikliği sektör bazlı olarak daha az etkilemiştir. İşletmelerin hizmet verdiği müşteri kitlesini kimlerin oluşturduğu da bu bağlamda önemli bir etken gibi görünmektedir. Yerli müşterilere yüksek düzeyde bağlılık gösteren işletmeler zorluk çektiklerini bildirirken, karma bir kitleye hizmet sunanlar daha çabuk adapte olabilmişlerdir.

Gur ve diğerleri (2023) pandemi dönemini Türkiye için yalnızca yüksek küresel belirsizlikle değil, aynı zamanda artan enflasyonlar ve döviz kurunun değişkenliği nedeniyle yüksek düzeyde iç belirsizlikle de öne çıktığını söylemişlerdir. Bu söylemden hareketle, diğer sebeplerden birisi de pandeminin ekonomik krizle aynı sürede etkin olması nedeniyle işletmeler hangi etkenin ne kadar etkili olduğunu ayırt etmekte zorlanmış olabilirler.

“Tam kapalı kalmadık. Yasaklı günler kapalı idik. Biz gıda olduğumuz için günün belli saatlerinde çalışıyor idik. İşte bir eleman veya iki kişi. O saatlerde çalışıp kapatıp gidiyor idik. Yani hem dükkân açılıyor idi hem gıda maddesi olduğu için kontrol etmek gerekiyor. O şekilde öyle düşük yoğunlukta faaliyetimize devam ettik ama tabii ki zarar ederek devam ettik. Şimdi ise bu pandemiden sonra işler biraz açıldı. Daha sonra devalüasyon oldu. Özellikle yakın komşu ülkelerden çok turist geldi. Mesela bu son kışı iyi atlattık. Onlar da yavaşladı. Şimdi bugüne gelirsek de bugün de daha iyi yoğun olmasını beklerken yaz döneminin tersi oldu. Artık dünyada mı sıkıntı var yoksa gelen turistler daha düşük profilli, para az harcayan turistler olduğundan da kaynaklı. İşlerimizde hızlanmasını beklerken o hızlanmayı yakalayamadık bu yaz.” (Görüşmeci 62)

Görüşmeciler arasında ekonomik krizin varlığına dair farklı görüşler bulunduğunu da belirtmek gerekir. Örneğin Görüşmeci 17, yaklaşık 4-5 yıldır ekonomik kriz olduğunu, artık kitapların üzerine fiyat etiketi dahi eklenmediğini anlatırken, Görüşmeci 38 (cenaze levazımatçısı), pandeminin işlerin sıklığı anlamında pozitif etkilediğini fakat 1,5 yıllık süreçte kullandıkları malzemenin maliyetleri nedeniyle hizmet ücretlerinin 3 katına çıktığını, Görüşmeci 64 ise yerli müşterinin azlığını ekonomik krizle ilişkilendirerek bahsetmiştir. Buna karşıt olarak, 2 görüşmeci ekonomik krizi hissetmediklerini ve kabul etmediklerini söylemişlerdir. Kabul etsinler ya etmesinler, genel olarak, pandeminin ve mevcut ekonomik koşulların yerli müşterinin harcamalarını kısıtladığı ve İstiklal Caddesi’ne gelme sıklıklarının ve harcamalarını azalttıkları bilgisi ortaklaşmıştır. Bir yandan da yatırım açısından pandemi döneminde yerel sermayenin yetersizliği nedeniyle eğlence sektöründe yabancı yatırımların arttığına dair bilgiler edinilmiştir.

Görüşmecilerin bireysel algıları ve beklentileri, pandeminin ve ekonomik krizin etkilerini nasıl gördüklerini etkileyebilmektedir. Buna ek olarak görüşmecilerin politik ve ideolojik eğilimleri, pandemi ve krizin etkilerini nasıl yorumladıklarını, özellikle politik bir dönemde yapılan bu görüşmelere yansıttıkları düşünülmektedir.

Pandeminin işletmelere etki düzeyinin yanı sıra İstiklal Caddesi’ne etki düzeyini değerlendiren Görüşmeci 33 krizin tipi ve süresi fark etmeksizin caddenin absorbe etme düzeyinin yüksek olduğunu ve işletme düzeyinde etkileri büyük olsa bile cadde düzeyinde yeni açılan işletmelerle bütünlüğün sağlandığı görüşünü belirtmiştir.

“İstiklal Caddesi’nin özü kalabalıklığı, özü İstiklal Caddesi’nde şu anda metrekaire kiralari atıyorum 10 bin lira civarında, 100 bin lira olsa gene boş dükkân bulamazsınız. İstiklal Caddesi’nin şeyi bu. İstiklal Caddesi’ni bir şey bozamaz. İstiklal Caddesi’nde bir şey değiştiremez. İstiklal Caddesi’ni tek etkileyen şey işte bir terör olayları, eylemler on gün, on beş gün. Yirminci günü her şey hayat İstiklal Caddesi’ne geri dönüyor. İstanbul’un sayılı caddelerinden bir tanesi. Bir işte Kadıköy Bağdat Caddesi, bir İstiklal Caddesi, bir Gaziosmanpaşa’nın kapalı olan şeyi, hani buralar sayılı noktalar olduğu için burada hiçbir zaman, yani pandemide dükkân boş oluyor evet, işte üç ay, dört ay kapalı kalan yeni almış

olan adam dört ay kira ödeyip bir kuruş gelir olmadan dükkanını kapatıyor. Kapattığı gün başka bir firmanın tabelası asılıyor. İstiklal Caddesi evet pandemiden çok fazla etkileniyor. Ama bakıldığı zaman hiç etkilenmiş gibi durmuyor.” (Görüşmecı 33)

Görüşmecı 43 de benzer şekilde caddenin “çok hızlı ve agresif” bir şekilde toparlandığını, mevcut durumda “kötü” hiçbir işletmenin olamayacağını ifade etmiştir.

Sonuç olarak, işletmelerin toparlamasında tekdüze bir yol ya da genel bir kanı bulunmamakta, bazı işletmeler için hızlı ve sorunsuz gerçekleşmişken, bazıları için durum hâlâ belirsizliğini korumaktadır.

4.3.3.3 Pandemide En Çok Zorlayan Etmenler

Görüşmecileri pandemide en çok zorlayan unsurları sordüğümüzda, alınan yanıtlar çalışanlar ve işverenler için farklılaşmıştır. Çalışanların ekonomik olarak zorluk çektikleri, özellikle Kısa Çalışma Ödeneği için şartları sağlamayan çalışanların herhangi bir destek almadıkları, ödenek alanların ise ödeneğin yetersizliğinden bahsetmişlerdir. Bir yandan da İstiklal Caddesi gibi ayak sayısı yüksek bir caddede prim üzerinden çalışan çalışanlar ayak sayısının düşüşüne bağlı olarak yeterli kazancı sağlayamadıklarını aktarmışlardır. Ekonomik sıkıntıların yanı sıra salgının psikolojik ve fiziksel sıkıntılarından da bahsedilmiştir.

İşyeri sahibi ya da işletmecı/üst düzey çalışan görüşmeciler bireysel, sektörel ve mevcut işletme üzerinden zorlukları tanımlamışlardır. Yine çalışanların bahsettiği gibi hane ve işletme giderleri nedeniyle ekonomik, salgın nedeniyle psikolojik ve sağlık sorunlarından bahsedilmiştir.

Pandemi boyunca işletmelerin gelirleri hiç olmamış veya önemli ölçüde düşmüştür. Nakit akışındaki sıkıntılar ise beraberinde birçok sorunu bir arada getirmiştir. Fatura, kira, vergi, çalışan maaşları gibi giderlerin sabit kalması fakat nakit girişinin olmaması en büyük problem ve işletmeleri zorlayıcı unsurlar olarak görünmektedir. Hatta öyle ki, kiraların bu süreçte de artmış olması ve iş yapamama hali bazı işletmelerin devretmesine neden olmuştur. Hossain ve diğerleri (2022) de Bangladeş’te yaptığı çalışmada aynı problemi en büyük sorun olarak nitelendirmiştir.

İşletme sahibi ve işletmecı görüşmeciler iş yapma sürecindeki sorunlardan da bahsetmişlerdir. Daha önce yapılan anlaşımlara göre almak zorunda oldukları ürünler olmuş, ödeme dengesini kuramamışlar, tedarik süreçleri uzamış, yetersiz

altyapıları nedeniyle çevrim içi satışa geçememiş, özellikle gıda ürünler için ürünün sağlığı korunamamış veya kültür sanat işletmelerinde daha önceden planlanan etkinlikler ertelemek zorunda kalınmıştır. Her ne kadar çalışmalar (Hossain vd., 2022; Lu vd., 2020) KOBİ'ler için en büyük zorluklarından birinin tedarik zincirinde sıkıntılar olmasını gösterse de, İstiklal Caddesi'nde yer alan işletmelerin özellikle imalat sektörü gibi tedarike aşırı bağlı olmaması nedeniyle böyle bir sorun ile yalnızca tek vakada karşılaşmıştır. Fakat ana caddelerin de kendi dinamikleri başka sorunlar yaratmıştır. Bazı işletmelerin müşterileri bu krizden diğer gruplara göre daha çok etkilendiği için işlerindeki durgunluk diğerlerine göre daha fazla olmuştur. Örneğin, müşteri kitlesi öğrencilerden oluşan kafeler hem sokağa çıkma yasakları hem de uzaktan eğitime geçilmesiyle uzun süre müşteri bulamadıklarını aktarmışlar (Görüşmeci 6); lostra gibi hizmetler ise hem müşteri tabanıyla hem de verdikleri hizmetin öncelikli olmaması nedeniyle müşteri kaybettiklerinden bahsetmişlerdir (Görüşmeci 20). Kriz zamanlarında gerçekleşen bu tip tüketici davranışı değişikliklerine karşı işletmelerin hızla adaptasyon süreçleri bulmaları gerekmektedir fakat görüşmelerden edinilen bilgiler bu adaptasyonun sağlanamadığı mesajını vermektedir.

İşyeri sahipleri için zorlayan temel etmenlerden birisi de çalışanlarla ilgili konular olmuştur. Çalışanların maaşlarını ödeyememe endişesinin yanı sıra, her ne kadar işten çıkarma odaklı bir yaklaşım sergilenmese de sigortasız çalışan ya da Kısa Çalışma Ödeneği için yeterli şartları sağlayamayan işçiler işten ayrılmak durumunda kalmışlar. Çalışanların kendi rızası ile işten ayrıldığı durumlar da olmuştur. Kısa Çalışma Ödeneğini yeterli bulmayıp başka sektöre geçenler, İstanbul'dan taşınmak isteyenler ya da pandemi bitene kadar memleketlerine dönenler, sağlık endişeleri ile işten ayrılmayı tercih eden çalışanlar olmuştur. İşverenler çalışanlarının baristalıktan tekstil işçiliğine, yeme-içme sektöründen grafikerliğe, çevirmenlik, prodüksiyon gibi alanlara geçildiğini, kâğıt toplama, kuryelik ve kargo paketleme gibi işleri de yaptıklarını aktarmışlardır. Bu tip sektör değişimleri uzun vadede işi bilen ve kaliteli çalışanların Cadde'den ayrılmasına neden olmuştur.

Lu ve diğerleri (2020) Çin'de 4807 KOBİ ile yaptıkları ankette işletmelerin % 67'sinin çalışanların enfeksiyon kapma riski, bununla ilgili yasal sorumluluklar, salgının yayılmasını önleyecek malzemelerin eksiliği gibi krizin sağlık boyutuyla

ilgili sorunlarla karşılaştığından ve bu unsurları baskı olarak hissettiklerini ortaya çıkarmışlardır. İstiklal Caddesi örneğine bakıldığında ise, pandeminin sağlık boyutuyla ilgili endişelerin oldukça az olduğu, zorluk yaşanan konuların tamamen ekonomik ve operasyonel olduğu görülmektedir. Bu zorluklara neden olan temel sebep ise alınan kapanma kararları, müşteri tabanını etkileyecek sokağa çıkma yasakları ve sabit giderlerle ilgili yeterli desteğin verilmemesi, kiracılıkla ilgili İstiklal Caddesi esnafını da kapsayabilecek genişlikte uygulamalar yapılmamış olmasıdır.

4.3.3.4 Başa Çıkma Kapasitelerinin Devamlılığı Öngörülleri

Pandemide deneyimlenen bu zorlukların işletmeler üzerindeki etkilerini anlayabilmek için görüşmecilere “*Pandemideki kapanmalar daha ne kadar sürse idare edebildiniz?*” sorusu yöneltilmiştir.

İşletmelerin pandemi dönemindeki başa çıkma kapasiteleri ağırlıklı kira, vergiler ve faturalar gibi finansal baskılarla şekillenmiştir. Kira ödemeleri en belirleyici etkenken, devlet desteği ve teşvikleri yeterli düzeyde olmuş olsaydı başa çıkma kapasitelerinin artacağından bahsetmişlerdir. İstanbul’un farklı ana caddeleri ve merkezlerinde şubesi olan bir işletme yerli müşterilere hizmet ederek pandemi sürecini tolere edebilirken (Görüşmeci 16), pandemiden önce yapılan yatırımların geri dönmediği fakat mutlaka döneceğine dair inanç (Görüşmeci 26) ve görüşmecilerin bireysel dayanıklılığı da (Görüşmeci 21) işletmelerin dayanma kapasitesini etkileyen faktörlerden olmuşlardır. Belirsizlik ise işletmeler için dayanma kapasitesini en çok sınırlandıran unsur olmuş, sınırları tanımlı bir krizle daha kolay başa çıkacaklarını belirtmişlerdir.

Tüm bu yanıtlar işletmelerin kendilerini konumlandıkları durum ve dayanıklılıkları ile ilişkili bulunmuştur. Köklü işletmelerden geçmiş kazançlarından dolayı süresiz dayanabilecekleri cevabı, bireysel birikimleri olan işletmelerinse bir sene gibi süreler belirlediği cevaplar alınmıştır. Ayrıca işletmelerden “*sınırdıydık*”, “*son raddedeydik*” gibi yanıtlar da edinilmiştir.

4.3.3.5 Pandemiden Öğrenilenler

Sosyo-ekolojik sistemlerin dayanıklılığında önemli bileşenlerden birisi de öğrenmedir. Dayanıklı sistemlerin deneyimlerinden öğrendikleri bilgileri gelecek deneyimlere aktarması beklenir. Bu kapsamda görüşmecilere “*Pandemiden ne*

öğrendiniz (Neyin doğru, neyin yanlış olduğu)? Gelecekteki durumunuzu etkiledi mi? Hâlâ bu sürecin size öğrettiği bir şeyler var mı?” ve “Pandemi deneyimine bağlı olarak başa çıkmayı öğrendiniz mi? Gelecek krizlerde başa çıkacak gücünüz var mı? Alternatif bir planınız var mı?” soruları yöneltilmiştir.

Alınan yanıtlar gündelik yaşam, bireysel dayanıklılık, toplumsal yaşam, işle ilgili süreçler, yasal ve yönetsel süreçler ve İstiklal Caddesi ile ilgili olmuştur. Gündelik yaşamdaki en önemli vurgular temizlik ve hijyen, sağlık, aileye atfedilen önem ve çevreye farklı bir gözle algılamayı içerirken, görüşmeciler hayatta ve akışta kalmanın önemine, her şartta ayakta kalabilecekleri inancına ve başa çıkma kapasitelerine vurgu yaparak bireysel dayanıklılıkları ile ilgili düşüncelerini iletmişlerdir. Yanıtlar toplumsal olarak eleştiriler de içermektedir; örneğin fırsatçılık, kolektif olarak eyleme geçememe, devlete atıfla yalnızlaşma gibi. Görüşmelerde sıklıkla geçen yalnız olma vurgusu, devlete güven kaybı, “uyuyormuşuz” gibi söylemlerle politik güven kaybı ve sürecin kötü yönetildiği bilgileriyle desteklenmiştir. Ayrıca kriz anında kiracılık ve sözleşmelerle ilgili düzenlemelere atıfla yasal ve yönetsel süreçlerin ve hukukun önemine dikkat çekilmiştir.

İşletmeler ve operasyonel süreçlerle ilgili ise verilen tekil cevaplar, paket servisi ve internet satışı gibi çoklu kanalların önemine, farklı iş modelleri geliştirme ve alternatif sektörlerde iş yaparak yedeklilik oluşturmaya, tüketici davranışının incelenerek uyarlanabilir stratejiler üretmeye, bazı sektörlerin her krizden etkilenebilirken bazılarının hiçbir krizden etkileneceğine dair inanç geliştirmeye yönelik olmuştur.

Görüşmeciler İstiklal Caddesi ile ilgili bir öğrenmeden pek bahsetmeseler de tek bir görüşmeci İstiklal Caddesi'nin krizlerden etkilenme düzeyinin yüksek olmasını vurgulamıştır. Fakat görüşmelerin tamamı dikkate alındığında, her ne kadar krizlerden etkilenme düzeyi yüksek olsa da caddenin dayanıklılığına inançlarının tazelenmiş olduğu çıkarımı yapılabilir.

Tüm bu öğrenilenlerin geleceğe yansımaları sorulduğunda, görüşmeciler tasarruf, bireysel birikimlerin ve yatırımın önemini ısrarla vurgulamışlar, krizlere maddi açıdan hazırlıklı olmak, bu nedenle de en azından borçlu olmamaya dikkat çekmişlerdir. Ayrıca, iklim krizi gibi çevresel meselelere karşı daha hassas olmak

gerekliliğini vurgulayan görüşmeciler de olmuştur. Bir yandan da bu konuyu hiç düşünmediğini belirtenler varken, hiçbir şey yapmayacağını, yeni bir krizin kendi dinamikleriyle geleceği için bunun önemli olmadığını, kısacası pasif bir bekleyişi ve belirsizliğe hazırlıklı olmanın bir anlam ifade etmediğini vurgulayanlar da olmuştur.

4.3.3.6 Daha Önceki Krizler, Krizlerin Sıklığı ve Etki Süreleri

Tez kapsamında yalnızca COVID-19 pandemisi değil, aynı zamanda caddenin daha önceki şokları, krizleri ya da görüşmeciler tarafından önemli bulunan olayları caddenin dinamiklerini, yavaş değişkenlerini, işletmelerin deneyimlerini ve öğrenme kapasitelerini anlayabilmek için kapsam içine alınmıştır. Bu bağlamda görüşmecilere *“Sizi ve işletmenizi en çok etkileyen olaylar/şoklar/krizler hangileriydi? Ayrıca yavaş yavaş burayı tüketti/değiştirdi dediğiniz süreçler var mı?”* sorusu yöneltilmiştir. Bu soru aynı zamanda görüşmecilerin Beyoğlu ve İstiklal Caddesi algısı ve dayanıklılığı hakkındaki görüşlerini de ortaya çıkarmıştır.

Görüşmecilerden alınan yanıtlar sıklıklarına göre gezi olayları, bombalamalar, kaldırımların yenilenmesi, 2016 Darbe Girişimi, ekonomik krizler, masa-sandalye olayları, 6-7 Eylül olayları, yürüyüşler/eylemler, doğal afetler, diğer kentlerdeki ve ülkelerdeki olaylar, diplomatik krizler, sigara yasağı ve caddenin trafiğe kapatılması olmuştur.

Ekonomik Krizler

- 1990 Körfez Krizi
- 1994 Krizi
- 2001 Anayasa Kitapçığı Krizi (Kara Çarşamba/Ecevit)
- 2008 - 2009 Küresel Kriz
- 2018 Döviz Krizi

Doğal Afetler

- 1999 17 Ağustos Depremi

Terör Olayları

- 2003 Neve Şalom Sinagog Saldırısı
- 2003 İngiliz Konsolosluğu Saldırısı
- 2016 İstiklal Caddesi Balo Sokak Patlaması
- 2017 İstanbul Reina katliamı
- 2022 İstiklal Caddesi Mango

Toplumsal Olaylar

- 1955 6 - 7 Eylül
- İran - Irak Savaşı
- Suriye Savaşı
- 2013 Gezi Olayları
- 2016 Darbe Girişimi
- Rusya - Ukrayna Savaşı
- 1 Mayıs Yürüyüşleri
- Onur Yürüyüşleri
- Kadınlar Günü Yürüyüşleri
- Cumartesi Anneleri Eylemleri

Cadde ile İlgili

- 1990 Caddenin Trafiğe Kapatılması
- 2008 Sigara Yasağı
- 2011 Masa Sandalye Olayları
- 2013 Alkolde Saat Yasağı
- 2017 Kaldırımların Yenilenmesi

Şekil 4.7 Görüşmeciler tarafından bahsedilen İstiklal Caddesi ve çevresindeki şoklar, krizler ve olaylar

• Gezi Olayları

Gezi Olayları görüşmeciler tarafından en sık verilen yanıt olmuştur ve toplumsal hafızada önemli bir yer edinmiştir. Pandemi dışında en büyük önlemlerin alındığı, zaman zaman işletmelerin kapalı kaldığı ve gün içinde çeşitli zamanlarda polis ve halkın karşı karşıya kaldığı bir toplumsal hareket olarak değerlendirilmektedir. Görüşmeciler bu hareketi iki farklı şekilde anlatmışlardır. Birinci grup, İstiklal Caddesi üzerinde ve yakın ara sokaklarda bulunan işletmelerden bir kısmını temsil etmekte ve bu grup ne olaylar sırasında ne de sonrasında hiçbir şekilde etkilenmediklerini, gün içinde kısa süren kepenk indirmelerden sonra çok hızlı bir sürede caddenin eski canlılığına ulaştığını aktarmaktadır. Burada görüşmecilerin

eylemlere bakış açısı da etkindir, eğer olaylara destek veriyorsa, bunu görüşmelerde belirtiyorsa, ticari kazancı da çok önemsemediği anlaşılmaktadır. İkinci grup ise, olaylar sırasında günün büyük bir zamanında kapalı kaldıklarını, özellikle pasajlarda bulunan işletmeler olaylar sırasında çok etkilendiklerini, pasaj içine gaz atıldığı takdirde hareket alamadıklarından bahsetmekte, yönetimi olan pasajların sıklıkla kapanma kararı aldıklarını aktarmaktadırlar. Yine de tam bir kapanma olmadığı için caddede belirli bir ticari aktivite seviyesinden bahsedilmektedir. Tüm kalabalık içinde alışveriş yapma imkânının olduğu, hatta öyle ki, eyleme katılma amacı ile gelen bireylerin örneğin spor malzemeleri ve çanta gibi bazı ürünlerin satışı arttırarak işletmeler için fırsatlar doğurduğu farklı görüşmeciler tarafından aktarılmıştır.

Görüşmeciler Gezi Olaylarının etki süresi konusunda da farklı yanıtlar üretmiş, 2 ayda hiçbir etkisinin kalmadığını söyleyen de 10 senedir caddenin toparlayamadığını söyleyen de olmuştur. Görüşmecilerden edinilen bilgilere göre Gezi Olayları İstiklal Caddesi'nin kullanıcı profili üzerinde büyük bir fark yaratmış, daha sonrasında gerçekleşen şoklar ve krizler durumu iyice tetiklemiştir. Gezi Olaylarının neden olduğu güvenlik endişesi ile yerli kullanıcının giderek Beşiktaş ve Kadıköy gibi diğer ilçelere hareket ettiği, yabancı turistlerinse Avrupalı profilden Arap profiline doğru kayma yaşadığını sıklıkla ifade etmişlerdir. Bu sürecin Gezi Olayları ile başladığı fakat diğer olaylarla devam ettiğini, eğlence gibi spesifik sektörler üzerinde büyük etkisi olduğunu bildiren görüşmeciler de vardır.

“Yani meyhane kültürünün buralarda sona ermesinden dolayı rahatsızım. Yani Beyoğlu dediğin zaman, eskiden ben meyhane, fasıl, insanlar şirket yemekleri, grup yemekleri, doğum günleri, işte asker eğlenceleri, düğün sonrasında düğün yemekleri bunlar aşağı yukarı 2012 yılından beri bitti yani... Yani Gezi'nin faktörü var. Bu Asmalı Mescit' teki o masa sandalye olayının faktörü çok. İşte sigara yasakları falan yani Beyoğlu'nun eğlence sektörünü biraz da bitiriyorlar yani bitirmek, bitmek üzere.” (Görüşmeci 45)

Gezi Olaylarını diğer olaylardan ayıran konulardan birisi işletme ve kullanıcılar arasında gelişen dayanışma örnekleridir. İşletmelerin dükkân içine eylemlere katılan insanları alıp sakladıkları, gerekli durumlarda sabaha kadar açık kalıp dayanıştıkları görüşmelere yansımıştır.

Bir diğer dikkat çeken ayrılcı özellik ise, Gezi Olaylarının genellikle pandemiden sonraki en büyük kriz olarak tanımlanması fakat bu durumun işletmeler üzerinde bir güven yaratmış olmasıdır.

“Şimdi şöyle bir şey var. Gezi'den sonra Taksim'in bitmediği bitmeyeceği bir aşkarlığı var. Gezi olaylarında gerçekten en büyük darbeyi gördü. En çok esnaf, buradaki esnaf mahvoldu. Ama o zaman dayanabilen herkes şu anda çok daha güçlü bir şekilde çıktı Taksim'de esnaf olarak. Şimdi Gezi Taksim'i bitiremediyse Taksim'i bir şey bitirmeyeceği için Taksim'de artık hani bu bundan sonra bir daha darbe kimse bir girişim yapmaz. Bu görüldü. Aynı şekilde İstiklal'de de bir daha bu saatten sonra İstiklal bunu kaldırabiliyor. İstiklal'de hani bugün yatırım yapmak risk değil. Eğer gücünüz varsa, İstiklal her zaman kazandırabilecek bir yer.” (Görüşmeci 33)

• Terör Olayları – Bombalı Saldırıları

Görüşmecilerin hafızasında yer eden ve işletmelerini en çok zorlayan olaylar arasında farklı zamanlarda farklı mekânları hedef alan bombalı saldırılar yer almıştır. En çok bahsi geçen saldırılardan kronolojik olarak bahsetmek gerekirse, 15 Kasım 2003 tarihinde Neve Şalom Sinagog’una (ve Şişli’de Bet İsrail Sinagogu’na), 20 Kasım 2003’te ise İngiliz Başkonsolosluğu’na (ve Levent’te HSBC Genel Müdürlük Binası) düzenlenen saldırılar ilk akla gelenlerdir. Bu saldırıların üzerinden oldukça zaman geçse de birbirlerine yakın tarihlerde gerçekleşmeleri ve caddeye ekonomik ve sembolik olarak zarar vermesi unutulmamasına neden olmaktadır.

2016 yılı yoğun olmak üzere tüm ülkede PKK, TAK, IŞİD gibi örgütlerin üstlendiği birçok bombalı saldırı gerçekleşmiştir. Bu saldırıların tamamı İstiklal Caddesi’nde olmasa bile görüşmeciler sıklıkla etkilerinden bahsetmişlerdir. Özellikle İstanbul’da Beşiktaş, Vezneciler ve Sultanahmet saldırılarının etkisiyle yaygınlaşan güvensizlik hali, yerli ve yabancı turistlerin ziyaretlerini etkilemiş, İstiklal Caddesi esnafı için oldukça fark edilir bir düzeye ulaşmıştır. Zaten 19 Mart 2016’da İstiklal Caddesi’nde Balo Sokak girişinde düzenlenen ve 4 kişinin hayatını kaybettiği 39 kişinin yaralandığı intihar saldırısı en önemli etkiyi yaratmış, İstiklal Caddesi işletmeleri için kırılma noktalarından birisi olmuştur. Gayrimenkul sektöründe uzun yıllardır çalışan Görüşmeci 43 bu bombalamanın İstiklal Caddesi üzerindeki etkisini kira fiyatları üzerinden örneklendirerek anlatmıştır.

“Tuğba Kuruyemiş vardı mesela orada. Onlar o zamanlar bizden ikinci bir şube istiyorlardı burada. Dört köşe başıdır mesela. Bakın 86 bin. 86 bin 250 dolar kira ediyordu biliyor musunuz o zaman. Çıktı. Adam kapattı yani. Bomba önünde patladı. Mal sahibi arıyor, “işler inanılmaz düştü”. Dedim ki “abi 50 bin dolara verebilirsek...” “Ya sen deli misin? 86 bin dolar”. Dedim “Bak abi unut. O devir kapandı.” Kabullenmesi kolay değil. Her ay 86’ya almış adam.

...Dedim ki “yani mümkün değil. Bak ben sana söyleyeyim. 75’ten” dedim, “bir çıkalım”. İşte 75 bin dolar üzerinden, o zaman işte HD döner geldi, onlar bir holdingtir hatta birkaç tane şeyleri vardı, Pidem, HD İskender. Yok yani 140 metre çok güzel, beş metre tavanı var. Köşe başı, yüzük taşıyor eyvallah ama hesap kitap meselesi, tutmadı hesaplar, tutamadılar. Ondan sonra bu parfümcü, o da Galatasaray Han’da balık pazarının girişinde böyle şimdi orası şey

oldu, yine parfümcü oldu, Leras oldu. Köşe var ya, 30 metre bir dükkandaydı bunlar Arabian Oud, şimdiki oradaki. Dünyada 11. marka özelliği falan vardır onun yani. Ondan sonra bu Arabian gidiyor işte 50 bin dolar yıllık peşinle teklif veriyor. Çünkü 50 bin doları 30 metre kareye veriyorlar. Dolar da böyle değil tabii ki. Vallahi mal sahipleri dedi ki ya böyle bir teklif var. Dedim ki “abi götür, gece ver, sabahı bile bekleme”. Ama hep şunu yaşadık. “Ya 86 bin...”. Ya 86 bin’i unut. Yani adam bizden ikinci şube istiyordu. Adam caddeden kaçtı gitti. Herifin önünde bomba patladı abi ya. Yani unut yani senin 86 bin dolar ben de biliyorum aldığını. O şekilde girdi yani, bana göre şanslıydı.” (Görüşmeci 43)

Bu dönemde Kelebek Korse, Hummel, Camper, Pizza Hut, Paşabahçe, Kiğılı, House Cafe, Nine West, Ünal Giyim, Media Market gibi birçok yerli ve yabancı marka İstiklal Caddesi’nden ayrılmıştır (Eyüboğlu, 2016).

Ardından yine İstiklal Caddesi’nde olmayan fakat 2017 Reina Katliamı olarak bilinen saldırı da görüşmeciler tarafından vurgulanmış, etkisinin yaklaşık 3 ay sürdüğü bildirilmiştir (Görüşmeci 5). Benzer etki süreleri İstiklal Caddesi üzerinde olan bombalamalar için de aktarılmıştır. Bombalamaların hemen ardından esnafın kepenk kapatması, birkaç gün caddeye güvenlik endişeleri nedeniyle gelmemesi tipik bir yanıtken, Görüşmeci 22 bu tip bombalama olaylarının esnafı 8-10 gün *denediğini* düşünmekte, birçok görüşmeci de aynı bombalama olayına atıfla 6 aydan başlayarak daha uzun etki sürelerinden bahsetmişlerdir. Özellikle Balo Sokak’taki patlamanın yabancı turistin İstiklal Caddesi’nden çekilmesinin en önemli nedeni ve dolayısıyla eğlence sektörü başta olmak üzere birçok sektöre etkilerinin hâlâ devam ettiği bir olay olarak anlatılmaktadır.

Görüşmecilerin anlatılarında dikkat çeken bir durum, büyük bir bölümünün bombalı saldırıları açıkça tekrar bekliyor olmaları ve caddenin dinamiğinde kabul etmeleri idi. Öyle ki, tez kapsamında görüşmeler tamamlanır tamamlanmaz, 13 Kasım 2022’de yine İstiklal Caddesi üzerinde bir bombalı saldırı gerçekleştirmiş, bu saldırıda 6 kişi hayatını kaybetmiş ve 81 kişi yaralanmıştır. Daha önce görüşülen görüşmeci ziyaretlerinde bu saldırının cadde canlılığı açısından kısa süreli olduğu fakat yine de güvenlik endişeleri nedeniyle öğrenci gibi belirli profil tipine hizmet eden işletmelerin daha uzun süreli etkilendiği anlaşılmıştır.

• Altyapı ve Kaldırım Düzenlemeleri

İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından İstiklal Caddesi üzerinde yapılan altyapı çalışmaları özellikle cadde üzerinde konumlanan işletmelerin sıklıkla bahsettiği ve iş yapma açısından oldukça etkilendikleri bir olaydır. Önce Beyoğlu Belediyesi tarafından, daha sonra İBB’nin devraldığı kaldırım düzenleme ve altyapı

çalışmaları 2017 yılı başında başlamış ve 2018 yılı Şubat ayında tamamlanmıştır. Görüşmeci 5 bu sürecin nasıl ilerlediğini kendi bilgisi üzerinden şu şekilde anlatmıştır:

“...İstiklal'in kazılması. Yaklaşık 2 sene falan sürdü, 2, 3 buçuk sene. Şöyle söyleyeyim. 2 buçuk seneden fazla sürdü. Nasıl 2 buçuk seneden fazla sürdü? İlk önce bir taş yaptılar. Ondan sonra çıktı oradan böyle Türkiye Granit Ocakları Federasyonu Başkanı mı ne, buraya bir tane Çin malı döşediler, kafadan. Ondan sonra bak bir sene o Çin malını döşediler. Oradan bir sene geçti. Bu Çin malını denetledi işte o federasyon başkanı bilmem ne falan. Buranın Türk graniti olması lazım. Söktüler Türk graniti döşediler. Bir senede oturdu. Siyah zemin böyle. Karda kayarak gidiyor. Kayarak düşen çok olurdu yani. ... İnanılmaz ya. Acayip siyah, simsiyah bir granit. Ve soğuktu buz tuttuğu zaman böyle, buz pateni pisti gibi oluyordu böyle. Ondan sonra bir sene boşluk oldu. Ondan sonra bir daha girdiler İstiklal'e. Ama bu sefer, mesela en son yapıma olayı altyapısıyla beraber yaptılar. Sadece granitleri değiştirilmedi. İşte atıyorum söke söke o doğalgazı, bilmem neyle böyle şey yaptılar. Zaten evladiyelik oldu, eyvallah evladiyelik oldu da mesela 1 seneye yakın sürdü yapmaları. O sırada işte Fetö metö muhabbetleri, Kadir Topbaş vs. vardı.” (Görüşmeci 5)

Altyapı çalışmalarının bu denli uzaması ayak sayısının düşüşüne neden olmuştur. Görüşmeciler de sıklıkla yağmurlu havalarda yürüyemedikleri, taşların su sıçratıldığı, caddenin çamurla dolu olduğu ve caddeden dükkânlara girmek için tahta iskeleler koyulduğu gibi olumsuz deneyimlerinden bahsetmişlerdir.

“Radikal gazetesi vardı. Radikal gazetesinin eki vardı, bilmem hatırlar mısınız. Onda Kadıköy Belediyesi tam sayfa ilan vermişti, Kadıköy'e niye gidilir? Taksim'e niye çıkılmaz, Beyoğlu'ndan niye çıkılmaz diye. Ama yani çamurdan geberiyorsun yolda yürüyemiyorsun.” (Görüşmeci 29)

Yine bu dönemde de cadde üzerinde kapanan işletmelerin olduğu bilinmektedir fakat aynı yıl döviz krizinin de olması sebebin sadece altyapı çalışmaları olmadığını düşündürmektedir.

• Eylemler – Yürüyüşler

1 Mayıs 1977'de Taksim Meydanı'nda İşçi Bayramı kutlamalarında yaşanan olaylar Taksim Meydanı ve İstiklal Caddesini ideolojik olarak anlamlı bir mekân olma özelliğini arttırmış, toplumsal hareketlerin sembolik mekânı olmasına katkıda bulunmuştur. Görüşmeciler tarafından da 1 Mayıs başta olmak üzere Onur yürüyüşleri, Kadınlar Günü yürüyüşleri, Cumartesi Anneleri eylemleri gibi aktivist eylemler sıklıkla ifade edilmiştir.

Son yıllarda, gösteri ve mitinglere izin vermeyen ya da yüksek önlemler alan İstanbul Valiliği bu günlerde İstiklal Caddesi'ne çıkan sokakların kapatmakta, dolayısıyla işletmeler de gün içinde belirli saatlerde ya da tüm gün aktif olarak işlev verememektedir. Görüşmecilerin genel söyleminden anlaşılmaktadır ki, bu tip günlerde tarihlerin belirli olması ve önceden kapatılma bilgisinin edinilmesi

nedeniyle kapanmalar işletmeler için yüksek bir etki taşımamaktadır. Elbette bunun tersini düşünen, bu tip eylem ve yürüyüşlerin günlük ticari aktiviteye zarar verdiğini düşünen ve eylemleri kriz olarak nitelendiren görüşmeciler de vardır.

“...Dönem dönem ülkede olan başka türlü siyasi harici de her türlü olayda seslerini duyurmak için İstiklal'e geliyor insanlar. Bunlar da İstiklal'in akışını bozuyor. Yani haliyle kalabalık bir grup. Eylem gibi şeye dönüşünce esnaf iş yapamıyor, hizmet veremiyor. Onlardan bahsettik. Küçükü büyüklü görünmeyen kriz bunların hepsi.” (Görüşmeci 48)

Bu eylemlerin etki süresi yalnızca gerçekleştirilme anını içermektedir, cadde canlılığı ve ekonomik aktiviteler için uzun vadeli bir etkisinden bahsedilmemektedir.

• 15 Temmuz Darbe Girişimi

15 Temmuz 2016'da gerçekleşen darbe girişimi görüşmecilerin bahsettiği bir diğer olaydır. Direkt olarak etkisinden bahsedilemeyen bu olayın asıl etkisinin belirsizliğinin yüksek olmasından kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Ayrıca birkaç ay öncesinde bomba patlamasından etkilenen işletmeler, hemen ardından böylesi bir şokla karşılaşınca duruma yanıt üretmekte zorlanmışlardır. Görüşmeci 62, bu dönemde yüksek kira ödeyen işletmelerin caddeden çıktığından bahsetmiştir. Gerçekleştiği zaman nedeniyle bu olayın da işletmeler ve Cadde üzerindeki direkt etkisi anlaşılamamaktadır.

• Ekonomik Krizler

Görüşmeciler mekânsal olarak direkt İstiklal Caddesi'ni etkileyen şok, kriz ve olayların yanı sıra ülke ya da küresel ölçekte etkileri olan birçok ekonomik krizden bahsetmişlerdir. Bunlar başlıca 1990 Körfez Krizi, 1994 Krizi, 2001 Anayasa Kitapçığı Krizi (Kara Çarşamba/Ecevit), 2008 - 2009 Küresel Kriz ve 2018 Döviz Krizi'dir. Krizlerle ilgili detayda bir bilgi edinilememiş fakat etkilerinden sıklıkla bahsedilmiştir.

• Masa Sandalye Olayları

2011 yılında Asmalımescit'te başlayan masa kaldırma operasyonları özellikle eğlence sektöründe olan görüşmeciler tarafından önemle bahsedilen bir diğer olaydır. Görüşmeci 5 bilgileri doğrultusunda bu olayı şu şekilde anlatmaktadır ve Beyoğlu Belediyesi'nin işgaliye ile ilgili bu sınırlandırmalarının kullanıcıların Beyoğlu'ndan diğer ilçelere geçişin bir nedeni olduğunu ifade etmektedir:

“Masa sandalyenin kalkması işte o “Şerefine Tayyip” muhabbetinden kaynaklanıp başladı... Asmalı'da işte Cumhurbaşkanı geçerken, Galataport'un açılışıydı herhalde, oradan biri çıkmış, öyle demiş. Ondan sonra Asmalı Masmalı sıraları böyle toplaya toplaya geldiler. Yaklaşık 2 sene falan masa sandalye atamadık dışarı. Yani mekanların çoğu şimdi şu an Kadıköy'ün bu kadar fazla mekân sahibi olması veya Beşiktaş'ın bu kadar fazla mekân sahibinin olmasının sebebi bu yani. ...Orada kısıtlama yok bir, ikincisi buradaki bütün mekanlar buradaydı, İstanbul'un eğlence merkeziydi burası. Burada yani bir ton kulüp hani kaliteli gece kulüplerinden bahsediyorum. ... 2000ler falan, burada bir ton şey vardı zaten, Koridor'u var, bilmem neyi vardı falan, Hayal Kahvesi vardı. Aşağıda Jolly Joker'i vardı. Bir ton konser alanı, Yeni Melek vardı. Sayıyorum, saydıkça aklıma geliyor ve bunların hepsi kapalı şu an.” (Görüşmeci 5)

Uzun yıllar Beyoğlu'nda çalışan ve eğlence sektöründen olmasa dahi kullanıcısı olduğunu belirten Görüşmeci 17 masa sandalye operasyonlarını ve alkol yasaklarını *“İntikam alıyorlar. Yani Beyoğlu'nu bitirme intikamı alıyorlar.”* diyerek eleştirmiştir. Büfe işleten Görüşmeci 11 de, büfenin daha önce bir çay ocağı olduğundan fakat bu sınırlandırmalar nedeniyle işlev değişikliğine gidildiğini aktarmakta ve bu olayın etkilerinin hâlâ devam ettiğini düşünerek Beyoğlu Belediyesi'ni hedefle *“Bu sokağa bir zıtlıkları var.”* cümlesi ile ifade etmektedir. Sokağın özelliği ise aynı sokakta çalışan Görüşmeci 12'nin anlatılarında ortaya çıkmaktadır. 2014 yılında işgaliye nedeniyle eğlence sektörü çalışanları ile zabıta arasında çıkan tartışma kavgaya dönüşmüş ve görüşmecinin kendisi de süreçle ilgili yargılandığını ifade ederek bu olayı etkileri bakımından diğer tüm krizlerin üstünde tutmuştur.

• Diğer

Görüşmecilerden az sayıda da olsa bir üst nesilden aktarılanlarla 6 – 7 Eylül olayları, diplomatik krizler, diğer ülkelerdeki Irak-İran Savaşı (1980-1988), Suriye İç Savaşı (2011 -), Rusya - Ukrayna Savaşı (2022 -) gibi savaşlar, diğer kentlerdeki gerilimler, caddenin trafiğe kapatılması ve eğlence sektörüne ilk zarar veren olay olarak sigara yasağından bahsedilmiştir.

Bu sorular kapsamında ve görüşmeler bütünü değerlendirilirse, öncelikle sorular her ne kadar işletme temelli sorulsa da görüşmeciler tüm bölgeyi ve esnafları etkileyen durumlardan bahsederek ortak hafızayı kullanmışlar ve anlatılarda ortak zarar görebilirlik farkındalığının da yüksek olduğu tespit edilmiştir. Elbette bu durum yanıtların öznelliğini etkilememiş, görüşmecilerden alınan yanıtlarda politik duruşları etkili bir unsur olmuş, eğer görüşmeci özellikle toplumsal hareketleri destekliorsa krizin etkilerini önemsizleştirme eğiliminde olmuştur.

Krizlerin sıklığı da oldukça öne çıkan ve dayanıklılık azaltıcı bir etken olarak görülmektedir. “*Tam işler yoluna oturmuşken...*” diye başlayan cümleler, “*Yani iki yakamızı bir araya getiremedik yani.*” (Görüşmeci 23) diye sonlanmaktadır. Yine de bu söylemler cadde ve genel dayanıklılığını olduğu gibi temsil etmemektedir. Birçok görüşmeci, Beyoğlu ve İstiklal Caddesi’nin şoklar ve krizler sonrasında toparlanma sürecine dair benzer ifadelere yer vermiştir.

“Ya çünkü bakın İstiklal Caddesi farklı bir yer, yani değişik çok farklı bir yer ya. Ya örnek veriyorum. Ben önceden buraya gelmeden önce çocukken bile senede bir kere iki kere gelirdim İstiklal’e. Ve her gün geldiğimde bile kalabalıktı. Ben mesela yıllardır burada esnafım. Her zaman öyle. Tabii mesela Gezi olayında bile hani polisler şey yapıyordu, gaz bombası atıyordu, geri çekiliyorlardı. Üç saniye sonra İstiklal yine böyle oluyordu. Ya her şeyden önce şöyle düşünün. Hani mesela bazen eylemler oluyorlar. Böyle örnek veriyorum 1 Mayıs gibi ya da işte başka bir şey gibi, yolları kapatıyorlar ya. Bütün sokak, İstiklal’e girişi yasaklıyorlar kimse kuş uçmuyor. Sadece polisler, sivil polisler oluyor. Yasak kalkıyor, demirler kalkıyor. İnan İstiklal’de bekle, 10 dakikada boydan boya kalabalık, ya dersin bu insanlar nereden geliyor? Hani gökten ışınlanıyor mu? İstiklal farklı bir yer yani. O yüzden bomba patlasa da İstiklal’in şeyi düşmez.” (Görüşmeci 26)

“Yani burası çok çabuk kendisini, çok çabuk tazeleyen bir yer. Yani ben şunu gördüm bu gezi zamanında işte sis bombaları atıldı. Bir aşağı baktım bir yukarı baktım sokakta hiç kimse yok. Ama beş dakika sonra hiçbir şey yokmuş gibi İstiklal yani çok başka bir yer.” (Görüşmeci 30)

“Hep toparlar aynen. İstiklal Caddesi her tarafta toparlar. Yani burada olmayan olay kalmadı. Yani bombalar patladı bilmem ne. Ama ona rağmen yine toparlar yani. Bu cadde her zaman toparlar.” (Görüşmeci 43)

Caddenin her ne olursa olsun, şok ya da kriz, bir an önce toparladığına, eski canlılığına tekrar kavuştuğuna dair birçok söylem yer almıştır. Üstelik görüşmeciler yalnızca kısa vadeli bir toparlama ya da canlanmaya değil, aynı zamanda daha uzun yıllara yayılmış caddenin döngüleri olduğuna da dikkat çekmişlerdir. Kriz sırasında gerileme yaşayan caddenin yine de tamamen ölmediği, işletmelerin ayakta kalabileceği kadar belirli düzeyde bir canlılığa sahip olduğu ortak görüşken, mutlaka daha iyi bir döneme gireceği de diğer bir ortak görüştür.

“Beyoğlu 8-10 yılda bir her zaman bir dibi görür, bir çeker, tekrar kendini ayağa kaldırır. Çöküşlerinde de insan öldürmez. Çarkı döndürecek bir hayat kalır sana. Yani maddi olarak, ekonomik olarak için söylüyorum işte öngörü...” (Görüşmeci 47)

“Fakat dediğim gibi İstiklal Caddesi’nde çok büyük krizler yaşanmaz. Biraz aşağı çekilirsiniz. Ondan sonra amorti etmek için ikinci bir dönem başlar. Onu amorti etmeye çalışırsın.” (Görüşmeci 16)

Caddenin çoklu kriz deneyimi, her şart altında ayağa kalkabiliyor ve canlılığa kavuşabiliyor olması, işletmelere uzun vadede bir güven vermekte, başa çıkma kapasitesini arttırmakta olduğu görülmektedir. Ayrıca caddeye duyulan güvenin işletmelerin caddeden vazgeçmesini engellediği için cadde kimliğini koruduğu ve

dayanıklılığına etki ettiği anlaşılmakta fakat bu güvenin aynı zamanda eylemsizliği de beraberinde getirdiği anlaşılmaktadır. Burada dikkat çekilmesi gereken durum, daha önceki krizleri kolayca atlatabiliyor olmanın işletmelere verdiği güvenin yanıltıcı olabileceği üzerinedir. Bireysel dayanıklılık hakkındaki bir dizi deney, kişilerin deneyimlerinde dayanıklılık göstermelerinin gelecekteki benzer durumları hafife alma ve potansiyel riskleri azaltmak için harekete geçmemelerine neden olduğunu göstermiştir (Tinsley vd., 2012). Williams ve diğerleri (2017) de bu görüşe ek olarak deneyimin statik veya doğrusal olmadığı, olumsuz deneyimler arttıkça öğrenme yeteneğinin düşebildiği ya da küçük olumsuzluklara karşı sürekli olarak verilen çaba büyük bir krizin varlığını okumakta engel olarak ve kırılganlıkları artabileceği üzerinde durmaktadır.

4.4 Toplumsal Dayanıklılığa İlişkin Değerlendirmeler

İstiklal Caddesi'nde toplumsal dayanıklılık farklı yanlarıyla değerlendirilmiştir. Farklı kurumların, işletmelerin, STK'ların ve esasında tüm aktörlerin birbiri ile iletişim içinde olması ve işbirliği yapması dayanıklılık inşa etmede oldukça önemlidir. Bu nedenle tüm aktörlerin ilişkisel ağları, krizin yükünü paylaşmada ne kadar adil oldukları ve karşılıklı güven oluşturma düzeyleri incelenmiştir. Alışveriş caddesi aktörlerinin yanı sıra, devletin bu aktörlere destek ve teşvikleri toplumsal dayanıklılığı güçlendirmede en önemli bileşenlerden biri olmakla beraber, uygulamadaki sıkıntıların zaman zaman eşitsizliğe neden olup olmadığı da sorgulanmıştır. Ayrıca eşitliği sağlayacak mekanizmaların kurulması adına aktörlerin kriz anında iletişim seviyeleri, mevcut zorlukların üstesinden gelmek adına çeşitli eylemlerde bulunma ve genel olarak karar alma süreçlerine katılım düzeyleri de incelenmiştir.

4.4.1 İlişkisel Ağlar, Krizin Yükünü Paylaşma ve Karşılıklı Güven

Farklı çıkarlara sahip aktörlerin, kriz anında birbirleri için ne kadar dayanışma içinde olduğu ve krizin yükünü paylaşp paylaşmadıkları bilgisine ulaşabilmek için görüşmecilere müşterileri, çalışanları, diğer işletmeler, eğer kiracılar ise mülk sahipleri, üye oldukları dernek/vakıf odalar, yerel ve merkezi yönetimlerle ilişkileri sorulmuştur.

4.4.1.1 İşletme – Müşteri

İstiklal Caddesi’nde işletme-müşteri ilişkileri, pandemi döneminde ve öncesinde çeşitli özelliklere sahip aktörler arasında belirgin bir dayanışma ve destek odaklı ilişkileri içermiştir. Bu süreçlerde özellikle müdavim müşterilerin mikro ve küçük işletmelere kısıtlamalar izin verdiğince uğrayarak, alışveriş yaparak, mekânda harcama yaparak ya da iş göndermeye çalışarak işletmelerin ayakta kalmasına katkıda bulunmuşlardır. Her ne kadar bu kriz, müdavimlerin de destek olacak şekilde sınırlara sahip olsa da görüşmecilerin büyük bir kısmı müşterileri ile ilişkilerinin yüksek düzeyde olduğunu ve işletmelerinin dayanıklılığında da bunun bir faktör olduğunu aktarmışlardır. Bu destek ve dayanışma, özellikle uzun vadeli müşteri-işletme ilişkileri sonucunda oluşan dostluk ve güven bağları sayesinde şekillenmiştir ve tek yönlü değildir. Örneğin, pandemi nedeniyle ekonomik zorluklar yaşayan müşterilere bazı işletmeler ödeme konusunda esneklik göstermiş, siparişini iptal edenlere hoşgörü ile yaklaşmışlardır. Esnafılık kültüründe var olan bu tutumun bir örneğini sahaf dükkânı bulunan Görüşmeci 32, zincir mağazalarla karşılaştırma yaparak şu şekilde aktarmıştır:

“Bizim işimizde diğer dışarıdaki kitabevleri gibi değildir. Onlar internette şey bilgisayardan fiyata bakarlar ve aralarında resmi bir ilişki vardır, orada dolaşır. Günlük kitaptan bahsediyorum. İşte popüler yeni çıkmış filan girer alır çıkar. Zaten elemanlar orada hizmet verenler, elemanın mecburiyeti yok ki müşteriyle samimiyet kurmaya, kuran olabilir de hani sürekli müşteri filan. Bizim o ticari ilişki bir müddet sonra dostluğa dönüşüyor. Çünkü 28 yıldır dükkânından çıkmayan bu tip müşterilerim var. Benim ne topladıklarını iyi biliyorum. Başka sağlam az, daha yüksek fiyata bile alamaz yani. O ayrılır muhakkak. Telefon edelim şu kitap geldi buldun mu? Bulmadıysa onundur. Bulduysa ikinci, üçüncü kişi alabilir. Ama çok dikkat ederim öyle şeylere, doğru yere gitmesi gerekiyor” (Görüşmeci 32)

Benzer şekilde görüşmeciler, Gezi Olayları sırasında mekânlarını müşterilerin sığınması için açtıklarını (Görüşmeci 29) ya da kendileri hasta olduğunda müşterilerin çay servisi yaptıklarını (Görüşmeci 10) anlatarak birçok dayanışma örneğinden bahsetmişlerdir. Elbette pandemi, doğası gereğince krizin yükünü eşit paylaşmaya izin vermese de müşterilere duyulan bu güven birçok işletmenin krizlerle başa çıkması için bir etken olarak görünmektedir.

4.4.1.2 İşletme – Çalışan

Pandemi sırasında işletme – çalışan ilişkilerinin de hem işletme dayanıklılığına hem de toplumsal dayanıklılığa katkıları bulunmaktadır. Çalışanların işyerlerine duydukları bağlılık ve Cadde’ye karşı geliştirdikleri yer hissi, şartlar ne kadar zor

olursa olsun bireysel olarak dayanma kapasitelerini arttırmakta ve caddenin genel dayanıklılığına yansımaları olmaktadır.

Pandemi süresince görüşülen birçok işveren, çalışanların maaşlarını ödeme konusunda oldukça hassas davrandıklarını, bazı durumlarda kendi öz varlıklarını veya kredi kaynaklarını kullanarak çalışanlarına destek sağladıklarını aktarmışlardır. Bu süreçte, işverenler ve çalışanlar arasında bir dayanışma kültürü oluşmuş ve kazanılan geliri paylaşma eğilimi gösterilmiştir. İşverenler ve çalışanlar birbirlerine karşılıklı olarak maddi ve manevi destek sağlayarak iş yerlerinin ayakta kalmasına katkıda bulunmuşlardır.

“5 kişi çalışıyoruz burada. 2 de biz çalışıyoruz, 7 kişiyiz. Ama ben köfte sattım onlara. Ya param yoksa bile harçlıklarını verirdim. Onlar bana verdi yeri geldi. Mesela destekledik birbirimizi. Yani geldiler çalıştılar, onlar da çalıştılar. Yani hep şey yaptık, hani bu senin maaşındı diye değil de kazandığımızı bölüştük biz o dönemlerde. Bölüşmeyi öğrendik bir defa. Bölüşmeyi öğrendik, paylaşmayı öğrendik.” (Görüşmeci 13)

Çalışan görüşmecilerden de benzer bilgiler edinilmiş, ödenek alınamayan ilk aylarda işletmeler kapalı dahi olsa maaşlarını aldıklarını, bazı çalışanlar ödenek alabilsinler diye sigorta günleri ile düzenlemeler yaptıkları gibi detaylardan bahsedilmiştir. Elbette bu tüm işletmeler ve çalışanlar için genellenebilir bir durum değildir. İşverenin herhangi bir şekilde destek olmadığını bahseden çalışan da olmuştur fakat özellikle mikro ve küçük işletmelerde karşılıklı olarak güvenin ve dayanışmanın olumlu örneği çok daha fazladır. Bunun sebeplerinden birisi de günümüz işveren esnaflarının bu kültürden yetişmesi ve çalışanların hangi şartlar altında olduğunun bilinmesidir. Kurumsal işletmelerde ise, yine çalışanların olumlu geri dönüşleri olmuştur. Yasal çerçevenin kurallara uygun şekilde işletilmesi bakımından çalışan haklarının korunduğunu, çalışılmasa dahi yemek ve ulaşım gibi ek ödemelerin de devam ettirildiği bilgisi verilmiştir.

4.4.1.3 İşletme (Kiracı) – Mülk Sahibi

Pandemi boyunca işletmelerin giderleri konusunda en büyük sorun olarak bahsettikleri kira etkeni, kiracı işletmelerin mülk sahipleri ile ilişkilerinin ön plana çıkmasına neden olmuştur. Krizin yükünün paylaşılması bağlamında en etkin aktör olarak rol alan mülk sahipleri için devlet tarafından belirlenen herhangi yasal bir yaptırım olmamıştır. Kiracılıkla ilgili tek düzenleme kiracı işletmelere verilen sınırlı miktardaki destekle kalmıştır ve bahsedildiği üzere bu destekten İstiklal Caddesi işletmeleri yararlanamamıştır. Dolayısıyla mülk sahipleri ve kiracılar

arasındaki ilişkiler, önceden kurulan ilişkilere, kiraların yüksekliğine ve dayanışma duygusuna bağlı olarak farklılık göstermiştir.

Görüşmeler kapsamında mülk sahiplerinin kriz anında çeşitli yollarla kiracılarını destekledikleri görülmüştür. Bunlardan ilki, işletmelerin kapalı kaldığı süre boyunca hiç kira almamaktır ve oldukça az sayıda da olsa bu uygulamayla karşılaşmıştır. İkincisi ise, yine işletmelerin kapalı kaldığı süre boyunca kira almamak ya da belirli bir kısmını almak fakat daha sonra bu farkı kapatmak üzerine şekillenmiştir. Bu uygulama bazen mülk sahibinin bazense kiracının kendi talepleriyle gerçekleşmiştir ve oldukça fazla sayıda kiracı görüşmecî mülk sahibinin bu yolla destek olduğunu aktarmıştır. Görüşmecilerin tutumlarına göre, kriz anında dayanışma olması, daha sonra her ne kadar ödenecek olsa da olumlu bir davranış olarak algılandığını göstermektedir.

Bu uygulamaların tamamının oldukça şahsa ait kararlar olduğu görülmektedir, mülk sahibinin inisiyatifi ile dayanışma olmuş ya da olmamıştır. Örneğin, kendi işletmesinin bulunduğu binanın mülk sahibi olan Görüşmecî 17, binada apart işleten kiracısına destek olma sürecini aktararak bu kriz ortamının olağan dışı bir durum oluşunun kiracı ile dayanışmasına neden olduğunu, konunun yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda vicdan meselesi olduğunu mülk sahibi bakış açısıyla aktarmıştır. Görüşmelerden edinilen bilgiler, mülk sahipleri ve kiracılar arasındaki ilişkilerin yalnızca kriz anında ortaya çıkmadığı, öncesinde temellerinin atıldığı ve sonrasında da ilişkilerinin gelişmesine olanak verdiğini göstermektedir.

Görüşmelerde mülk sahibinin şahıs, şirket, dernek ya da vakıf olması uygulamalarda farklılığa neden olan etkenlerden biri olarak ortaya çıkmıştır. İstiklal Caddesi ve çevresinde vakıfların mülk sahipliği yaygındır. Her bir vakıf farklı uygulamalar gerçekleştirse de aynı vakfın farklı mülkler üzerinde farklı uygulamaları da olmuştur. Örneğin Üç Horan Kilisesi Vakfı'na ait olan Tokatlıyan Han'da kapalı kalınan dönemlerde kira alınmasa da daha sonra taksitle ödendiği, yine aynı vakfa ait başka bir mülkte ise kiranın %50-55'inin alınmadığı görüşmeler kapsamında edinilen bilgilerdendir. Görüşmecî 20 vakıfların şahıslara göre değişen yönünü, kişisel ilişkilere atıfla *“Ermeni Katolik Kilisesi'ne bağlıyız. Ama yine ben onlara çok teşekkür ediyorum. Allah razı olsun diyorum. Çünkü belki mülk olarak, şahısta olmuş olsaydık, ciddi sıkıntılar kesin yaşardık. Fakat bunları babadan da benim devam ettirmem bir vefa oluyor onlar için. Sağ olsunlar, yardımcı da*

oluyorlar.” sözleriyle aktarmıştır. Bu söylem 10 yılı çoktan aşmış kiracılar için ayrıca önemli bir unsura da işaret etmektedir. Vakıfların mülk sahipliği konusundaki bakış açıları, tarihi ve kültürel öneme sahip mekânları koruma amacıyla kiracılara özel muamele yapmalarına neden olmuştur.

Yine bir vakfa ait, 100 yıllık kontratla kiralanan bir kitap kafe çalışanı Görüşmeci 6, mülk sahibi vakfın mülklere ve kiracılara bakış açısını şöyle anlatmıştır.

“Onu (kira artışını) bilmiyorum. Ama vakıf buraya zaten destek oluyor her türlü. Vakıfta, şu anlayış, Türklerde olmayan anlayış var..... Adamlar diyor ki “burası” diyor, “tarihi bir yer” diyor. “Buranın tarihi bir önemi var” diyor, “Bu mekân burada kalmalı” diyor ve ona uygun bir fiyat biçiyor buraya. Yani buranın bu yerin sahibine, bu yerin sahibi, yani mal sahibi, kiracısına başka hiçbir yerde olmayan muameleyi gösteriyor. Çünkü “burası olmalı” diyor. “Burası buranın” diyor “tarihi bir dokusu” diye “ben burayı bozmamalıyım” diye. Hemen arkada nasıl kilise varsa kiliseye sahip çıkılıyorsa buraya da o şekilde sahip çıkılıyor.” (Görüşmeci 6)

Kiracı işletme ve mülk sahibi arasındaki ilişkiye dair bir diğer farklılık alışveriş merkezi kiracılarında ortaya çıkmıştır. İstiklal Caddesi üzerinde yer alan Demirören AVM kiracısı Görüşmeci 30, kapalı kalınan aylarda yönetimin hiç kira almadığını, açık kalınan sürelerde de ciroyla kira ödediklerini aktararak başka türlü bir uygulamaya örnek teşkil etmiştir. Alışveriş merkezi olmasa da benzer yapıda bir işleyişi olan Fitaş Pasajı'nın yöneticisi Görüşmeci 48 ise pandemi döneminde kapalı kalan işletmelerden herhangi bir kira almadıklarını, sadece elektrik su gibi ortak giderlerin alındığını aktarmıştır. Bunun nedeni olarak ise markaları İstiklal Caddesi'nde ve pasajda tutma zorunluluğu hissettiklerini söylemiştir.

Mülk sahipliğinde aktörler arttıkça uygulamalar da çeşitlenmiştir. Örneğin Halep Pasajı'nda mülk sahiplerinin çoklu olması kiraların istenme şekline yansımıştır. İndirim yapanlar ve her ay düzenli olarak noterden protesto çekenler gibi iki farklı uygulamaya şahit olunmuştur.

Görüşmelerde her zaman dayanışma örneklerine rastlanmamıştır. Özellikle, görüşmecilerin aktarımıyla, “pandemi hiç yokmuş gibi” davranıp kiraları normal seyrinde yükselten mülk sahiplerinden bahsedilmiştir ve bu davranış türü Görüşmeci 10 tarafından “Millette merhamet kalmamış, Allah korkusu kalmamış yani.” sözleri ile dayanışmayı dini bir göreve indirgenerek ele alınmıştır. Bunun dışındaki söylemlerde de herhangi bir yardımda bulunmayan mülk sahipleri hakkında “acımasız bir şahıs” gibi kişiye yönelik sözlerle dayanışma olmadığı belirtilmiştir. Burada da yaklaşımın oldukça kişisel olduğunu belirtmek gerekir.

Aynı binada, aynı mülk sahibi hakkında diğer işyeri sahibi ise aynı uygulamaya maruz kalsalar da mülk sahibinin vicdansız olmadığını, tek gelirinin binadan gelen kira olduğunu belirterek mülk sahibinin yardımcı olmamasına tolerans göstermiştir. Bu yaklaşımın mülk sahibini iyi tanımak, uzun yıllar boyunca kiracısı olmak, daha önceki krizleri beraber atlatmış olmak ve görüşmecinin ilişkilere bakış açısı ile direkt olarak ilgisi vardır.

Bir yandan da kiracının mülk sahibine indirim teklif etmediği, mülk sahibinin de kiracısına teklif etmediği örnekler bulunmaktadır. Burada da gelir kaybetmeyen ya da krize hazırlıklı olan kiracıların krizi kullanarak mülk sahibi üzerinde bir baskı yaratmaması da dayanışmanın bir parçası olarak değerlendirilebilir.

İstiklal Caddesi ve çevresinde gayrimenkul danışmanlığı yapan Görüşmeci 43, kiracılar ve mülk sahipleri arasındaki ilişkiyi mülk sahibi açısından olumsuz bir örnekle açıklayarak 2017 senesi için 15.000 TL kira ödeyen, İstiklal Caddesi için önemli bir kimliği bulunan bir işletmenin, davayı kaybetmesi neticesinde boşalttığı mağazanın 110.000 TL'ye kiralandığı örneğini vermiştir. Aradaki bu ekonomik farka bakıldığında dayanışmanın çift yönlü olması gerektiğine dair bir vurgulama yapılmaktadır. Karşılıklı güven ve dayanışma ilişkisinin sağlanmadığı durumlarda, caddenin küçük ve özellikli işletmeleri kaybetmeye devam edeceği öngörülmektedir.

Sonuç olarak, geleneksel kiracı-mülk sahibi ilişkisi hızla değişen dinamikler ve ekonomik durumlar bağlamında daha fazla anlaşılan karşılıklı çıkarlarla risklerin ve belirsizliklerin paylaşıldığı, gelir yaratma stratejilerinin uyumlu hale getirildiği bir simbiyotik ilişkiyle evrilirse dayanıklılığı arttırıcı bir yön taşımaktadır (Nanda vd., 2021). Aynı zamanda, kiracıların kırılganlıklarının azaltılması adına kriz sırasında devletin destek ve teşviklerinin, yasal ve yönetsel çerçevelerinin kiracılıkla ilgili genişletilmesi de önerilmektedir.

4.4.1.4 İşletme – İşletme (Esnaf - Esnaf)

İstiklal Caddesi ve çevresi işletmelerin yapısı itibarıyla diğer kent merkezlerinden ayrı bir yapıdadır. Hem oldukça eski ve köklü işyerleri barındırabilmekte hem de değişim bakımından yüksek bir sirkülasyona sahiptir (Bknz: 4.2.2.2 İşlevlerin Dağılımı ve Perakende Görünümü). Dolayısıyla işletmelerin ya da esnafın diğer işletme ve esnaflarla ilişkileri hem işletme yapısına göre farklılaşmakta hem de

mekânsal olarak farklılıklar barındırmaktadır. Görüşmeler sonucunda İstiklal Caddesi üzerinde bulunan işletmelerin, zincir olsun ya da olmasın, diğer işletmelerle ilişkilerinin çok sınırlı düzeyde olduğu ve oldukça bireysel hareket ettikleri görülmüştür. Ara sokaklarda ise, mikro ve küçük işletmeler arttıkça bu ilişkinin ve tanışıklığın arttığı, zaman zaman birbirlerini iş anlamında idare ettikleri ve hatta sosyal hayatta beraber zaman geçirdikleri anlaşılmaktadır. Bu durumun daha önceki dönemlerde daha yaygın olduğu fakat yine de hâlâ devam etmekte olduğu Görüşmeci 21'in sözlerinden anlaşılmaktadır.

“Yani Beyoğlu mozaiği başka bir mozaikti. Yani bizim zamanımızda o gayrimüslimlerin filan olduğu zamanlardı onlar başka bir hayattı. Başka bir ekoldü onlar. Yani onları gördüğün zaman diyordun ki hayata bakışın bile değişiyordu. O kadar güzeldi. Hayatları vardı. Onun için burası yani bir yerde şey medeniyet tarlası derler ya Beyoğlu medeniyet tarlası gibiydi. E bir de havasını kokluyorsun buradan zaten ayrılamıyorsun. En kötü tarafı da o. Yani bana o kadar diyorlar niye başka bir yerde, işte gidip bir Kadıköy'de açsaydın şurada açsaydın filan falan ama yok yani buranın, illa sabah kalkacaksın, Beyoğlu'na geleceksin burada bir kaç esnafla iki muhabbet sohbet edeceksin ki o havayı soluyabilesin.” (Görüşmeci 21)

Fakat yine de tüm görüşmeler boyunca bu tür anlatımlarla oldukça az sayıda karşılaşılmıştır. Özellikle pasaj gibi caddeden ayrı ama kendi içinde ekosistemi olan yapılanmalarda esnaflık ilişkilerinin ne kadar önemli ve süregelen olduğu tüm Beyoğlu anlatılarında yer almaktadır. Günümüze baktığımızda ise işlevsel olarak tek bir işlevin domine ettiği Aslıhan Sahaflar Çarşısı ya da Çiçek Pasajı gibi pasajlarda bu ilişkiler devam ederken, çeşitlenmenin arttığı ve el değiştirmelerin yoğunlaştığı pasajlarda eski ilişkilerin kalmadığı, aksine birbirinden bihaber ve ilişkileri zorlayıcı davranışların da geliştiği görüşmelere yansımıştır. Örneğin, Çiçek Pasajı'nda yıllardır çalışan bir görüşmeci pasaj içinde ilk menüyü kendilerinin bastırdığını, zamanla bu menünün tüm işletmeler tarafından kullanıldığını ve herkesin katkısıyla 8 dilde menü geliştirdiklerini anlatmaktayken, Tokatlıyan Han'da saç ekim ofisini yeni açmış Görüşmeci 63 ise hanın kapısına tabela astığı için kendisi gibi tabela asan diğer esnaflar tarafından şikâyet edildiğini ve hoşgörü olmadığından bahsetmektedir.

Yukarıda yer alan anlatılarda pandemi dönemine özel bir aktarım yer almamıştır, bu ilişkilerin sürekli bir şekilde sürdüğü ya da sürmediği düşünülmektedir, kriz anında ortak alınan bir dayanışmaya rastlanılmamıştır. Yalnızca küçük işletmelere göre daha kurumsal olan fakat şubesi olmayan kültür-sanat kullanımlarında diğer kurumların *kardeş kurum* olarak bahsedildiği ve birliktelik ortamı olduğu, pandemi sırasında da hep haberleşerek eylem aldıkları aktarılmıştır.

“Ama mesela şeyde de pandemide de ya zaten bence orada bir ortak akıl oluştu bir şekilde. Hani herkes aynı şeyi çektiği için, hani hemen bir sürü burada kardeş kurum diyebileceğimiz artık “ha siz ne yapıyorsunuz, siz ne yapıyorsunuz, siz onu mu yapıyorsunuz, siz bunu onlar öyle yapıyormuş, bunlar böyle yapıyormuş.” Tak, tak, tak, tak, tak, tak, tak, tak. Hemen bir şekilde bir ufak ufak tartışarak yolumuzu bulduk açıkçası.” (Görüşmeci 71)

Esasında işletme ve esnaf ilişkilerinin daha yaygın olması kolektif eylem alma anlamında oldukça işlevseldir. Görüşmeci 27, barların ve türkü evlerinin ağırlıkta olduğu sokaklarının güzelleştirilmesi için komşu işletmelerle ortak hareket ettiklerini, aydınlatma ve dekor elemanları eklemek istediklerini fakat bu eylemin belediye tarafından koyulan kurallar gereğince gerçekleştirilemediklerinden bahsetmiştir. Somut bir sonuca ulaşmasa bile ortak hareket edebilme, diğer işletmelerden fikir alabilme, işbirliğine açık olma kültürü dayanıklılık inşa etmek için önemli bileşenlerdendir.

4.4.1.5 İşletme – Belediye

Pandemi süreci, işletmeciler ve yerel yönetimler arasındaki ilişkide bazı belirgin dinamikleri görmemize olanak sağlamıştır. Görüşmecilere hem İstanbul Büyükşehir Belediyesi hem de Beyoğlu Belediyesi ile ilgili fikirleri danışılmış, pandemi süresince oynadıkları rol anlaşılmaya çalışılmıştır. İstiklal Caddesi her ne kadar İBB’nin yetki alanında olsa da görüşmeciler ağırlıklı olarak Beyoğlu Belediyesi ile ilgili deneyimlerini aktarmışlardır.

Öncelikle pandemide alınan kararlar ve uygulamaların oldukça merkezi olması nedeniyle, yerel yönetimlerin kural koyma aşamasında herhangi bir müdahaleleri olmamıştır fakat görüşmelerden anlaşıldığı kadarıyla denetleme aşamasında oldukça etkin rol almışlardır. Bu etkinlik görüşmeciler arasında farklı deneyimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Bazı görüşmeciler oldukça olumsuz bir şekilde, ruhsatla ilgili sıkı denetimler yapıldığını, çalışanların kimliğini alma gibi eylemlerde bulunulduğunu, belediyenin yıldırma politikası uyguladığını iddia etmişlerdir. Görüşmeci 51, pandemi sürecindeki yönetimi *“Pandemi sadece işte cadde başında, ortasında, sonunda ücretsiz maske dağıtmakla bu iş yürütülmüyor yani.”* diyerek eleştirmiş, Görüşmeci 36 *“O dönemde bile pandeminin en yoğun olduğu dönemde bile sadece net bir şekilde ceza kesmek üzerine bir denetleme olduğu için ve bunu bizzat gördüm, şahit oldum. Dolayısıyla herhangi bir güven ortamı yoktu.”* diyerek belediye ile karşılıklı bir güven olmadığına vurgu yapmıştır.

Bu olumsuz görüşlerin aksine belediye çalışanlarının oldukça esnek davranmaya çalıştığını iddia eden görüşmeciler de olmuştur. Asmalımescit'te bulunan bir görüşmeci, Belediye'nin verilen kararların gerçeklikte uygulanamayacağını düşündüğü için esnek davrandığını, yalnızca şikâyet durumunda görevlerini yaptıklarını ifade etmiştir. Benzer şekilde nargile kafe işleten Görüşmeci 24 ise, pandemi döneminde açık havada dahi nargilenin yasak olduğunu, aslında belediyenin buna izin verebileceğini fakat komşu işletmelerden birinin belediye başkan yardımcısına saygısızlık yaptığı için “*kurunun yanında yaş olarak yandıkları*”nı ifade etmiştir. Aynı görüşmeci, aslında ruhsattaki çalışma saatleri izin vermemesine rağmen nasıl 24 saat açık hizmet verdiklerini de anlatmıştır:

“Şimdi atıyorum mesaisi ruhsatta yazan sabah 8, gece 2. 2'den sonra iki saat bize müsaade ediyor memur beyler hani polis olsun, memur olsun. E zaten 5'ten sonra da ertesi güne hazırlık işi, müzik vakti geliyor. Temizliğe başladın, e 8'de zaten açılıyorsun bir daha. Aradaki o üç saati bize göz yumuyorlar. Biz Allah razı olsun.” (Görüşmeci 24)

Bu örnekler Belediye yaptırımlarının hem mekânsal hem de kişisel ilişkilere göre değişiklik gösterdiğini yansıtmaktadır. Bu türde başka bir bilgi daha edinilmiş, belediyenin denetimleri ruhsatla ilgili olduğu için ruhsatı olmayan işletmelere denetim yapılmadığı ve göz yumulduğu iddia edilmiş, bu durum Hazzopulo Pasajı içinde yer alan çay ocakları, nargileciler ve alkollü restoranla örneklendirilmiştir, ki bu işletmeler pandemi sonrası dönemde ruhsatları olmadıkları gerekçesiyle kapatılacaklardır. Benzer bir şekilde, pandemi sürecinde turistlere hizmet veren eğlence mekânlarının saat ve müzik sınırlamasına uymadıkları ve Belediye çalışanlarının bu duruma göz yumduğu iddia edilmiştir (Görüşmeci 34).

Pandemi süresince belediye-işletme dayanışması oldukça düşük seviyede olmakla beraber, işletmelerin sorun olarak gördüğü bazı yasal süreçlerle karşılaşmıştır. Bunlardan ilki, işletmelerin kapalı kaldıkları süre boyunca çöp, temizlik, katı yağ vb. vergilerle, işgaliye bedellerini de almış olmalarıdır. Vergilerde indirimle gidilmemesi, 16 ay boyunca kapalı kalan internet kafe sahibi tarafından eleştirilmiştir ve haksızlık olarak nitelendirilmiştir.

“Temizlik parasını bile aldılar. Yani onu bile indirmediler. Mesela bazı belediyeler yaptı. Bizim belediye yapmadı. Tabii ki. Ya düşün mesela belediyede altı ayda bir galiba, altı ayda bir katı yağ parası alınıyor. Hani bizim yağlık bir işimiz yok. Biz sektör olarak ödemek zorundayız belediyeye. Yani biz yağlık bir durumumuz yok. Yemek yapmıyoruz, bir şey yapmıyoruz. Artı bir de çöp vergisi falan filan, e ben zaten burada kapalıyım ki yani buranın çöplerini bile ödedim. Kapalı, 16 ay boyunca kapalı kaldım. Aylık çöp vergisini belediyeye ödedim. Katı yağ bilmem ne. İşte anlattığım şey. Onu da bunu da aldılar. Yani haksız yani haksız yere aldılar. Yani bu bence yani dinen dinimizde de bence haram. Yani bu öyle kötü

yani. Ben öyle görüyorum. Tabii hizmet vermeden ben kapalı kaldım, ben kapalı kalan yerde çöp mü olur, falan filan işte.” (Görüşmeci 26)

Üstelik atık yağ gibi vergilerin tüm işletmeler tarafından ödenmesini başka görüşmeciler de eleştirmişlerdir. Benzer bir anlatım, işgaliye ile ilgili ödemeler için Görüşmeci 27 tarafından aktarılmış, ödememe durumunda karşılaşılabileceği yasal zorunluluktansa ödemeyi tercih ettiği anlaşılmıştır.

“Ya şimdi şöyle bir şey. Kapalı olduğun zamanda da gidip dilekçe vermek gerekiyor. Örnek veriyorum şimdi mesela ben 4 masalık diyelim, 4 masa işgaliyesi veriyorum. Ama bunu zamanında 4 masa diye bir şekilde öyle böyle almışlar. Ben o dilekçeyi verip, bir daha ben 4 masa diye dilekçe vermem gerekiyor. İlk başta iptal için vermem lazım ki kira ödemeyeyim. Onu iptal ettikten sonra bir daha geri döndüremem ben onu. Çünkü neden, bu sefer dört değil. Yok diyor, 3 tane masalık o zaman vereceğim sana diyor. Diyorum 4 taneydi. Yok diyor üç tane olacak. Bu sefer de yerini kaybedeceksin diye iptal etmiyor.” (Görüşmeci 27)

Bu tip yasal zorunluluklar ve Belediye’nin yıllara göre uygulama değişiklikleri işletmeleri birçok konuda sabit kalmaya zorlamakta, esnekliğe yer vermemektedir. Benzer durumla alkollü mekânların ruhsatında da karşılaşılmıştır.

Pandemi bağlantılı anlatımların dışında, belediye ile ilgili genel olarak olumsuz görüş ve düşünceler belirtilmiş, krizin paylaşılması ya da karşılıklı dayanışma süreçlerinin oluşması bir yana gündelik ilişkilerin de oldukça zedelendiği görülmektedir. Beyoğlu Belediyesi Görüşmeci 12 tarafından eğlence sektörüne yönelik masa-sandalye olaylarının direkt olarak sorumlusu olarak gösterilmiş, yer aldıkları sokağın aydınlatma elemanlarının kasıtlı bir şekilde tamir edilmediğini; Görüşmeci 32, belediyenin düzenlediği Sahaflar Festivali’ne politik yazılarından dolayı kasıtlı olarak davet edilmediğini; Görüşmeci 20, belediyenin politik tercihinden farklı düşündüğü için dışlandığını hissettiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca birçok görüşmeciden de dikkat çekip, sıkı uygulamalara maruz kalmamak için belediyeyle herhangi bir iletişim kurmaya çekindikleri bilgisi alınmıştır.

Görüşmelerde, Beyoğlu Belediyesi’nin işbirliği içinde bulunduğu ve karşılıklı güven ilişkisini geliştirdiği tek bir örneğe rastlanmıştır.

“Gelin bize de sergi yapın diyorlar. Beraber sergi yapalım diyorlar. Kaç kere biz hiç onları kırmadık. Çünkü hakikaten Beyoğlu Belediyesi Ahmet Misbah Demircan zamanında da öyleydi, hoşlanalım, hoşlanmayalım uygulamalarını, hani Tarlabası’nı getirdikleri hali, o bu, şu falan filan. Ama hakikaten nerede desteklenmemiz gerekiyorsa bizi her zaman desteklediler. Dolayısıyla onlar da mesela bize aman işte kardeş belediyemize, Sicilya’ya gidiyoruz, ne olur fotoğraf koleksiyonunuzdan bir seçkiyle gelip kısa süreli bir sergi yapar mısınız dedi. Biz de evet dedik. Yani ya da kütüphane açıyoruz, kitap bağışlar mısınız, falan. Hep o tip şeylerdi. Hem belediye bize çok yardımcı hem de biz onlara çok yardımcıyız. Ama bu demek değildir ki uygun şeylerine bayılıyoruz, politikalarına.” (Görüşmeci 71)

Bu örnek, Beyoğlu Belediyesi'nin kültür ve sanat etkinliklerini desteklemesi, işbirlikleri için açık olması, sanatçılara ve kültürel kuruluşlara sergi yapma fırsatları sunması bakımından önemlidir. Bu tür iş birlikleri kurumlar arasındaki karşılıklı güven ilişkisini güçlendirerek iki kurumun da varlığını sürdürmesine olanak sağlamaktadır. Fakat bu örneğin görüşmeler kapsamında oldukça tekil olduğunu belirterek, kapsayıcı, iletişim süreçlerinin açık ve şeffaf, katılımcılığı ve işbirliğini destekleyici olması beklenen yerel yönetimlerin görüşmeciler tarafından bu denli eleştiriye konu olması İstiklal Caddesi'nin dayanıklılığı için oldukça olumsuz bir bileşen olarak görülmekte ve geliştirilmesi gereken bir yön olarak ortaya çıkmaktadır.

4.4.1.6 İşletme - Üye Olunan Odalar, Dernekler ve Diğer Sivil Toplum

Kuruluşları

İşyeri sahibi ve işletmeci görüşmecilere işletmelerinin üye oldukları odalar, dernekler ve diğer sivil toplum kuruluşları sorulmuş, bu odaların pandemi ve diğer dönemlerdeki faaliyetleri hakkında bilgi edinilmeye çalışılmıştır. Görüşmecilerin üye oldukları ve tüm görüşmeler boyunca bahsi geçen oda, dernek ve diğer sivil toplum kuruluşları şunlardır:

- **Ticaret ve Meslek Odaları:** İstanbul Ticaret Odası, İstanbul Lokantacılar Odası, İstanbul Kuyumcular Odası, İstanbul Kuruyemişçiler Odası, İstanbul Güzellik Uzmanları ve Dövmeciler Esnaf Odası, İstanbul İnternet Kafeciler Odası, Kuaförler Odası, Terziler Odası
- **Dernekler:** Saatçiler Derneği, Sahaflar Derneği, Cenaze Hizmetleri Derneği, Beyoğlu Eğlence Yerleri Derneği (BEYDER), Nevizade Yardımlaşma Derneği
- **Birlikler:** Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, Türkiye Sinema Eseri Sahipleri Meslek Birliği, Yayımcı Meslek Birlikleri Federasyonu
- **Diğer:** Beyoğlu Esnafı

Görüşmeler kapsamında edinilen bilgiye göre işletmelerin büyük bir kısmı İstanbul Ticaret Odası'na kayıtlı olmakla beraber, pandemi süresince hiçbir destek alamadıklarını ifade etmişlerdir. Öyle ki, devlet tarafından verilen desteklere başvurabilmek için de faaliyet rapor almak zorunda kaldıklarını, eğer aidatta gecikme varsa bu belgeyi alamayarak daha da zor duruma düştüklerini ifade

etmişlerdir. Bunun yanı sıra, kapalı kalınan sürelerde elektrik faturasını ödeyemeyen bir işletmenin destek için e-posta, telefon ve mektupla başvuru yaptığı fakat olumlu ya da olumsuz hiçbir yanıt alınamadığı, bu olay sonrasında da artık aidatlarını ödememe kararı aldıkları örneği verilmiştir (Görüşmeci 46). Görüşmecilerin oda, dernek ve STK'larla ilgili görüşleri yalnızca pandemi bağlamında değil, genel bir ifadeyle “sadece aylıkların ödendiği bir yer” olarak ifade edilmiş, faaliyet ve dayanışma bağlamında oldukça pasif olduklarından bahsedilmiştir. Görüşmeci 4, bu tip kurumlara karşı bir güven *oluşmadığını* “*Hani yok devletmiş, yok işte derneklermiş, yok bilmem insan hakları koruyucularıymış kimse kimseyi savunmaz abi. Kendini savunacaksan yine kendini savunacaksın.*” sözleriyle ifade etmiştir.

Oldukça tekil örneklerle rastlanmakla birlikte Görüşmeci 34, Türkiye Sinema Eseri Sahipleri Meslek Birliği'nin belirli sinemaların oynatılması adına 2 kez destek verdiği, İstanbul İnternet Kafeciler Odası'nın kapalı kalma süresi ile ilgili eylem yaptığı, BEYDER'in de esnafın sorunlarına çözüm bulmak amacıyla eyleme katıldığı bilgisi alınmıştır.

4.4.1.7 İşletme – Merkezi Yönetim

Kriz ve afet durumlarında yönetim mekanizmalarının ve devlet kurumlarının işlerliği en önemli unsurlardan biri haline gelmektedir. İyi liderlik, süreci yönetebilme, güven oluşturabilme ve kapsayıcı olma gibi özelliklere sahip olması gereken merkezi yönetimin COVID-19 pandemisi ve işletmeler bağlamında dayanıklılığa katkısı bulunabilecek tek kriteri devletin destek ve teşvikleri olarak görülmektedir.

Görüşmelerde elde edilen bilgilere göre, merkezi yönetimle direkt bir ilişki kurulamamış, yönetim tarafından zorunlu tutulan uygulamalara tabi olan işletmeler bu kararları uygulamakla yetinmiştir. Merkezi yönetimle direkt ilişki kurmayı tercih eden bir görüşmeciye rastlanamamışken, yalnızca tek bir görüşmeci dernek çatısı altında, faaliyet alanı ile ilgili taleplerini iletmiştir.

İşletmeler ve merkezi yönetim arasındaki ilişki tek yönlüdür ve yönetim kural koyucu rolündedir. Daha önce de belirtildiği gibi görüşmecilerden yalnız oldukları vurgusu edinilmiş, çift yönlü bir ilişkinin olmaması bu süreci desteklemiştir.

Görüşmecilerin devletin destek ve teşvikleri ile bu konudaki değerlendirmeleri bir sonraki bölümde yer almaktadır.

4.4.2 Devletin Destek ve Teşvikleri, Krize Yanıtları

Uluslararası Çalışma Örgütü'ne göre COVID-19 krizinin işgücü piyasası üzerindeki etkileri kapanmalar başta olmak üzere birçok nedenden etkilenmiştir. Gelişmekte olan ülkeler için küresel tedarik zinciri aksaklıkları, düşen emtia fiyatları ve para birimi değer kaybı gibi ek sorunlar yaratmış, ayrıca krizin kadınlar, kayıt dışı çalışanlar, genç ve yaşlı işçiler gibi savunmasız grupları daha fazla etkilediği ve bu durumun çalışan yoksulluğunu ve eşitsizliği artırabileceği vurgulanmıştır (International Labour Organization, 2020). Bu bağlamda ülkelerin benimseyeceği sağlık, insani ve sosyo-ekonomik politikalar, toparlanmanın hızı ve gücünü belirlemiştir. Örgüte göre ülkeler ve hükümetler COVID-19'un işletmeleri, istihdamı ve toplumun en savunmasız üyelerini etkisini azaltmak için i) ekonomiyi ve istihdamı canlandırmak ii) işletmeleri, istihdamı ve geliri desteklemek iii) işyerinde çalışanları korumak ve iv) çözüm adına hükümet, işçiler ve işverenler arasındaki sosyal diyalogu kullanmak olmak üzere dört temel politika çerçevesinde eylemler gerçekleştirmişlerdir (International Labour Organization, 2023). Birçok ülkede özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler için kredi ve vergi ödemelerin ertelenmesi, kredinin teşviki, çalışanlar için ödenekler, pandeminin yayılmasını önlemeye yönelik eylemler gibi benzer uygulamalar söz konusu olmuştur (Hossain vd., 2022; International Labour Organization, 2023). Türkiye'de de COVID-19 salgınının ağırlıklı olarak ekonomi ve istihdam üzerindeki etkisini hafifletmek için mali ve yapısal çeşitli politika önlemleri alınmıştır.

İlk vakanın 11 Mart 2020'de görüldüğü Türkiye'de daha önce de belirtildiği gibi idare tarafından bir takım ekonomik faaliyetlerde kısıtlamalar gerçekleştirilmiştir. Zorunlu olmayan üretim faaliyetlerinin durdurulması ve zorunlu olmayan hizmetlerin kısıtlanması gibi oldukça radikal kısıtlamalar uygulanmıştır. Dolayısıyla ilerleyen zamanlarda işletmeler için hükümet çeşitli zamanlarda destek paketleri ve teşvikler açıklamış, bunların uygulamalarında değişiklikler gerçekleştirmiştir. Bu uygulamalardan bir kısmı pandemi için düzenlenirken, bir kısmı mevcutta var olan bir takım araçların uyarlanmasıyla oluşturulmuştur.

Aşağıda yer alan bilgiler yalnızca tez kapsamında görüşülen işletmeleri ve çalışanları ilgilendiren destek ve teşvikleri içermektedir. Bu destek ve teşviklerden ana caddeleri de etkileyenlerden kısaca bahsetmek gerekirse Ekonomik İstikrar Kalkanı Tedbir Paketi, Esnaf Destek Paketi, Temel İhtiyaç Desteği Paketi, Nakdi Ücret Desteği, Kısa Çalışma Ödeneği, Doğrudan Gelir Desteği, Ciro Kaybı Desteği, Stopaj, KDV ve Sosyal Güvenlik ödemelerinde ertelemeler en öne çıkanlardır. Bu süreçte direkt olarak ana caddeler ya da kent merkezleri için verilmiş bir destek ya da teşvik olmadığını da belirtmek gerekir.

İlk vakanın görülmesi ve ilk kısıtlamaların duyurulmasının ardından, 18 Mart 2020’de açıklanan ilk destek olan Ekonomik İstikrar Kalkanı Tedbir Paketi’nde 21 madde bulunmaktaydı ve 100 Milyar Liralık bir kaynağa sahip olduğu aktarılmıştı. Bu pakette işletmeler için en önemli olan uygulama perakende, yiyecek içecek, konaklama gibi birçok sektörü içine alarak 3 aylık Muhtasar ve KDV tevkifatı ile SGK primlerinin 6 ay ertelenmesidir. Bu pakette konaklama sektörüne ilişkin iki yaptırım daha açıklanmış, bunlardan ilki otel kiralalarında irtifak hakkı bedelleri ve hasılat payı ödemelerinin de 6 ay süre ile ertelenmesi, ikincisi ise konaklama vergisinin Kasım 2020’e kadar uygulanmayacağıdır. Pakette ayrıca işletmelerin hâlihazırda devam eden kredi ödemelerinde faizsiz erteleme, asgari ücret desteğinin devamı, kısa çalışma ödeneğinin devreye alınması gibi çeşitli maddeler yer almaktadır (T.C. İstanbul Valiliği, 2020). Bu paket dahilinde açıklanan uygulamalardan ana caddelerde yer alan işletmelerin SGK, Bağkur prim ödemelerinin, stopaj ve vergilerin ertelenmesi ile kısa çalışma ödeneğinden yararlandığını söylemek doğru olacaktır. Ekonomik İstikrar Kalkanı Paketi salgının başında açıklanmış, bu nedenle kısa süreli uygulamaları içermiştir. Pakette yer alan bazı uygulamaların süreleri uzatılsa da 17 Kasım 2020 tarihli 31307 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren 7256 sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun çalışma hayatına yönelik yeni tedbir ve teşvikleri uygulamaya koymuştur. Bu kanun işsizlik ödeneği alırken özel sektörde işe başlayan kişilere prim desteği, genç, kadın ve belirli belgelere sahip kişilerin istihdamına teşviklerin süresini uzatma, ilave istihdam teşviki süresinin uzatılması, kısa çalışma ödeneği başvuru tarihlerinin ve sürelerinin uzatılması, sigorta primi desteğinin uzatılması, iş sözleşmesi sona erenlere ilişkin destek, 2019 Ocak ile 2020 Nisan dönemi için sigorta primi desteği

ve fazla ödenen kısa çalışma ödeneklerinin iadesi gibi işletmeleri ilgilendiren bir dizi değişiklik içermiştir (Konrat, 2020).

14 Aralık 2020 tarihinde esnaf ve sanatkârlar ile gerçek kişi tacirlere yönelik destek paketi duyurulmuş, 23 Aralık 2020 tarihinde Resmi Gazetede “3323 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar ile Gerçek Kişi Tacirlere Koronavirüs Salgını Nedeniyle Verilecek Destekler Hakkında Cumhurbaşkanı Kararı” yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. 24 Aralık 2020 tarihinde de Ticaret Bakanlığı tarafından “Koronavirüs Salgını Nedeniyle Verilecek Hibe Desteği Programı ve Uygulama Esasları Hakkında Tebliğ” yayınlanmıştır. Açıklanan Esnaf Destek Paketi’ne göre esnaf ve sanatkârlara bir kereye mahsus olmak üzere 3000 TL ve 5000 TL Gelir Kaybı Desteği hibe edilmesi kararı alınmıştır. Bu kapsama tüm işletmeler dahil edilmemiş, ana caddelerde de bir kısmı yer alan internet kafeler, kırtasiyeler, çay ocakları, kafeler, pizzacılar, güzellik salonları gibi belirlenen çeşitli ekonomik faaliyetlere yer verilmiştir. Gelir Kaybı Desteğine ek olarak, eğer işletmeler kirada ise, büyükşehirlerde 750 TL ve diğer illerde 500 TL olmak üzere 3 ay süreyle kira desteği sağlanacağı açıklanmış, bu süre daha sonra bir ay daha uzatılmıştır. Gelir Kaybı Desteği’ne benzer şekilde, 2021 yılı başında, yiyecek içecek işletmelerine 2019 ve 2020 yıllarındaki ciroları baz alınarak yıllık cirosu %50 ve üzerinde bir oranda azalan işletmelere 2000 TL – 40 000 TL arasında Ciro Kaybı Desteği verilmiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2021). Ayrıca seçilmiş ekonomik faaliyet alanlarını kapsayan işletmelere 1500 TL değerinde Sigorta Prim Desteği sağlanmıştır.

Hükümetin pandeminin ekonomik etkilerini azaltmak amaçlı kullandığı en etkin stratejilerden birisi kredi üzerine olmuştur. Kredi kullanılması konusunda pandeminin çeşitli zamanlarında çeşitli teşvikler söz konusu olmuştur. Bu bağlamda ilk düzenleme Ekonomik İstikrar Kalkanı Tedbir Paketi içinde yer almıştır. Pakete göre ödeme sıkıntısı çeken firmaların yasal takiplerle karşı karşıya kalmaması için bankalarla anlaşılmış, firmaların mali açıdan rahatlaması, kredibilitesinin ve sicilinin bozulmaması için işletmelerin hâlihazırda devam eden kredi ödemelerinde kredi anapara ve faiz ödemelerinde ertelemeler ve esneklikler mümkün kılınmıştır. Bunun dışında firmaların çalışan sayılarını azaltmamaları ön koşulu ile kredi desteği sağlanmıştır. Ayrıca KOBİ’ler için kredi limitleri arttırılmış, KOBİ’ler ve hane halkının kredi kartı borçlarında yüksek faiz oranları

ile karşılaşmalarının önüne geçmek amacıyla faiz oranlarında indirimle gidilmiştir. Esnaf Destek Paketi çerçevesinde ise Hazine ve Maliye Bakanlığı faiz destekli TESKOMB ve Halkbank aracılığıyla krediler duyurulmuş; KOSGEB vasıtasıyla, mikro işletmeler 30 bin liraya kadar, küçük işletmeler ise 75 bin liraya kadar olmak üzere kredi desteği sağlanmış; 2021 Nefes Kredisi ile 2020 yılı cirolarına bağlı olarak KOBİ'lere 200 000 TL'ye kadar kredi imkânı sunulmuştur. Farklı işletmeleri kapsayan, kamu ve özel bankaların da paydaş olarak yer aldığı başka kredi teşvikleri de söz konusu olmuştur, örneğin Küçük İşletme Can Suyu Kredisi. Bireysel olarak da hane içinde kişi başına düşen geliri asgari ücretin üçte birinden (701,32 TL) daha düşük geliri olanlara verilen Temel İhtiyaç Desteği (1000 TL nakdi destek) ve 10 000 TL'ye kredi çekme imkânı da görüşmecilerin belirttiği kredi seçeneklerinden olmuştur.

Tüm işletmelere yönelik bu destek ve teşvikler içinde çalışanlara yönelik maddeler de yer almıştır. Bunlardan en etkin kullanılanı Almanya gibi (Appel & Hardaker, 2021) diğer ülkelerde de olduğu gibi Kısa Çalışma Ödeneği olmuştur. 4447 sayılı İşsizlik Sigortası Kanunu kapsamında pandemi nedeniyle iş faaliyetleri duran ya da azaltılan işletmelerdeki sigortalı çalışanlara çalışmadıkları süre için daha önceki gelirlerinin %60'ına denk gelecek şekilde yapılan ödemedir. Kanuna göre azami 3 ay yapılacak bu ödeme, pandemi şartları nedeniyle esnetilmiş, Mart 2020 - Haziran 2021 tarihleri arasında kullanılmıştır (T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2021). Bu ödeme, her ne kadar devlet tarafından bir hibe gibi anlaşılmış olsa da işçilerin hak edilmiş işsizlik ödeneğinin bir kısmının kendisine ödenmesi yoluyla gerçekleşmiştir. Ödenek, ekonomik kriz ortamında yeterli desteği sağlayamaması ve şartları sağlayamayanların kapsam dışı kalmaları nedenleri ile yeterince kapsayıcı olmaması ile eleştirilmiştir (Bahçe & Memiş, 2021).

Pandemi başlangıcından 1 Temmuz 2021'e kadar işletmelere 7244 sayılı kanun ile iş sözleşmesindeki sürenin dolması, işyerinin kapanması ya da ahlak kurallarına uymama gibi bazı sebepler dışında işten çıkarma yasağı uygulanmıştır (T.C. Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, 2021). İşten çıkarılamayan ve Kısa Çalışma Ödeneği alamayan işçiler ücretsiz izne çıkmak durumunda kalmıştır. Bu uygulama ile kısa çalışma ödeneği alamayan ve ücretsiz izne ayrılan çalışanların haklarının korunması amaçlanmıştır. Ayrıca, 4447 sayılı İşsizlik Sigortası Kanunu'nun geçici 24 üncü maddesi kapsamındaki çalışanlar için günlük 39,24 TL

olmak üzere Nakdi Ücret Desteği sağlanmış, İşsizlik Sigortası Fonundan ve İŞKUR tarafından ödeme yapılmıştır (İŞKUR, t.y.).

Bu tez kapsamında, İstiklal Caddesi işletmeleri için görüşmecilere, işyeri sahibi/işletmeci ya da çalışan olmalarına ve sektörlerle göre değişiklik gösterecek şekilde “*Pandemi sürecinde işletme veya kendiniz için herhangi bir destek paketine dahil oldunuz mu?*” ana başlığı altında çeşitlenen sorular sorulmuş, ayrıca hükümetin pandemiye yanıtının değerlendirilmesi istenmiştir.

Farklı işletme türleri arasında en yaygın olarak yararlanılan destek aracı vergi sigorta primlerinin ertelenmesi olmuştur fakat aynı zamanda en çok eleştirilen uygulamalardan birisi de bu olmuştur. Görüşmecilerden bir kısmı, ödemelerin ertelenmesinin avantajlı olduğunu belirtirken, üstelik bazı örneklerde çok daha uzun süre ödemeyerek faiziyle birlikte henüz ödemeye başladıklarını belirtirken, bir kısmı ise eninde sonunda ödeyecekleri için hiçbir şey fark etmeyeceğini belirterek zamanında ödemeyi tercih etmişlerdir. Görüşmeci 63 bu durumu “...ertelenmesi bir sonuç değil. Sonuçta bu parayı bizden tahsil ediyor. Yani eğer ki esnafı ayakta tutmak istiyorsanız, esnafa destek paketi yapacaksınız, yani IBAN vermeyeceksiniz.” sözleriyle eleştirmiştir. Özellikle gelir ya da kazançtan kesilen bir tür gelir vergisi olan stopajın zaten işletmelerin kapalı kalarak gelir elde edemedikleri dönem için de alınıyor olması oldukça dikkat çekmiştir. Pandeminin kısıtlı bir döneminde her ne kadar kira stopajları %20 oranından %10 oranına çekilmiş olsa da (PwC, 2021) bu ödemelerin her şartta yapılıyor olması hâlâ yeterince destekleyici bir uygulama olarak görülmemiştir.

Görüşmeler kapsamında, Esnaf Destek Paketi’nde yer alan Gelir Kaybı Desteği ve kredi seçeneği ile daha sonra yeme-içme işletmeleri için oluşturulan Ciro Kaybı Desteğinden yararlanan işletmelere rastlanmıştır. Saat tamircisi (Görüşmeci 21), sahaf (Görüşmeci 32) ve seyyar milli piyango satıcı (Görüşmeci 60) ayda 1000’er TL olmak üzere 3000 TL gelir desteğinden yararlanmış, internet kafe (Görüşmeci 26) ise 10 000 TL kredi çektiğini fakat ödeyemediğini belirtmiştir. Ciro Kaybı Desteği’nden yararlanan meyhane (Görüşmeci 47) ise 31 000 TL destek almıştır. Bu tür desteklerle oldukça sınırlı sayıda karşılaşmıştır. Bu konudaki en genel eleştiri desteklerden yararlanma kriterlerinin yeterince sistematik ve kapsayıcı olmaması üzerinedir. Uygulamanın çok hızlı bir şekilde devreye girmesi nedeniyle belirlenen kriterlerin gerçek ihtiyaç sahiplerine ulaşmadığı düşüncesi yaygınken,

yurtdışındaki esnaf ve işletmelere sağlanan desteklerle de karşılaştırmalar yapılmıştır ve verilen desteklerin miktarı da eleştirilmiştir.

Benzer şekilde bir diğer eleştiri kiracılıkla ilgili olmuştur ve verilen 750 TL aylık kira ödemesi ile ilgili hem yararlanma kriterlerinin kapsayıcı olmaması hem de verilen miktarın İstiklal Caddesi işletmelerinin kiralarının %2-3'üne denk gelecek şekilde olması dikkat çekmiştir. Görüşmeler kapsamında yalnızca 2 işletmenin kira desteğinden yararlanabildiği, bunlardan birisinin yaklaşık 3 m²'lik bir büfe (Görüşmeci 11) ve çok uzun yıllardır kiracı olduğu için kirası hâlâ düşük kalabilmiş bir bar (Görüşmeci 29) olduğunu belirtmekte fayda vardır. Öyle ki, başka bir konumda yer alan ve kirasının 50 000 – 60 000 TL bandında olduğunu belirten bir diğer bar sahibi (Görüşmeci 45) verilen destek miktarı için başvurmayaya bile gerek duymadıklarını belirtmiştir. Buna ek olarak krizin yükünü paylaşma konusunda da değinildiği gibi devlet tarafından mülk sahiplerine herhangi bir yaptırımın uygulanmamış olması ve salgının bu konu dahilinde mücbir sebeplere eklenmemiş olması eleştirilere konu olmuştur.

“...De ki kardeşim pandemide hangi dükkanlar kapalıysa açılana kadar kira alınmayacak de. Diyemez misin, koskoca devletsin sen? Ya kolay bir şey, zor bir şey değil ki. Bu zamana kadar, bu zamana kadar kiracılar zorluk çekti. Biraz da mal sahipleri zorluk çeksın. Niye çekmesınler ki?” (Görüşmeci 11)”

İşletmelerin çalışanlar düzeyinde kullandığı en büyük destek Kısa Çalışma Ödeneği olmuştur. Görüşmeciler kapsamında birden fazla çalışanı olan ve faaliyetlerini sınırlandırmak/ara vermek durumunda kalan her işletme çalışanı kriterler tutuyor ise Kısa Çalışma Ödeneğinden faydalanmıştır. İşverenler tarafından genel bir memnuniyet durumu olsa da çalışanlar tarafından ödeneğin dönemin kiralarını dahi karşılayacak düzeyde olmaması (Görüşmeci 35), karşılıksız bir ödenek olmaması, bu ödemelerin işsizlik maaşından kesiliyor olması ve uygulandığı dönemlerde çalışanların sigorta primlerinin yatırılmamış olması nedenleriyle eleştirilere konu olmuştur. Üstelik bu süreçte karşılıksız bir ödenekmiş gibi algılanmış olması, daha sonra çalışanların hak kaybına uğramasına neden olmuştur.

“Şimdi destek derken bu destek olarak hani o zamanlar destek olarak görünüyordu ama altında destek değilmiş, onu öğrendik. Çünkü bildiğim kadarıyla KÇÖ'den yararlanan, kısa çalışma ödeneğinden yararlanan kişiler şu an işten çıkarıldığı zaman işsizlik parasından yaralandığı için yarı yarıya alıyorlar. Bu bizim paramızı bize o zaman kullandırmışlar. Yani bizim hakkımızı zaten bize kullandırmışlar. Bunu bir destek olarak görmüyorum ben. Sadece bize bir öğün ödeme gibi düşünebilirsiniz. Eşimden dolayı biliyorum. O da şu anda işten ayrıldı falan. Normalde 2000 küsur lira işsizlik ücreti alması gerekirken 1000 küsur lira alıyor. O da KÇÖ, o zamanlarda kullandığı için.” (Görüşmeci 70)”

Çalışanları kapsayan destek ve teşvikler değerlendirildiğinde kayıt dışı çalışanlar ya da kısa süreli çalışanlar için hiçbir güvence ya da destek olmadığı görülmektedir. Gelir desteğinin etkin olabilmesi için de önkoşulsuz bir şekilde kapsam içinde alınmaları gerekliliğine dair eleştiriler olmuştur (Taymaz, 2021). Bazı görüşmeciler destekten yararlanamayan işçilerin ücretsiz izne ayrılmak zorunda kaldığını aktarırken, şartları sağlayamayan çalışanların her ne kadar işten çıkarma yasağı olsa da çalışanların kendi talepleri ile işten ayrıldıklarını belirtmişlerdir.

Sunulan destek ve teşvikler arasında kredi teşviki ise yalnızca Türkiye’de değil, birçok ülkede en çok teşvik edilen araç olmuştur (International Labour Organization, 2023). Görüşülen işletmelerin de yarıya yakınının kredi kullandığı, giderlerini ancak kredi ile karşılayabildiği ve ödemelerin görüşmeler süresince devam ettiği bilgisi edinilmiştir. Görüşmecilerden kredibilitesinin yetersiz olduğunu söyleyenler, işletme adına değil, bireysel olarak çalışan maaşlarını ödemek için kredi çektiğini belirtenler de olmuştur. Bunun yanı sıra mikro ve küçük işletmelerden kredi çekmeyi tercih etmeyenlerin, kredi yerine bireysel birikimler kullanma, borç almayı ve hatta en kötü ihtimalle bireysel varlıklarını satarak finansal sermayeye ulaşmayı tercih ettikleri tespit edildi.

“Valla yok. Kredi kullanmadık. Mümkün olduğunca küçük işletme yani bizim gibi yerler kendi yağına kavrulur derler ya, biz pek kredi kullanmayı sevmeyiz. Borç alırız, alabiliyor isek döviz veya TL, hangisiyse altınsa o borç ile kara günde eğer nakitimiz yoksa onu o şekilde atlatmaya çalışırız ki biz öyle yaptık” (Görüşmeci 62)

Marshall ve Schrank (2020) kredi alındığı ilk zaman aralığında işletmeleri olumlu etkilerken, ilerleyen zamanlarda uzun vadeli iyileşmeyi destekleyip desteklemediğine mesafeli yaklaşmışlardır. Bu araştırmada da işletmelerin borcunun daha da artmasına neden olan bu teşvik türü ile ilgili literatürü destekler şekilde iktidarın pandemi ile savaşını kredi kullanmanın önünü açması nedeniyle eleştiren görüşmecilere rastlanmıştır.

“...Krediyi de bizim vatandaşlarımız da öyle bir kriz döneminde cankurtaran gibi görüyor o işi de. Daha sonrasını düşünmeye zamana olmuyor zaten. O yüzden o konuda bence çok zorluk çektiler. O krediler daha sonra çok zorlu, zorlu şekilde ya ödenebildi ya ödenemedi. Bir de krizden sonra da öyle bir kriz yaşadı vatandaş. Keşke herkese kredi ver, kredi ver; kredi vermeseydi bol bol kredi vermeseydi, o insanlara kısım kısım devlet olarak yardım etseydi bence daha güzel olacaktı, daha yerinde olacaktı ama olmadı.” (Görüşmeci 69)

Türkiye bağlamında politika yapıcıların sadece kredi erişimini değil, aynı zamanda kredinin doğru sektörlere yönlendirilip yönlendirilmediği ve firma büyüklüğüne

göre bu teşviklerden yararlanma durumu da eleştirilere konu olmuştur (Gur vd., 2023).

Hükümet tarafından sağlanan destek ve teşviklerin yanı sıra başta “İktidarın pandemiyle savaşını nasıl değerlendirirsiniz?” sorusuna fakat daha sonra görüşmecilerin iktidar kelimesine karşı düşüncelerini paylaşmaktan vazgeçme eğilimleri nedeniyle “Merkezi yönetimin/devletin pandemiyle ilişkisini nasıl değerlendirirsiniz?” evrilen sorularına farklı konularda cevaplar gelmiştir.

Bunlardan ilki, kapanma kararı ve uygulamaları ile ilişkili olmuştur. Kapanma kararının geç çıkması, tam kapanma halinin “tam” olmaması, özellikle turistlerin sokağa çıkma yasağının uygulanmaması oldukça fazla sayıda eleştirilmiştir. Daha sonra ise sektörlere yönelik alınan kararların eşitsizliğine eğlence sektörü üzerinden çok kez vurgu yapılmıştır.

“Savaşmadılar ki. Yani savaşmıyorlar hâlâ da savaşmıyor da şu an artıyor zaten..... Bizimle savaşılıyorlar pandemi yerine. Bir tane karikatür var canım. “Dünyaya göktaş yaklaşıyormuş efendim” diyor. “Barları kapatın, barları” diyor.” (Görüşmeci 29)

Bir yandan da işyeri sahiplerinden az sayıda da olsa çalışan haklarının korunduğunu fakat işletmelere çok daha az önem verildiğini belirtirken, çalışanlardan da devlet tarafından verilen teşviklerin işletmeler için kolaylaştırıcı olduğunu, ciro üzerinden maaş alan çalışanların primleri ve yan hakları konusunda yetersiz destek verildiğini belirten görüşmeciler olmuştur.

Ayrıca işletme dışında genel bir değerlendirmeye, vaka sayıları doğru açıklanmadığı için sağlık yönetiminin başarısız olması, farklı kentlerde farklı uygulamaların bir tür damgalamaya neden olması, devlet tarafından para toplama kampanyasının oluşturulması, toplu taşımalardaki yetersizlik, fırsatçılığın ve fiyat artışların önüne geçecek herhangi bir uygulamanın gerçekleştirilmemesi, tam kapanma kararlarının uzunluğu, belirlenen tarihlerin seçim kriterleri, korku kültürünün yaygınlaştırılması ve ana akım medyanın gerçeği yansıtmadığı gibi birçok konuda tekil de olsa eleştiriler getirilmiştir. Tüm bunlara ek olarak pandeminin ilerleyen süreçlerinde ekonomi vb. alanlardaki gerilemelerin, bazı kısıtlama kararlarının kısacası birçok olayın gerekçesi olarak pandeminin kullanılması da görüşmecileri rahatsız etmiştir.

“Yani her şeyi pandemiye bağlıyorlar. Hayır siz çok mu iyiydiniz? Çok mu iyi yönettiniz? Evet pandemi elbette ki... Pandemiyle birlikte sizin gerçek yüzünüz daha da meydana çıktı.” (Görüşmeci 17)

Görüşmecilerin genelinde olumsuz bir değerlendirme hakimken devletin krize etkin yanıt verememe sebebi olarak ise toplum ihtiyaçlarının doğru tespit edilmediği (Görüşmeci 18), afet gibi durumlar için yeterli ekonomik birikiminin olmadığı (Görüşmeci 5, Görüşmeci 26), ekonomik alanda gerekli yatırımlar yapılmadığı için zorlandığı (Görüşmeci 21) gibi görüşler belirtilirken temel atıf kriz hazırlığının bulunmaması üzerinedir. Bu görüş bazı görüşmecilerde genel bir beklentisizlikle de bütünleşmiştir. Ayrıca görüşmeciler tarafından pandeminin nasıl algılandığı - böylesi küresel ve öngörülemez bir zorluğa karşı- devletin eylemlerini “acemilik” olarak değerlendirerek (Görüşmeci 44) hazırlıksız olmasını normalleştirmeye (Görüşmeci 41) ve empati yapmalarına (Görüşmeci 34) neden olmuştur. Görüşmeciler arasında devleti kutsallaştırarak (Görüşmeci 58), konumlandıkları yer itibariyle yapılan uygulamaları eleştiremeyeceğini (Görüşmeci 49) belirtenler de olmuştur.

“Şöyle devlet babanın pandemiyle savaş ederken ben bir maske dahi gelmedi bana mesela devlet babadan, tarafından. Bana bir maske dahi gelmedi. Geldi diyen varsa gitsin, incelesin. Ben hiçbir faydasını görmedim ama şikayetçi de değilim. Devletin başımın üstünde yeri var. Yöneticilere ben bakmam. Yöneticiler gelip geçici. Hepimiz gelip geçiciyiz, insanız nihayetinde ölümcülüz ama devlet kutsaldır benim için.” (Görüşmeci 58)

Çalışanlarla ilgili verilen desteklerin yeterli olduğunu, sürecin iyi yönetildiğini, daha önceki krizlerde yalnız olduklarını fakat bu krizde her şeyin hukuki süreçlerle desteklendiği için olumlu bulduğunu (Görüşmeci 48) ve sağlık konusunda başarılı olduğunu (Görüşmeci 39) belirten görüşmeciler de olmuştur.

Tüm destek ve teşvikler ile görüşmecilerin değerlendirmelerine bakılacak olunursa, ilk destek paketinin ilk vakadan 1 hafta sonra açıklanmış olması belirli düzeyde bir hazırlık yapıldığını gösterse de içeriği bakımından yetersiz bulunmuştur. Tüm destek ve teşviklerde belirli kriterler olması, işletmeleri oldukça sınırlandırmış, sektörler ve faaliyetler bazında çeşitli eşitsizliklere yol açmıştır. Öyle ki, görüşmecilerden bazıları bu paketlerden yararlanabilecek durumda olmasına rağmen herhangi bir teşvik paketi kullanmadığını belirtmiş, bu da ihtiyaç durumunda olmadıklarından değil, paketlerin işlevsel olmayışından kaynaklanmıştır. Bu durum Hossain ve diğerlerinin (2022) Bangladeş’te yer alan çalışmaları ile benzer bulgular taşımaktadır. Özellikle bankalar her ne kadar faiz oranlarını düşürseler de mikro ve küçük işletmeler kredi çekme yanlısı olmadığı için finansal zorluk yaşamaya devam etmişlerdir.

Hükümetlerin bu tip destek ve teşvikleri işletmelerin krizin etkilerini az yaşamalarında ve toparlanma sürecindeki en büyük etkenlerden birisi olarak görünmektedir. Bu destekler yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda bireylerin psikolojik yaşam kalitesine ve psikolojik durumları üzerinde de olumlu etkiye sahiptir (Gim & Shin, 2022). Bu tip destek ve teşviklerde mutlaka yere özgü durumların da gözetilerek yeniden yatırım yapmayı kolaylaştıracak şekilde mekânsal teşviklere de alan açması gerekmektedir (Lu vd., 2020). Ayrıca kapsayıcı olması, işletmelerin farklı ihtiyaçları ve sektörler arasındaki farklılıklar göz önünde bulundurularak esnekliğe yer bırakması, krizlerin etki süresinin uzun olması nedeniyle sürekliliğinin sağlanıyor olması ve değişimin ve etkinin izlenerek iyileştirmelerin yapılması gerekmektedir.

4.4.3 Eşitsizliğin Çoklu Boyutları

İstiklal Caddesi ve çevresi COVID-19 pandemisi kaynaklı farklı boyutlarda farklı katmanlarıyla eşitsizliğin görüldüğü bir saha olmuştur. İşletmelere sorulan “*Alınan karantina politikalarının bir eşitsizlik yarattığını düşünüyor musunuz?*” sorusuna sektörlerle ve işletmelere göre uygulamaların değişmesi, destek ve teşviklerden yararlanma kriterleri, çalışanlarla ilgili düzenlemeler, ruhsata bağlı sorunlar, kiracılıkla ilgili düzenlemeler, turistler ve yerlilere hem işletme hem kullanıcı düzeyinde farklı uygulamaların olması gibi birçok farklı boyutta cevaplar alınmıştır.

Görüşmecilerden gelen ilk eşitsizlik örneği, cadde düzeyinin üzerinde sektörlerle yönelik olmuştur. Sanayi, imalat ve üretim gibi ekonomik temelli faaliyetlerin salgının yayılma riski yüksek olmasına rağmen durdurulmaması ve bu nedenle toplu taşıma araçlarının yoğunluğuna dikkat çeken görüşmeciler uygulamaların özellikle yeme-içme-eğlence sektörü ile karşılaştırıldığında oldukça eşitsiz olduğunu ve gerçekçi bulmadıklarını ifade etmişlerdir. Görüşmeciler pandeminin yayılmasını önlemeye yönelik alınan önlemlerin gerçekçi ve eşit olmayışından dolayı salgının bu kadar uzun süre devam ettiğini belirtmişlerdir.

İstiklal Caddesi düzeyinde ise, uzun süre kapalı kalan işletmeler eşitsizliğe uğradıklarını düşünmüşlerdir. Örneğin, internet-kafe sahibi Görüşmeci 26, 16 ay kapalı kaldıklarını belirtirken “*İşte pavyonlarla beraber aynı şeye soktular, statüye*

soktular. Çok büyük yanlış yani.” diye kendi verdikleri hizmetin ve mekânsal koşulların uzun süreli açılmama kararının bir eşitsizlik olduğunu belirtmiştir.

Görüşmecilerden birçoğu kendi işletmeleri kapalı kalsın ya da kalmasın diğer işletmelerle ilgili de yorum yaparak genellikle yeme-içme ve özellikle eğlence sektörünün zorlandığını ifade etmişlerdir. Tüm görüşmeciler tarafından bu tür bir yaklaşım sergilenmese de bu ifadeler toplumsal dayanıklılığın inşası için sosyal adaletin sağlanması hedefiyle aktörlerin birbirileri hakkında fikir sahibi olması, sorunlarını gözlemleyebiliyor ve adalet arayabiliyor olması bakımından önem arz etmektedir. Öyle ki, tüm görüşme boyunca devlet tarafından verilen tüm kararları onaylayarak, herhangi bir yanlış uygulamanın olmadığını ifade eden Görüşmeci 49 dahi müzik kısıtlamalarının uzun süreli olmasını doğru bulmadığını belirtmiştir.

Bir başka görüşmeci ise Beyoğlu'nda yer alan eğlence mekânlarına karşı eşitsiz uygulamaların sadece pandemiyle alakalı değil, daha önceden de olduğunu fakat sektörün tekrar toparlanma sürecine girdiğini belirtmiştir:

“Eşitsiz davranılan yerler her zaman vardı. Yani bu bölgede yani eşit davranılan mekân yok ki. Bu bölge yani Gezi'den sonra iyice göze battı. O yüzden dedim ya ben işte Kadıköy ve Beşiktaş çevresi patladı. İnsanlar eğlenmeye geliyorlardı, buradaki mekanların %90'ı kapandı. Baktığınız zaman Araplara servis yapan işte nargileciler, Mado, işte üçüncü sınıf pavyon kulüp karışımını yerler... Bunlara kaldı mekân yani, Beyoğlu. Şimdi daha yeni yeni böyle, Galataport'un açılmasıyla falan, Avrupalı turistin gelmesiyle falan daha kaliteli mekanlar dönmeye çalışıyor.” (Görüşmeci 5)

Yalnızca işletmelere değil, gece ağırlıklı olmak üzere yeme-içme ve eğlence sektörü çalışanlarına da vurgu yapılmıştır. Görüşmeciler kendi çevrelerinden örnekleyerek işsiz kalan, kirasını ödeyemeyen, memleketine dönmek zorunda kalan birçok çalışandan bahsetmişlerdir. Belirli dönemlerde işletmeler açılrsa bile özellikle çok çalışanlı işletmelerde az çalışanlı işletmelere kıyasla çalışanlar açısından çeşitli zorluklar yaşanmıştır. Az çalışanlı mikro işletmelerde ise çalışan açısından sorun yaşanmasa da zaten kısıtlı gelire sahip oldukları ve yeterli desteği alamadıkları için başka türlü bir eşitsizliğe maruz kalmışlardır.

Pandeminin ilk 3 ayı başta olmak üzere verilen destek ve teşvik paketlerinden yararlanmak için çeşitli kriterler belirlenmiştir. Bu kriterlerin tüm Türkiye’de geçerli olması ve ana alışveriş caddelerinin ya da herhangi bir yere özgü dinamiklerin dikkate alınmayışı da eşitsizliğe neden olmuştur. İstiklal Caddesi üzerinde bir kebab restoranının üst düzey çalışanı Görüşmeci 14, Limited Şirket oldukları ve daha önce vergilerinin yüksek olmasından dolayı, belirlenen barajın

üstünde olduklarını, bu nedenle krizden ne kadar etkilenip işletmeyi uzun süre açamamış olsalar da herhangi bir imkândan yararlanamadığını eşitsizlik olarak nitelendirmiştir. Benzer eşitsizlik yaratan uygulamalardan birisi de kiracılıkla ilgili düzenlemelerin olmayışıdır. Özellikle cadde üzerindeki işletmelerin kiralari düşünüldüğünde kapalı kalma süresi dikkate alınmaksızın hiçbir destekleyici mekanizma olmaması gelir dağılımı açısından eşitsizlik yaratmıştır.

Görüşmeciler tarafından eşitsizlik olarak görülen durumlardan birisi de yerli ve yabancı işletmelere ve kullanıcılara farklı uygulamaların yapılmış olmasıdır. Türk vatandaşları için geçerli sokağa çıkma yasakları, diğer vatandaşlar için geçerli değilken bu durum salgının yayılmasına olanak verdiği için eleştirilmiş, aynı zamanda yabancılara hizmet veren işletmelerin de açık kalmasına izin verildiği iddia edilmiştir. Örneğin Görüşmeci 34, Arap turist profiline hizmet eden nargile kafelerin çatı katı ya da teras işletmelerine işlerini sürdürdüklerini anlatarak bu tutumun yalnızca ekonomik bir kıyaslama olmadığını aynı zamanda yerlilik ve değer görme açılarından da psikolojik zorluklara neden olduğunu açığa çıkarmıştır.

“Sokağa çıkma yasağı var. En basiti şuradaki kafeden bahsediyorum. İşte yani tabii gidip... Ya da yanımızda bina bir kafe var. Caddede bir tane adam Arapça konuşuyor, koymuşlar. Oradan Arap müşteri turistleri şeyi yoktu yani eve girme 24 saat yasak yoktu. Oradan turisti alıp çatı katında teraslı adam işletmesini yapıyordu yani. 24 saat dediğiniz gibi. Yani en çok o koydu bize yani. Biz Türk vatandaşıyız. Burada doğmuşum. Ben Beyoğlu'nda şu hastanede doğmuşum. Ömrüm burada geçiyor. Adamlar sonradan gelip de böyle bir ticaret yapması inanın çok şey yapıyor etkiliyor insanı yani.” (Görüşmeci 34)

İstiklal Caddesi ve çevresinde eşitsizliğin mekânsal olarak da varlığı söz konusudur. İstiklal Caddesi üzerinde ayak sayısının fazla olmasının avantajları olduğu kadar kriz anında kira gibi giderlerin daha yüksek olmasına neden olan bir yanı da vardır. Benzer şekilde konum itibarıyla caddeyle direkt bir bağlantısı olmayan fakat yerli kullanıcının sık ziyaret ettiği Şişhane'de yer alan kahveci (Görüşmeci 36) Beyoğlu Belediyesi ile aynı sokakta olmalarının denetimler açısından eşitsiz olduğunu, çok daha sıkı denetime tabi tutulduklarından bahsetmiştir.

4.3.1 İşletmelerin Kapalı Kalma Süreleri bölümünde de aktarıldığı gibi eşitsizliğe neden olan konulardan birisi de işletmelerin sahip olduğu ruhsatlardır. İşletmeler komşu işletmelerle aynı işlevi gösterebilirler de farklı uygulamalara tabi tutulmuşlardır. Örneğin, Narmanlı Han içerisinde yer alan Viyana Kahvesi, Starbucks ve Cafe Nero işletmeleri, hanın karşısında yer alan Türk-Alman Kitabevi, EspressoLab gibi kahve ağırlık kafeler benzer işlevi verseler de mutfağı olan

Viyana Kahvesi açık kalırken diğerleri kapalı kalmış, açık olanlara uyarı verip kapattırmışlardır. Daha önce de bahsedildiği gibi hatta tek bir işletmenin iki şubesi arasında da farklı uygulamalar görülmüştür.

Görüşme esnasında muhabbete dahil olan bir Beyoğlu çalışanı durumu “*Aynı tarz işletmeler arasında da eşitsizlik var. Bizim hostelin karşısında kulüp var abi. Bangır bangır yani. Bir kere müzik yüzünden oranın basıldığı vaki olmamış abi. Çünkü veriyorlar yani. Rüşvet dönüyor, ona dokunmuyor, gücünün yettiğine dokunuyor. Korkunç.*” sözleriyle ifade etmiştir (Görüşmeci 35 - Diğer). Bu aktarımda “gücünün yettiği” kelime grubu da eşitsizliğin kim tarafından yapıldığını ve hangi durumlarda yetememe halinin gerçekleştiğini sorgulamamıza neden olmaktadır. Görüşmeci 61 de Taksim Meydanı’nda yer alan ve tatlı satan bir işletmenin tüm kaldırımı kullandığını, kendileri için 10 cm’nin bile sorun teşkil ettiğinden bahsederek yine eşitsiz uygulamaları örneklemiştir.

Görüşmelerden anlaşılmaktadır ki, pandemi süresince işletmelerin gelir kayıpları tüm sektörler için ortaklaşa bir sorunken, bu kaybın devamlılığı alınan politikalar yoluyla ortaklaşa olmaktan çıkarılmıştır. Üstelik pandemi var olan fakat işletmelerin iş yapma kapasitelerini etkilemeyen eşitsiz uygulamaların da daha görünür olmasına neden olmuştur.

4.4.4 İletişimsel Ağlar, İşbirliği ve Katılım

4.4.4.1 İletişimsel Ağlar

İşletmelerin iletişim ağlarını değerlendirmek üzere “*Pandemi sırasında haber alma yolunuz neydi, medyayı mı takip ettiniz, kendi aranızda iletişim kanalları vs. oluşturdunuz mu?*” sorusu sorulmuştur. Bu soruya yanıt olarak oldukça az sayıda farklı cevap gelmiş, görüşmecilerin bireysel olarak medyayı takip ettikleri, televizyon haberlerinin yanı sıra Twitter, Facebook gibi sosyal medya platformlarını takip ettikleri ve Whatsapp gruplarında sohbet edilerek iletişim kurdukları anlaşılmıştır. Bu soruyla Beyoğlu İş Merkezi gibi bazı pasaj ve iş merkezlerinde yönetim tarafından bilgilendirilme yapıldığı, Hazzapulo gibi pasajlarda ise komşu işletmeler ve yönetimle hiçbir iletişim kurma yolunun açık olmadığı anlaşılmıştır.

4.4.4.2 Pandemide Eyleme Katılma Durumu ve Bakış Açısı

Görüşmecilerin kolektif örgütlenmeye yatkınlıklarını, eylem yapmanın ve toplumsal değişime katkı sağlamaya bakış açılarını anlayabilmek adına “*Pandemide herhangi bir eyleme katıldınız mı?*” sorusu yönetilmiştir. Bu bağlamda tüm görüşmeciler arasında yalnızca iki görüşmecinin aktif olarak eyleme katıldığı, birinin ise çevrimiçi toplantılara katıldığı bilgisi edinilmiştir. Elbette burada kastedilen katılım yalnızca siyasi katılımdır, dilekçe imzalama ya da boykot etme gibi davranışları içermektedir (Mannarini & Fedi, 2009).

Görüşmeci 26, internet kafe sahibi, İstanbul İnternet Kafeciler Odası ile Kadıköy’de yaklaşık 100 kişinin katıldığı bir eylem yaptıklarını, bu eylemin gerekçesinin 15 ay süreyle kapalı kalmaları olduğunu iletmiştir. Eylem sonrası Oda yetkililerinin İçişleri Bakanlığı’na giderek sunum yaptıklarını ve kapanma kararlarında aynı statü içinde oldukları kullanımlarla statü farklılaştırılması yapılmasını sağladıklarını aktarmıştır. Görüşmeci 47 ise, meyhane sahibi ve işletmecisi aynı zamanda Nevizade Yardımlaşma Derneği başkanı, BEYDER ile iletişime geçerek, Kadıköy, Beşiktaş ve Şişhane’de 3 eyleme katıldığını, bu eylemlerin içeriğinin saat sınırlandırılmaları, esnafa destek verilmesi, banka kredilerinin kolaylaştırılması, vergi muafiyetlerinin getirilmesi, sicil affı verilmesi gibi konular olarak aktarmıştır fakat somut bir sonuç alınamamıştır.

Görüşmeler kapsamında dikkat çeken bir konu, Görüşmeci 69’un siyasi bir partinin ilçe başkanı olmasına rağmen herhangi bir eyleme katılmamış, yalnızca Whatsapp üzerinden sorunların konuşulduğunu iletmesidir.

Görüşmelerden elde edilen verilere dayanarak, katılımcıların eyleme katılmama kararlarının temel nedenleri değerlendirilmiştir. Birçok katılımcı, eyleme katılmanın kişisel yaşamlarına katkı sağlamayacağına inanmakta ve bu süreci daha çok dertli bir deneyim olarak görmektedir. Ayrıca, eylemlerin hükümet tarafından olumsuz bir şekilde karşılandığı kabulüyle, katılımcılar şiddet içeren müdahalelerin risklerinden endişe etmektedirler. Örneğin, trans kadın bir görüşmeci “*yaşayış farklılığı gösterdiğim için...*” diyerek eylemlerde dikkat çekmemek ve şiddet görme riskinden çekinerek katılmadığını belirtirken, Görüşmeci 4 ise “*Eylem yapamazsın bu ülkede. Bu ülkede eylem yaparsan jokersin. Plastik mermi yersin.*” diyerek bakış açısını dile getirmiştir.

Sivil toplum kuruluşlarının ve meslek odalarının etkisiz olduğu algısının da eyleme katılma isteğini sınırlandığı görülmüştür. Eylemin hak olarak kabul edilmemesi ve “*Konuşma şansımız yok*” düşüncesi de katılımcıların sessiz kalmayı tercih etmesine yol açmıştır. Bu nedenlerle görüşmecilerimizden birçoğunun eylemin sonuçsuz olacağını düşünmekte ve pasif bir duruş sergilemeyi tercih etmişlerdir. Tüm bunlara ek olarak, eylemsizliğin arka planında derneklere olan güvensizlik, kolektif iş yapma eğiliminin olmaması, çalışanlar için kurumsal firmalarda izne tabi olma gerekliliği, eylemin kaosa neden olacağı endişesi ve bireysel olarak sorun yaşamamaları gibi faktörler de etkilidir. Sonuç olarak, eyleme katılmama eğilimleri görüşmeciler arasında yaygınken, aktif katılımcı sayısının azlığı da bu eylemlerin etkisizliği algısını güçlendirmektedir.

Bireylerin eylemlere daha fazla katılmasını teşvik etmek ve toplumsal dayanıklılığı artırmak için, katılımın daha kolay ve etkili hale getirilmesi, toplumsal örgütlenmenin ve işbirliğinin teşvik edilmesi, açık ve şeffaf iletişim kanallarının oluşturulması ve eylemlerin daha verimli sonuçlar doğuracağına dair inançların güçlendirilmesi gerekmektedir.

4.4.4.3 Karar Alma Süreçlerine Katılım

Görüşmecilere pandemi dışındaki süreçleri de dahil ederek sosyal katılımları ile ilgili sorular sorulmuştur. Burada kastedilen gönüllülük temelli işler, kültürel etkinlikler, yaşam alanının iyileşmesi ve daha da önemlisi yerel yönetimleri kasıtlı karar alma süreçleri için atılan adımlarıdır (Mannarini & Fedi, 2009). Bu bağlamda “*Katılımınız önemseniyor mu? Karar alma aşamasında etkin olduğunuzu düşünüyor musunuz? Hangi süreçlere dahil ediliyorsunuz, yerel yönetimin böyle bir çabası var mı?*” soruları yönetilmiştir.

Çalışma kapsamında daha önce işletmeler ve yerel yönetimlerin krizi paylaşma ve karşılıklı güven oluşturma konusunda oldukça sınırlı ilişkileri olduğundan bahsedilmişti. Görüşmeler sonucunda katılım ve işbirliği süreçlerinin de benzer düzeyde kısıtlı olduğu görülmüştür. Beyoğlu Belediyesi tarafından oldukça az sayıda katılım çağrısı olduğu görülmekle beraber, bu katılım mekanizmalarının da işlerliği tartışmaya açıktır. Görüşmeci 20, daha önce belediye tarafından sokağın güzelleştirilmesi adına bir toplantıya davet edildiğini, herkese söz verildiğini fakat yaptığı yoruma karşı oldukça olumsuz davranış ve tutumla karşılaştığını

belirtmiştir. Görüşmeci 34 de benzer bir toplantıya katıldığını, söz hakkı verildiğini fakat bu toplantılarda yalnızca not alınıp sonrasında uygulamaya dönük herhangi bir eylem gerçekleştirilmediğini belirtmiştir.

Görüşmecilerin çevreleriyle ilgili oldukça az sayıda değişiklik üzerinde karar verme imkânı ve girişimi olduğu görülmektedir. Katılımın yanı sıra AKM, Galataport, Tarlabası gibi yakın çevredeki projelerde söz sahibi olmadıkları gibi İstiklal Caddesi ve çevresinde gerçekleştirilen festivallerden ya da etkinliklerden dahi haberleri olmadıkları görülmektedir. Yalnızca Taksim Meydanı için yapılan yarışmada çevrimiçi yollarla oy kullandığını belirten Görüşmeci 26'ya ek olarak Görüşmeci 41 de *“Taksim Meydanı'yla ilgili şey vardı, nasıl yapalım projesi vardı. Bu çok güzel bir şeydi. Bu gençleri şey yapar, neşelendirir, insanı neşelendirir. Çünkü ortak hareket etmek her zaman daha güzeli ortaya çıkarır şahsi hareket etmektense.”* diyerek desteklemiştir. Aynı görüşmeci bunun çok tekil bir örnek olduğunu, belediye tarafından alınan kararları takip etme olanakları dahi olmadığını da belirtmiştir.

Görüşmecilerin katılımı ile ilgili algıları da dikkat çekmektedir. Bir otelde üst düzey çalışan Görüşmeci 53, eğer bir katılım durumu olduysa kendi düzeyinde olmayacağını, ancak turizm grubunu yürüten kişilerle olabileceğini ifade ederek, katılımın çalışanlar seviyesinde olamayacağını ancak seçilmiş bir grup üzerinden karar alma mekanizmalarının yürüdüğü algısını yansıtmıştır. Turizm ofisi bulunan Görüşmeci 58 ise Beyoğlu Kültür Yolu Festivali ile ilgili fikri sorulduğunda *“Bizim varlığımızdan kimsenin haberi yok.”* diyerek bu tür süreçlere hiçbir zaman dahil edilmediklerini anlatmıştır. Bir yandan da görüşmecilerin herhangi bir şekilde katılım göstermelerinin, talep etmelerinin endişeye neden olduğu fark edilmiştir. Görüşmeci 27 bu durumu sokaktaki başka bir esnaftan örnekendirerek katılım bir yana hak arayışında bile zararlı duruma düştüklerini, bu nedenle herhangi bir talep ya da şikâyet iletmeyi *“kendi bacağına sıkamak”* olarak gördüğünü aktarmıştır.

“O mesela gitti belediyeye birkaç bir şey istedi kapısının önündeki taşlarla ilgili ve işte bu güzelleştirme adına. İnanır mısınız, her hafta orayı denetlemeye geldiler. Neden, onun oradan isteğini geri çeksin diye. Normal hakkı ama yani. Ya ne oluyor, işte bu yıldırma politikası. Bitti.” (Görüşmeci 27)

Buna ek olarak, görüşmecilerin talep ve şikâyetlerini ulaştıracak herhangi bir merci olmadığı görüşü yaygınken kullanılan en aktif yöntem olarak İstanbul Büyükşehir

Belediyesi'ne ait 153 hattına telefonla şikâyet bildirme ve CİMER'e şikâyet bildirme olarak görülmektedir.

4.4.5 Topluluk Hissi ve Yer Duygusu

İstiklal Caddesi ve çevresinde yer alan işletmecilerin ve çalışanların topluluk hissi ve yer duygularını, yani görüşmecilerin birbirleri ve İstiklal Caddesi ile ilişkileri, bu topluma ait olma ve duygusal olarak birbirlerine ve yere bağlılık gösterip göstermedikleri çeşitli sorularla anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu sorulardan en görünür olanı *“Caddenin kolektif olarak oluşturulmuş bir kimliği var mı? Beyoğlulu olmak, caddeli olmak hâlâ önemini koruyor mu? Buraya ait kültürler olarak neleri tanımlarsınız?”* sorusudur.

Her ne kadar Beyoğlu ve İstiklal Caddesi anlatılarında sıklıkla “Beyoğlulu olmak” önemli bir kültür olarak görülse de bu çalışmada yer alan görüşmeciler günümüzde bu tip bir aidiyet hissetmemektedirler. Daha doğrusu *artık* hissetmediklerini belirtmişlerdir. Özellikle yakın çevrede 10 yılı aşkın süredir çalışan görüşmeciler daha önceki yıllar hakkında özlemle konuşmakta, geçmişte yer duygularının daha yüksek olduğundan bahsetmektedirler.

“Ya ben üniversitede okurken eskiden çıkmak için can atarken şu an çalıştığım halde işim olmasa İstiklal'e gelmem diyorum. Müşteriye de söylüyorum bunu. Çok değişti mi diyor, İstiklal değişti diyorum yani. Çok değişti diyorum.” (Görüşmeci 46)

Bu değişimin nedenlerine bakıldığında en sık alınan cevap İstiklal Caddesi kullanıcısının değişmiş olmasıdır. Değişen profilin kökenleri üzerinden söylemler yer almakta, sıklıkla Arap, Suriyeli ya da mülteci olarak nitelendirilen bu grup hem alışveriş yapan hem de caddeyi gezmek için kullanan her iki profili de içermektedir. Bu kullanıcıların caddenin özgün değerlerinin ve kimliğinin farkında olmadığı, yalnızca alışveriş yapmak ve tüketmek için caddede olduğu ya da caddeyi gezinmek için kullananların ise davranışlarının rahatsız edici olduğunu belirtmektedirler.

Bu söylem 4 görüşmecinin ailesi ile caddeye gelmeyi tercih etmeyeceği ve güvenliğin en büyük gerekçe olduğu bilgisi ile desteklenmiştir. Bunun yanı sıra caddedeki perakende ürünlerin fiyatlarının yüksekliği, gıda ürünlerinin ise kalitesi ve temizliği hakkında endişe duyduklarını da aktarmışlardır.

İstiklal Caddesi'nde sosyalleşmek istememenin yanı sıra görüşmecilerden alınan cevaplarda artık caddeye sadece çalışmak için geldiklerini, eskiden işten eve

dönerken büyük bir keyifle kullandıkları caddeyi kullanmamaya özen gösterdikleri yanıtı da alınmıştır.

“Ben Beşiktaş'ta yaşıyorum Beşiktaşlıyım. Ve İstiklal Caddesi'ni oldu bitti çok severim. Hatta ben Beyoğlu'nu çok severim. Yani bu cumbalı, oymalı el işlemeli tarihi binaların kokusu bana doğadan daha çok etki verir, çok severim ben. İstiklal Caddesi'ni de oldu bitti çok severim. Ben arada sırada böyle eskiden çıkardım böyle bir yürürdüm gelirdim. Şimdi ben çıkıp evime giderken buradan Taksim Meydanı'na kadar yürüyüp bu İstiklal'in güzel havasını alıp oradan dolmuşa binip Beşiktaş'a gitmek varken ben İstiklal Caddesi'ne hiç girmiyorum. Hemen kaçıyorum. Hemen aşağıdan metroya biniyorum. Gayrettepe'de iniyorum. Zincirlikuyu'dan dolmuşla Beşiktaş'a geçiyorum. (Görüşmeci 6)”

“Rahatsız oluyorum ben yürürken. Artık Taksim'den doğru gitmiyorum evime. Raylı hattı kullanıyorum. Kesinlikle Şişhane'den geliyorum. Çünkü dayanamıyorum o rezilliği duymaya yani insanların bir şeyle çıktıkları zamanda orada şimdi yarı çıplak insanların, abuk subuk görünümünde insanların sözüm ona eğlendikleri bir yer olmuş, kim bilir daha başka neler vardır. (Görüşmeci 53)”

Bu nedenlere ek olarak caddenin geçmişten bu yana sahip olduğu ticari işlevi ve sahip olmadığı doğaya ait özelliklerinden bahseden görüşmeci de olmuştur.

Araştırmacı:

Peki, senin için Beyoğlu'lu olmak, İstiklal Caddesi'yle bağ kurmak... Bir önemi var mı? Bunu hissediyor musun?

Görüşmeci 35:

Açıkçası yok. Yani buradan yani buraya ait hissetmiyorum kendimi. Burası sonuçta bütün nasıl diyeyim endüstrinin, piyasanın ekonominin döndüğü bir yer. Ama hani ben o çarkı çeviren bir dişlilerden birisiyim hani bir çalışan olarak ama ben kendimi buna ait hissetmiyorum. Onu söyleyebilirim yani. Bu konuda net yani. Yani benim karakterime, varoluş şeyime falan uymuyor, böyle hissettiğim şey falan aykırı yani. Ben daha böyle daha doğaya yakın olmak isterdim ama burada ağaç yok yani. Bu kedilerin böyle şey eşeleyeceği bir toprak bile yok yani, kuşların konabileceği bir ağaç dalı bile yok yani. O yüzden burası beton, her yer ve ben bundan çok rahatsızım ama hani çalışmak zorunda olduğum için çalışıyorum.

Aynı görüşmeci rahatsızlığını işlevlerin tektipleşmesi ile de ilişki kurarak yer duygusunun oldukça kısıtlı olduğunu yenilemiştir.

“Dönüşü yok tabii ki. Turistik bir hale dönüştü. Yani İstiklal bundan on, on beş sene önce çok daha farklıydı. Şimdi öyle değil. O yüzden bana hitap etmiyor yani. Ben yani ben sağına soluna bakmadan yürüyorum mesela İstiklal Caddesi'nde. Çünkü her yer lokumcu, tatlıcı, çantacı, ayakkabıcı yani. Bana hitap etmiyor.” (Görüşmeci 35)

Topluluk hissinin azalmasının bir diğer nedeni de giderek kalabalıklaşan caddede hem ticari işlevlerin hem de konut işlevinin değişkenliği ve buna bağlı olarak azalan tanışıklıkla ilişkilidir. Esnafların birbirini tanımadığı ve selamlaşmanın dahi zor gerçekleştiği caddede konut kullanımının azalması topluluk hissinin de azalmasını destekleyen bir diğer durumdur. Cadde ve çevresinde konut kullanımının oldukça düşük olması, var olan konutların ise yüksek getirisi nedeniyle Airbnb olarak geçici

kiracılar tarafından kullanılması karşılaşmaları ve ilişkide bulunmayı engellemektedir.

Görüşmecilerden elde edilen bilgilere göre sadece kendileri değil, müşterileri ve arkadaş çevreleri de İstiklal Caddesi ve çevresi için benzer görüşlerde bulunmakta, birçoğu caddeye gelmeyi reddetmekte, gelenlerin ise caddeyi kullanmayarak, mümkünse arka sokakları kullanarak hizmet almaya geldikleri görülmektedir.

Anlaşılabacağı üzere topluluk hissi yer duygusu ile iç içe geçmiş, birbirini destekleyen topluma ve yere ait olma biçimleridir. Her iki duygunun gelişmesi kolektif kimliğin gelişmesine katkıda bulunurken dayanıklı toplumların en önemli özelliklerindendir. İstiklal Caddesi'nin her geçen gün artan kalabalıklığı ve değişen kullanıcı profili her iki duyguyu da oldukça sarsmış, yeniden kuvvetlendirilmediği sürece caddenin dayanıklılığı adına endişe verici bir noktaya taşımıştır.

4.5 İşletme Dayanıklılığına İlişkin Değerlendirmeler

4.5.1 İstiklal Caddesi İşletmeleri'nin COVID-19 Krizine Yanıtları

İstiklal Caddesi işletmeleri krizin farklı evrelerinde pandemiye ve etkilerine yanıt üretebilmek adına farklı stratejiler uygulamışlardır. Anlık, geçici veya kalıcı olan bu müdahalelerin bazıları devlet tarafından zorunlu tutulurken bazıları ise işyeri sahiplerinin, işletmecilerin veya çalışanların inisiyatiflerinde gerçekleşmiştir. Bu müdahaleler, tez kapsamında Klöckner ve diğerlerinin (2023) operasyonel, dijitalleşme, finansal, destekleyici ve kurumsal yanıtlar sınıflandırmasını ve Wenzel ve diğerlerinin (2020) maliyetleri azaltma, mevcut durumun korunması, inovasyon ve firmanın faaliyetine son vermesi/kapanma temel stratejilerini birleştirerek ve eklemeler yaparak genişletilmiştir.

İşletmelerin krizlere yanıtlarını genel hatlarıyla pandeminin yayılmasını önlemeye yönelik müdahaleler, operasyonel müdahaleler, finansal müdahaleler, mekânsal müdahaleler ve mevcut işletmeden bağımsız alternatif müdahaleler şeklinde gruplanmıştır. Aktif müdahaleler dışında ayrıca birçok işletmenin de eylemsiz kaldığı tespit edilmiş ve işletmeler için bu pasif bekleyişin sebepleri ve sonuçları da tartışmaya değer görülmektedir.

4.5.1.1 Pandeminin Yayılmasını Önlemeye Yönelik Müdahaleler

İşletmelerin COVID-19'a karşı verdiği ilk tepki pandeminin yayılmasını önlemeye yönelik müdahaleler olmuştur ve bu müdahalelerin büyük kısmı tüm dünyada olduğu gibi hükümet tarafından zorunlu tutulmuştur. Bu aşama şok aşaması olarak nitelendirilebilir. Pandeminin kendisi ilk evrede bizzat büyük can kayıplarına yol açmasa da hükümet tarafından alınan bu kararlar İstiklal Caddesi ve çevresindeki işletmeler üzerinde şok etkisi yaratmıştır. Daha önce defalarca terör olayları, eylemler ya da hava durumuna bağlı çeşitli şoklar yaşamış olsalar da sosyal düzenin her alanda aniden bu denli durdurulmuş olması ilk kez karşılaştıkları bir olaydır.

Daha önce bahsedildiği gibi, 2020 yılı Mart ayının ortasından itibaren tüm işletmelerin uyguladığı/uygulama zorunluluğu olan ilk eylem kapanmadır. Kapanma pandeminin başında devlet tarafından zorunlu tutulan ve bireysel tercihlere yer bırakmayan bir uygulamadır. Tam kapanma zorunluluğu olmayan işletmelerde ise açılış-kapanış saatleri ve içeriye giren müşteri sayısı ile ilgili düzenlemeler yine hükümet tarafından belirlenmiştir. Dolayısıyla kriz başlangıcında işletmelerin aktif bir başa çıkma ya da işletmeyi kurtarma stratejisinden bahsetmek mümkün değildir. Hiçbir görüşmeci -Türkiye'de vaka görülmüş olsa bile- zorunlu kapanmadan önce tercihen işyerinin kapadığını ya da bunu düşündüklerini aktarmamıştır. Ancak, yasal zorunluluk kalktığında kapalı kalma süresini uzatan işletmelerle karşılaşmıştır. Bir yandan da gel-al servise ya da paket servise izin verilen yeme-içme işletmelerinin kapalı kalmayı tercih ettikleri, aslında kapasiteleri nedeni ile hemen bu stratejiye uyum sağlayamadıkları için zorunluluğa dönüştüğü görülmüştür.

Pandeminin yayılmasını önlemeye yönelik bir diğer müdahale ise hijyen uygulamalarıdır. Bu uygulamaların bir kısmı yine devlet müdahalesi ile gerçekleşmiştir. 25 Haziran 2020 tarihinde T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından kapsamlı bir "COVID-19 Salgın Yönetimi ve Çalışma Rehberi" yayınlanmış, bu rehberle sektörlere ve ilgili meslek dallarına yönelik alınması gereken tedbirler bildirilmiştir. Ayrıca "İşletme İçi Salgın Tedbir Planı" zorunlu tutulmuştur. Bu tedbirler işyerine, müşteriye ve personele dair olmak üzere üç ana başlıktan oluşmaktaydı. İşyerine dair alınan kararlar genel hatları ile açılış-kapanış saatleri, açık alan-kapalı alanların kullanımı, denetim ve sosyal mesafe kuralları, genel kullanım alanlarının temizliği, bilgilendirmeye dair afiş ve posterlerin işletmelere

asılması, klima/iklimlendirme sistemlerinde uyulacak kurallar ve atık yönetimi gibi işyerlerinin genellikle mekânsal düzenleme ve kurallarını içermiştir (T. C. Sağlık Bakanlığı, 2020).

İşyeri çalışanlarını korumaya yönelik tedbirler hem çalışanı hem de müşteriyi korumak adına alınmış tedbirlerden oluşmuştur. Genel hatları ile müşterilerle sosyal mesafe kurallarına uyulması, maske, siperlik, eldiven, uygun kıyafet kullanımı, vücut sıcaklıklarının ölçümü, mekân kullanımlarında dikkat edilmesi gereken hususlardan oluşmuştur. Müşteriler için de benzer kurallar yer almış fakat müşterilerin kurallara uyup uymamaları yine işletmelerin sorumluluğunda olmuştur.

Görüşmeciler tüm bu önlem ve tedbirlerden kısaca bahsetmiş, bu tedbirlerin zorunlu olmasından dolayı uygulamasıyla ilgili herhangi bir sorundan bahsedilmemiştir fakat mekânsal hijyen uygulamalarının denetimler yoluyla etkin bir şekilde uygulandığını söylenebilir. Buna ek olarak, işletmelerle ilgili birçok bu sıkı düzenleme zamanla zorunlu olmaktan kalksa da özellikle hijyen uygulamalarını kalıcı hale getirdiklerinden bahsetmişlerdir. Bu önlemlere hemen ayak uydurabilmek ve sonrasında da kalıcı hale getirmek işletmelerin gelecekle ilgili dayanıklılık mekanizmalarını güçlendirdikleri mesajını içermektedir.

“Pandemi döneminde vallahi pandemi bazı kişi yani dediğim gibi pandemi bazı şeyler öğretti yani sadece bize değil ülkeye bazı şeyler öğretti. Yani mesela açık alanın ne kadar faydalı olduğunu, kamusal alanlarda mesafeleri, masaların birbirine düzenleri. Biz bunları kalıcı hâlâ kullanıyoruz. Yani mesafe, aslında pandemide yapılanların biz normal hayatta yapılması gereken düzenlemeler olduğunu düşünüyoruz. Yani iki masanın mesafesini hâlâ korunması lazım. İnsanların hâlâ bence maske takması lazım. Hep takması lazım. Çünkü maskesiz pandemiyle alakalı veya covidle alakalı bir şey değil. Titizlik, hijyen, bunlara her dönem uyulması lazım. Biz bunları hâlâ uyuyoruz.” (Görüşmeci 48)

Ayrıca yakın geçmişte hiç yaşanmamış bir krizle karşılaşıldığında hükümetin işletmeler için bu kadar kısıtlayıcı/yönlendirici olması belki de işletmelerin karar verme mekanizmalarının önünü tamamen kesmiştir. Şüphesiz ki, bu bazı işletmeler için olumlu, bazıları içinse olumsuz olmuştur çünkü bu tez kapsamında Cadde’de yer alan birçok işletmenin tercihe bırakılan süreçlerde yenilikçi olmadıkları keşfedilmiştir. Daha üst bir kademedan gelen dayatmacı bir yaklaşım onları kısa bir süre de olsa karar verme sorumluluğundan geri çektiği için rahatlatmış olabilir, bir yandan da bu dayatmacı sıkı önlemler bir daha kapanmayacak yaralara neden olmuş olabilir.

4.5.1.2 Operasyonel Müdahaleler

Pandemiye önlemeye yönelik şok anında uygulanan stratejilerden sonra işletmelerin pandemiye başa çıkma stratejilerini en çok operasyonel müdahalelerde görülmüştür. Bu aşamada artık sadece direnç göstermenin ötesine geçildiği, başa çıkma, uyum sağlama ve kalıcı değişikliklerin uygulandığı fark edilmiştir. Operasyonel müdahalelerden bir kısmı tıpkı salgının yayılmasını önlemeye yönelik müdahaleler gibi devlet tarafından belirlenen kurallar olsa da çoğunlukla işletmelerin kendi müdahalelerinden oluşmaktadır. Bu müdahaleler çalışanlarla ilgili düzenlemeler, çalışma saatlerinde düzenlemeler, satış/hizmet kanallarında çeşitlenme ve değişiklik ve pazarlama stratejisinde değişikliklerdir.

Pandemi nedeniyle azalan müşteri kapasitesi işletmelerde daha az çalışana ihtiyaç duyulmasına neden olmuş ve giderleri azaltmak için alınan eylemlerden ilki ve en aktif kullanılanı çalışan sayısını azaltmak olmuştur. Bu noktada daha önce de bahsi geçen Kısa Çalışma Ödeneği ismi verilen hükümetin destek aracı çok yoğun olarak kullanılmıştır. Pandeminin zorlayıcı bir sebep olmasından kaynaklı işletmelerde faaliyetin tamamen durması ya da faaliyetin en az üçte bir oranında azalması durumunda işletmeler çalışanları için ödeneye başvurmuşlar, çalışanlara çalışmadıkları günler için ödeme yapılmıştır. Tabi ki bu ödeneğin alınmasında sigortalı olmak ve işyerinde belirli sürelerde çalışmış olmak gereklidir. Her ne kadar görüşmelerde bununla ilgili bilgi verilmese de cadde ve çevresinde sigortasız çalışan ve dolayısıyla desteklerden yararlanamayan birçok çalışandan bahsetmek mümkündür.

Kısa çalışma ödeneğini kullanarak çalışmayan çalışanların yanı sıra bazı çalışanların kendi talepleri ile ücretsiz izne çıkmaları ya da işletmecinin talebi ile yıllık izin veya ücretli izin kullandıklarına da rastlanmıştır. Çalışanlarla ilgili bir diğer strateji ise vardiyalı çalışma sistemine geçiş olmuştur. İşletmede çalışan sayısının azalması ve salgını yayılmasını önlemek adına farklı saatlerde farklı çalışanların daha az sayıda çalışması gibi bir düzenleme yapılmıştır.

İşletmelerin stratejilerine ek olarak, görüşmecilerimizden bir kaç kişi kendi bireysel stratejilerinden de bahsetmiştir. Örneğin, yeme-içme-eğlence sektöründe çalışan iki işçi kapalı kalma dönemlerinde kira gibi masraflardan sakınmak adına memleketlerine gittiklerinden, başka bir çalışan personel kıyafetleri sattığından, bir

diğeri ise mevcut işletmede kuryelik yaptığından bahsetmiştir. Bu stratejiler kalıcı değil, geçici çözümler olarak çalışanlar tarafından kullanılmıştır. Hiçbir strateji geliştirmeyerek işyerlerinin açılmasını bekleyen çalışan görüşmeciler daha yoğunluktadır. Çalışanların süreçte bu kadar pasif kalmasının nedenleri başka bir araştırmanın konusu olarak önerilmektedir. İşletme dayanıklılığında işletmeci/işyeri sahibinin rolü daha baskın olsa da çalışanlar bu çalışma ekosistemin en önemli parçalarıdır ve mutlaka başa çıkma kapasiteleri arttırılmalıdır.

Operasyonel müdahalelerden ikincisi, çalışma saatlerinde düzenlemeler yapılmasıdır. Pandeminin yayılmasını önlemeye yönelik müdahaleler kapsamında işletmelerin açılış ve kapanış saatlerinde devlet kuralları ile belirli kısıtlamalar getirilmiştir ve illerin risk düzeylerine ve işletmelerin faaliyetlerine göre farklı zamanlarda farklı uygulamalar gerçekleştirilmiştir. Tüm bu düzenlemelere tek tek değinilmeden örneklemek gerekirse, pandeminin başlangıcından neredeyse 1 sene sonra, 3 Mart 2021 tarihinde paylaşılan bir düzenleme gereğince yeme-içme yerleri 07.00-19.00 arasında hizmet verebilirken, market, manav, kasap gibi temel ihtiyaç ürünleri satan işletmelerin çalışma saatleri 07.00-20.00 olarak düzenlenmiştir. Görüşmelerde işletmelerin devletin sınırlamalarına uyduğu bilgisi edinilmiş, buna ek olarak birkaç işletmenin de güvenli bir çalışma ortamı yaratmak için tercihen çalışma saatlerinde düzenlemeler yaptığı gözlemlenmiştir. Bu sürede hâlâ çalışma izni verilmeyen işletmelerin olduğunu da belirtmek gerekir.

Operasyonel müdahalelerden üçüncüsü, işletmelerin satış ve/veya hizmet kanallarında çeşitlenmelere gitmeleri olmuştur. Bu stratejiler internet üzerinden satışa geçilmesi ya da hizmet verilmesi, evlerde hizmet verilmesi, gel-al ve paket servis yapılması ve alternatif hizmetler/ürünler geliştirilmesidir. Bu stratejiler pandemi kapanmalarının başlamasıyla devreye girmiş, zamanla devam etmiş ya da çeşitli sebeplerle durmuştur.

Son dönemde pandemi ile ilgili artan literatür, ürün ve hizmet sunmak için dijital platformları benimseyen işletmelerin, hayatta kalma ve başarılı olma ihtimallerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu tez kapsamında da satış yapan işletmelere internet satışları olup olmadığını, varsa pandemide mi yoksa daha önce mi başladıklarını sorulmuş ve yanıtların çeşitlendiği görülmüştür. Çevrimiçi ürün satışının perakende sektöründe en çok gözlenen hem başa çıkma hem de uyum sağlama stratejisi olarak kullanıldığı görülmüştür. Örneğin, ikinci el kitap satışı

yapan bazı işletmelerin kiralari yüksek olan dükkânları kapatıp, birer depo tutarak internet üzerinden satış yaptığı aktarılmıştır. İstiklal Caddesi'nin önemli bir kimliği olan Sahaflar Pasajı'nda da pandemide kapanan sahafların olduğu, kalanların ise yalnızca bireysel birikimler ve internet satışı sayesinde ayakta kalabildikleri aktarılmıştır:

“Pasaj içinde 4-5 arkadaş dayanamayıp gittiler tabii. Ama genellikle de kalanlar internet satışıyla ayakta durdular. Zaten internet satışıyla hâlâ ayakta duruyorlar.” (Görüşmeci 32)

Satış/hizmet kanallarında çeşitlenmenin yeme-içme sektöründeki yansıması paket servis olmuştur. Genellikle çevrimiçi kanallar aracılığıyla yapılan bu uyumlanma ilk defa bu işi yapacaklar için zor bir geçiş olmuştur. Hem bu platformlara kaydolmanın gereklilikleri hem de komisyon bedelleri mikro ve küçük işletmeleri oldukça zorlamıştır. Bir yandan da cadde çevresinde sıklıkla bulunan alkollü restoranlar sattıkları ürünler nedeniyle paket servise hiç geçememişlerdir. Meyhane işleten Görüşmeci 47 kayıt için gerekli şartları sağlamalarının aylarca sürdüğünden, tam bu duruma adapte olmuşken kısıtlamaların kalktığından ve yeniden masa servisine döndüklerinden bahsetmiş, yani çevrimiçi geçişin onun için zorunlu bir durum olduğunu, kısıtlamalar kalkınca devam etmediğini bildirmiştir. Bu görüşü destekleyen başka görüşmeciler de olmuştur. İstiklal Caddesi gibi ayak sayısının yüksek olduğu bir caddede zorunlu olmayan durumlar dışında ek bir platforma gerek duyulmadığı ortaya çıkmıştır fakat bu elbette krizlere karşı hazırlıklı olmadıklarını da ortaya çıkarmıştır.

Uluslararası bir zincir kahve dükkânı hem dijital platformlarda yer almalarını hem de ürünlerini bu sürece adapte edişlerinin hikayesini çok daha olumlu bir deneyim olarak anlatmıştır. İşletme müdürü olan Görüşmeci 61 pandeminin hemen başında paket servisin sağlanması için iki büyük dijital satış platformuyla anlaşma yaptıklarını, ürünlerinin paketlemelerini ve hatta tasarımlarını değiştirdiklerini, daha önce hiç olmayan ürünleri menüye eklediklerini büyük bir gururla aktarmıştır. Tüm bu ürünler hâlâ kafede ve çevrimiçi platformlarda satılmaya devam etmektedir.

“Kalıcı hale geldi ve devam ediyor. Trendyol olarak, Yemeksepeti olarak tüm kafeler olarak, Türkiye olarak her yerde hizmet veriyoruz. Bu şekilde ve dediğimiz gibi yeni paketlemelerimiz de sandviç paketlemeleri, eskiye nazaran hep böyle aslında biraz da paket servise yönelik. E zaten açık kullanabileceği, yani burada yiyen misafirler, çok rahat açıp tüketebildiği için burada aslında biraz da oraya yatırım yapmış gibi olduk. Yani paketlemeler işte plastikler değişti, kartonlar değişti, işte görüntüleri değişti, malzemesi değişti. Yani bir tık daha kaliteli oldu aslında.” (Görüşmeci 61)

Bu tekil örnek bile büyük işletmelerle mikro ve küçük işletmeler arasındaki ayakta kalma stratejilerindeki farkı açıklamaktadır. Maalesef dijital kanalların kullanımının mikro işletmelerde mümkün olamadığını görüşmeler çerçevesinde birçok işletmede görülmüştür. Hatta öyle ki, pandemiden önce sosyal medya üzerinden satış yapan bir işletme pandemide depolarına ve kargo ofislerine ulaşamadıkları için hiç satış yapamadıklarından bahsetmiştir. Dolayısıyla etkin olarak kullandıkları çevrimiçi satışı pandemide hiç kullanamayarak zarar gördükleri ortaya çıkmıştır. Bu durumun işletme büyüklüğü, uzman personel kadrosu, yenilik için harcayabileceği finansal kaynakların fazlalığı ve özellikle yenilik motivasyonları ile alakalı gibi görünmektedir.

Görüşmelerde pandemide çevrimiçi hizmet verebilen işletmeler de olmuştur. Örneğin, kültür-sanat-spor kullanımlarında hızla dijitalleşmeye geçildiği anlaşılmıştır. Görüşmeci 71, kütüphanesi de bulunan bir müzenin üst düzey çalışanı, hem kaynakları dijitalleştirmek için bu dönemi fırsat olarak gördüklerini hem de pandemi boyunca çevrimiçi etkinliklerin düzenlendiklerinden bahsetmiştir. İşletme hâlâ çevrimiçi etkinliklerine devam etmektedir. Tıpkı bu müze gibi, spor salonu olan Görüşmeci 41 de pandemi boyunca çevrimiçi yollarla ders verdiğini belirtmiş fakat bu kalıcı bir değişiklik olmamıştır, sadece ayakta kalabilmek için bu stratejiye başvurmuştur.

Bir yandan da daha önce sadece cadde mağazacılığı yapan işletmelerin dijital kanallara geçişte önlerine farklı sorunların çıktığını gözlemlenmiştir. Dijital kanallara geçişinin belli bir başlangıç maliyetinin olması, zaten nakit akışı olmayan işletmeler için finansal olarak büyük bir zorluk olmuştur. Ayrıca bu platformların komisyon ücretlerinin yüksek olması da yine finansal olarak işletmeleri bu geçişi yapmaktan alıkoymuştur. Bunlara ek olarak özellikle mikro işletmelerde çalışan sayısının az olması, bu işle ilgilenebilecek personelin olmaması ve mevcut çalışanların dijital araçları kullanmak bakımından yetersiz olması mikro işletmelerin istekli olsalar dahi finansal ve insan sermayelerinin yetersizliğinden dolayı hayata geçirememişlerdir.

Satış/hizmet kanallarında çeşitlenmelerin bir ayağı da gel-al'dır. İşletmelerin tam kapanma yasağı kalktıktan sonra salgının yayılmasını önlemek adına yeme-içme mekânlarında sadece gel-al ve paket servisine izin verilmesi bu sektördeki işletmeleri teşvik etmiş fakat paket servis kadar bile olumlu sonuç yaşanmamıştır.

Yerli müşterinin tamamen caddelerden çekilmesi, turistlerin ise ülkeye giriş yasaklarının olması ayak sayısını dolayısıyla gel-al servisini fark edilir düzeyde düşürmüştür. Örneğin, normalde dondurulmuş yoğurt satan bir işletmenin müdürü Görüşmeci 64, kapanmanın etkilerini telafi edebilmek adına ürün değişikliğine gittiklerini, menüsünde olmayan meyve suyunu gel-al şeklinde satmaya başladıklarını fakat caddedeki ayak sayısı nedeniyle başarılı olamadıklarını ve tam açılmaya kadar işletmeyi kapattıklarını anlatmıştır.

“.....biz dedik meyve suyu satalım. Kime satacağsın meyve suyunu? Türkler zaten dışarı çıkamıyor. Yabancılar dışarı çıkabiliyordu. Hatta bir dönem öyle bir şey vardı. Yabancı vatandaşlar, turizm için. Adam, ben mesela bir yere giderim. Gittiğim zaman orada bir kalabalık arar gözlerim hani, insanlar olsun hani. Adam geliyor buraya üç beş kişi var yani. Bu bile eksi. O yüzden kapatmak zorunda kaldım.” (Görüşmeci 64)

Görüşmeler kapsamında direkt olarak uygulayan bir işletmeyle karşılaşılsa da özellikle kişisel bakım ya da hizmet veren işlerde meslek sahiplerinin evlerde hizmet verdiği de edinilen bilgiler arasındadır. Dövmeci olan Görüşmeci 68 eğer işletmelerin kapalı kalma süresi uzasaydı kendisinin de evlerde dövme yapayı düşündüğünü aktarmıştır. Yöresel yemekler sunan bir restoranın sahibi ve işletmecisi Görüşmeci 26 da organik ürün satışın başlayacaklarını söyleyerek alternatif ürün geliştirdiklerini aktarmıştır fakat maalesef bu tür örneklerle oldukça kısıtlı sayıda rastlanmıştır.

Operasyonel müdahalelerden dördüncüsü pazarlama stratejisinde değişiklik yapmak olmuştur fakat bu değişiklik hiçbir mikro ve küçük işletmede görülmemiştir. Uluslararası bir zincir spor ürünleri satış mağazası normalde indirim uygulamadıklarını fakat pandemi kapanmalarının ardından açılışa indirimle açarak pazarlama stratejisinde değişiklik yaptıklarını aktarmıştır (Görüşmeci 65). Yine burada da indirim yapmanın bile belirli bir finansal sermayeye gerekliliği ortaya çıkmakta, özellikle mikro ve küçük işletmeler için sürecin altından kalkmak zaten zorken böyle bir hamlede bulunamadıkları tekrar görülmektedir. Aynı kurumsal firma mağaza indirimin yanı sıra, internet satışlarının daha aktif kullanılması nedeniyle açık stok yönetimine geçerek sürece adapte olduklarını aktarmıştır. Yine hiçbir mikro ve küçük işletmenin yönetim stratejisinde değişiklik yaptığı gözlemlenmemiştir.

4.5.1.3 Finansal Müdahaleler

İşyeri sahibi ve işletmeci/üst düzey çalışan görüşmeciler pandemide onları en çok zorlayan durumları genellikle giderler üzerinden tariflemişlerdir. İşletmelerin kapalı kalma hali devam ederken kira, fatura, vergi ödemeleri gibi sabit giderler finansal olarak büyük bir yük altına girmelerine neden olmuştur. Bu nedenlerle pandeminin ilerleyen zamanlarında işletmelerin sıklıkla finansal müdahalelere başvurduğu görülmüştür. Maliyetleri azaltma, bireysel birikimleri kullanma, aile kaynaklarını kullanma, borç alma, kredi çekme, devlet tarafından sağlanan destek ve teşviklerden yararlanma ve işletmeleri devretme karşılaşılan finansal müdahalelerdir.

İşletmelerin giderlerini optimize ederek maliyet azaltma stratejilerini kullandıkları fakat bunu işletme düzeyinden ziyade, haneleri düzeyinde yaptıkları görülmüştür. Elbette bunun sebebi işletmelerin tam kapanma halidir. İşletme düzeyinde maliyet azaltma çalışanların işten çıkarılması (her ne kadar görüşmecilerden bunu belirten olmasa da) ve faturalara yansiyacak olan mekanik ekipmanların kullanımının sınırlandırılması olarak görülmüştür. Görüşmecilerin pandemiden ne öğrendikleri sorusunda da finansal cevaplardan birisi tasarruf yapmanın önemi olarak çıkmıştır ve bu yanıt da pandemide başa çıkma stratejilerinden birisi olarak maliyetlerin azaltılması ve bunun devamlılığının olacağı hakkında bir fikir sunmaktadır. Zaten devletin destek ve teşvik mekanizmalarından yararlanamayan işletmeler için en etkin finansal strateji bireysel birikimlerin kullanılması olarak gözlemlenmiştir. Özellikle kirası, dolayısıyla giderleri yüksek olan mikro ve küçük işletmelerin pandemide yoğun olarak bireysel birikimlerini kullandıkları tespit edilmiştir. Ayrıca tekil de olsa bireysel mal ve mülklerin satışı ile sürecin etkilerinin giderilmeye çalışıldığı da görülmüştür. Tıpkı pandemiden öğrenilenlerde tasarruf yapma önemli bir cevapken gelecek krizlere hazırlık için ne yaptıkları sorulduğunda da bireysel birikimleri artırma işletmelerin en sık verdiği cevap olmuştur. Bu cevabı vermenin altında şüphesiz ki devletin kriz anında etkilenenlere etkin bir destek mekanizması sunamaması yatmaktadır. Görüşmeler sırasında *yalnız* olduklarını defalarca kez belirten görüşmeciler krizlerden ancak bireysel birikimlerle çıkabileceklerine inanmaktadırlar.

Bireysel birikimlerin kapasitesinin biraz daha aşıldığı aile şirketlerinde ise aile kaynaklarının kullanıldığı tespit edilmiştir. Örneğin, kendi işletmelerin dayanıklı

olma nedenlerinden birisi olarak aile şirketi olmalarını belirten Görüşmeci 39, ailede alternatif başka işlerinin de olduğunu, her iki işletmenin birbirini kriz anlarında desteklediğinden bahsetmiştir. Genellikle mikro işletmelerde aile kaynaklarının kullanıldığı belirtilmelidir.

Bireysel birikimi olmayan ya da yeterli olmayan işletmeler vergi borçları, kiralar, faturalar, çalışan sigortaları ve maaşları gibi işletme giderleri için kredi çekmek ya da borç almak zorunda kaldıklarından bahsetmişlerdir. Pandemi ve işletme deneyimi göstermektedir ki devletlerin kriz sırasında işletmeleri krediye yönlendirmesi oldukça yaygın bir davranıştır. Devletin Destek ve Teşvikleri, Krize Yanıtları başlığında da değinildiği gibi Türkiye’de de kredi konusunda hükümetin işletmeler için çeşitli düzenlemeleri olmuştur. Türkiye hükümeti, bakanlıkları ve işletmelerin bağlı olduğu bazı odalar pandeminin başından itibaren kredi seçenekleri dışında da işletmelerinin finansmana erişimini kolaylaştırmak ve mali yükümlülüklerini rahatlatmak için farklı destek ve teşvik paketleri sunmuştur. Bunları örneklemek gerekirse işletmeler için vergi, stopaj ve prim ödemelerinin ertelenmesi, esnaf ve sanatkârlar için hibe ve kira desteği, yiyecek içecek işletmelerine yönelik ciro kaybı desteği, asgari ücret desteği, kısa çalışma ödeneği, sigorta prim desteği vb.

Araştırmada, görüşmecilerden bu desteklerle ilgili oldukça fazla sayıda olumsuz eleştiri alındığını belirtmek gerekir. Vergi ve stopaj ertelemelerinin yeterli olmaması, desteklerin sağlanacağı işletmelerin kriterlerinin sistematik bir şekilde belirlenmemesi, çalışmaya devam eden ve edemeyen işletmeler arasında farklı uygulamaların olmaması, verilen ödeneklerin yetersizliği, kiracılarla ilgili düzenleme yapılmaması, kısa çalışma ödeneği verilen çalışanların daha sonra işsizlik maaşı ve sigortaları hakkında mağduriyetler yaşaması gibi birçok konuda eleştiriler vardır. Özellikle, pandemide kiracı işletmeleri en çok zorlayan gider kalemi kira ödemeleri olduğu için kiracılıkla ilgili yapılan düzenleme en çok eleştirilen düzenleme olmuştur. İstiklal Caddesi gibi kira düzeyinin ortalama €1,175 m²/yıl (Cushman & Wakefield, 2022) olduğu bir yerde devletin sağladığı kira desteği aylık maksimum 750 TL olmuştur, ki zaten sahada yer alan işletmelerin neredeyse tamamı kira yardımı alma kriterlerini sağlamadıklarını bildirmişlerdir. Bu yetersiz kira desteği dışında kiracı işletmelerle ilgili devlet tarafından herhangi bir düzenlemenin yapılmamış olduğunu ancak mülk sahiplerinin inisiyatifi ile

dayanışma içinde kiraların belirli bir süre ile alınmadığını ya da ertelendiği tekil örneklerle de şahit olunmuştur.

İşletmelerin finansal müdahalelerinden sonuncusu işletmelerin devredilmesidir. İşletmelerin iyileşmesi/kurtarılması literatüründe işletmeyi kapatma ya da devretmeye iki yönlü bir bakış açısı vardır. İlki kapanma/devretme işletmenin açık olmadığını anlamına geldiği için başarısızlıkla itham ederken, diğeri konuya daha incelikli bir bakış açısı sağlar ve devretmenin boşanma, ölüm ya da sadece tercihler gibi başka nedenlerle olabileceği gibi (Müller, 1985; Puumalainen vd., 2023; Wenzel vd., 2020), tamamen krizden etkilense bile stratejik olarak doğru bir hamle olabileceği görüşü vardır (Tierney, 2014). Bu araştırma kapsamında 3 devredilmiş işletme çalışanı ile görüşülmüştür. Görüşmeci 1, pandemi koşullarında ayakta kalabilmek için aynı pasajda yer alan 2 kıyafet mağazalarından birini devrettiklerini; Görüşmeci 5, kafe sahiplerinin bireysel birikimleri olmaması nedeniyle kapalı kalınan süredeki giderleri karşılayamayarak işyerini devrettiklerini; Görüşmeci 70 ise kuru temizleme hizmeti veren ve mülk sahibinin kira konusunda zam talepleri nedeniyle işletmenin devredildiğini aktarmıştır. Sonuncu örnekte işletme sahibinin ilerleyen yaşı nedeniyle bir süredir emekli olmayı düşündüğünü edinilen bilgiler arasındadır ve emeklilik nedeniyle işyerini devretmenin işletme için başarısızlık değil, tam zamanında yapılmış başarılı bir finansal müdahale olarak değerlendirmek mümkündür. Alesch vd.'nin de belirttiği gibi “yürüyen ölü işletme” olmaktansa, işletmelerin öz sermayeyi kurtarmak adına işletmeyi kapatması ya da devretmesi akıllıca bir seçim olabilir (Alesch vd., 2001). Burada işletmecinin deneyimi, gelecekle ilgili öngörüsü önemli unsurlar haline gelmiştir.

4.5.1.4 Mekânsal Müdahaleler

İstiklal Caddesi ve çevresindeki işletmeler pandemi sırasında kullanım alanlarının işlevinin değiştirilmesi, iç mekânın yeniden düzenlenmesi, genişletilmesi, tadilat, bakım, dekorasyon değişiklikleri gibi mekânsal müdahalelerde bulunmuşlardır. Daha önce de bahsedildiği gibi bu müdahalelerden bir kısmı pandeminin yayılmasını önlemek adına zorunlu tutulan, açık ve kapalı alanların kullanımını içeren kurallar bütünüdür. Yeme-içme-eğlence işletmeleri masa sandalye sayılarını yarı yarıya indirmek durumunda ve zaten azalan müşteri sayısına ek olarak mekânsal olarak yetersiz hizmet vermek durumunda kalmışlardır. Bu zorunluluk

dışında bazı işletmelerin mekân içi kullanımların kendi inisiyatifleri ile değiştirdiği de gözlemlenmiştir. Örneğin, Görüşmeci 71, müze-kütüphane işlevi veren işyerinde kullanıcıların giriş yaptığı alanın kısıtlanarak çalışanların okuyucu salonlarına dağılarak çalıştıklarını aktarmıştır. Görüşmeci 61 ise zincir kahve mağazalarında normalde müşterilerin aktif olarak kullandığı katlardan birini depo ve personel salonu olarak değiştirdiklerini söylemiştir. İki örnekteki uygulama da pandeminin yayılmasını önlemek adına geçici süre ile alınmış uyum sağlama stratejileridir. Bu kadar büyük işlevsel değişiklikler olmasa da mekân içinde yer değiştiren kullanımlar olduğu bilgisi de edinilmiştir. Özellikle gel-al hizmeti vermek durumunda kalan kafeler caddede görünür olabilmek ve satış yapabilmek için yiyecek stantlarını cadde cephesine taşımak, iç mekânı yeniden düzenlemek gibi fiziksel mağaza stratejilerine başvurmuşlardır.

Geçici mekânsal müdahalelere ek olarak, kalıcı olanlara da rastlanılmıştır. Bunlardan en basiti işletmelerin kapalı kaldığı süre boyunca boya-badana yapılması, masa ve sandalyelerin yenilenmesi, kapsamlı temizlik, klima ya da kahve makinesi gibi ekipmanların bakımının yapılmasını içeren basit tadilat, bakım ve dekorasyon işleridir. Fakat belirtmek gerekir ki, bu tür bir tadilata ihtiyacı olduğunu belirtmesine karşı pandemi şartlarında en ufak bir değişiklikte bile bulunamadığını belirten görüşmeci sayısı şaşırtıcı derecede fazladır. İşletmelerin pandemi sırasında finansal yetersizliklerinin en görünür olduğu durumlardan biridir bu cevap.

“Yok. Yani onu yapmak için önünü görmem lazım. Kimse durduk yerde iş yokken ben tadilat yapayım, o günleri bekleyeyim demez yani. Bir pandemi geçsin bir görelim der.” (Görüşmeci 62)

“Uygulamamız olmadı çünkü finans bakımından iyi değildik.” (Görüşmeci 18)
“Her şeyi değiştirebilme imkanım var. Çünkü mekân kapalı. Ama onu finanse edecek güç yok.” (Görüşmeci 14)

“(Tüm pasaj için) Bazı mekanlar imkansızlıktan diye söyledi ama bir türlü bir araya gelip de bu işi yapılmadı. Aslında bir tadilat boya olması gerekiyordu, yapılmadı maalesef.” (Görüşmeci 42)

Finansal gücü bulunan iki işletme daha radikal değişiklikler yaptığını aktarmıştır. Çok işlevli bir pasajda, sinema salonu kalıcı olarak kapatılmış ve konser ve etkinliklerin düzenlenmesine fırsat verecek şekilde çok amaçlı salon olarak kullanılmaya başlanmıştır (Görüşmeci 48). Bir nargile kafe ise kira nedeniyle

kapanan komşu mekânı satın alarak işletmenin kullanım alanını kalıcı olarak genişletmişlerdir:

“Hem pandemi hem nasıl diyeyim size, yukarısı fazla maliyetti, alt katta komşumuz vardı, onlar da bıraktılar. Çıkmak zorunda kaldılar ödeyemedikleri için kirayı. Alt katı aldık, üst katı sadece biz bar ve mutfak olarak kullanıyorduk. Bar derken alkolli değil, alkolsüz bar. Bunu arkaya aldık, tadilat yaptık, onu arkaya aldık. Mutfağı da şimdi yan tarafı satın aldığımız için alt kata aldık. Üst katlara da farklı bir proje düşünüyoruz.” (Görüşmeci 24)

Bu iki örnekte de işletmelerin finansal gücü olduğunda fırsatları değerlendirerek yenilikçi yanlarını ortaya koyabildiklerini ve kalıcı değişiklikler yapabildikleri görülmektedir.

4.5.1.5 İşletmeden Bağımsız Alternatif Müdahaleler

Araştırma kapsamında fırsatları değerlendirmek isteyen işletme sahiplerinin mevcut işletmeden bağımsız olarak alternatif iş alanlarına yatırım yaptıkları da karşılaşılan durumlardandır. Tabi burada sırf ayakta kalabilmek için mevcut işletmeden tamamen bağımsız sektörlerde ticaret yapan işletmeci ve çalışanlardan bahsedilmemektedir, onlarla ayrıca karşılaşılmıştır.

Her ne kadar bu kriz, sektör fark etmeksizin neredeyse tüm işletmeleri etkilemiş olsa da, daha önceki ve pandemideki kriz deneyimlerine dayanarak sektörel çeşitlenmenin önemli olduğunu vurgulayan görüşmecilerle karşılaşılmıştır. Hâlihazırda sinema işi yapan Görüşmeci 34, kafeterya ruhsatlarının olması nedeni ile -kafeteryalar pandemide açıldı- ayakta kalabildiklerini belirtmiştir. Bu deneyimle de şimdi konaklama sektörüne yatırım yaptıklarını şu sözlerle aktarmıştır:

Pandemiden çıkarttığımız ders yani esnaf olarak konuşuyorum. Daha çok iş modeli geliştirmeye çalıştık, çalışıyoruz. Sadece sinema ruhsatı değil, kafe ruhsatımız ve bir inşaatımız var, otel yapıyoruz. Oteller o süreçte kapanmadı. Otelimizi açmaya çalışıyoruz. Yani böyle bir kapanma herhangi bir X olay olduğu zaman hiç olmazsa hem personelin hem kendi geçimimizi sağlayacak farklı iş modelleri yaratmaya başladık. Öyle yapıyoruz. (Görüşmeci 34)

Tekil olan bu örneğe tezat olarak, pandemiden hemen önce yine İstiklal Caddesi’nde güzellik salonu açmak için yatırım yapan bir restoran sahibi Görüşmeci 54, yeni işletmenin tadilatlarını tamamlamalarına ve kiralarını ödemeye devam etmelerine rağmen kriz ortamında işletmeyi aktif olarak açamadıklarını ve bu yatırımdan vazgeçtiklerini anlatmıştır. Maalesef işletmeler, özellikle mikro ve küçük işletmeler, pandemide ne mevcut işleri devam ettirebilmişler ne de

yatırımlarını hayata geçirebilmişlerdir. Sahip oldukları koşullar nedeniyle risk almaya da cesaret edememişlerdir.

4.5.1.6 Eylemsizlik

Ve son olarak, zorunlu tutulan müdahaleleri uygulamak dışında pasif bekleyiş en çok gözlemlenen başa çıkma tepkisi olmuştur. Hiçbir şey yapmayan ve yapamayan çok fazla sayıda işletme ile karşılaşmıştır. İşletmelerin neden eylemsiz kaldıklarını incelendiğinde pandeminin daha önceki krizlere benzememesi ve ne kadar süreceği ile ilgili belirsizlikler taşıması en büyük neden olarak çıkmaktadır. İşletmecilerden bir kısmı durumun önemini algılayamamış, bu nedenle “bekle ve gör” yaklaşımını benimsemişlerdir. Bir kısmı ise oldukça kaderci bir bakış açısına sahip ve tüm dünyayı etkileyen salgın karşısında yapılabilecek hiçbir şey olmadığı görüşündelerdir.

Krizlerin işletmeler için fırsatlar yarattığı söylenmektedir, görüşmecilerden bir kısmı da bu görüşte olduklarını bildirmişlerdir fakat pandemide nakit akışının olmayışı elindeki kaynağı da koruma içgüdüleriyle yaklaşımlarına neden olmuştur. Eggers strateji ve finansman ikilemini *tavuk-yumurta problemi* olarak görmektedir (2020, s. 206). Her ne kadar özellikle mikro ve küçük işletmeler müşteri tabanına yakın oldukları için ihtiyacı hızlı tespit etseler de yine küçüklüğün sorumluluğundan dolayı belirsiz gördükleri riskli işlere girmekte sorun yaşamaktadırlar (Eggers, 2020).

Bu araştırma da mikro ve küçük işletmelerin risk almak ve yenilikçi olmak için kendilerini fazlasıyla güçsüz ve yalnız hissettiklerini göstermiş, belirsizlik içinde tek başlarına hareket edemedikleri bilgisine ulaşmıştır. Miklian ve Hoelscher (2022) bu nedenlerle işletmecilerin sorunları görmezden gelmelerini oldukça stratejik ve tek uygulanabilir seçenek olduğunun üzerinde durmuşlardır.

“Sonrasında da yine hafta sonları, hafta içleri falan yani ortadaki belirsizlik var ya, o belirsizlik insanlara, yani motivasyonunu düşürüyoruz, düşürüyor ve yani gerçekten bir şey yapacağın varsa da yapamıyoruz. Çünkü dediğim gibi az önce de bahsettim ya, hiçbir şekilde o zaman da, şu an da önümüzü görmüyoruz. Ben şu anda önümü görsem, yatırım yaparım.”
(Görüşmeci 63)

Görüşmelerde tüm bu sebeplere ek olarak, şaşırtıcı bir sebeple daha karşılaşmıştır. Özellikle İstiklal Caddesi üzerinde yer alan işletmeler caddeye sonsuz bir güven duymakta oldukları anlaşılmıştır. Caddede defalarca kez yaşadıkları krizlerin verdiği deneyimle “İstiklal Caddesi’ne hiçbir şey olmaz” söylemi oldukça yaygın

bir söylemdir. Krizlerin cadde için bir rutin olduğunu ve her ne kadar zarar görürse görsün caddenin mutlaka tekrar düzeleceğine dair köklü inançları nedeniyle hiçbir şey yapmamayı tercih ettiğini belirten işletmeler azımsanmayacak sıklıktadır.

4.5.2 İşletmelerin Öz Dayanıklılık Değerlendirmeleri

Her ne kadar bu tezin temel konusu ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığı olsa da işletme odaklı bir saha çalışması içermesi ve pandemide yalnızca ayakta kalabilmiş işletmelerle görüşülmesi işletme dayanıklılığını da üzerinde durulması gereken bir konu haline getirmiştir. Üstelik bu tez kapsamında edinilen bilgiler göstermiştir ki, işletme dayanıklılığı ile ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığı birbirini besleyen, her zaman doğrusal olmayan ama yüksek düzeyde ilişkili iki dayanıklılık ölçeğini ifade etmektedir. Hatta bahsedileceği üzere, işletme dayanıklılığını yüksek düzeyde etkileyen kişilerin bireysel dayanıklılığı da sosyo-ekolojik sistemlerdeki panarşi kavramına uygun bir bağlam sağlamaktadır.

İşletmelerin dayanıklılığında birçok faktör ele alınmaktadır. Örneğin, Alesch vd.'nin (2001) Northridge'de yaptıkları çalışma ile deprem sonrası ayakta kalan işletmeler için diğerlerinden neden daha dayanıklı olduklarına dair çıkarımlar yapmışlardır. Bunlardan ilki müşterisi afetten etkilenmeyen işletmelerin etkilenenlere göre daha başarılı olduğu, ikincisi birden fazla şubesi olan işletmelerin hayatta kalma olasılığının, tek şubeli/konumlu olanlara göre daha yüksek olduğu, üçüncüsü temel mal ve hizmet satışı yapan işletmelerin lüks ya da ikincil ihtiyaçlara hizmet veren işletmelere göre kapanmaya daha az eğilimi olduğu ve sonuncusu ise tüketici talebindeki değişikliklere uyum sağlayabilen işletmelerin ayakta kalma olasılığının bunu dikkate almayarak aynı ürün ve hizmeti sağlayan hizmetlere göre daha yüksek olduğudur (Alesch vd., 2001). Yazarlar kayıpların daha aza indirgenmesi için afetlere karşı önlem alma, sigortanın varlığı, olaydan önceki finansal güç, işletmecinin iş zekâsını vurgulayarak işletme dayanıklılığını işletme karakteristiği, sektör/faaliyet alanı, şube sayısı, müşteri profili, beşeri ve ekonomik sermaye gibi birçok değişkenin fonksiyonu olduğuna işaret etmişlerdir (Alesch vd., 2001). Marshall ve Schrank (2014) ise, işletme özelliklerine ek olarak bireysel özellikler, aile özellikleri, kamu kurumları ve altyapısı ile devlet müdahalesi üzerinde durmuşlardır.

Bu tez kapsamında bu ve diğer etkenleri tespit edebilmek adına işyeri sahibi ve işletmeci/üst düzey görüşmecilerine “İşletmenizin ayakta kalmasını neye bağlıyorsunuz? Dayanıklı diyebilir miyiz?” soruları sorulmuş, ardından “İstiklal Caddesinin dayanıklı kalması için ne olmalı, sizce dayanıklı mı?” sorusu eklenmiştir. Her ne kadar İstiklal Caddesi dayanıklılığı için direkt bir görüş belirtmeseler de işletmelerinin ayakta kalma sebeplerini ve olumlu gördükleri özelliklerini tanımlamışlardır. Görüşmeciler bazen net cevaplar verirken bazense dolaylı yoldan nasıl ayakta kalabildiklerini ya da ayakta kalabilen işletmelerin hangi özelliklerle kalabildiklerini yanıtlamışlardır. Tüm bu cevaplar görüşmecilerin işletmeleri için algısal dayanıklılık değerlendirmelerini ifade etmektedir.

Görüşmecilerden en sık alınan yanıt *müdavimlerinin olması ve kullanıcıların/müşterilerin işletmeyi sevmesi* olmuştur. Krizin yükünü paylaşma pratiğinde de belirtildiği üzere pandemide müdavimlerin desteği ile ayakta kaldığını belirten birçok işletme olmuştur.

“Buranın bir müdavim kitlesi var. Genellikle sanat çevresi, atıyorum Mimar Sinan öğrencilerinden öğretmenlerine. Onun haricinde normal bağımsız sanatçılar. Bir geleneği var diyeyim artık burasının sanatla alakalı. Bu yüzden mesela diğer taraflar iş yapmadığı zaman bile müdavimleri geldiği için ayakta kaldık.” (Görüşmeci 5)

Görüşmeci 35 tarafından bu durum “*mekâna sahip çıkma*” olarak adlandırılmıştır. Bu durumda müşteri kitlesinin de pandemiden etkilenip etkilenmediğinin önemi olduğunu belirtmek gerekir. Kısıtlamalardan daha çok etkilenen öğrenciler ya da yaşlılara hizmet eden işletmeler için müdavimleri olsa bile zorluk çekmişlerdir. Ayrıca sadece yerli ya da sadece yabancı, kısacası homojen bir müşteri kitlesi olan işletmeler de bu sınıfa dahil edilebilir. Görüşmeciler ayrıca her ne kadar pandemi süresince zorluklar yaşamış olsalar da müdavim müşterilerine sorumluluk duyduklarını ve krizle başa çıkma motivasyonlarının arttığını belirtmişlerdir (Görüşmeci 45). Anlaşılmaktadır ki, müşteri sadakati konusu yalnızca pandemiye karşı dayanıklılık için geçerli değildir. İşletmelerin rekabetinde fiyat politikalarının en önemli etkenlerden biri olduğu bilinmektedir fakat Görüşmeci 25'e göre aynı hizmeti veren benzer işletmeler ayakta kalmak için fiyatları ne kadar düşürürse düşürsün, o işletmelerin dayanamayıp kapanmışlar, kendileri ise dostluklar ve ilişkileri sayesinde 23 yıldır ayakta kalabilmişlerdir.

İşletmelerin yaşı, diğer bir ifade ile *işletmelerin köklülüğü* de işletme dayanıklılığı için öne çıkan etkenlerden birisidir. İşletmeler deneyimleri, finansal birikimleri,

sağlam iş ilişkileri ve mekânsal köklülükleri sayesinde ayakta kaldıklarını belirtmişlerdir. Tarihsel süreçte bir ürün ve hizmeti ilk vermeleri, bu nedenle tanınırlıklarının ve iş ilişkilerinin arttığı, bir yandan da ekonomik sermayesinin ve yatırımlarının arttığını belirten görüşmeciler şokları ve krizleri absorbe etme kapasitelerinin daha yüksek olduğuna işaret etmişlerdir. Görüşmeci 2 bu durumu “*Her şeye rağmen kalabilmişlik de çok önemli. Dolayısıyla benim o oturmuşluk dönemime denk geldi şey Covid.*” diyerek anlatırken bir yandan da kriz deneyimine de atıfta bulunmaktadır. Görüşmeci 2 gibi “*oturmuş*” kelimesi birçok görüşmeci tarafından daha İstiklal Caddesi esnafı için kullanıldığını ve İstiklal Caddesi esnafının diğer cadde ve çarşılarıdaki esnaflara göre cadde tarihselliği ile de ilişkili bir biçimde dayanıklı olduklarını belirttiklerini söylemek gerekir. Bu durumun *ekonomik sermaye* ile de ilişkisi vardır. Özellikle işletme sahiplerinin alternatif işlerde çalışıyor ya da yatırım yapmış olması işletmelerin dayanıklılığını en çok arttıran etkenlerden birisi olarak ortaya çıkmıştır. Yedekli/alternatifli olmak dayanıklılığın her ölçeğinde önemli bir bileşendir.

Görüşmeciler işletmelerinin öz dayanıklılık değerlendirmelerinde köklülüğün yanı sıra bu süre içinde *kaliteyi korumanın* da önemini vurgulamışlardır. Verilen hizmet, satılan ürün ya da kullanılan ekipmanların kalitesinin hem müşteri sadakatini desteklediği hem de rekabet avantajını arttırdığı anlaşılmaktadır. Bu unsurla bağlantılı olarak işletme kültürü de en sık verilen cevaplardan olmuştur.

İşletme kültürü, Beyoğlu için oldukça önemli bir değer olan esnaflık kültürü ile beraber düşünülebilir. İşletmenin genel tutum ve tavrını, değerlerini, işletme içinde iletişimi, işveren-çalışan ve işletme-müşteri ilişkileri gibi birçok alt bileşene sahiptir. İstiklal Caddesi’nde işletme kültürünü devam ettiren olgulardan en önemlisi esnaflık-çıraklık ilişkisidir. Beyoğlu’nda el emeği ile iş yapan mikro işletmelerde bu geleneğin devamlılığına rastlamak mümkündür. Örneğin, saat tamir hizmeti veren Görüşmeci 21, bu işe çıraklıktan başladığını ve ustasının da dükkânı ona devrettiğinden bahsetmiş, özellikle hizmet sektöründe bu tip örnekler çoğalmıştır. Benzer eğilime eğlence sektöründe de rastlanmış, görüşme yapılan eğlence sektörü işyeri sahibi ya da işletmecilerin birçoğunun daha önce aynı işletmenin çalışanı olduğu, devredilirken uzun yıllar çalışmış olmalarının avantajı ile devrildikleri bilgisi edinilmiştir. Ayrıca fiyat politikaları, kurallara uyma, yasal süreçleri sorunsuz yürütme, dürüst olma gibi özellikler bu konuda değinilen

başlıklardandır. Bu tip uygulamaların, işletme kültürünün devam etmesine dolayısıyla işletmenin dayanıklılığına da katkısı bulunmaktadır. Araştırma kapsamında görüşülen özellikle köklü işletmelerde işletme kültürünün hiç değişmemiş olması ya da olumsuz anlamda değişmemiş olması anlatılara yansımıştır.

İşletme kültürünün bir diğer boyutu da *müşterilerle ve çalışanlarla kurulan ilişkide* görülmektedir. Birçok görüşmeci pandemiye ve önceki krizleri bu ilişkilerin yardımıyla atlattıklarını belirtmişlerdir fakat bu durumu yalnızca müdavimlikle açıklamak yerine aynı zamanda işletmenin de var olan tutum ve davranışının sürekliliği ile açıklamak daha doğru olacaktır. Aynı tutum çalışan haklarının korunması ve onlara karşı sorumlulukların yerine getirilmesi ile de bağlantılıdır. Esnaf-çiraklık anlatılarından da bilindiği üzere çalışanların haklarını gözetiyor olmak, onları yetiştirmek işletme kültürünün bir parçasıdır ve işletmelerin çalışanlara karşı sorumluluklarının iyi yönetilmesi de gerekmektedir. İstiklal Caddesi ve çevresinde pandemide işveren ve çalışanların dayanışma içinde olduğunu önceki bölümlerde anlatılmıştı fakat bu konu işletme dayanıklılığı için de önemini korumaktadır. Çalışanların belirli bir işletmede uzun yıllar çalışması öncelikle hakları ve üzerine yüklenen iş tanımı ile ilgilidir. Eğer bu yolla iş doyumu gerçekleşirse çalışanların işyerine karşı bağlılığı ve üretkenliği artmakta, bu da işletmenin dayanıklılığına etki etmektedir. Tez kapsamında yapılan görüşmelerde de çoğu çalışanın işyerinden ve yöneticilerinden memnun olduğu görülmektedir fakat tekil bir örnek olsa da çalışan bir görüşmeci (Görüşmeci 52) işletme dayanıklılığını kendi çalışma saatleri üzerinden değerlendirmiş ve sosyal yaşamının kısıtlılığından dolayı işletmenin dayanıklı olamayacağını vurgulamıştır. Çalışanların işyerlerinde iyi oluş halleri bireysel dayanıklılıklarını etkilemekte ve olumsuz durumlarda işletme ve çalıştıkları mekânlarla kurdukları bağın zayıfladığı görülmektedir. Bu durum topluluk duygusunu ve yer hissini de azaltmaktadır.

İşletme kültürü ile ilgili bir diğer unsurun müşteri kitlesi olduğu öne çıkmıştır. Görüşmelerde bazı işletmeler kalitelerini ya da kültürlerini korumak için müşteri seçtiklerini belirtmişlerdir. Özellikle son yıllarda İstiklal Caddesi'ni yoğun bir şekilde ziyaret eden Arap turistlerle bağlantılı olarak direkt onlara hitap ettiklerini ya da asla müşteri olarak kabul etmediklerini bildiren işletmeler olmuştur. Görüşmelerde bu tutumun tam aksine ortaya çıkan bir örnek de işletmenin müşteri

seçmediği, işletmenin kültürünü benimsemiş müşterilerin ancak o mekânı tercih ettiğidir. Bu örnek cadde dayanıklılığı ve cadde profili ilişkisi için de ilham veren bir görüşme olmuştur.

“(Müşterinin kim olduğu) Çok da fark etmiyor açıkçası. Sonuçta şey, ben şeyi ayırmıyorum. Yani bu gelmeseydi falan filan, şöyle insan gelsin buraya falan. O ona bakmıyoruz yani. Baktığımız tek şey bizim diğer insanlara nasıl davranıyor, yani burası şugar mekân tarzında bir yer. Yani o, bilir misiniz onu, hani kadınların LGBTİ bireylerinin daha rahat edebileceği, onların beyanının burada esas tutulduğu bir işletme burası. Müşteri profilimizin de çoğu kadın ve LGBTİ bireylerden oluşuyor. Yıllardır böyle oldu burası. Yani dolayısıyla çalışacak kişinin de gelen kişinin de bunu böyle kabul etmesi, böyle olması gerekiyor. Yani çalışanlarla da böyle, homofobik birisi burada çalışamaz mesela. Onu demek istedim.” (Görüşmeci 35)

İşletmelerin karakteristik özellikleri ile ilgili birçok unsur da işletme dayanıklılığı kapsamında değerlendirilmiştir. Sektör, işletme yaşı, işletme büyüklüğü, işletme tipi, şube sayısı, iş yapma şekli, marka gücü, mülk sahipliği ve çalışanların deneyimi bunlardan başlıcalarıdır. İşletme dayanıklılığı literatüründe de her bir krizin yapısına göre işletmelerin sektör ve faaliyet alanlarına göre farklı düzeyde etkilendikleri görülmektedir. Pandemide çoğunlukla konaklama ve gıda alanlarında olmak üzere doğrudan tüketiciye hizmet veren işletmeler (Katare vd., 2021), terzilik ya da kişiye özel ürün üretimi gibi bireysel hizmetlere odaklanan işletmeler (Appel & Hardaker, 2021) ve yüz yüze temas içeren hizmetler (Lu vd., 2020) en çok etkilenen sektörler ve faaliyet alanları olarak değerlendirilenlerdir. Tez kapsamında yapılan görüşmeler de bu bulguları desteklemekle beraber, öncelikli ihtiyaç olarak değerlendirilmeyen ya da lüks olarak ele alınan lostra gibi bazı ürün ve hizmetlerle, kısıtlamalara tabi tutulan bar, pavyon, gece kulübü gibi işletmelerin oldukça etkilendiklerini göstermiştir. Görüşmeler kapsamında tek bir örnek de olsa pandeminin bir sağlık sorunu olması nedeniyle işlerinin arttığını belirten cenaze hizmetleri olmuş, buna ek olarak iletişim sektöründe çalışan Görüşmeci 57 de sektörün pandemiden ve başka herhangi bir krizden etkilenmediğini/etkilenmeyeceğini belirtmiştir.

Sektör kadar işletmelerin iş yapma/ticaret şekli de dayanıklılıklarına etken olmuştur. Uluslararası dolaşımı etkileyen pandemide ürün ve hizmet anlamında dışa bağımlı olan işletmelerin oldukça zorlandıkları bilinmektedir. Bu anlamda sunulan hizmetin ya da ürünün üreticisi olmak ayakta kalma nedenlerinden birisi olarak görülmektedir. Görüşmeci 16, kıyafet perakendecisi, işletmelerinin üretiminin yarısını kendileri yaptıkları için krizden daha az etkilendiklerini;

Görüşmeci 59, dondurma ve pastane ürünlerini kendileri ürettikleri için hem kaliteli hem de dışa bağlı olmadıklarını vurgulamışlardır. Zaten bütün görüşmelere bakıldığında dezavantajlı bir sektörde olunsada dahi, işletmenin karakteristiği ve bir yandan da işletmelerin krize yanıt verme şekillerinin dayanıklılık için daha belirleyici olduğu görülmektedir.

İşletme karakteristiği ile ilgili dayanıklılık üzerinde önemli bir etkiye sahip bir diğer değişken *işletme büyüklüğü*dür. Daha büyük işletmeler, şoklardan kurtulma kabiliyetleri daha yüksek ve krizleri daha iyi karşılayabiliyorken daha küçük işletmeler daha savunmasızdır ve krizlerle başa çıkmak daha zor olabilmektedir. Büyük işletmelerin daha fazla sermayeye ve farklı sektörlerde veya pazarlarda faaliyet gösterme yeteneğine sahip oldukları için şokların etkilerini hafifletmede daha sınırlı finansal ve yönetsel kaynağa sahip küçük işletmelere kıyasla daha başarılı oldukları kabul edilir (Miklian & Hoelscher, 2022). Ayrıca orta ve büyük işletmelerin mikro ve küçük işletmelere göre kredi gibi finansal araçlara ulaşması çok daha kolaydır ve krizler süresince de desteklerden yararlanmaları daha olasıdır. Buna ek olarak, The Origin and Evolution of New Businesses isimli kitabında *küçüklüğün sorumluluğu (liability of smallness)* terimini kullanan Bhidé (2000), küçük işletmelerin sınırlı kaynaklara ve kapasitelere sahip olmasından dolayı yenilik yapmak ve büyümek için daha fazla risk almaları gerektiği ve bu nedenle de daha büyük bir başarısızlık oranına sahip olduklarını ifade etmektedir (Tierney, 2007). Bu da aslında küçük işletmelerin hem afet durumunda hem de normal şartlar altında da risk altında olduğunu göstermektedir (Dahlhamer & Tierney, 1996; Tierney, 2007; Webb vd., 2000).

Tez kapsamında yapılan görüşmelerde bu duruma iki farklı bakış açısıyla yaklaşıldığı görülmüştür. İlki, her ne kadar bu işletmelerde yalnızca çalışanlarla görüşüldüğü için geniş spektrumda cevap alınamasa da literatürdeki kabulü destekler şekilde büyük işletmelerin, özellikle uluslararası zincirlerin, krizlerden etkilenme düzeyinin düşük olduğu, bu işletmelerin hizmet ve ürün kalitesinden ödün vermeyecekleri, diğer şubelerle durumun dengelenebileceği, bu işletmelerin farklı konumlardaki mağazalarının farklı tip müşteriye hitap etmesi ve kurumsallıkları nedeniyle çalışan hakları ve sorumlulukları ile de güven verdikleri üzerinedir. Küçük işletmelerin ise daha dar bir müşteri kitlesi olması, finansal ve beşerî sermayesinin düşük olması, risk almaktan çekinmesi gibi nedenlerle adaptif

kapasitelerinin daha düşük olduğu görölmüştür. İkinci bakış açısı ise, küçük işletme sahiplerinin kendilerinden edinilmiş, küçük olmanın belirli avantajları olduğu ve dayanıklı olmalarını olumlu etkilediğini belirtmişlerdir. Bu avantajlar sabit giderlerin az olmasıyla direkt olarak ilgilidir. Çalışan sayısının az olması ya da hiç olmaması en çok vurgulanan etkenken, Katare ve diğerleri de (2021) pandemi odaklı çalışmalarında beşten az çalışanı olan işletmelerin bir aydan daha kısa sürede toparlandığını ifade etmişlerdir. Ayrıca mikro ve küçük işletmelerin sıklıkla İstiklal Caddesi yerine ara sokaklarda veya üst katlarda yer almaları nedeniyle kiralarının daha düşük olması, mülk sahipleri ile kişisel ilişki kurmaya daha yatkın olmaları da bahsedilen unsurlardandır. Görüşmeci 62, ek olarak, küçüklüğe dair başka bir eğilimden bahsetmektedir.

“.... Genelde küçük iş yerleri daha fazla sabretme yönelimindedir. Çünkü iş yeri çok şubesi yoksa, kira mesela pandemide mal sahibi de kira konusunda belli bir toleranslı değilse beklemeyi tercih eder. Ama kurumsallarda ya mal sahibi indirimde yanaşmaz genelde ya da niye ben bu kadar zarar ediyorum diye kapatıp gidebilir. Biz o konuda daha sabırlıyızdır. Tam tersine. “ (Görüşmeci 62)

Bu konuyla bağlantılı bir şekilde, mikro ve küçük işletmelerin bireysel birikimler ve tedbirler konusunda da dikkatli olduklarını, bu sayede krizleri hafif atladıklarını ekleyen görüşmeciler olmuştur.

İstiklal Caddesi örneğinde küçük işletmelerin *aile işletmesi* olduğu örneklerle de karşılaşılmıştır. Bu işletmelerin diğer işletmelere göre ayakta kalma çabasının ve işi sürdürme motivasyonunun daha yüksek olduğu görölmüştür. Literatürde de bu tip şirketlerin bağımsız şirketlerden farklı davrandığını, aile işletmelerinin uzun vadedeki sonuçlara odaklanıp daha muhafazakâr davrandığı ve daha az risk aldığı görölmektedir (Eggers, 2020). Görüşmelerde de gerektiğinde aile bütçesinin devreye girerek finansal sıkıntıların üstesinden daha kolay gelindiği, çalışanlar genellikle aile üyeleri olduğu için daha özverili oldukları ve bu sayede dayanışmanın da yüksek olduğu görölmüştür. Görüşmelerde, gayrimüslimlerin cenaze hizmetleri, lostra, deri ürünleri tamiri ve satışı, sinemacılık gibi oldukça özellikli hizmetlerin aile işletmeleri olduğu ve babadan çocuğa geçen tüm bu örneklerde Beyoğlu kültürü ve esnaflığının biliniyor olması ve işletmelerin köklülüğü dikkat çekmiştir. Ancak, tüm bu örneklerde bir alt jenerasyonun işi devralmayı veya işi aile işi olarak sürdürmeyi düşünmediği de edinilen bilgiler içindedir.

“Dayanıklı diyelim. Evet. Yani bir ben üçüncü kuşak olduğum zaman babam hâlâ işin başında. O da babasından ve dedesinden gelen bir kültürle sinemayı ayakta çalışıyor. Ha yeni jenerasyon benden sonrakiler yapar mı bunu, benim çocuklarım yapmaz. Yani niye boşa kürek çekelim? Yani şimdiki nesil hızlı alıp tüketme derdinde. Biz öyle yetişmedik babamlardan. Hâlâ o kültürü, hâlâ o ruhu devam ettirmeye çalışıyoruz. Ama nereye kadar devam ettireceğiz tabii o da bilmiyorum yani.” (Görüşmeci 34)

İşletme karakteristiği ile bağlantılı olarak, *mülk sahipliği* işletmelerin ayakta kalmasını kolaylaştıran, dayanıklı kılan özellikler arasında önemli bir yer edinmektedir. Görüşmecilere pandemide en çok zorlayan etkenler sorulduğunda en çok verilen cevap giderler ve en büyük gider kalemi olarak da genellikle kiracılık cevabı alınmıştır. Mülk sahibi görüşmeciler ya da kirası oldukça az olan görüşmeciler arasında bu konudan bahsedenler olmuş fakat bunu dayanıklılık göstergesi olarak direkt olarak tanımlayan bir görüşmeci olmamıştır. Yine de deprem gibi bir doğal afet karşısında yani krizin türüne göre mülk sahipliğinin de kırılganlığa dönüşmesi mümkündür.

İşletmelerin dayanıklılığında *çalışanların kalitesi ve deneyimleri* de belirtilen özelliklerden olmuştur. Birebir müşteriye yönelik hizmet veren faaliyet alanlarında çalışanların işlerindeki uzmanlığı, iletişim kabiliyetleri ve kendi müşteri potansiyelleri üzerinde durulmuştur. İstiklal Caddesi'ndeki çalışan profiline bakıldığında aynı işyerinde uzun yıllar hizmet veren birçok çalışan olduğu gibi çok hızlı bir şekilde değişen çalışan profiline de rastlanmaktadır. Bu tez kapsamında da zincir mağazalarda az sayıda görüşme yapılmasının temel nedeni, pandemiye görece kadar eski çalışan bulmakta zorlanılmış olmasıdır. Çalışanların değişim durumunun genellikle çalışanların öğrenci olması ile ilişkili olduğu, öğrencilik için başka kentlere taşındıkları ya da öğrencilik sürecinin sonuna gelen çalışanların eğitim aldıkları meslekleri yapmak için ayrıldıkları bilgisi edinilmiştir (Görüşmeci 46). Uzun çalışma yılları daha çok mikro ve küçük işletmelerde görülürken, zincir işletmelerde çalışanların daha hızlı değiştiği görülmüştür.

Özellikle mikro ve küçük işletmeler tarafından verilen *fiyat ve performans dengelerinin orantılı olması* işletmeleri dayanıklı kılan bir diğer özelliktir. Büyük ve zincir firmalar ise *marka gücü* üzerinde durmuşlardır.

Deneyim tıpkı sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığı gibi işletmelerin dayanıklılığı için öne çıkan özelliklerden olmuştur. Görüşmeciler sektörle ve faaliyet alanıyla ilgili deneyimlerinden, İstiklal Caddesi ve çevresinde bulunma deneyiminden ve bu çevredeki kriz deneyimlerinden bahsetmişlerdir. Sektör ve faaliyet alanı ile ilgili

deneyim, işletmelerin dayanıklılığında önemli bulunmakta, özellikle işyeri açarken daha önce bu çevrede çalışmış olma, müşteri portföyünü ve sunulan hizmete aşina olmaya önem gösterilmektedir.

“Bizim Beyoğlu oluşumuzdan, o krizlere alışık olduğumuzdan. Biz pandemi krizinde de yönetebildik. Çünkü dediğim gibi canlı televizyon kanalı gibi Beyoğlu, herkes burada bağırıyor. O yüzden alışık olduğumuz için yönetebildik.” (Görüşmeci 48)

İstiklal Caddesi ve çevresinde olmak hem yapısal özelliklerini bilmek hem de krizleri yaşamış olmak bakımından değerli görülmektedir. Çeşitli araştırmalar her zaman deneyimin dayanıklılığa katkıda bulunmadığını/bulunamayacağını da göstermektedir (Webb vd., 2000; Williams vd., 2017) fakat İstiklal Caddesi görüşmecileri tarafından işletme dayanıklılıkları için üzerinde durulan konulardan birisi olmuştur. Tezin Daha Önceki Krizler, Krizlerin Sıklığı ve Etki Süreleri başlığında bu konu derinlemesine tartışılmıştır. Her ne kadar görüşmecilerden direkt olarak bu yanıt alınmasa da İstiklal Caddesi’nin konumu, erişilebilirliği, caddenin müşteri portföyünün genişliği, tarihselliği ve canlılığı işletmelerin dayanıklılığı için gözden kaçırılmaması gereken vurgulardır.

Görüşmeciler işletme dayanıklılığını işletme dışında kişisel özellikleriyle de eşleştirmişlerdir. İşletme literatüründe genellikle girişimciler ve liderler için yer edinmiş *psikolojik dayanıklılık* ya da *bireysel dayanıklılık* olgusunu bu araştırma kapsamında ortaya çıkaracak herhangi bir adım atılmamış, öyle ki, görüşmecilerin yaş ve cinsiyetleri dışında hiçbir kişisel bilgisi de yapılandırılmış sorular arasında yer almamıştır. Fakat görüşmeler kodlanırken bireysel ölçekte dayanıklılığın azımsanamayacak kadar yüksek bir etkisi olduğu gözlemlenmiş ve çalışmaya dahil edilmiştir.

Şok anlarında ve kriz sırasında işyeri sahiplerinin, yöneticilerin ya da çalışanların kendi bireysel ve psikolojik dayanıklılıklarından yararlanmaları gerektiği, takındıkları tutum ve tavırların işletmenin dayanıklılığını arttırabilecek ya da düşürebilecek kararlar vermelerine yol açtığı tespit edilmiştir. Bu noktada, bireylerin kişilikleri, liderlik vasıfları, öznel iyi oluş halleri, öz yeterlilikleri, açıklıkları, dünyaya bakışları, iyimserlikleri, algıladıkları adaptif kapasiteleri, değişime açıklık kapasiteleri, yenilikçilik kapasiteleri gibi unsurlar ön plana çıkmıştır.

Öncelikle, krizlere verilen yanıtlar, örneğin mikro ve küçük işletmelerde finansal birikim yapmak, birkaç görüşmeci tarafından bir iş stratejisinden ziyade bireyin karakteristik özelliğiyle ilişkili bir şekilde bahsedilmiştir. Buna ek olarak belirsizliğin yüksek olduğu dönemlerde bireylerin öznel iyi oluş hallerinin önemi sıklıkla vurgulanmıştır. Görüşmecilerin hayata bakış açıları da krizle başa çıkma kapasiteleri üzerinde etkili olmuştur.

“Boş kaldığımız, sıftah yapmadan gittiğimiz günler çok oldu. Gerçekten çok oldu. Ama dolu dolu olduğumuz günler de oldu. Yani şükrediyorum. Ben şükretmeyi biliyorum çünkü şükür edersen arkası gelir. Onun sebebi vardır. Ya o boş kalmasının da sebebi vardır. Dolu olmasının da sebebi vardır. Çünkü bu hayatta bizim yaşadığımız her şey bir sınavdır diye düşünüyorum. Kendi sınavımızı kendimiz veriyoruz. Kendi imtihanımızı kendimiz veriyoruz. Hayırda şer doğuyor. Şerden hayır doğuyor. Yani bunları bilirsek bir şey olmaz yani.” (Görüşmeci 13)

Bu örnekte ayak uyduran bir tavır ve tutum varken, tehlikeleri kaderci bir şekilde karşılamayla birleştiren genellikle pasifliği ve eylemsizliği de beraberinde getirmeye, belirsizlik yenilik yapma motivasyonunu düşürmeye, karamsarlığa düşmek ise fırsatları fark edememe ya da eylem alamamaya neden olmuştur.

“İşte o demin konuştuğum gibi karamsarlığa kapılmasaydık krizi fırsata çevirebilirdik ama herkeste olduğu gibi bizde de bir karamsarlık vardı. Yarımın ne getireceğini bilemediğimiz için biz krizi fırsata çeviremedik.” (Görüşmeci 49)

İşletmecinin/işyeri sahibinin hayata bakış açısının önemli olduğu örneklerden birisi de caddedeki değişime bakış açılarındaki görülmüştür. Değişimi kabul etme, belirsizlik ve krizlere açık olma hem bireylerin hem de işyerlerinin adaptasyon ve yenilikçilik yeteneğinin de yüksek olması anlamına gelebilmektedir.

“Elbette ki değiştiriyor, değiştirmesi de gerekiyor. Yani istiklale gelen kim olursa olsun, yani bir renktir. ...Bu da güzel bir şey. Yani ne olduğu önemli değil. Değişim. Ya değişim, yani değişmeyen tek şey değişim zaten. Bunlar olsun. Yani zaten bir süre sonra kendini yeniliyor. Çünkü Beyoğlu'na ayak uyduramıyorsa buradan gidiyor zaten başka yere. Burada iş bulamıyorsa, buraya ayak uyduramıyorsa başka semte gidiyor.” (Görüşmeci 17)

Bir yandan da işyeri sahibi ve işletmecilerin liderlik özellikleri işletmelerin dayanıklılığında çalışanları güvende hissettirme, sorumluluk ve risk alabilme, yenilikçi adımlar atabilme gibi konularda öne çıkmıştır. İşletme sahibi ve işletmecilerin kişisel deneyimleri liderliklerini etkilemiş ve bireysel olarak algıladıkları yetkinlikleri hareket almak için yönlendirici olmuştur (Alesch vd., 2001). Sonuç olarak, bireylerin kendi dayanıklılıklarının önce işletme ve dolaylı olarak ana alışveriş caddeleri dayanıklılığı için gizli mikro dinamikler olduğu ortaya çıkmıştır.

4.6 İstiklal Caddesi'nin Mevcut Sorunları ve Kırılganlıkları

Dayanıklılık olgusu yalnızca kriz sırası ve sonrasını içermemekte aynı zamanda başka bir krizin de ön sürecinde olduğu için gelecekle ilgili süreçleri de gözetmelidir. Bu bağlamda mevcut durumun ürünü olan kırılganlıkların tanımlanması dayanıklılık inşası için gerekliliktir. Hasar/zarar görebilirlik olarak da adlandırılan kırılganlık kavramı doğası gereği gelecekle ilgilidir ve kavram kendi içinde potansiyeller taşır, zararın görülebileceği ya da görülmeyeceği belirsizdir. Bu nedenle dayanıklılık da kırılganlık da birer süreçtir, belirsizlikler ve ihtimaller dahilinde topyekûn dayanıklı olma hedefi gerekmektedir.

Bu kapsamda, İstiklal Caddesi ve çevresinin kırılganlıklarını ortaya çıkarabilmek adına görüşmecilere çeşitli sorular sorulmuş, tüm anlatılarda sorun olarak tanımladıkları durumlar değerlendirilmiş ve hangi sorunların kırılganlıklar barındırdığı ya da dönüşebileceği anlaşılmaya çalışılmıştır. Verilen yanıtlara sıklığına göre bakılırsa profil değişimi, işlev değişimi, kalite düşmesi, müşterilerin davranış şekilleri, el değiştirmeler, kira ve kiracılık sorunları, yerli müşterinin çekilmesi, güvenlik problemleri, belediye kuralları (tabela düzenlemeleri, ruhsat vb.), denetimsizlik/kuralsızlık, turiste aşırı bağımlılık, esnaflık kültürünün ve yapısının değişmesi, kimlik değişimi, fiyatların yükselmesi, turistleri kandırma, tektipleşme, ayak sayısı ve kalabalıklık, sokak müzisyenleri/satıcıları, evsizler ve dilenciler, fuhuş en önemli sorunlardır (Şekil 4.8).



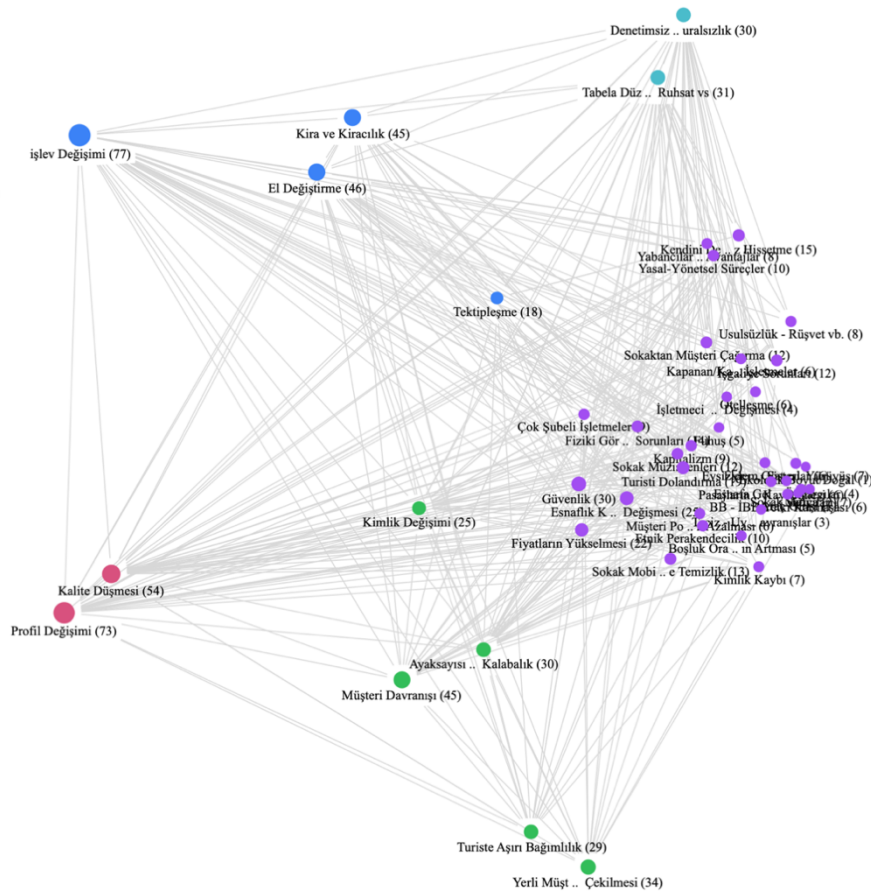
Şekil 4.8 Görüşmeciler tarafından bahsedilme sıklığına göre İstiklal Caddesi ve çevresindeki sorunlar

4.6.1 Değişimler, Dönüşümler ve Tektipleşme

4.6.1.1 Terk Edenler, Yeni Gelenler: Yerli ve Yabancı Müşteri Profili

Görüşmecilerden elde edilen bilgilere göre İstiklal Caddesi için en büyük sorun olarak tanımlanan olgu değişimdir. Değişim kelimesi her zaman olumsuz bir anlam içermese ve üstelik dayanıklılığın inşası için oldukça önemli bir kapasiteye işaret etse de görüşmeciler profil ve işlev değişikliği için genellikle olumsuz anlamda bahsetmişlerdir ve söylemleri daima tarihsel bir karşılaştırma içermiştir.

İstiklal Caddesi'ne tarihsel bir çerçevede bakıldığında her zaman profil değişikliğine rastlanmıştır. Bu değişim yerliler arasında olabildiği gibi turist profilinde de olabilmektedir. Görüşmeciler bu araştırma kapsamında Gezi Olayları ve Suriye Savaşı'na referansla profilin yoğunlukla olumsuz anlamda değişiminden bahsetmişlerdir. Öyle ki, Şekil 4.9'da da görüleceği üzere görüşmelerde profil değişim sorunu sıklıkla kalite düşmesi ile ya da çok yakın bahsedilmiştir.



Şekil 4.9 Görüşmeciler tarafından bahsedilme sıklığına göre İstiklal Caddesi ve çevresindeki sorunların diğer sorunlarla bahsedilme ilişkileri

Değişen profili iki alt grupta tanımlamak mümkündür. İlki, Avrupalı turistin azalarak yerine Orta Doğu ülkelerinden gelen turistleri refere etmekte, ikincisi ise daha çok mültecileri ve düşük gelir grubunu içeren bir grubu temsil etmektedir. İlk grupla ikinci grup arasındaki en temel farklılık ilkinin ekonomik olarak gelir sağlıyor olmasıdır. Bu nedenle ilk grup için daha hoşgörülü bir yaklaşım vardır ve işletmeler de bu profilin taleplerini gözlemleyerek yanıtlar üretmeye çalışmaktadırlar. Öyle ki, caddedeki işlevlerden mağazaların segmentlerine, sattıkları ürünlerin tipine ve hizmetlerin kalitesine kadar yansımaktadır. Ki perakendenin ya da hizmetin bu denli etnikleşmesi, Türkiye kültürünü temsil etmeyen kullanımlar ve ürünlerin olması, tabelaların Türkçe dışında dillerde yazılmasını da sorun olarak tanımlayan görüşmeciler olmuştur.

“Şeye döndü ya çok iyi bir yerde bir ev yemeği yapan harika bir restoran olduğunu düşünün. Bir de Burger King olduğunu düşünün. O restoranı, ev yemeği lokantasına bakacak onunla ilgilenecek insan kalmadı. Burger King'i tercih edecek, insan var. Lokal işletmeye hiçbir desteği yok.” (Görüşmeci 35 - Diğer)

Son yıllarda İstiklal Caddesi üzerinde bulunan belirli zincir mağazaların birden fazla şube açması ve bulundukları binanın tüm katlarında hizmet vermesi dikkat çekmektedir. Bahsi geçen zincir mağazaların marka segmentinin müşteri profili ile ilişkilendirilmiştir. Görüşmeci 28 daha önce caddede yer alan Vakko, Beymen gibi kaliteli işletmelerin giderek, günümüz profiline hitap eden Çetinkaya ve LCW gibi markaların müşteri yoğunluğu üzerinden örneklendirmiştir. Üstelik görüşmeci bugün bu markalar caddeye tekrar geri gelse de eski *kaliteli* müşteri profilinin gelmeyeceğini de eklemektedir. Görüşmeci 46 da caddedeki markaları refere ederek diğer ülkelerin ana caddeleri ile bir kıyaslama yapmış ve ülkenin en bilindik alışveriş caddesinin profil ve marka segmentinin düşüklüğüne dikkat çekmiştir.

Özellikle kıyafet perakendesi üzerine sıklıkla dillendirilen müşteri profil etkisi, mikro ve küçük işletmeler için de farklı bir zorluk ve adapte olma zorunluluğu sunmaktadır. Mevcut müşteri profilinin zincir mağazaların daha çok tercih ettiği, küçük esnafa ve yerel ürünlere yeterince katkı sağlamadığı anlaşılmaktadır. Görüşülen küçük kıyafet perakendecileri de bu görüşü doğrulamakta, gelir elde edebilmek için müşteri kitlesinin tercih edebileceği türde ürünler satmaya başladıklarını ifade etmektedir. Etnik perakendeleşme olarak tanımlanan bu olgu, yerel halk ya da çeşitli profiller yerine belirli bir grubun tercih edeceği ürünlere geçişi temsil etmektedir. Örneğin, uygun fiyatlı kıyafet satan bir pasajda çalışan

giyim perakendecisi Görüşmeci 52, müşterileri çekebilmek için üzerinde taşlar olan kıyafetleri satmaya başladığını ifade etmiştir.

Küçük esnaf için tanımlanan bir diğer zorluk ise çalışma saatlerinde görünür olmaktadır. Gece alışveriş yapmayı tercih eden müşteri profili için zincir kıyafet mağazaları geceleri de hizmet vermeye devam etmekte, küçük esnaf ise yeterli beşerî ve finansal sermayesi olmadığı için belirli saatlerde çalışabilmektedir.

Profil değişiminin İstiklal Caddesi için en önemli etkisi işlev değişikliğinde yaşanmaktadır. Müşteri profilinin talepleri ve ihtiyaçları doğrultusunda hızlı bir şekilde yeniden organize olan cadde, günümüzde artan nargile kafeler, tatlıcılar, lokumcular, ayakkabıcılar ve kozmetik mağazaları ile dikkat çekmektedir. Bu değişim bazen yalnızca bu mağazaların sayısında değil, aynı zamanda bir sektöre ait işlevlerin form değişmesinde de izlenmektedir. Örneğin Görüşmeci 29, bu durumu eğlence sektörü üzerinden şu şekilde anlatmaktadır:

“Eskiden pavyonlar vardı. Pavyonlar kapanmak zorunda kaldılar. Çünkü üniversite öğrencileri ve onlara hitap eden mekanlar artmaya başladı, ilk kafelerle başladı. Sonra barlar açıldı 90'lı yılların sonuna doğru. İşte rock açılmaya başlandı ve Beyoğlu'nun çehresi değişti. Pavyonlar kapandılar. Sonra şimdi tekrar eskiye doğru geri dönüyor. Pavyon yerine clublar açılıyor. Bunlar işte yabancı Araplarla özellikle Araplara hitap eden, o da onları arttırıyor yani.” (Görüşmeci 29)

Buna ek olarak, mevcut müşteri profilinin belirli fonksiyonları yoğun olarak kullanması bazı fonksiyonların varlığının yitirilmesine neden olmaktadır. Örneğin, sinema ve kafe hizmeti veren Görüşmeci 34, İngilizce dilinde de film gösterimleri olmasına rağmen bu müşteri profilinin tercih etmediğini, yalnızca kafeyi kullandıklarını; çok işlevli bir pasajın sahibi Görüşmeci 48 ise yine aynı nedenle sinema salonunu kapatarak çok amaçlı kullanılabilecek bir salona dönüştürdüklerinden bahsetmiştir. Bu tip anlatımlar genellikle kültür-sanat ve bu fonksiyonu besleyen perakendecilerde gerçekleşmiştir. Örneğin, İstiklal Caddesi'nde yer alan birçok müze ve sanat galerileri, eskiden Avrupalı turiste hitap ederken, günümüzde yerlilerin daha çok tercih ettiği yerler haline gelmiş; kitapçılarda yabancı dillerdeki kitaplar tercih edilmediği için azalmıştır.

“Ama bizim İstiklal Cadde'miz şu an ana baba günü. İnsanları kategorize etmiyorum yanlış anlamayın ama o paraları harcamayacak, bu kültürün merakı olmadan buraya gelmiş. Sadece o LC Waikiki'den alayım ya da bilmem ne tatlıcısından lokma alayım mantığıyla gelen insanlar burayı işgal ettikleri için Tarihi Mısır Apartmanı'nı görmeye gelmek isteyen insanlar gelemiyor. Çünkü onlardan yer kalmamış.” (Görüşmeci 53)

Aslında adaptif kapasitesini kullanarak değişime hızlıca yanıt verebilen İstiklal Caddesi'ndeki bu değişimlerin eleştirilme nedeni kimliğine zarar verecek şekilde değişime uğruyor olmasıdır. Uzun yıllardır caddede çalışan birçok görüşmeci, İstiklal Caddesi'ni artık gündelik yaşam ihtiyaçlarını karşılamak için kullanmadıkları gibi eğer alternatif bir rota varsa geçiş için bile kullanmadıklarını ifade etmişlerdir.

“Ben yani ben sağına soluna bakmadan yürüyorum mesela İstiklal Caddesi'nde. Çünkü her yer lokumcu, tatlıcı, çantacı, ayakkabıcı yani. Bana hitap etmiyor.” (Görüşmeci 35)

“Ya ben üniversitede okurken eskiden çıkmak için can atarken şu an çalıştığım halde işim olmasa İstiklal'e gelmem diyorum. Müşteriye de söylüyorum bunu. Çok değişti mi diyor, İstiklal değişti diyorum yani. Çok değişti diyorum.” (Görüşmeci 46)

Bu tür söylemler dayanıklılık inşasında önemli olan yer hissinin de giderek kaybolduğu mesajını vermekte, değişime yabancılaşarak caddeyle kurulan bağın giderek düştüğünü göstermektedir. Aslında bu eğilim sadece işlev değişikliği ile gerçekleşmemektedir. Görüşmeciler, mülteci ve daha düşük gelir seviyesine sahip kullanıcıları da dahil ederek kültürel farklılıkları da sıklıkla sorun olarak dile getirmişlerdir. Yüksek sesle konuşma, aşırı vücut dili kullanma, kuralsızlık, geniş aile yapısı ve çalışanları küçük düşürücü söylem ve hareketler sıklıkla bahsedilen ve ayrışmaya neden olan unsurlardır. Örneğin, uluslararası zincir bir mağazada çalışan trans görüşmeci, Taksim Meydanı'na yakın olan şubeyi tercih eden profilin Tünel'e yakın olan ikinci şubeyle değişkenlik gösterdiği ve ilk şubede kendisine kaba davranıldığını ve bu durumdan rahatsız olarak ikinci şubeye geçmek durumunda kaldığını anlatmaktadır.

Bu davranışın aksine, bazı turistler için İstiklal Caddesi bir özgürlük alanını temsil etmekte ve Türk kültürüne uygun olmayan hareketler için alan açmaktadır. Görüşmeci 34 tarafından “yobazlaşma” ve “kültürsüzleşme” olarak ifade edilen bu davranışlar, Avrupalı turist profilinin yanı sıra yerli müşterinin de çekilmesinin ana sebeplerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Yüksek düzeyde yerli müşteriye bağlı olan küçük esnaf için uzun zamana yayılmış fakat kırılabilirliği arttıran bir süreç ilerlemekte olduğu anlaşılmakta fakat bunun sorumlusu olarak yine esnafın görüldüğü bir tutum da hakimdir. Müşteri profilinin talep ve ihtiyaçlarını önceliklendirerek var olan kimliğini korumak ya da çeşitlenmeye gitmek yerine tamamen dönüşmüş olması caddenin genel görünümüne zarar vermektedir.

“İstiklal Caddesi'ndeki profil belli seneler değişir. Bugün turisttir yarın yerlidir. Doğru söylüyorsunuz. Fakat turistten de korkmamak lazım. Şimdi insanlar yanlış algılıyor bunu. Diyorlar ki Arap. Arap değil bunlar, 130 ülkeden geliyorlar. Yani 130 Orta Doğu ülkesi de var, Batı da var. Hatta Batı'yı da eklediğinizde 200-250'yi buluyor. Herkesin dilinde bir Suriyeli var. Suriyeli değil bunlar. Bunlar Lübnanlı var, Cezayirli var. Ondan sonra işte İranlı var, oradan gelenler var. Ve bunlar gelip Türkiye'yi alışverişi tercih ediyorlar. Bu aslında çok güzel bir şey. Yani ama başka ilçeden gelen “Aaa ne olmuş, Araplaşmış Beyoğlu” diyor. Aslında ara sokakları çok keyifli Beyoğlu'nun, İstiklal'in haricindeki sokaklarda yerliler var. Mesela biz yerli aktiviteler, konserlerimiz hiç boş geçmedi. Yerli de var burada. Belki orada daha az müşteridir ama bizim her konserimiz 1500-2000 kişi geçiyor. Demek ki siz yerliye de bir hareket yaptığınız zaman ama marka korumakla başlıyor bu, şimdi turistin hükmüne girersiniz kendiliğinizi kaybedersiniz o kötü. Problem o. Ama siz kendi markanızı dik ayakta tutmaya çalışırsanız ki F. bir yerli markadır. Dik ayakta tutuyoruz. Biz yerli müşteriyi de alıyoruz. Batılıyı da alıyoruz. Arap müşterimizi de alıyoruz. Hepsini biz aynı hizmet görüyoruz.” (Görüşmeci 48)

Görölmekte ki, artık işletmeler her ne kadar 2012 öncesi gibi Avrupalı turisti tekrar isteseler de ekonomik zorunluluk olarak yeni profilin ihtiyaçlarına adapte olmaktadırlar fakat bu hızlı ve köklü değişim caddenin kimliğini de değiştirmektedir. Örneğin, bu durumun yansımaları caddede her daim devam eden müzisyenlerin yaptığı müziğe ve şarkıların dilinde dahi görölmektedir (Görüşmeci 27). Buna ilave olarak caddede artan Orta Doğu ülkeleri markalarından da bahsetmek gerekir. Algısal olarak bu markaların da yeni müşteri profiline hizmet etmesi beklenirken, bu tür bir parfüm mağazasında çalışan Görüşmeci 44 aksine zaten bu markaların Doğu ülkelerinde bulunduğunu, buradaki hedef müşteri kitlesinin Araplar olmadığını söylemiştir. Bu durumda anlaşılmaktadır ki, İstiklal Caddesi giderek konumdan bağımsız bir yere dönüşmektedir.

Bu genel görünüme ek olarak özellikle gece saatlerinde artan kavgalar giderek güvensiz bir alan imajı çizmesine, yerlinin tamamen çekilmesine, kaliteli olarak bahsedilen Avrupalı turist profilinin ise giderek uzaklaşmasına katkıda bulunmaktadır. Bu türde bir değişim yalnızca İstiklal Caddesi için değil, tüm ülke için de sıklıkla kullanılmakta, devletin mültecilerle ilgili politik kararları eleştirilmektedir.

“Ya şöyle yani bu Suriye savaşından sonra, başladığı zaman, insanlar göç ettikten sonra, Taksim zaten bir bozuldu. Hani ipini koparan geldi. Cebine on beş kuruş atan geldi. Kaliteli insan kalmadı burada. Çünkü eskiden, ben yıllardır burada olduğum için, kaliteli insan geliyordu. Elit insanlar geliyordu. Kendini bilen kendi taşıyabilen insanlar geliyordu. O bir nevi yüz doksan derece döndü yani. Herkes ipini koparan geldi buraya. O yüzden bir kalite kalmadı bu Beyoğlu'nda, Taksim'de.” (Görüşmeci 12)

Son olarak yerli müşterinin çekilmesinde bahsi geçmesi gereken sorunlardan birisi de ülkenin içinde bulunduğu ekonomik durum, artan enflasyon ve caddede uygulanan fiyat politikasıdır. Görüşmeciler turistlere yönelik oluşturulan fiyatların

yerliler için de geçerli olduğunu ve bu bölgede yemek yemekte dahi zorlandıklarını ifade etmektedirler. Enflasyon yüksekliğini yeme-içme ve eğlence sektöründeki işletmelerin yararına kullandığını bildiren görüşmeciler olduğu gibi, eğlence sektöründeki görüşmeciler ise alkol fiyatlarının artışı ile yerli müşterinin tamamen çekildiğini belirtmiştir. Sebebi her ne olursa olsun yerli müşterinin kaybı caddenin canlılığına zarar vermekte, topluluk hissinin kaybedilmesine etki etmekte, caddenin kimliğini korumasını zorlaştırmaktadır.

4.6.1.2 Kapanmalar, Açılmalar, Taşınmalar, El Değiştirmeler

Mevcut müşteri profili İstiklal Caddesi'nin fonksiyon alanlarında ve perakende yapısında değişikliklere neden olmaktadır fakat tüm değişim sadece müşteri profilinden etkilenmemektedir. Buna ek olarak, dönemsel dinamikler, yasal ve yönetsel süreçler, değişen uygulamalar, teknolojik gelişmeler, perakende trendleri, krizler ve ekonomik sorunlar diğer etkenlerdendir.

2000'li yıllardan sonra caddede artarak yer almaya başlayan zincir mağazalar, geleneksel yürünebilir caddede değişiklikler yaratmış, zemin kata ek olarak tüm binanın hatta bazı örneklerde yan binanın da kullanıldığı bir yapıya dönüşmüştür. Bu tip mağazalarda tek bir ürün grubundan ziyade daha geniş aralıkta ürünler satılmaya başlanmış, bu da küçük esnafların tek ürün grubu temelli satış ve hizmet stratejisine karşın rekabet avantajı yaratmıştır. Görüşmeciler yalnızca perakende için değil, yeme-içme mekânlarını da örnekleyerek sıklıkla bu tip oluşumların kendilerine zarar verdiğine inanmaktadır.

“Mesela bundan 15 sene önce tatlıyı tatlıcıda, çayı kahveyi çaycıda, kahvecide, tostı tostçuda yerdik. Şimdi mekana gidiyorsun, “abi kebab vereyim”, “ver abi”. Kebab bitti. Abi sonra diyor ki “çay vereyim mi? Yemeğin üstüne iyi gider”. “Olur abi, ver abi”. “Abi yanına bir tatlı söyleyeyim”. Abi restoranlıktan çıktı ki mekân.” (Görüşmeci 4)

Zincir mağazaların cadde üzerinde bu kadar yoğunlaşması, birden fazla şube açması mikro ve küçük işletmeler üzerinde iki önemli sonuç doğurmuştur. İlki, cadde üzerinden artan fiyatlar ve doluluk oranları küçük esnafı hem ara/arka sokaklara itmiş hem de zemin katlardan üst katlara çıkarmıştır. İkincisi ise küçük imalathaneler, ara sokaklarda dahi tutunamayarak yerlerini kafeler, barlar ve son dönemlerde apartlara bırakarak tamamen gitmişlerdir.

“Yani burada eskiden şeyler vardı mesela. Konfeksiyonlar vardı. Ayakkabı atölyeleri vardı. Çanta atölyeleri vardı. Yani yüzde doksanı buradaydı. Burada o şeyler çalışanlar, şunlar, bunlar filan buraları çok hareketlendiriyordu. E şimdi onların hepsi gitmeye başladı. Yok oldular yani. Konfeksiyonu zaten gönderdiler. Çanta ayakkabıcıları gönderdiler. Tek tük

çantacılar kalmaya başladı. Onun için de onların yerine aldığı şeyler. Kafeler, barlar, işte şunlar bunları filan almaya başladı bir dönem. Şimdi onları da yavaş yavaş artık işsizlikten dolayı çökmeye başladı. Şimdi apartlar, oteller.” (Görüşmeci 21)

Benzer şekilde farklı görüşmeciler genellikle kendi meslek alanları olmak üzere hukuk bürolarının, vize merkezlerinin taşınmasıyla turizm şirketlerinin, mimarlık ofislerinin de giderek azaldığını belirtmişlerdir. Üstelik ofis kullanımlarının bulunduğu Tokatlıyan Han gibi bazı iş hanlarında bu işkollarının taşınması yüksek boş birimlere neden olmuş, depo kullanımlarının arttığı gözlemlenmiştir. Bahsedilen azalmaların nedeni bu ofisleri besleyen fonksiyonların yer değiştirmesi olabiliyor iken yüksek kiralar ve müşteri tercihleri de etkindir. Örneğin, sinema işleten Görüşmeci 34, mevcut binada 5 adet sinema salonu olduğunu fakat müşteri tercihleri nedeniyle bu binayı otele dönüştürmek istediklerini, yalnızca 2 sinema salonunu nostalji olsun diye koruyacaklarını aktarmıştır. Beyoğlu’nda daha fazla sinemanın olduğu dönemi ve müşterilerin seçimlerinin nasıl etken olduğunu şu şekilde anlatıyor:

“Mesela 15-20 sene önce çok iş yapıyorduk. İşimiz çok iyiydi. Dememdeki iş olay şu; bu kadar sinema var, nasıl iş yapıyorsunuz diye insanlar sorduklarında çok sinema olması bizim tam tersi iş yapma anlamımıza geliyordu aslında. Emek Sineması o dönem açıldı, Sinpop açıldı, Alkazar sineması açıldı, Lale sineması açıldı, Atlas sineması açıldı. Bu saydığımız sinemalar hem iş yapıyordu biz de iş yapıyorduk. Bu kadar sinemanın içinde. Yani çünkü insanlar sinema niyetiyle Emek’te gösterime giren filmi izliyordu. Sonra gidiyordu burada bir film var. Buraya geliyordu, buradan çıkıyordu. Haftaya programını Atlas Sineması için yapıyordu. Yani sinemaların çokluğu aslında güzeldi, Beyoğlu’na insanları çekiyordu. Bu kültür ve tarihi sinemalar bitince, azalınca insanlar sadece Emek için buraya gelmiyorlar. Ya da Beyoğlu Sineması için gelmemeye başladılar. Bir etken de bu yani.” (Görüşmeci 34)

Günümüzde büfe olan bir işletme, Görüşmeci 11’in hatırladığı kadarıyla, daha önce takıcı, elbiseci, çantacı ve çay ocağı olarak işletilmişti. Sokağın dinamiğine göre şekillenen bu değişimi İstiklal Caddesi üzerinde ve tüm çevresinde de okumak mümkündür. Zaten birçok görüşmeci benzer şekilde, çevrelerindeki küçük bakkallar, sinemalar, meyhaneler, tekeller, pizzacılar gibi tek şubeli küçük işletmelerin kapandığından, bunların yerine özellikle İstiklal Caddesi üzerinde artan tatlıcılar, lokumcular, parfümericiler, ayakkabıcılar ve dönercilerden bahsetmişlerdir. Çay ocaklarının nargile kafelere, meyhanelerin barlara, geleneksel perakendecilerin yeme-içme mekânlarına, ofislerin airbnb konutlarına dönüştüğü İstiklal Caddesi’nde ortak görüş, tüm bu değişimin cadde görünümüne zarar verdiği üzerinedir. Görüşmeci 28, bu bağlamda, pasaj içinde kiralama yaparken dahi bir tür seçim kriteri koyulması gerektiğini, son dönemde gelen kiracıların aylarca dükkânları açmadığını ve bu nedenle pasajın genel canlılığa zarar verdiğini

söylemektedir. Bu anlatımı cadde düzeyine de genellemek mümkündür. Elbette yüksek kiralar nedeniyle bu denli bir kapalıktan söz edilemeyecektir fakat işlevlerin ve markaların karmasında önemli bir değerlendirmedir.

Beyoğlu'ndaki bu değişimin ana nedenlerinden birisi yüksek düzeyde kiracılık oranına sahip olması ve kısıtlı olan mülk sahipliğinin de işlevsiz olmasıdır. İstiklal Caddesi'nin yüksek rant değeri nedeniyle mülk sahipliği sadece yatırım düzeyinde kalmakta, mülk sahipleri mülkün nasıl yönetileceği, pazarlanacağı ya da kiralanacağına dair aktif bir ilişki kurmamakta, yalnızca ekonomik fayda üzerine bir ilişki kurmaktadır. Dolayısıyla kiracılık ve kiracılarla ilişkili sorunlar oldukça yüksek düzeyde yaşanmaktadır. Tamamen piyasanın şekillendirdiği, herhangi bir kontrol ve denetim mekanizması bulunmayan bu alandaki sorunlar el değiştirmelerin artmasının yanı sıra özellikle ekonomik zorluklara karşı caddenin kırılabilirliğini arttırmaktadır. En basit haliyle İstiklal Caddesi üzerindeki ticari birimlerin birim kira fiyatının 2023 yılında bir önceki yıla göre %63 artış göstermesi ne denli etkileri olan bir olgu olduğunu göstermektedir. Pandemi süresince bu kadar radikal bir artış görülmemiş olsa da devletin kiracılık ile yeterli düzenlemeleri yapamamış olması kiracıların çeşitli ödeme zorlukları yaşayarak caddeyi terk etmek zorunda kalmalarına neden olmuştur (Bknz: 4.4.2 Devletin Destek ve Teşvikleri, Krize Yanıtları).

İstiklal Caddesi ve çevresindeki kiracılıkla ilgili tüm problemler pandemi ile ilişkili değildir, en önemli dönüm noktalarından birisi 2012 yılında Borçlar Kanunu'nda yapılan düzenleme ile 10 yılı dolduran kiracıların tahliyesinin sağlanabiliyor oluşudur. Bu düzenlemenin etkileri 2015'li yıllarda görülmeye başlanmış ve İstiklal Caddesi'nin kimliği için önemli birçok işletmenin kaybına neden olmuştur. Kelebek Korse, Robinson Crusoe 389, Erol Erkek Giyim, İnci Profiterol, Rebul Eczanesi gibi işletmeler ya İstiklal Caddesi'nden tamamen çekilmiş ya da yer değiştirmek zorunda kalmıştır. 2016 yılında, BEYDER'in eski başkanı Tarkan Konar Twitter hesabı üzerinden İstiklal Caddesi'nden ayrılan işletmelerle ilgili yaptığı paylaşım ve bu süreci “Neoliberal 6-7 Eylül” olarak nitelendirmesi medyada yer bulmuştur:

“Bakın İstiklal Caddesi'nde The House Cafe'den Paşabahçe'ye, Midpoint'ten Teknosa'ya herkes kapatıyor! “İyi işletmeler” birbir gitti gidiyor gidecek... Yerlerine Arapça tabelalar, nargile, kebab, lokum, kaftan, fal dükkanları ile ‘residence’ ve suitler geliyor. Elbette bir de gece yüzü var bu dönüşümün, artan gayri meşru ve fuhuş sektörüne dayalı ‘klap’ [club] süsü verilmiş son derece pespaye mekanların pıtrak gibi artışı.

Zabita ve tüm birimler 'normal işletmelere' her gün masa-sandalye, SGK, ruhsat, hijyen, sigara vb. denetimlerde cezalar yazarken 'Avrupalı olmayan turiste' dayalı bu yeni batakhaneler ne hikmetse gayet iyi işini hallediyor. Yoksul Arap kadınların zengin olanlarına pazarlandığı ortam Talimhane'den artık İstiklal içine nüfuz etmiş durumda. Beyoğlu'nu terk eden her 'normal kafenin, barın' yerine bu tarz işletmeler yerleşmekte... Gençler ve ailelerin Beyoğlu'na gelmemesi için yerel yönetim elinden geleni yapıyor. AKM, Şehir Tiyatroları, Muammer Karaca, Emek, Alkazar, Avrupa, Sinepop vs. sırf yakın zamanda kapanan salonlar. Neye gelsin insanlar Mango ve Starbucks'ı mı gezecekler?

Beyoğlu'nun can damarı üniversiteli gençlik Beşiktaş ve Kadıköy'e sıkıştırıldı. Şimdi ise CHP'li belediyelere de denetim yapabilmek için ruhsat yetkisi belediyelerden İçişleri'ne devredilecek... Peki bütün bu hikaye ne için kurgulanıyor? Çiçek Pasajı'nı da Ferit Şahenk'in alması gündemde! Övündükleri Demirören komple zarar! MediaMarkt bile boşaltıyor! İyi işletmeleri kasten Karaköy'e kaydırıp şimdi de Asmalımescit gibi orayı esnafa restore ettiriyorlar... Paralı, tüketen orta sınıf şimdilik orda... 1.5 yıl ömrü ömrü var Karaköy'ün! Kasten şu an masa sandalyesini ellemiyor belediye. Yatırım parası çıkınca şut! Ve tüm Beyoğlu eski Tarlabası gibi olunca fuhuş, uyuşturucu vb. bir basın kampanyası başlatacaklar, 'Vay efendim böyle mi kalsın...' Her yer kapanıp, mühürlenip, bina değer değerleri yarıya düşünce gayrimenkul toplayanlar çıkacak meydana! Evet bu neoliberal 6-7 Eylül'dür! İçki filan işin edebiyatı... Bütün bu kurgunun altında yatan şey en değerli semtlerde gayrimenkulu ucuza talan etmektir... 10 yıl kiracılık yasası, alkol yasası, TAPDK masa-sandalye yasakları, ÖTV artışları, barlarda sigara yasağı vb. tabana 'içki karşıtı' popülist mesaj verirken arka planda bütün mevzu gayrimenkulun el değiştirme sürecidir. Ama Beyoğlu yenilmez! Türkiye'nin minyatürüdür. Beyoğlu için vizyonu olmayan muhalefet de suçludur." (140journos, 2016)

Görüşmeci 47, ilgili düzenlemenin hâlâ işletmeler için büyük bir baskı unsuru olduğundan şu sözlerle bahsetmektedir:

"Görüşmeci 47:

İşte bu ilişkiyle dönüm noktası işte 10 yıllık kiracıların sorgusuz tahliye sebebi. O kiracıların ciddi anlamda belini büktü, ciddi bir zarar verdi. Yani ne mantıkla çıkan bir yasaydı. Şimdi kotarmaya, toparlamaya çalışıyorlar ama yine bir şey olmuyor. O bizi ciddi anlamda mağdur ediyor. Öyle bir mülk sahibinin elinde sopaymış gibi duruyor. Aaa bilmem ne, sözümün üstüne söz talep ettiğim kiranın altına girersen çık kardeşim.

Araştırmacı:

Pandemi döneminde bunu yaşayan birileri oldu mu çevrede bu sebeple?

Görüşmeci 47:

Şu an komşularımdan işte biz aynı vakfın kiracısı bu sokakta yaklaşık 9 kişiyiz. Herhalde yanlış bilmiyorsan bir dördü ya da beşine tahliye kararı aldırdı. Ama şimdi yerine ne koyacağını bulsa herhalde tahliye edecek."

Kiracıların tahliyesi ve sürekli artan kira değerleri ile ilgili problemler cadde hafızası için önemli birçok işletmenin de kaybına neden olmaya devam etmektedir. Cadde üzerinde yer alan Kelebek Korse Mağazası, Denizler Kitabevi, Erol Giyim, Mahmut Ayakkabı, Tramvay Cafe Restaurant, Lebon Patisserie Cafe 8 yıllık dönemde kapanan önemli işletmelerdir. Üstelik bu işletmeler sadece İstiklal Caddesi üzerinde yer alanlardır, ara sokaklarda ve pasajlarda yer alan köklü işletmeler de kira nedeniyle yerlerinden edilmektedirler. Bu durum işletmelerin sattıkları ürün ve mevcut müşteri profili ile ilişkilendirilmektedir.

“Şey Robinson Crusoe’la Salt sahip çıktı, Salt’ın içine geçti. Ama kendi güzelim dükkanını kaybetmedi mi, kaybetti tabii yani. Daha iyice niş bir yer haline geldi. Denizler Kitabevi büyük savaş verdi. Simurg senelerce direndi. Şey kapandı, Eren Kitabevi. Hem işte graviür harita hem de kitap satan şey hani akademik kitap satan. Bence en çok asla onlara şey oldu. O da biraz şeyle alakalı. Ya kitap pahalı bir nesne haline geldikçe Beyoğlu’nun kiralari arttıkça nasıl bu insanlar nasıl burada durup kitap satabilir?” (Görüşmeci 71)

Bu araştırma kapsamında daha birçok görüşmeci, kira nedeniyle taşınmak zorunda kalan işletmelerden bahsetmişler, özellikle kültür sanat alanında işlev gösteren dükkânlardaki azalma ile pasaj ve hanlarda yaşanan değişimlere dikkat çekmişlerdir. Öyle ki, bir pasajın zemin katında ve İstiklal Caddesi cephesinde yer alan Görüşmeci 46, emlakçıların sürekli olarak uğrayıp çıkma niyetleri olursa kendilerine haber vermeleri için iletişim bilgilerini bıraktıklarını ifade etmiş, yeni kiralamaların çok hızlı ve “korkunç fiyatlarla” olduğunu aktarmıştır. Üstelik özellikle İstiklal Caddesi üzerindeki yeni kiralamalarda “hava parası” olarak adlandırılan giriş maliyeti, depozito ve emlakçı ücretlerine rağmen çok hızlı bir değişim olduğu görülmektedir. Üst katlarda ve ara sokaklarda kiralama ile ilgili sorunlar bu denli büyük olmasa da benzer uygulamalar tüm çevrede uygulandığı bilinmektedir.

İstiklal Caddesi için önemli işlevlerin ve esnafların giderek azalması belirli işlevlerin artarak caddenin homojenleşmesine neden olmakla beraber, İstiklal Caddesi’nin sunduğu canlılık ve çeşitliliğe büyük zarar vermekte ve belirli bir kullanıcı profilini dışarıda bırakmaktadır. Üstelik bu köklü mağazaların gitmesi ve işlevlerin değişmesi aynı zamanda esnaf profilinin de değişmesine neden olabilmektedir. Görüşmeci 47 hem işlevsel tektipleşmeyi hem de esnaf profilinin değişimini şu sözlerle aktarmıştır:

“Ondan bu yana da asıl şey Beyoğlu’nda gezen insan profilinin değişmesinden ziyade daha önemli olan, daha riskli olan bence Beyoğlu’nda bizim gibi yerleşik esnaf profili değişiyor. Yani günlük algılarla mekân işleten, çeviren, biraz önce işte Arap eğlencesi diye sordunuz bana. Adam şimdi geliyor, normalde A... geliyor yasak. Her köşe başında bir nargileci var. İstiklal Lokumcular Caddesi oldu, eskiden kaliteydi. Bunu belediye başkanlarına da bizzat söyledim. Ya gazete bayisinde bile gazete üyeliği alacaksan en azından 100 metre şartı vardı. Bir öbür bayiden 100 metreye yakın olmaman lazım gibisinden bir şey vardı. Başkanım rica ediyorum bari bu lokumcuları şey yapın algı bir şekilde kötüye gidiyor. Herhalde dikkate aldılar. Yeni o söylemden sonra lokumcu ya da tatlıcı açılmadı.” (Görüşmeci 47)

Görüşmecilerden alınan bilgilere göre yabancı uyrukluların işletme sahipliği eğlence ve turizm sektöründe İranlılarla, kıyafet perakendesi ve kişisel bakım sektöründe Suriyelilerle karakterize olmaktadır. Esasında bu tür bir işletme sahipliği çeşitliliği olumlu değerlendirilebilecek bir olguyken İstiklal Caddesi ve çevresi örneğinde mevcut kimliğe uymayacak şekilde hizmetler verilmesi ve

esnaflık kültürünün benzer olmayışı sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Görüşmeci 21 daha önceki esnaflık kültüründen ve tanışıklıklarından bahsederek, günümüzdeki değişen durumu örneklendirmiştir:

“Yani esnaflar birbirlerini eskiden esnaflar, ufak esnaflar vardı. Hepsi birbirleriyle bir aile gibiydi. Bir Ramazan olduğu zaman millet toplanırdı, iftar saatinde yemekler memekler yapılırdı. Otururdular, bir esnaf dükkanında. Hep birlikte iftarlarla açarlar, yemekler yerler. Ondan sonra giderler, gırgır şamatalarını yaparlar. Kahvede oyunlarını oynardılar. Öyle bir şey vardı. Dostluk vardı, esnaflık vardı ama şimdi bakıyorsun kimse kimseye selam vermiyor. Yani sanki şey borç isteyecekmiş gibi neredeyse o duruma gelmiş gibi selam bile vermiyor. Kafayı çeviriyor.” (Görüşmeci 21)

Tüm bu değişimlerin yanı sıra araştırma kapsamında eğlence sektöründeki görüşmecilerden genellikle işletmeyi yakınlarından devraldıkları, bu sayede işlevin değişmediği anlaşılmıştır. Bunun nedeni incelendiğinde işlevin korunmasının altındaki ana nedenin ruhsatla ilgili problemleri aşabilmek adına işletme devrinin yapılıyor olması çıkmıştır. 18 Eylül 2013 tarihinde “Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik” (2013)’in 10. maddesinin 5. fıkrası “alkollü içkilerin perakende veya açık olarak satışının yapıldığı yerler ile örgün eğitim kurumları ve dershaneler, öğrenci yurtları ve ibadethaneler arasında kapıdan kapıya en az yüz metre mesafenin bulunması” olarak güncellenmiştir. İlgili fıkra “11/6/2013 tarihinden önce işyeri açma ve çalışma ruhsatı ve satış belgesi almış işletmeler için bu şart aranmaz.” ibaresi ve “bu işletme sahipleri işletmelerini birinci ve ikinci derece kan hısımlarına devredebilir. Mesafe şartı turizm belgeli işletmeler için uygulanmaz.” ibareleri de yer almıştır (Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik, 2011). Buradan da anlaşıldığı üzere 2013 yılı Haziran ayından itibaren alkollü hizmet veren işletmeler kapatıldığında İstiklal Caddesi ve çevresinde neredeyse hiçbir işletmenin alkollü mekân ruhsatı alamayacak olması nedeniyle işletmeler böylesi bir çözüm yoluna başvurmaya başlamışlardır. Esasında bu tür bir kuralın olması alkollü işletmelerin çeşitli krizlere karşı da dayanma gücünü zorunlu olarak arttırmış, dayanamadıklarında ise kalıcı olarak değişim ya da boşluklara neden olmuştur.

“Tabii yani bir yüz metre olayı var. Şimdi eskiden okullar ve işte cami ve okul olayı vardı. Şimdi kiliseleri de soktular bu devreye. Şimdi burada hiçbir mekân hani devredip de gidemiyor. Devrettiği zaman ruhsatı iptal oluyor ve ruhsatı alamıyor. Onun için de burada mecburen durmak zorundalar çoğu aslında.

...

Yani açamıyor şimdi. Burada Balık Pazarı'nda bir sürü boş şeyler var, kiralık yerler. Hani adam ruhsattan dolayı kimse girmek istemiyor. Bir giriyor, bir deniyor, böyle bir şey yapıyor, bir başvuruyor. Biraz da kabarık kira falan da veriyor. Baktı olmuyor, diyor, boş verdim,

vazgeçtim diyor. Alamıyor yani. Çünkü balık pazarı civarında buralarda içkili yerlere lokanta bile izin vermiyor, işsiz yere sadece balık pazarının tarihi dokusu gitmesin pazarı andırılacak bir şey yaparsa fırsat veriyor, pazarı andıracak bir şey yapması önemli, balıkçı gibi işte bakkal gibi o pazarı andıracak işte.” (Görüşmecı 45)

Douglas Adams'ın “Evrenin Sonundaki Restoran” isimli kitabında Pizpot Gargravarr isimli karakter Frogstar B gezegeninde gerçekleşen bir olayı anlatır:

“Seneler önce burası canlı, sağlıklı ve mutlu bir gezegendi- insanları, şehirleri, dükkanları olan normal bir dünyaydı. Sadece bu şehirlerin caddelerinde gerektiğinden fazla diyebileceğimiz sayıda ayakkabıcı dükkanı bulunuyordu. Ve bu dükkanların sayısı sinsice artmaktaydı. Bu, bilinen bir ekonomik fenomen olmakla birlikte, gidişatını izlemek trajik oluyordu. Çünkü ayakkabıcı dükkanları arttıkça, daha çok ayakkabı yapmaları gerekiyor ve ayakkabılar gittikçe daha kötü ve daha giyilmez oluyordu. Ve onlar giyilmez oldukça, ayakkabısız kalmamak için insanlar daha çok ayakkabı almak zorunda kalıyor ve dükkanlar yayılmaya devam ediyordu.

Ta ki bölgenin ekonomisi Ayakkabı Olayı Sınırı olarak adlandırdıklarını sandığım sınırı geçip, ekonomik olarak ayakkabıdan başka bir şey üretme imkanının kalmadığı bir duruma ulaşana kadar. Sonuç çöküntü, yıkım ve kıtlık.

Nüfusun çoğu hayatını kaybetti. Uygun genetik dengesizliğe sahip olup da başkalaşım geçirerek kuşa dönüşen bir azınlık -onlardan birini sen de gördün- ise ayaklarını lanetledi, toprağı lanetledi ve bu topraklar üzerinde bir daha kimsenin yürümeyeceğine and içti. Mutsuz bir grup.” (Adams, 2017)

Kitapta geçen bu olay her ne kadar kurgu bir gezegende gerçekleşiyor olsa da olayların gerçeklik seviyesi bugünün İstiklal Caddesi'nden çok uzakta değildir. Hızla artan ayakkabıcı dükkânları ve bu dükkânların üretim ve tüketim döngüsü, kısa vadeli kazançların, uzun vadeli sürdürülebilirliği tehlikeye atabileceği bir durumu yansıtmaktadır. Bu tip dengesiz kurgulanan bir ekonomik büyümenin İstiklal Caddesi'ndeki karşılığı şüphesiz ki her geçen gün artan ve tektipleşen mağazalardır.

4.6.2 Canlılık, Güvenlik, Kuralsızlık ve Denetimsizlik

4.6.2.1 Sokak Aktörleri: Müzisyenler, Satıcılar, Çocuklar, Evsizler, Dilenciler

İstiklal Caddesi, her zaman canlılığını ve yaşayabilirliğini sürdürebilen bir ana alışveriş caddesi olarak bilinmektedir. Sadece barındırdığı işlevler ve işletmelerin çeşitliliği ve canlılığı ile değil, aynı zamanda caddenin kendisi de yaşayan bir varlık olarak değerlendirilebilir. Cadde ziyaretçilerin yanı sıra sokak satıcıları, müzisyenler ve benzeri çok çeşitli aktörleri barındırır. Bu çeşitli aktörlerle dolu dinamik yapısı da diğer tüm unsurlar gibi bir değişim içindedir.

Her ne kadar bu canlılık caddeyi karakterize etse de görüşmeciler bu aktörleri büyük oranda sorun olarak belirtmişlerdir. Son yıllarda artan sokak müzisyenleri özellikle İstiklal Caddesi üzerinde yer alan işletmeler tarafından caddeye dair en büyük sorun olarak nitelendirilmiştir. Sokak çocuklarının plastik bidonlarla müzik

yapması, farklı kültürel grupların yüksek seste müzik dinleyip dans etmesi ve işletmelerin yüksek sesle müzik çalıyor olması gürültü kirliliği olarak değerlendirilmektedir. Caddenin Tünel Meydanı'na yakın kısmında, kafelerin de ağırlıklı bulunduğu bölümlerde, müşteriler de sestten rahatsız olduğu için bu tip şikayetler daha fazla yer almaktadır. Üstelik bu durum esnaf tarafından Beyoğlu Belediyesi ve İBB'ye bildirilmiş olsa da etkin bir çözüm yolu bulunamamıştır.

“Muhalif kanalları seyrediyorsun. İstiklal'de canlı müzik yapılıyor mesela. Yani adam Kürtçe yapıyor da hangi dilde yaptığı beni de ilgilendirmez. Kimseyi de ilgilendirmez, yapıyor. Kimsenin de ona bir karşı görüşü olduğunu da düşünmüyorum açıkçası. Bu müzikle konu neye döndü? Adam orada beş metre ilerisinde öbürü yapıyor. Ya aşağıda Roman çocuklar yoğurt kovaşını alan yağ tenekesini alan İstiklal'e gelip bir yer, müzik yapmaya çalıştı. Şimdi oradan bir kez geçen görüyor “aaa kuru eğlence bilmem ne” hemen video çekiyor. Ama e kardeşim onun yanındaki dükkan ayda 300-350.000 lira, 500.000 lira para kira veriyor. Bu iş yapılmıyor. Artı ben işime gideceğim gidemiyorum. Yani eşimle oradan geçeceğim, geçemiyorum. Tamam. Bunlar konuşuldu işte Beyoğlu Belediyesi'yle konuştuk. Şimdi İstiklal'e Büyükşehir Belediyesi bakıyor. Oraya da gittik konuştuk. Tamam dedi. Müzik alanları, müzik duraklar yapacağız. Duraklar yapılıyor. Belli bir saatten sonra orada duraktan kimse gelmiyor. Öbür tarafa gidiyor.” (Görüşmeci 47)

Görüşmeci 43 caddede yaşanan bu durumu “başiboş kalmak” olarak nitelendirmekte ve sorumlu kurum olarak İBB'yi görmektedir. Benzer eleştirilerde de genel tutumun müzik ve performansın sergilenmesine değil, kalitesine ve bu aktörlerin yer seçimlerine yapıldığı görülmektedir.

“Ama tutup sırf sokak sanatçılarını destekleyelim, sokakta sanat iyidir vesaire diye diye insanların yürüme alanlarının işgal ettirmenin de bir anlamı yok. O sokak sanatı değil. O gürültü yapıyor. Yer işgal ediyor. Etnik müzikler yapılıyor. Etnik gösteriler yapılıyor. İnsanlar görmedik böyle çok matrak bir şeymiş gibi seyretmeye koyuluyorlar ve siz yoldan geçemiyorsunuz gibi. Yani neresinden tutarsanız tutun İstiklal Caddesi bitmiş durumda.” (Görüşmeci 53)

Müzisyenler ve dans eden gruplardan sonra sorun olarak tanımlanan bir diğer cadde aktörleri sokak satıcılarıdır. Köpüklü balon, imitasyon parfüm, çiçek ya da midye satışı yapan sokak satıcıları hem sattıkları ürünün kalitesi hem de ziyaretçilere davranışları nedeniyle eleştirilmektedir. Satışta ısrarcı olmaları ve kişilerin yürümesini engellemeleri güvensizlik algısını arttırmaktadır. Üstelik genellikle informal olan bu satıcılar esnaf ya da ziyaretçiler tarafından zabıtaya şikâyet edildiklerinde de önlenemedikleri aktarılmıştır. Üstelik bu gruba çiçek, peçete ya da anahtarlık gibi ürünler satan çocuklar da dahildirler.

“Yani bizim aslında belediyeden çok istediğimiz bir şey yok. Buradaki mesela sokakta aşırı derecede dilenci. Aşırı derecede küçük çocukların satış yapıyorlar, çiçekçiler. 6 yaşında, 4 yaşında, 5 yaşında çocuklar. Bunu belediyeye arıyorsunuz. Polis ilgileniyor diyor. Polisi arıyorsun, belediye ilgileniyor diyor. Belediyeyi arıyorsun belediye aracı geliyor. Gözünün önünde görmezden geliyor, gidiyorlar. Yani hani görmezden gelmediklerinde mesela adamları dolduruyor arabaya. Herhalde bir prosedür eksikliği var galiba. Dolduruyorlar

götürüyorlar buraya. Diyelim ki Topkapı tarafına götürülüyor örnek olarak söylüyorum. O ekip oradan buraya geliyor. Onlar ondan önce gelmiş. Yani böyle bir boşluk var herhalde zannediyorum. Ondan dolayı bir şey de yapamıyor.” (Görüşmeci 45)

Cadde üzerinde turizm ofisi olan Görüşmeci 58, caddeye gelen turistlerin kaliteli bir ortamla karşılaşmadığını belirterek bu tip satıcılar yerine turizm polisleri ya da turizm sektöründen profesyonel çalışanların olması gerektiğini belirtmiştir.

İstiklal Caddesi'nin son yıllarda değişen aktörlerine evsizler ve dilenciler de eklenmiştir. Son yıllarda sayısı giderek artan evsizler mağaza önlerinde uyuklamakta, müşterilerden yemek ve para istemektedirler. Buna eşlik eden her yaştan fakat genellikle engelli ve göçmen dilenciler güvenlik konusunda olumsuz bir algı yaratmakta, sakin ve rahat bir cadde deneyimini engellemektedirler.

4.6.2.2 Güvenlik/Güvensizlik, Yasallık ve Denetimsizlik

Pandemi kısıtlamalarının sona ermesinden itibaren İstiklal Caddesi'nde önemli bir ziyaretçi artışı gözlemlenmiştir. Bu artış ve caddenin ayak sayısı değerleri olumlu bir tablo olarak okunuyor olsa da görüşmeler göstermektedir ki bu durum her zaman olumlu bir gösterge olarak değerlendirilememektedir. Kalabalığın niteliği caddenin belirli bölümlerinde farklılık göstermekte, örneğin cadde üzerinde segment olarak daha iyi markaların yer aldığı Taksim Meydanı - Galatasaray Lisesi arasındaki kısımda daha yüksek olduğu ifade edilmektedir. Caddenin geri kalan kısmında, pasajlarda ve arka sokaklarda ise var olan ziyaretçi sayısı görüşmeciler tarafından “kuru kalabalık” ya da “gel-geç” olarak nitelendirilmektedir. Elbette bu bakış açısı yalnızca marka segmenti ile ilgili değildir, ziyaretçi profili ile de ilişkilendirilmektedir. Örneğin Görüşmeci 28, sattığı ürünler ve hedeflediği müşteri profilini de değerlendirerek bu canlılığın kendi işletmesi için hiçbir anlam ifade etmediğinden bahsetmiştir.

“Ya Beyoğlu tabii ki şey çok Beyoğlu'nun yüzü çok değişti tabii ki yani şey olarak yani çok fazla kalabalık var. Ve bu kalabalık yani belli bir kat şeye yarıyor işte mağazaya yani her herkesi herkese yaramıyor bu şey bu kalabalık. Yani işte yine benim kendi müşterim gelir işte yine bir Avrupalı müşteri gelir böyle. Ama işte İstiklal'e bakıyorsunuz yani ana baba günü işte neye yarıyor? Çetinkaya bu bunda şey. LC Waikiki ihya olmuş durumda. Yani hele pandemi sürecinde yani diyebilirim ki Türkiye'de en fazla parayı kazanan firma buradaki. Yani o, o tür şeyler ya o onlara çok fazla yaradığı için ve çok şey ama yani yabancı müşteri çok fazla var. Dediğim gibi herkese şeyi eşit değil yani.” (Görüşmeci 28)

“Kuru kalabalık” olarak nitelendirilen ziyaretçi profilinin görüşmeciler için bir çok kez sorun ya da sorunun kaynağı olarak tanımlandığı görülmüştür. Özellikle taciz, sarkıntılık, kavga, yaralama, hırsızlık gibi güvenlik problemlerini Suriyeliler başta

olmak üzere mülteci grupları ile tanımlanmışlardır. Öyle ki, bu durumdan rahatsız olan görüşmeciler ailelerini bu çevreye getirmeyi tercih etmediklerini belirtirken kendilerinin de caddeyi mecbur kalmadıkça kullanmadıklarını bildirmişlerdir.

“Şimdi İstiklal Caddesi'nde özellikle akşamdan sonra adam açmış bir tane teybi oraya bir tane pogu alıyor, bağlamış. Arapça şarkı çalıyor. İnsanlar yolun ortasında Arapça şarkıların çaldığı yerde oyun oynuyorlar, halay çekiyorlar. Bu eğlenmek değil. Geçen insanların giyimine bakıyorlar. Kalçasına bakıyorlar. Özellikle video çekiyorlar. Yani neler neler, neler, neler. Ve asıl korkunç olanı şu, adam o yaptığıının normal olduğunu savunuyor. "Ben buradayım" diyor. "Ben geldim. Bu ülkenin bu ülkeyi yöneten adam bana kapıyı açtı" diyor. "Siz kimsiniz" diyor. Ve kolluk kuvvetlerinden diyeyim, hiç kimseden korkusu yok. Polis gezdirilecek gibi şikâyet ediyor. Mesela bir bize bir Türk vatandaşı şikâyet ediyor; Taciz ediyor beni. Daha ötesi mi var, taciz edildim diyor. Anayasada bir suç bu. Polis alıyor "Ben ne yapacağım, gidip bununla şimdi işlem mi yapacağım?" diyor. Bırakıyor. Ve bunu yapan adam da artık bunu öğrendiği için ona göre davranıyor yani İstiklal Caddesi leş bir halde.” (Görüşmeci 6)

İstiklal Caddesi'nde çok fazla sayıda polis memuru görmek mümkündür. Resmi kıyafetli memurların dışında sivil olarak görev alan memurların da olduğu bilgiler dahilindedir. Bu duruma rağmen yukarıda belirtilen tiplerde suçlarla karşılaşmak görüşmeciler tarafından eleştirilmekte, güvenlikle ilgili zafiyet olduğu, önlemlerin etkisiz ve yetersiz olduğu düşünülmektedir. Görüşmeci 47 bu durumu örnekleyerek Asmalımescit bölgesinde daha fazla polisin bulunduğu 2010'lu yılların başlarında hiç suç işlenmediğini, son yıllarda polis sayısı azaldığı için suç sayısında da artış olduğunu söylemiştir. Polis memurlarının varlığının arttırılması gerektiğini düşünen görüşmeciler olduğu gibi mevcut görünümün turistler için suç algısını arttırdığını düşünen görüşmeciler de vardır. Turistlerin tedirginliği hem caddeyi ziyaret etme sıklığına hem de caddede yaşadığı deneyime yansımaktadır.

“O kadar şaşıyorlar ki. Bana da soruyorlar. Niye polis var? Niye polis var? Bir şey mi oldu? Bir şey mi olacak? E tedirgin oluyorlar. Hele TOMA'yı filan görünce onlar alışıık değil.” (Görüşmeci 32)

Tüm bunlara ek olarak, ziyaretçileri caydıran sosyal sorunlardan ve suçlardan birisi de fuhuştur. İstiklal Caddesi çevresinde tarihsel süreçte de var olan fuhuş mekanları sayıca artmış ve aktörleri değişim içerisinde. Mevcut durumdan “kalitesiz gece hayatı” olarak bahsedilmektedir.

“O dönemde Taksim Meydanı'ndaki cami inşaatı devam ediyordu. Dolayısıyla cami inşaatı da daha çok yoğun olarak trafik saati olduğu için gece oluyordu, gecelerde dolayısıyla araç girişi, malzeme girişimiz olduğu için bu barakalarla kapalıydı. O baraka etrafında ciddi anlamda fuhuş vardı bu dönemde. Biz işte belediyeyi ve emniyeti, zabıta'yı uyarak burayı temizlendi. Şu an orada öyle bir şey yok. Bir dönem vardı ama kısa bir dönem oluştu. Özellikle Araplar üzerinden ama çocuk değil yani çocuk olarak ben birkaç kez gözümle de şahit oldum. Çocuk olayı görmedim. Hani Arap hayat kadınlarıyla, Arap erkekleri, hayat erkekleri diyeyim artık çok fazla, çok fazla.” (Görüşmeci 47)

Görüşmeciler tarafından bahsedilen bir diğer güvenlik sorunu dolandırıcılıktır. Bu bahis bölgenin esnaflarıyla ilgili ortaya atılan en önemli iddialardan birisidir. Değişen esnaf profiliyle beraber esnaflık kültürünün zarar gördüğü, kalitenin düştüğü, turiste ve yerliye farklı fiyat politikaları uygulandığı, müşteriler ile ilişkinin sadece ekonomik temelli kurulduğu, sokaktan müşteri çağrılarak fahiş fiyatlar alındığı iddia edilmiştir. Bu belirtilen sorunlar arasında en çok rahatsız olunan durumun genellikle bar, gece kulüpleri, falcılar ve nargile kafeler için geçerli olan, işletmelerin önünde veya yakınında duran çalışanlar tarafından gerçekleştirilen sokaktan müşteri çağırma eylemi olduğu anlaşılmaktadır.

“Geçen zorla içeri sokmuşlar adamı. İlla gel gel gel Y., atmışlar içeriye. Adam da oturmuş ya. Bir tane meyve suyu söylemiş. 20.000, 20.200 liraya hesap göndermişler. Yanına iki tane de kadın oturturmuşlar hemen. 20.200 lira hesap göndermişler. Hemen adam gitmiş karakola. Ama ödemiş parayı tabii yani. Yoksa çıkamayacak dışarıya.” (Görüşmeci 14 - Diğer)

Genellikle yabancı uyruklu turistleri hedefleyen bu uygulama bazı durumlarda oldukça rahatsız edici bir eyleme dönüşürken bu işi yapan Görüşmeci 12 bu davranışın yabancı kullanıcılar tarafından olumlu karşılandığını, güler yüzle yanıt aldıklarını belirtmiştir. Saç ekim ofisi işleten Görüşmeci 66 da İstiklal Caddesi üzerinde bu yolla hem broşür dağıttıklarından hem de ofise müşteri çektiklerinden bahsederek işletmesi için olumlu bir uygulama olarak bahsetmektedir. Fakat bu konuda görüş bildiren diğer esnaflar bu eylemin İstiklal Caddesi'nin kimliğine zarar verdiğini, bu şekilde müşteri götürülen işletmelerde fahiş fiyatlar ödetildiğini, pandemide bu yolla üst katlarda yer alan gece kulüplerinin çalışarak eşitsiz bir uygulama gerçekleştiğini ifade etmişlerdir. Ayrıca bu tür uygulamaların cadde esnafına karşı bir önyargı oluşturduğunu ve kendileri işlerini dürüstlükle yapsalar da ziyaretçilerin olumsuz davranışlarıyla karşılaştıklarından bahsetmişlerdir.

Elbette bu ve benzeri sorunları yalnızca esnaf ya da kullanıcı profiline özellikleri ve değişimi ile açıklamak mümkün değildir. İlgili kurumların denetim eksikliği neredeyse her alanda ortaya çıkmaktadır. Görüşmelerde sorun olarak tanımlanan konulardan birisi de ruhsatsız işletmelerin varlığıdır. Daha önce de bahsedildiği gibi Hazzopulo pasajında yer alan çay ocakları, nargileciler ve alkollü restoran en görünür örnektir. Bu işletmelerin çalışma ruhsatı olmamasına rağmen uzun süre çalışmış olması ve herhangi bir cezai işlemin uygulanmaması işletmelerin alkollü ürün satışı yapabilmesine, işgaliye ile ilgili hiçbir sorun yaşamadan olabildiğince alan kullanmalarına yol açmıştır. Görüşmeciler alkol ruhsatı olmayan bir çok

mekan ile bu durumun örneğini çoğaltmış, özellikle eğlence ve turizm sektöründe yer alan İranlı işletmecilerin ruhsatsız çalıştığını aktarmışlardır.

“İranlılar mesela yer almaya başladılar Beyoğlu'nda.... Otel yapmaya çalışıyorlar Kaçak ve ruhsatsız maalesef. Böyle acayip şeyler oluyor.... Seçim üstü denetim yok. Açık söyleyeyim ben size. Yani eskiden bir otellere baskın yapılırdı. Senin ruhsatın var mı? Şeyin var mı? Sen buraya nasıl işletiyorsun? Yani Beyoğlu'na bayağı bir baskın yapmışlardı. O güzel bir şeydi, bundan dört beş sene evvel. Ama şimdi seçimüstü her şey rahat.” (Görüşmeci 34)

Bir yandan da işletmecilerin vergi vermemek ya da daha az vergi vermek için yabancı işletme ruhsatı alması, ruhsatta yazan açılış-kapanış sürelerine uymaması gibi denetim eksikliğinin görünür olduğu usulsüz uygulamalardan da bahsedilmiştir. Kurumların denetimsizliğinin bazı durumlarda rüşvetle de form bulduğu anlaşılmıştır. Görüşmeci 68, bizzat kendi işletmesinin ruhsatsız olduğu bir dönemi “Yani Yargıtay'dan ya da işte atıyorum Çağlayan Adliyesi'nin vermiş olduğu bir ceza değil. Tamamen bağış adı altında birtakım cezalarımız oldu.” diyerek anlatmıştır. Denetimsizlik ve rüşvet konusu pandemi döneminde kapanma kararları, mekân ve müzik kısıtlamaları ile de oldukça fazla ilişkilendirilmiştir.

İlgili kurumlar bu ve benzeri eşitsizliğe neden olacak bir çok uygulamaya neden olmuştur. Görüşmeciler yoğunlukla pandemide kapalı kalınan sürelerde vergilerin alınması, pandemi kısıtlamaları bitmesine rağmen müzik kısıtlamalarının devam etmesi, işyeri açarken uzayan süreçler, ruhsat alma zorlukları, restorasyon süreçleri gibi çeşitli yasal ve yönetsel süreçleri de sorun olarak tanımlamışlardır. Ayrıca, daha detayda, İstiklal Caddesi'nin İBB'nin yetki alanında olup çevresindeki sokakların Beyoğlu Belediyesi'nde olması da hizmetleri, hizmetlerin süresini ve muhatapları etkilediği için sıklıkla sorun olarak tanımlanmıştır. Kurumlar arasında eşgüdüm ve işbirliği olmaması yönetimi zorlaştırmaktadır.

Son olarak, yerel yönetimlerle de ilişkili olarak görüşmecilerin caddenin fiziki görünümü ile ilgili sorunlarından bahsedilecektir. Öncelikle, İstiklal Caddesi ve yakın çevresinde hiçbir yeşil alanın olmaması en önemli eksiktir. Cadde üzerinde yer alan sokak mobilyalarından oturma alanları eksik, çöp kovaları yetersiz bulunmaktadır. Ara sokaklarda ise bu problem aydınlatma elemanlarının eksikliği ve bakımsızlığı ile görünürdür. Yine cadde üzerindeki en büyük eleştirilerden birisi tarihi yapılarıdaki restorasyonlardır. Uygulamalar başarısız bulunmakta, özellikle işletmelerin cephelerin orijinalliğinin bozularak cadde dokusuna uymayan cam cephe uygulamaları eleştirilmektedir. Cephe özelliklerine ek olarak yapılarda tercih

edilen tente gibi kullanımlarda malzemelerin seçimi, yapıların mimari detaylarının görünmesine engel olan tasarımları dikkat çekmektedir. Bir yandan da caddede yürürken güneşten ya da yağmurdan koruyacak herhangi bir kentsel donatı elemanın olmaması da sorun olarak belirtilmiştir. Bu konu ile ilgili Görüşmeci 16 somut fikirlerini şu şekilde sunmuştur:

“Hâlâ caddede yapılacak o kadar çok şey var ki aslında. Yani şimdi İtalya örneği vardır. Bu tür caddelerde mağazaların önünde en azından yaptıkları şu banklar dışında yani bunlar böyle çok şey gibi oturtulmuş, spot spot böyle sorumlusun sen burada kalacaksın. Ama niye oturuyorum burada? Sadece oturup bir iki dakika dinlenmek için. Hayır öyle değil. Bir iki dakika değil. Beş on dakika, yarım saat oturayım. Ama güzel, estetik, kahvemi, çayımı bu cadde üzerinde de içebileceğim bir yerin olması çok güzel. Gene böyle ara ara yaparsın ama güzel şemsiyelerini koyarsın. Yazın güneşten, kışın yağmurdan koruyabilecek şekilde, mağazaların tentelerine sığınmaktansa bu genele mal edilmiş bir sığınma politikasıyla hem çayını, kahvesini içip hem de zevk alarak bir dinlenme pozisyonuna girebilir. Bu çok önemlidir. Dinlendikçe, sağa sola baktıkça belki de artı bir ekonomik pik olabilir. Çok basit bir şey. Çok basit bir şey. Üstünü kapatabilme özelliğine sahipsiniz. Caddenin yukarıdan kapanması ya da açılması tamamen yenilik anlamında, yazın güneşten korusun kışın da yağmurdan korusun buraya gelen turist grubu çok rahat hareket etsin, ben bunu yapardım. Değil mi? Maalesef.” (Görüşmeci 16)

2019 yılının sonunda başlayan ve devamındaki iki yılı aşkın süre boyunca küresel çapta yayılan COVID-19 salgını, ölçeği, nedenleri ve etkileri bakımından bir sağlık krizinden daha fazlası olarak değerlendirilmiş, farklı düzeylerde çeşitli kırılganlıklara ve eşitsizliklere yol açmıştır. Ana alışveriş caddeleri de bu kriz sırasında günlük faaliyetlerin aksadığı, hasarların meydana geldiği, canlılığı için çeşitli tehditlerin oluştuğu, kapasitelerin zorlandığı, kırılganlıkların ortaya çıktığı, bir yandan da eşitsizliklerin hiç olmadığı kadar görünür olduğu yerlerden biri olmuştur.

Ana alışveriş caddeleri COVID-19 krizinden önce de sahip oldukları canlılık, kalabalıklık, kapsayıcılık, çeşitlilik, özgünlük gibi özellikleri ve üstlendikleri farklı rollerinin de etkisiyle doğal afetler, iklim değişikliği, ekonomik krizler, terör saldırıları, toplumsal hareketler, kentsel politikalar, sektörel dinamikler, teknolojik gelişmeler ve salgınlar gibi çeşitli değişim, kriz ve risklerle karşı karşıya kalmaktaydılar. Ana alışveriş caddeleri sadece ekonomik bir sistemi değil, aynı zamanda sosyal, fiziksel, çevresel, politik ve idari sistemleri de kapsadığı için karmaşık ve dinamik kentsel ekosistemler olarak kabul edilmektedirler (Griffiths vd., 2008; Zukin vd., 2015). Süregelen belirsizlikler, değişimler ve çok yönlü krizler karşısında diğer karmaşık kentsel sistemler gibi ana alışveriş caddelerinin de dayanıklılıklarının artırılması kabul edilir bir politikadır.

Bu tez çalışması, İstiklal Caddesi örneği üzerinden, ana alışveriş caddelerinin farklı ölçeklerdeki karmaşık ilişkilerini kavramayı; COVID-19 başta olmak üzere çeşitli krizlere karşı hazırlık seviyelerini belirleyen unsurları değerlendirmeyi; COVID-19 krizinin etkilerini ve öğretilerini, işletmelerin bu krizle başa çıkma ve uyum sağlama yollarını, kullandıkları destek mekanizmalarını anlayarak mikro ölçekten makro ölçeğe kadar geniş bir bağlamda ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığı üzerine derinlemesine bir analiz sunmayı amaçlamıştır. Bu amaca ulaşmak adına ana alışveriş caddeleri ve sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığı yazınından yararlanılmış, İstiklal Caddesi odak saha olmak üzere İstanbul kenti bütününde de bağlamı destekleyici analizler yapılmıştır. Her iki sahanın da araştırma birimi olarak ticari işletmeler tercih edilmiş; İstanbul ölçeğinde perakende ticaret

işletmeleri niceliksel yollarla analiz edilirken, İstiklal Caddesi ölçeğinde caddeyi temsil eden farklı sektörlerden 71 işletmenin işyeri sahipleri, işletmecileri/üst düzey çalışanları ve çalışanlarının pratik deneyimlerine ve bilgilerine başvurulmuştur.

Ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığı -sosyo-ekolojik sistemlerden yararlanarak ve en temel tanımıyla- ani ya da yavaş değişimler, krizler ve belirsizlikler karşısında ana alışveriş caddelerinin kimliğini koruyarak ayakta kalabilme, işlevini sürdürebilme, yeni koşullara uyum sağlayabilme, yeniden organize olabilme, yeni fırsatlar yaratabilme, ortaya çıkan potansiyellerden etkin bir şekilde faydalanabilme ve gerekirse dönüşebilme yeteneklerini ifade etmektedir. İlgili literatür, 2007-2008 finansal krizinin ardından önem kazanmaya başlamış ve özellikle gelişmiş ölkelerin ana alışveriş caddelerindeki sorunları ele almak için geliştirilmiştir. Ancak, gelişmekte olan ölkelerde, özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan perakende pazarlarında, tartışmalar küresel ekonomik krizin etkilerinden ziyade kentsel perakendedeki yapısal ve mekânsal değişikliklere odaklanmıştır.

Günümüzde Türkiye de dahil olmak üzere ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığını etkileyen dinamikler, geçmişte olduğu gibi perakende ticaretin yapısal dönüşümüne ek olarak çevrimiçi perakendeciliğin hızla artışı, tüketici tercihlerinin değişimi, mülk sahipliği ve kiracılıkla ilgili sorunları arttıran gayrimenkul sektöründeki dinamikler, neoliberal politikaların etkileri, kent merkezlerindeki mekânsal, fiziksel ve ekonomik eskimleri, planlamaya dair problemler, yeşil altyapı eksikliği, kapsayıcı olmayan tasarımlar, sosyal köhneme, suç ve suç korkusu, hava kirliliği ve her yönüyle iklim krizi gibi çoklu dinamiklerdir. Fakat burada özellikle belirtmek gerekir ki, değişimler ya da krizlerin türü, boyutu ya da etki süresi her ne olursa olsun Türkiye'deki ana alışveriş caddelerinin ölümü hiçbir zaman gerçekleşmemiştir. Elbette, gelişmiş ölkelerdekilere kıyasla daha dayanıklı bir yapı sergilese de COVID-19 pandemisi bu dayanıklılığı sürdürmek ve gelecekteki olası krizlere karşı hazırlıklı olmanın önemini ortaya çıkarmıştır.

Esasında COVID-19 pandemisi, ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığına yönelik araştırmalarda önemli bir dönüm noktasıdır. Pandemi öncesi çalışmalarda her ne kadar *ana alışveriş caddesi* ve *dayanıklılık* kavramları kullanılmış olsa da, odak genellikle kentsel perakende ticaretin canlılığı ve caddelerin yaşayabilirliği üzerine olmuştur. Ancak, bu yaklaşımlar, bugünün ve geleceğin ana alışveriş caddelerinin çok işlevliliğini ve dayanıklılık ihtiyacını karşılamakta yetersiz kalmaktadır.

Ayrıca, pandeminin küresel etkileri, ana alışveriş caddelerinin sorunlarını daha geniş bir coğrafyada ele almayı zorunlu kılmış ve bu bağlamda kullanılan yöntemlerin de genişlemesine olanak sağlamıştır. Daha önce kentsel perakende odaklı ve genellikle nicel yöntemlerle ele alınan bu çalışmalar, artık ana alışveriş caddelerinin aktörlerini de içerecek şekilde, yere özgü dinamikler ve problemler dikkate alınarak geliştirilmektedir. Bu tez, tüm bu eksikliklerin farkına vararak içeriğini, kapsamını ve yöntemini şekillendirmiştir. Ayrıca, sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığı kavramının yeterince benimsenmediği anlaşılmakta olup, bu tez bu bağlamda literatüre önemli katkılar sunmayı hedeflemektedir. Bir yandan da tezin şehir planlama disiplinde işletme odaklı bir bakış açısıyla ele alınmasının da literatüre katkı sunması beklenmektedir.

• 1. Araştırma Sorusu

Tezin ana alışveriş caddeleri ile ilgili temel bulgularına geçmeden önce Türkiye'deki bağlamı anlayabilmek adına ilk araştırma sorusu olan *“Türkiye’deki perakende ticaretin gelişimi ve mekânsal temsili nedir? Bu sistem içinde ana alışveriş caddelerinin rolü nedir?”* sorusuna dair bulgulardan bahsedilecektir.

2.4 Türkiye’de Perakende Ticaretin Gelişimi ve Ana Caddelerin Rolü başlığında bahsedildiği üzere Türkiye’de, bu tezin sahası ve ilk modern ana alışveriş caddesi olan İstiklal Caddesi başta olmak üzere neredeyse hiçbir alışveriş caddesinin Avrupa örneklerindeki gibi planlı ve kontrollü gelişmediği, aksine çevresindeki alanlara yayılarak, ticaret ve ticareti destekleyici diğer fonksiyonları barındırarak geliştiği rahatlıkla söylenebilir. Bu söylem tez kapsamında yapılan mekânsal analizlerle desteklenmiştir.

Analizlere göre İstanbul Ticaret Odası’na kayıtlı 461 564 ticari işletme Şişli, Fatih, Kadıköy, Ataşehir, Esenyurt, Ümraniye ve Başakşehir ilçelerinde yoğunlaşmaktadır. Esenyurt, Beylikdüzü, Başakşehir ve Bağcılar ilçelerinin son yıllarda İstanbul içindeki ticaret payını arttırdığı görülse de bu ilçelerin hâlâ İstanbul için merkezi iş alanları içine giremediği, ticari işletmelerin artışının nüfuslarına ve alansal büyüklüklerine uygun bir şekilde arttığını belirtmek gerekir. Ayrıca bu ticaret alanları toptan ticaret, perakende ticaret, bina inşaatı ve yiyecek-içecek hizmetlerinin başı çektiği birçok ticaret türünü kapsamaktadır.

Tez kapsamında İstanbul Ticaret Odası'na kayıtlı 53 620 adet perakende ticaret işletmesinin coğrafi olarak konumlandırılması ile yapılan mekânsal analizlerin ilk bulgusu ise İstanbul'daki perakende ticaret işletmelerinin şüpheye yer bırakmaksızın kümelenmiş olduğudur. Bu bulgu her bir işletmenin en yakınındaki işletmeyle arasındaki mesafeyi ölçen En Yakın Komşu Analizi ile elde edilmiştir. İstanbul'un alansal büyüklüğü dikkate alındığında işletmelerin kendilerine en yakın işletmelerle arasındaki ortalama mesafenin 193 metre olması beklenirken, bu analize göre gerçekte 38 metre olarak çıkmıştır. Üstelik bu kümelenme ve aslında perakende ticaretin neredeyse tüm kentte yığılması ve yayılması hem Deleunay üçgenlemesi ile hem de altıgenlerle oluşturulan özgün haritalarda da açıkça desteklenmiştir.

2.5 İstanbul'un Mevcut Ticaret ve Perakende Ticaret Görünümü başlığında detaylı olarak incelendiği gibi, İstanbul'daki perakende ticaretin içeriğine ve mekânsal görünümüne bakıldığında ilk dikkat çeken unsur perakende ticaret alanlarının çeşitliliği ve çokluğudur. Kapalıçarşı, kurulduğu günden bu yana İstanbul'daki en yüksek perakendeci sayısını barındırmaya devam ederken çevresiyle hem bir bütün oluşturmakta hem de kendi içindeki ürün kümelenmeleri ile dikkat çekmektedir. Bu kompakt ve birbiri ile ilişkili görünümün tersine kentin tamamına yayılmış, çevresinden bağımsız alışveriş merkezleri kentin modern perakende ticaret hacmini büyük oranda taşımaktadır. Yine alışveriş merkezleri gibi kent içindeki konumu açısından tekil fakat perakende kümelenmesi bakımından önemli bir diğer ticaret alanları sanayi siteleri ve perakende ticaret merkezleriyken, COVID-19'un etkisiyle perakende ticaret içinde en yüksek paya sahip olan e-ticaret işletmelerinin dağılık ve mekânsal tarifi zorlaştıran görünümü dikkat çekmektedir.

Tahmin edileceği gibi Fatih, Şişli, Beşiktaş, Beyoğlu ve Kadıköy ilçeleri nüfuslarına ve alanlarına oranla oldukça yoğun bir şekilde perakende ticaret barındırmaktadır. Önemle söylemek gerekir ki, canlılığın ve çeşitliliğin hâkim olduğu bu kent merkezlerinin her birinde İstanbul'un sayılı ana alışveriş caddeleri bulunmaktadır. Tez kapsamında hazırlanan tüm mekânsal analizlerde ana alışveriş caddeleri lineer görünümü ile dikkat çekse de çevresinde devam eden perakende ile kent merkezi niteliğinden ayırt ederek ele almanın mümkün olmadığı anlaşılmaktadır. Mekânsal analizler ana alışveriş caddelerinde en sık yer seçen perakende türlerinin konfeksiyonculuk, kuyumculuk, kozmetik, ayakkabıcılık başta

olmak üzere saatçilik, optik ürünlerin ticareti, şekerçilik, çikolatacılık, aktar ürünlerinin ticareti ve kitapçılık işletmelerinin olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bu caddelerin çevresinde yer seçen perakende türleri de içerik olarak benzerdir. Ana alışveriş caddeleri ve çevresi arasındaki farkı yaratan en önemli unsurun işletmelerin sermayeleri ve şube sayıları gibi büyüklüğü hakkında fikir verecek özellikleri olduğu anlaşılmaktadır. Üstelik, bu analizlerin yalnızca perakende ticareti içerdiği, yeme-içme ya da çeşitli hizmet işletmelerini içermediğini hatırlatmakta fayda vardır.

Kısacası, Türkiye’deki ve detayda İstanbul’daki ana alışveriş caddeleri genellikle uluslararası ve ulusal zincir mağazalara ev sahipliği yapan fakat bir yandan da mikro ve küçük işletmelerle bu yapıyı destekleyen ve zenginleştiren; perakende ticaretin ötesinde işlevler bakımından süper karma olan; kendi üzerinde ve çevresinde han, pasaj, iş merkezi ve alışveriş merkezi gibi daha küçük ölçekli ticari mekanlarını da barındırabilen; ekonomik değerinin yanında ideolojik, sembolik ve sosyal değerlere sahip olabilen; yerel kimliği yansıtan, kendine özgü karakteri olan; kent merkezi fonksiyonundan ayrı ele alınamayan karmaşık bir sistemi ifade etmektedirler. Bu nedenle bu tezin araştırma sahası olan İstiklal Caddesi yalnızca caddenin kendisini temsil etmemekte, daha geniş mekânsal ve birbiri ile etkileşimi yüksek sosyo-kültürel bir alanı ifade etmektedir.

• 2. Araştırma Sorusu

Bu ön bilgilerden hareketle tezin İstiklal Caddesi örneği ile ilgili ikinci araştırma sorusuna yanıt verilebilir: *“COVID-19 pandemisi ana alışveriş caddelerinde, ayrıntılı olarak İstiklal Caddesi örneğinde, nasıl deneyimlenmiştir? İşletmelerin krizi algılama, krize hazırlık ve yanıt üretme düzeyleri ne olmuştur? Kriz sırasında hangi dayanıklılık kapasiteleri kullanılmıştır? Bu kapasitelerini kullanmada etkin ya da etkin olmayan mekanizmalar neler olmuştur?”*

Araştırma İstiklal Caddesi ve çevresinde yer alan işletmelerin işyeri sahibi (esnaf), işletmecisi/üst düzey çalışanı ya da çalışanı ile Türkiye’de pandeminin başlangıcından yaklaşık 27 ay sonra gerçekleştirilmiştir. Bu geçen sürede 3 önemli karantina dönemi yaşanmış, zorunlu hizmetler vermeyen işletmeler 2,5 ay ile 16 ay arasında değişen sürelerde faaliyetlerine ara vermek zorunda kalmışlardır. Özellikle Türkiye’de virüse bağlı ilk ölümlü vakanın görüldüğü 15 Mart 2020 tarihinden bir

gün sonra başlayarak 1 Haziran 2020'ye kadar devam eden kapanma kararları işletmelerin şoku anlaması ve deneyimlemesi için önemli bir aralığı ifade etmiştir. Pandeminin devam ettiği süre boyunca alınan diğer kapanma kararlarını da ele alarak bir değerlendirme yapmak gerekirse ilk dikkat çeken unsur virüsün yayılmasını önlemek adına merkezi hükümet tarafından alınan kararların zorunlu olması hiçbir şekilde esnekliğe yer bırakmamıştır. Üstelik bu kararların alınma ve duyurulma şeklinin erken uyarılarda bulunmadan, anlık gelişmelerle, aşamalı geçişler sağlanamadan oluşu süreci daha da zorlaştırmıştır.

Bir yandan da COVID-19'un diğer krizlerden farklı olarak küresel ölçekte bir sağlık sorunu olması, ilk kez deneyimlenmiş olması, yüksek düzeyde belirsizlikler içermesi, bireysel ya da işletme düzeyinde eylem alınamıyor olması işletmelerin krizi algılamasında ve yönetmesinde etkili olan diğer faktörler olarak tespit edilmiştir. Bu yüzden aslında merkezi yönetim tarafından verilen uygulaması zorunlu olan kararlar işletmeler için kurtarıcı bir adım olarak görülmüş, bu sırada krizi algılamaları gerçekleşmiştir. Fakat ilerleyen süreçlerde de salgının ne kadar süreceği, kapanma-açılma döngüsünün nasıl işleyeceği konusunda net bilgilere sahip olamamak, belirsizliğin yönetilememesi ve farklı sektörler için farklı uygulamaların gerçekleşmiş olması krizin etkilerini arttırmıştır.

Pandemi boyunca İstiklal Caddesi'nde perakende işletmeleri en az kapalı kalan işletmelerken, yeme-içme sektöründeki işletmelerin yalnızca al-götür ya da eve servis gibi yöntemleri kullanabilmelerine izin verilmiş, İstiklal Caddesi çevresinde çok yoğun bir şekilde yer alan hizmet ve eğlence sektörü için ise bu durum bile geçerli olmamıştır. Özellikle bar, gece kulübü, meyhane ve internet kafe gibi kullanımlar 16 ay boyunca kapalı kalmışlar, kısıtlamalar esnetilse dahi işletmelerin çalışma saatleri ve sokağa çıkma yasağı saatlerinin çakışması nedeniyle akşam ve gece ekonomisine bağlı sektörler için işleyiş aylarca durmuştur. Bu iş yapamama halini sadece eğlence sektörü olarak düşünmemek gerekir, bu sektörün desteklediği hizmet sektörlerine de etkisi büyük oranda yansımıştır. Örneğin, restoran, bar ve otellerde yaşanan kapanma ya da eksik kapasite ile çalışma direkt olarak bu işletmelerin kuru temizlemesini yapan işletmeleri de etkilemiştir. Kısacası, tüm sosyo-ekolojik sistemlerde olduğu gibi, İstiklal Caddesi'nin de bir bileşeni zarar gördüğünde yüksek bağlantılılıktan dolayı diğer bileşenleri de zarar görmüştür. Fakat bu noktada sistemin işleyişinin durmadığını, İstiklal Caddesi'nin hem

çeşitlilik hem yedeklilik açısından oldukça doygun olmasının işlevine devam etmesini sağladığını belirtmek gerekir.

Tam kapanma dışında COVID-19 krizinin işletmeleri en çok ekonomik ve operasyonel sorunlar açısından etkilediği görülmüştür. İşletmeler açısından nakit akışının azalması, hatta birçoğu için kesilmesi fakat kira ve fatura gibi sabit giderlerin devam etmesi en büyük sorun olmuştur. Bazı durumlarda kira giderleri artmış, işletmeler çalışmıyor olsalar da çeşitli vergileri ödemek zorunda kalmışlar, kapalı kalınan süreler başta olmak üzere iş yapma sürecinde aksaklıklar yaşamışlardır. Bir yandan da çalışanların maaşlarının ödenemediği ya da ödenek alabilmeleri için yeterli kıstasların sağlanamadığı durumlarda işten ayrılmalar yaşanmıştır. Çalışanlar tarafında da pandemin en zorlayıcı etmenleri Kısa Çalışma Ödeneği almak için şartları sağlayamamak, alınabilmiş olsa da yeterli olmaması, prim üzerinden çalışanların gelir kaybı, psikolojik ve fiziksel rahatsızlıklar en çok ortaya çıkanlardır.

Krizin etkisinin bu denli yüksek olmasının nedenlerinden birisi de İstiklal Caddesi'ndeki işletmelerin krize hazırlık düzeyinin oldukça düşük olmasıdır. Her ne kadar pandemi öncesinde ekonomik problemler, daha önceki krizlerin etkileri, kullanıcı ve esnaf profilinin değişmesi gibi çeşitli problemler olduğu bilinse ve bu sorunlarla ilişkili krizler bekleniyor olsa da bu kadar uzun sürecek bir sağlık krizinin beklentiler arasında yer almadığı anlaşılmıştır. Özellikle İstiklal Caddesi'nin yakın tarihte yaşadığı ekonomik krizler, terör saldırıları, toplumsal olaylar, doğal afetler, yasal - yönetsel süreçler ve caddenin kendisi ile ilgili problemler düşünülürse yüksek düzeyde kriz deneyimi olduğu için değişim ve belirsizliklere daha açık olması beklenmektedir. Bu örnekte işletmeler her ne kadar İstiklal Caddesi'nde (ve Türkiye'de) şoklara ve krizlere her zaman açık olma hali ve belirsizliği kabul ettiklerini ve benimsediklerini belirtseler dahi bu durum alışılmışın dışında bir güvene, dolayısıyla hazırlıksızlığa neden olmuştur. Yani, pandemiye kadarki süreçlerde sorun her ne olursa olsun, İstiklal Caddesi'nin kısa sürelerde durgunluk yaşamaması, hızlı bir şekilde yeniden toparlama aşamasına geçmesi, başa çıkma kapasitesinin yüksek olduğu inancını geliştirmiştir. Bu inancın gerekçeleri hem işletmelerin önceki kriz deneyimlerinde doğrulanmış hem de Türkün ve diğerlerinin araştırmasında da ortaya konmuştur (Türkün vd., 2021, 2022). Araştırma İstiklal Caddesi'nin son yüz yıldır çok çeşitli değişimler ve krizler

yaşadığı, adaptif döngülerini bir çok kez tamamladığı, ne zaman sistemin zorlandığı düşünülse her dönemin değişen dinamiklerine ayak uydurup, kendini yeniden organize ederek canlandığını ortaya koymuştur. Bu da İstiklal Caddesi'nin başa çıkma ve uyum kapasitelerinin, kısacası dayanıklılığının göstergesi olarak kabul edilmiştir.

Bu konu işletmeler özelinde daha detaylı incelemek gerekirse, öncelikle işletmelerin COVID-19 krizine karşı ürettiği yanıtlar ve kullandığı dayanıklılık kapasitelerine bakmak gerekmektedir. Bu tez, İstiklal Caddesi ve çevresindeki işletmelerin COVID-19 krizine salgının yayılmasını önlemeye yönelik tedbirler olarak ve operasyonel, finansal, mekânsal ve mevcut işletmeden bağımsız alternatif müdahaleler yollarıyla yanıt verdiklerini ortaya koymaktadır. Bulgular, işletmelerin krizle başa çıkmak, yeni koşullara uyum sağlamak ve daha fazla gelişme fırsatlarını değerlendirmek için hükümet tarafından zorunlu kılınan veya işletmelerin gönüllü olarak benimsediği çeşitli acil, geçici veya kalıcı tepkiler geliştirdiğini göstermektedir (Tablo 5.1). Ayrıca, beklenmedik bir şekilde, birçok işletme belirsizlikler ve İstiklal Caddesi'nin dayanıklılığına olan güçlü inançları nedeniyle proaktif önlemler almaktan uzak durarak, “bekle ve gör” yaklaşımını benimsemiştir.

İstiklal Caddesi ve çevresindeki işletmelerin COVID-19 krizine yanıtlarına bakıldığında tüm dayanıklılık kapasitelerinden yararlandıkları açıkça görülmektedir. Sistemlerin şok ve kriz durumunda ilk olarak kullandığı, içinde tamponlama kapasitesini de barındıran ve amacın sistemin devamlılığının sürdürebilmek olduğunu absortif başa çıkma kapasitesi düşüncesi İstiklal Caddesi için de geçerli olmuştur. Sistemin unsurlarının yani işletmelerin tek amacının devamlılığı sağlamak olduğu yanıtlar pandeminin yayılmasını önlemeye yönelik müdahalelerle, operasyonel ve finansal müdahalelerin çoğunda okunmaktadır. Buradaki tek amaç şoka karşı direnç sağlamak ve aslında şokun etkilerini tamponlamak olduğu için işletmelerin mevcut kaynaklara yöneldiği görülmektedir. Bu yanıtlar süresi bakımından anlık ve geçici yanıtlar olmaya eğilimlidir.

Tablo 5.1 İstiklal Caddesi işletmelerinin COVID-19 krizine yanıtları

	STRATEJİLER	SÜRE			TERCİH		AMAÇ		
		Anlık	Geçici	Kalıcı	Zorunlu	Gönüllü	Başa Çıkma	Uyarlama	Yenilik
Pandeminin yayılmasını önlemeye yönelik müdahaleler	Tam kapanma	+	+		+	+	+		
	Açılış – Kapanış Saatlerinde Kısıtlama		+		+		+		
	Hijyen Kuralları	+	+	+	+	+	+	+	+
Operasyonel müdahaleler	Çalışanlarla İlgili Düzenlemeler								
	Çalışan sayısının azaltılması		+			+	+		
	Kısa Çalışma Ödeneği kullanılması		+		+		+		
	Yıllık İzin – Ücretsiz İzin		+			+	+		
	Vardiyalı çalışma		+			+	+		
	Uzaktan Çalışma		+	+	+	+	+	+	
	Farklı Rollerde Çalışma		+			+	+		
	Çalışma Saatlerinde Düzenleme		+		+	+	+	+	
	Satış/Hizmet Kanallarında Çeşitlenme								
	İnternet Üzerinden Satış		+	+		+	+	+	+
	Paket Servis		+		+	+	+	+	
	Gel – Al		+		+	+	+	+	
	Çevrimiçi Hizmet		+	+		+	+	+	
	Evlerde Hizmet		+			+	+	+	
	Alternatif Hizmet/Ürün Geliştirme								
	Pazarlama ve Yönetim Stratejisinde Değişiklik								
	İndirim	+	+			+	+		
	Açık Stok Yönetimi			+		+		+	+
Finansal müdahaleler	Maliyetleri Azaltma	+	+	+		+	+		
	Bireysel Birikimleri Kullanma	+	+			+	+		
	Aile Kaynaklarını Kullanma		+			+	+		
	Borç Alma		+			+	+		
	Kredi Çekme		+			+	+		
	Devlet Tarafından Sağlanan Destek ve Teşvikleri Kullanma				+	+			
	İşletmeyi Devretme					+	+		
Mekânsal müdahaleler	İşletme İçinde Mekanların İşlevinin Değişmesi		+			+	+	+	
	Kalıcı Mekân Değişiklikleri			+		+		+	+
	İşletme İçinde Tadilat ve Dekorasyon Değişikliği			+		+		+	+
İşletmeden bağımsız alternatif müdahaleler	Alternatif İş Alanlarına Yatırım Yapma			+		+			+
Eylemsizlik	Pasif Bekleyiş	+	+			+	+		



Başka çıkma kapasitesinin çeşitli yollarla ve düzeylerde zorunlu veya gönüllü olarak kullanıldığı gözlemlenmiştir. İşletmelerin deneyimleri, kriz sırasında merkezi ve yerel yönetimler tarafından uygulanan politikaların etkisini açıkça ortaya koymaktadır. Özellikle, sektörlere ve işletme ruhsatlarına göre değişkenlik gösteren kapanma süreleri ve çalışma saatleri gibi düzenlemeler, krizin etkilerini artırmış ve işletmeler arasında derin bir eşitsizliğe yol açmıştır. Bu düzenlemeler genellikle zorunlu olarak uygulanmış ve işletmelerin kapanma, çalışma saatlerinde düzenleme, hijyen kurallarına uyum, çalışan düzenlemeleri, satış ve hizmet kanallarında çeşitlenme gibi müdahalelerde bulunmalarını zorunlu kılmıştır.

Başlangıçta işletmeler maliyetleri azaltmayı tercih ederken, yetersiz kaldıkları durumlarda bireysel birikimlere veya aile kaynaklarına başvurmuşlardır. Bu kaynaklar da yetersiz kaldığında, özellikle mikro ve küçük işletmeler borçlanma yoluna gitmiştir. Devlet tarafından mevcut borçların ertelenmesi ve kredi teşvikleri sağlanmış olmasına rağmen, bu teşvikler İstiklal Caddesi'ndeki işletmeler için yeterince destekleyici olmamıştır. Ayrıca, yüksek kira giderleri gibi alana özgü düzenlemelerin olmaması ve ülke genelinde uygulanan kurallara sorgusuz bağlı kalınması, krizin etkilerini daha da artırmıştır.

İşletmelerin absortif başa çıkma kapasitelerinin sürdürülebilirliği, yüksek ölçüde giderlerle ilişkilidir. Mülk sahibi, düşük kira ödeyen veya finansal sermayesi yüksek olan işletmeler, krizin etkilerine daha fazla direnç gösterebilmektedir. Buna karşılık, giderleri devam eden ve devlet desteklerinden faydalanamayan mikro ve küçük işletmeler, daha fazla zorluk yaşamıştır. Bu bağlamda, başa çıkma kapasitesi yüksek olan işletmelerin gelecekteki krizlere karşı daha hazırlıklı olduğu görülmüştür.

İstiklal Caddesi ve çevresindeki işletmelerin yararlandıkları ikinci dayanıklılık kapasitesi uyarlanabilir kapasiteleridir. COVID-19 pandemisi daha önce yaşanan krizlere benzemediği ve insan sağlığı açısından hayati önem taşıdığı için etki süresi uzamış, işletmelerin başa çıkma kapasiteleri ancak belirli bir aşamaya kadar yeterli olmuştur. Tam kapanma kararına son verildiği noktada ya da hiç kapatmayan fakat zorlanan işletmeler düşünüldüğünde pandeminin etkilerine uyum sağlamak bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu aşamada temel hedef yine işlevi sürdürmek fakat bir dirençten daha çok, küçük ve artırımlı değişikliklerle işlevi sürdürebilmek olmuştur. Bu kapasite kullanılırken tıpkı başa çıkma kapasitesinde olduğu gibi

müdahale edilen sistemin kimliği değişmemektedir. İstiklal Caddesi örneği için işletmelerin hijyen kurallarına uyum sağlaması, uzaktan çalışmaya geçilmesi, internet üzerinden satış, paket servis ya da gel-al gibi yöntemlerle satış/hizmet kanallarında çeşitlenmelere gidilmesi ve işletme içinde mekânsal müdahalelerde bulunulması gibi yanıtlar uyarlanabilir kapasitelerinin göstergeleridir.

Sosyo-ekolojik sistemlerde değişime yalnızca yanıt vermek tek yönlü ve dirençle beslenen bir eylemken, değişimi şekillendirme kapasitesine sahip olmak uyarlanabilir kapasitenin temeli olarak görülmektedir. Bu örnekte uyum kapasitesi kullanan işletmelere bakıldığında, ancak sınırlı sayıda işletmenin uyum sağlamaktan daha fazlasını yaptığı ve yenilikçi müdahalelerde bulunduğu gözlemlenmiştir. Örneğin, çevrimiçi satışa geçmek kimi işletmeler için yalnızca kısa süreli bir başa çıkma mekanizmasıyken, kimi işletmeler bu yöntemi mevcut şartlara uyum sağlanmak için kullanılmış, kimisi ise ilerleyen süreçlerde bu müdahaleyi kalıcı hale getirmiştir. Fırsatları değerlendirmek isteyen işletmeler mevcut işlerine ek olarak alternatif alanlara yatırımlar yapmışlar ya da kapanmalar fırsat bilinerek mekân içinde değişiklikler yapma yoluna başvurmuşlardır.

Dayanıklı sosyo-ekolojik sistemler için tanımlanan üçüncü kapasite dönüştürücü kapasitedir. Sistemlerin başa çıkma ve uyum kapasitelerinin yetmediği yerde dönüşerek yeni bir sistem yaratması dayanıklılık özelliklerinden birisidir. İstiklal Caddesi'nin genel dayanıklılığına bakıldığında şimdiye kadar oldukça fazla değişim ya da kriz yaşamış olmasına rağmen hiçbir zaman böyle bir kapasite kullanmadığı, daha doğrusu diğer iki kapasitesinin yüksekliğinden dolayı kullanmasına gerek duyulmadığı anlaşılmaktadır. Daha önce belirtildiği gibi, İstiklal Caddesi zaman zaman rijit hale gelse, şoklarla ve darboğazlara girse de her zaman uyum kapasitesini kullanabilmiş ve bu sayede 150 yılı aşkın süredir alışveriş caddesi olma özelliğini sürdürebilmiştir. COVID-19 krizinde işletmeler düzeyinde dönüştürücü kapasitenin kullanılması ancak işletmelerin devredilmesi ya da kapanması ile gözlemlenmiştir. İşletmelerin kapanması ya da devredilmesi her ne kadar işletmeler için olumsuz bir deneyim olarak görünse de herhangi bir sistemin gerektiği durumlarda bu denli büyük kararlar alabilmesi ve dönüşümü bilinçli bir yolla şekillendirebilmesi dayanıklılığın olumlu kapasite kullanımına örnektir. Bu nedenle bahsedilen müdahaleler hem bir başa çıkma hem de dönüştürücü kapasite olarak değerlendirilebilirler.

İstiklal Caddesi ve çevresindeki işletmelerin tüm bu yanıtlarına ve kullanılan kapasitelerine ek olarak dikkat çekici bir seviyede krizi görmezden gelmeye çalışan, eylemsiz kalan ya da “bekle ve gör” yaklaşımını benimseyen örneklerle de rastlanmıştır. Bu pasif tepkilere bakıldığında durumun önemini algılayamamak, kadercî yaklaşmak ve pandeminin daha önceki krizlere benzememesi nedeniyle ne kadar süreceği ile ilgili belirsizlikler taşıması en büyük nedenlerken bir yandan da nakit akışının olmaması işletmeleri eylemsiz kalmaya zorlamıştır. Bu tür tepkiler her ne kadar işletmelerin krizi geçirmelerini sağlamış olsa ve herhangi bir zarar vermemiş gibi görünse de aslında daha derinde bir zarar vererek öğrenmeyi engellemektedir. Bu eylemsizlik hali krizin öğrettiği ve belki de ilerlemeyi sağlayacak olanı engellemekte, bir yandan da gelecek krizlere hazırlık düzeyini düşürmektedir.

Tüm müdahale stratejileri göz önünde bulundurulduğunda işletmelerin yanıt üretmesinde karakteristikleri önemli bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. İşletmenin sektörü ve faaliyeti, devlet tarafından zorunlu kılınan kapatmalar nedeniyle en önemli ayırt edici özellikler olmuş, İstiklal Caddesi'ndeki eğlence ve hizmet işletmeleri diğerlerine göre daha büyük zorluklarla karşılaşmışlardır. İşletmenin büyüklüğü ise hem devletin destek ve teşviklerinden yararlanma hem de risk alma kapasitesini belirleme açısından etkili olurken mikro ve küçük işletmeler genellikle geçici stratejileri tercih etmiş, önemli riskler almadan krizle başa çıkmaya çalışmış ya da kriz öncesi koşullara dönmeyi beklemişlerdir. Öte yandan, daha güçlü mali imkânlarla sahip orta ve büyük ölçekli işletmeler ise uzun vadeli stratejileri uygulamada ve fırsatları değerlendirmede daha başarılı olmuşlardır. Büyük ölçekli işletmelerin stratejilerine ilişkin bulgular sınırlı olmakla birlikte, kurumsallaşma ile desteklenen işçi haklarına bağlılıkları olumlu değerlendirilmektedir. Fakat bu tür işletmeler ve çalışanları, krizin gidişatına göre ana alışveriş caddelerinden hızlı çıkış kararları verebildikleri için diğer işletmelerin aksine İstiklal Caddesi'ne güçlü bir yer bağlılığı göstermedikleri anlaşılmaktadır. Tüm bunlara ek olarak, işletmelerin kuruluş yılları, işletme sahibi ve yöneticilerinin çalışma yılları ve İstiklal Caddesi'ndeki kriz deneyimleri kritik kararların alınmasında oldukça etkili faktörler olarak ortaya çıkmıştır. Özellikle mikro ve küçük işletmeler için ikili diyaloglar sayesinde müşteri tabanına yakın olmaları, değişimleri daha hızlı sezebilmeleri, deneyimlerinden dolayı hafızayı

kullanabilmeleri gibi unsurlar krizden doğan fırsatları görmelerini sağlamış olsa da yetersiz sübvansiyonlar nedeniyle harekete geçmekte zorlanmışlardır. Ayrıca, İstiklal Caddesi ve çevresindeki sınırlı mülk sahipliği, yüksek kiraların etkisi ile mali zorlukların üstesinden gelmede kritik bir faktördür.

Sosyo-ekolojik sistemlerdeki birbirine bağlı düzeyleri ve bu düzeyler arasındaki çok düzeyli etkileşimleri ifade eden panarşi kavramına dayanan bu tez ana alışveriş caddelerini odak sistem, bu caddelerde yer alan işletmeleri ise mikro düzey sistem olarak ele aldığı için işletmelerin mikro dayanıklılıkları hakkında da bulgular elde edilmiştir. Bu bulgular önce işletmelerin krize oluşturdukları yanıtlarla anlaşılmaya çalışılmış fakat kapsam nedeniyle sınırlı yorum geliştirilebilmiştir. Bu eksikliği tamamlamak adına işletmelerin kendi dayanıklılıkları hakkında oldukça öznel yorumlarına ve algısal dayanıklılık değerlendirmelerine başvurulmuştur.

Tıpkı, COVID-19 krizine verilen yanıtlardaki gibi işletme karakteristiği işletmeler tarafından da önemli bir dayanıklılık bileşeni olarak tanımlanmaktadır fakat genelleme yapılamayacak çeşitlilikte farklı bakış açıları vardır. Örneğin, krize verilen yanıtlarda daha büyük işletmelerin finansal ve beşerî sermayesi yüksek olduğu için küçük işletmelere karşı daha dayanıklı olduğu anlaşılmışken, burada mikro ve küçük işletmelerin giderlerinin azlığından dolayı daha dayanıklı olduklarına inandıkları görülmüştür. Büyüklüğün yanı sıra işletmelerin sektörü, yaşı, tipi, şube sayısı, iş yapma şekli, marka gücü, mülk sahipliği/kiracılık, çalışanların kalitesi ve deneyimi yine çeşitlilikle cevap verilen diğer karakteristik özelliklerdir.

İşletme karakteristiğinden daha da önemlisi, işletmeler krizle başa çıkma kapasitelerini arttırıcı en önemli özelliği müdavimlerinin olması olarak tanımlamışlar, müşterileri krizin yükünü paylaşmada önemli birer paydaş olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Bunu takiben işletmelerin köklülüğü dolayısıyla deneyimi, finansal birikimleri, bu birikime bağlı olarak alternatif yatırımların varlığı, iş ilişkileri, mekânsal köklülükleri, onların tabiriyle oturmuşlukları dayanıklılıklarında diğer önemli etkenlerdendir. Bir yandan da işletmenin bir kültürünün olması, tutumu, değerler bütünü, müşterilerle kurdukları ilişki, sunulan ürünün/hizmetin kalitesinin korunması, çalışan haklarının korunması gibi çok yönlü cevaplar alınmıştır. Bu çalışmada ayrıntılı olarak incelenmemiş olsa da işletme özelliklerinin yanı sıra, işletme sahipleri ve yöneticilerin dayanıklılığı ve

Çalışanların benimsediği bireysel stratejiler, ana alışveriş caddelerdeki işletmelerin krize müdahale stratejilerini zenginleştiren diğer faktörlerdir. Ve son olarak, elbette, konumu, erişilebilirliği, müşteri portföyünün genişliği, tarihselliği ve canlılığı nedenleriyle İstiklal Caddesi'nde olmak da en önemli dayanıklılık arttırıcı özelliklerinden birisidir.

Kısacası, işletmelerin COVID-19 krizine verdikleri yanıtlar başa çıkma kapasitelerini zorunlu ya da tercihen sıklıkla kullandıklarını, uyarlanabilir kapasitelerini geçici olarak kullanmaya daha eğilimli olduklarını, fırsatlardan yeterince yararlanamadıklarını, dönüştürücü kapasitelerini ise oldukça sınırlı derecede kullandıklarını göstermiştir. Özellikle işletmelerin uyarlanabilir kapasitelerinin İstiklal Caddesi'nin uyarlanabilir kapasitesi ile karşılaştırınca beklenenden daha düşük kullanıldığı gözlemlenmiştir. Bunun altında yatan nedenler dayanıklılık inşası için tartışmaya değerdir.

Sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığından bilinmektedir ki, uyarlanabilir kapasiteler yalnızca sistemin kendisi ile ilgili değil, vresi ile kurduğu ilişkilerle de beslenir, ki bunun yansımaları işletmelerin öz dayanıklılık değerlendirmelerinde görmek mümkün olmuştur. İstiklal Caddesi'nin unsurlarının birbirleri ile geliştirdikleri ilişkileri daha geniş çerçevede ele almak, krizin yükünü paylaşmada hangi aktörlerin etkin rol aldığını tespit etmek ve destek mekanizmalarını tanımlayabilmek adına sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığının toplumsal olanı daha çok ilgilendiren özellik, bileşen ve ilkelerinden yararlanılmıştır.

Öncelikle aktörlerin birbirleri arasındaki ilişkisel ağlara bakılmış, bu sayede farklı çıkarlara sahip aktörlerin kriz anında birbirleri ile ne kadar dayanışma içinde olduğu ve krizin yükünü paylaşıp paylaşmadıkları bilgisine ulaşılmıştır. İşletmeler için en önemli ve değer verdikleri ilişkinin müşterilerle kurulduğu, özellikle mikro ve küçük işletmelerin kriz sırasında ayakta kalabilme sebeplerinden birisinin müdavim müşterilerin devamlılığı olduğu anlaşılmıştır. Çift yönlü olan bu ilişki yine işletmelerin çalışanlarıyla kurdukları ilişkide de devam edebilmiş, kriz sırasında işletmeler çalışanların haklarından faydalanmaları ve gelir elde edebilmeleri için gerekli özeni göstermişlerdir. Çalışanların da işyerlerine duydukları bağlılık dolaylı olarak İstiklal Caddesi'nin dayanıklılığına olumlu etki etmektedir.

Krizin yükünü paylaşma konusunda en çok beklenti yeterince düzenleme olmadığı için kiracı işletmeler ve mülk sahipleri arasında olmuştur. Kiraların kapalı kalan sürelerde alınmaması, geçici süreyle ertelenmesi ya da normal seyrinde devam etmesi gibi farklı uygulamalar gerçekleşmiş, tamamen mülk sahibinin inisiyatifine bağlı bu desteğin seviyesini önceden kurulan ilişkiler, mülk sahipliğinin türü, kiraların yüksekliği ve dayanışma duygusu belirlemiştir. Gelir kaybetmeyen ya da krize hazırlıklı olan kiracıların krizi kullanarak mülk sahibi üzerinde bir baskı yaratmaması da dayanışmanın bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Tüm bu ilişkilerde işletmelerin büyüklükleri bir etkenken, işletmelerin diğer işletmelerle ya da esnafların esnaflarla ilişkisi işletmelerin konumu ile de ilişkili çıkmıştır. Zincir işletme olsun ya da olmasın İstiklal Caddesi üzerinde bulunan işletmelerin diğer işletmelerle ilişkilerinin çok sınırlı düzeyde olduğu ve oldukça bireysel hareket ettikleri, ara sokaklarda ise mikro ve küçük işletmeler arttıkça bu ilişkinin ve tanışıklığın arttığı, birbirlerini daha çok destekledikleri, sosyal hayatta beraber zaman geçirdikleri ve karşılıklı güvenin yüksek seviyede olduğu anlaşılmıştır.

Uyarlanabilir kapasitenin kolektif eylemlerden beslendiği fakat bu örnekte yeterince kolektif çabayla karşılaşmadığı, tüm bu aktörlerin ilişkilerinin ancak ikili diyaloglar halinde olduğuna dikkat çekmek gerekmektedir. Zaten işletmelerin kriz anında oldukça düşük iletişim ağı kullanması, bireysel olarak da karar alma süreçlerine ve eylemlere katılımlarının neredeyse yok denecek kadar az olması bu bulguyu desteklemiştir. Öyle ki, işletmelerin üye oldukları, odalar, dernekler ya da diğer sivil toplum kuruluşları sorulduğunda pandemi süresince neredeyse hiçbir iletişime geçmediklerini, geçseler de destek alamadıklarını, oldukça tekil örneklerle kapanma kararlarına ve esnafların sorunlarına karşı eylemde bulundukları anlaşılmıştır. İstiklal Caddesi çalışanlarının eyleme katılmama nedenleri yalnızca paydaş bir kurum bulamamaları ya da sivil toplum kurumlarına duydukları güvensizlik değil, aynı zamanda eylem yapmanın kişisel yaşamlarına katkı sağlamayacağına inanç, bu süreci dertli bir deneyim olarak görmeleri, şiddet içeren müdahalelerin riskleri ve ayrımcı tutuma maruz kalacaklarını düşünmeleri ve daha da kötüsü eylem yapmayı bir hak olarak görmeme sebepleri de yatmaktadır.

Ana alışveriş caddelerinde dayanıklılığı güçlendirmenin en önemli bileşenlerinden birisi sosyo-ekolojik sistemlerde olduğu gibi çıkar grupları arasında gücü dengeleyen kurumların ve ağların varlığıdır (Berkes vd., 2002b). COVID-19

krizinde ülkelerin benimsediği sağlığa dair, insani ve sosyo-ekonomik politikalar toparlanmanın hızı ve gücünü belirlemiştir. Türkiye’de de COVID-19 salgınının ağırlıklı olarak ekonomi ve istihdam üzerindeki etkisini hafifletmek için merkezi yönetim aracılığıyla mevcutta var olan bir takım araçlar uyarlanmış ya da pandemi için yeni düzenlemeler yapılmıştır. İyi liderlik, süreci yönetebilme, güven oluşturabilme ve kapsayıcı olma gibi özelliklere sahip olması gereken merkezi yönetimin COVID-19 pandemisi ve işletmeler bağlamında dayanıklılığa katkısı bulunabilecek tek etkisinin ekonomik destek ve teşvikler olduğu anlaşılmaktadır. Fakat İstiklal Caddesi örneği göstermektedir ki, özellikle büyük kent merkezlerinde yer alan ana alışveriş caddeleri için bu araçlar da oldukça yetersiz ve işlevsiz kalmıştır.

Farklı işletme türleri arasında en yaygın olarak yararlanılan destek aracı vergi ve sigorta primlerinin ertelenmesi olmuşken, desteğin yalnızca ertelemek üzerine olması ve herhangi bir kalıcı çözüm sunmaması eleştirilmiştir. Diğer destek ve teşviklerden yararlanma konusunda ise yararlanma kriterlerinin yeterince sistematik ve kapsayıcı olmaması, uygulamaların çok hızlı bir şekilde devreye girerek gerçek ihtiyaç sahiplerine ulaşmaması ve verilen desteklerin yetersiz olması alınan bilgiler dahilindedir. Örneğin, devlet tarafından kiracı işletmelere verilen aylık destek İstiklal Caddesi üzerindeki işletmelerinin kiralarının ancak %2-3’üne denk gelecek seviyede kalmıştır, işletmeler desteğe başvuru dahi yapamamışlardır.

Devletin tüm işletmeler için en etkin teşviki kredi kullanabilmek üzerine olmuş ve araştırma kapsamındaki işletmelerin de yarıya yakını yararlanmıştır. Fakat burada da mikro ve küçük işletmelerin kredi çekmeyi tercih etmeyerek, kredi yerine bireysel birikimler kullanma, borç almayı ve hatta en kötü ihtimalle bireysel varlıklarını satarak finansal sermayeye ulaşmayı tercih ettikleri anlaşılmıştır. Yine bu teşvik de ödemelerin yalnızca süresinin ertelenmesi, var olan borcu daha da arttırması bakımından yeterli desteği sağlayamamıştır. Aynı zamanda kredilerin doğru sektörlere yönlendirilip yönlendirilmediği ve firma büyüklüğüne göre bu teşviklerden yararlanma durumu da eleştirilere konudur (Gur vd., 2023).

Çalışanlar açısından bakıldığında ise Kısa Çalışma Ödeneği en sık kullanılan destekken kayıt dışı ya da kısa süreli çalışanları kapsamaması, karşılıksız bir ödenek olmaması, uygulandığı dönemlerde çalışanların sigorta primlerinin yatırılmamış olması ve yetersiz olması gibi konular ön plana çıkmaktadır.

Anlaşılabacağı üzere İstiklal Caddesi örneğinde COVID-19 krizine karşı devletin destek ve teşvik mekanizmaları oldukça düşük seviyede kalmıştır. Yalnızca ekonomik desteklerde değil, genel bir değerlendirme ile merkezi ve yerel yönetimlerin desteğini yeterli bulunmamıştır. Daha önce de belirtildiği gibi kapanma kararı ve uygulamalarının belirsizliği, toplum ihtiyaçlarının doğru tespit edilmemesi, afet gibi durumlar için devletin yeterince ekonomik birikiminin olmaması gibi görüşlerle kriz hazırlığının bulunmadığı mesajı elde edilmiştir.

Tüm bunlara ek olarak, merkezi yönetime ve hatta yerel yönetime yapılan asıl vurgu eşitsizliğin bu kurumların aracılığıyla dengelenmesi bir yana, uygulanan politikalarla eşitsizliğin arttırıldığı üzerine olmuştur. İşletmeler COVID-19 krizinde kapanma kararlarının ve uygulamaların sektörlere ve işletmelere göre değişmesini eşitsizliğin en temel nedeni olarak belirlemişlerdir. Ayrıca sektör fark etmeksizin yabancı işletmeler ve yerli işletmeler arasında uygulama farkı olduğunu belirtirken, kullanıcı düzeyinde de turistlerin sokağa çıkma yasağının olmamasını eşitsizlik olarak kabul etmişlerdir. Devletin sağladığı destek ve teşviklerden yararlanma kriterlerinin kapsayıcı olmaması, çalışanlarla ilgili düzenlemelerin bir çok çalışanı dışarıda bırakması, kiracılıkla ilgili alana özgü herhangi bir düzenlemenin yapılmaması, belediyenin ruhsatla ilgili bir düzenleme yapmaması ve denetleme yaparken tutunduğu farklı tavırlar gibi birçok farklı boyutta uygulamanın eşitsizlikler ürettiği anlaşılmaktadır. Daha önce de var olan fakat işletmelerin iş yapma kapasitelerini etkilemeyen eşitsiz uygulamalar COVID-19 krizi ile daha da görünür olmuştur. Tüm bu deneyimlerden anlaşılmıştır ki, pandemi süresince işletmelerin gelir kayıpları tüm sektörler için ortaklaşa bir sorunken, bu kaybın devamlılığı alınan politikalar yoluyla ortaklaşa olmaktan çıkmıştır. Sosyal adaletin sağlanamadığını düşünen işletmelerde yer duygusu ve topluluk hissi giderek azalmaktadır.

Sonuç olarak, İstiklal Caddesi ve çevresindeki işletmelerin COVID-19 krizine karşı gösterdiği dayanıklılık kapasitelerinde etkin olan mekanizmaların oldukça sınırlı olduğu, işletmelerin dayanıklılık kapasitelerini kullanmada ve ayakta kalmalarındaki en önemli unsurların İstiklal Caddesi'nin dayanıklılığı, işletmelerin bu dayanıklılığına olan inançları ve bireysel çabaları olduğu görülmektedir. Bu süreçte yeterli kurumsal desteğin alınamamış olması, merkezi yönetim düzeyinde sunulan destek ve teşviklerin işlevsizliği ve yerel yönetimlerin oldukça pasif

kalarak yalnızca denetim yapması çok düzeyli eşitsizlikler yaratılmasında etkili olmuştur.

• 3. Araştırma Sorusu

Buradan hareketle tezin İstiklal Caddesi'nin dayanıklılığı ile ilgili diğer araştırma sorusu cevaplanabilir: *“İstiklal Caddesi'nin mevcut durumunda itici rol oynayan hangi unsurlar, aktörler ve eylemler bulunmaktadır? Bu durum gelecekteki olası krizler ve yörüngeler hakkında hangi ipuçlarını vermektedir? Sistemin hangi unsurları korunmaya değer ve dayanıklılık inşasını kolaylaştırırken, hangi unsurları kırılganlıklara neden olmaktadır?”*

Etkileri ne kadar yüksek olsa da İstiklal Caddesi'nin pandemi karşısındaki toparlanması bir o kadar hızlı ve agresif gerçekleşmiş, insanların sosyalleşmeyi ve deneyime bağlı aktiviteleri özlemiş olması özellikle yeme-içme-eğlence sektörüne ve kültürel etkinliklere olumlu yansımıştır. Caddenin genel görünümünde 2023 yılında artan ayaksayısı, kira değerlerinin hızlı yükselişi ve boşluk sayılarının azalması bunun en önemli göstergeleri olarak kabul edilebilir. Yine de bu göstergeler olumlu bir tablo çiziyor ve caddenin adaptif döngüsünde yeniden yükselişe geçilen bir dönemde olduğu hakkında fikir veriyor olsa da İstiklal Caddesi'nin gelecekle ilgili potansiyeller taşıyan mevcut durumlarının tespiti gelecekteki zararları öngörmek, etkilerini azaltmak ve uyarlanabilir önlemler almak için önemlidir.

Araştırma kapsamında İstiklal Caddesi ve çevresi için iki ana problem alanı tespit edilmiştir. İlki değişimler ve dönüşümlerin yarattığı tektipleşme eğilimi, ikincisi ise güvensizlik, kuralsızlık ve denetimsizliğin artmasına neden olan yönetim sorunudur. İlk olarak, İstiklal Caddesi'nin kimlik öğelerinden birisi olarak kabul gören ve önemli bir uyum sağlama göstergesi olan değişim vurgusu bu kez rahatsız olunan bir olguya dönüşmüştür. İstiklal Caddesi'ni son yıllarda oldukça sık ziyaret eden Ortadoğulu turist profili pandemiden önce ve pandemi sırasında ekonomik kalkınma için büyük bir hoşgörüyü karşılanmıştır. Fakat giderek azalan Avrupalı turist ve yerli kullanıcılar bu kullanıcı profilinin homojenleşmesine yol açmış, mevcut turist profili artık bir rahatsızlık olarak görülmeye başlanmıştır. İstiklal Caddesi'nin en büyük zenginliği çeşitliliği ve yedekliliğidir. Farklı aktörler, işlevler, işletmeler, deneyimler, kültürler, müşteri profili, hedef kitle, hafıza, anılar

anlamında müthiş zengin bir altyapı sunmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken husus dengenin sağlanmasıdır. Bu örnekte bir zaman dilimindeki dayanıklılığın bir sonraki dönemin pahasına kazanıldığı, geçmişte uyum sağlama aracı olarak değerlendirilen aktörlerin günümüzde kırılganlığa neden oldukları anlaşılmaktadır.

Elbette, konu yalnızca turist profilinin değişimi ile ilgili değildir. Bu değişim sıklıkla kalite düşmesi ile beraber nitelendirilmiş, işlev değişimi ve el değiştirmeler ile yüksek oranda ilişkili görülmüştür. İstiklal Caddesi'nin yüksek uyum kapasitesi caddedeki işlevlerden mağazalara, sattıkları ürünlerin tipine, hizmetlerin kalitesine ve mülk sahipliğinden işletmelerin sahipliğine kadar değişim olarak yansımıştır. Ne yazık ki, perakendenin ve hizmetlerin bu denli etnikleşmesi yerel halk ya da çeşitli profiller yerine belirli bir grubun tercih edeceği ürünlere geçişi sağlamış, bu durum ekonomik kriz ile de birleşince özellikle yerli kullanıcı üzerinde büyük bir önyargıya ve caddeden ayak çekilmesine neden olmuştur. Sosyo-ekolojik sistemlerde işlevsel grupların kaybının herhangi bir bozulma sonrasında yeniden organize olma yeteneğinde önemli derecede bir düşüşe neden olacağı kabul edilir (Folke, Carpenter, vd., 2002). İstiklal Caddesi örneğinde bu bilgi yerli kullanıcının pandemi öncesine göre çok daha azaldığı, dolayısıyla daha çok bu kitleye hizmet veren mikro ve küçük işletmelerin pandemi sonrasında toparlanamadıkları ya da daha yavaş toparlandıkları bilgisi ile doğrulanmıştır. Elbette, yine sistemin bir parçasındaki eksiklik İstiklal Caddesi'nin yüksek çeşitliliği ve yedekliliği nedeniyle bir süre daha işlevini devam ettirmesine engel değildir, göstergeler de bunu anlatmaktadır fakat bu eksikliğin gelecekte başka türlü sorunları beraberinde getireceği öngörülmektedir. Daha şimdiden sinemaların kapanarak otellere, çay ocaklarının nargile kafelere, meyhanelerin gece kulüplerine, ofislerin geçici kiralık konutlara dönüştüğü fark edilen İstiklal Caddesi ve çevresinde işlevlerin ve aynı zamanda esnaf profilinin değişimi kimliğine uzun vadede zarar verecek şekilde yol izlemektedir. Bu yorum araştırma kapsamında çok önemli sayıda işletme sahibi, yöneticisi ve çalışanın yer hissi ve topluluk duygusunun azaldığı bilgisinden de destek almaktadır. Özellikle küçük esnafın bir tür yer duygusunu belirten ahlaki sahiplik kavramından da giderek uzaklaştıklarını belirtmek gerekir.

Tektipleşme eğilimi bağlamında İstiklal Caddesi ve çevresi için kırılganlık yaratabilecek bir diğer olgu küçük esnafın giderek yok olmasıdır. Mevcut müşteri profilinin zincir mağazaları daha çok tercih ettiği, mikro ve küçük işletmelerle yerel

ürünlere yeterince katkı sağlamadığı anlaşılmıştır. Üstelik İstiklal Caddesi üzerinde daha önceleri zemin katlarda görülmeye alışkın olunan zincir mağazalar üst katlara ve yan binalara doğru genişlemekte, üst katlarda yer alan ofis kullanımları başta olmak üzere hizmetler sektörü ve tek ürün grubu temelli perakendecileri yerinden etmektedir. Bir yandan da cadde üzerinde eskiyen yapı stoku çeşitli mülkiyet problemleri, maliyetler ya da hukuki süreçler nedeniyle yenilenememekte, atıl durumda kalmakta ya da depo gibi aktif olmayan kullanımlara dönüşmek zorunda kalmaktadır. Bu nedenlerle ve/veya kira artışları nedeniyle arka sokaklara ya da başka semtlere taşınmak zorunda kalan küçük işletmeler yerli kullanıcı profiline de giderek azalmasıyla büyük sorunlarla baş etmek zorunda kalmaktadırlar. Üstelik İstiklal Caddesi üzerinde gerçekleştirilen tekil dönüşüm projeleri giderek arka sokaklarda da görülmekte, parsel bazlı dönüşüm ya da bina düzeyinde yenilemelerle yine küçük esnafın sıklıkla yer aldığı yapılar genellikle konaklama kullanımlarına dönüşmektedir. Bu dönüşüm elbette İstiklal Caddesi ve çevresindeki mülk sahipliğinin yatırım amaçlı olması, mülkün kullanım değerinden çok ekonomik değerinin önemsenmesi ve tüm yasal ve yönetsel süreçlerin de bu dönüşümü desteklemesiyle hız kazanmaktadır. Örneğin, İstiklal Caddesi ve çevresi için geçerli olan planlama kararlarında neredeyse tüm bölgenin Ticaret - Hizmet - Turizm gibi içeriği oldukça geniş bir lejantla tanımlanması bölgeyi tamamen piyasa şartlarının ve mevcut eğilimlerin belirlemesine, tektipleşmenin önüne geçmek yerine çeşitliliği oldukça düşürecek bir yöne doğru teşvik etmektedir. Bu gidişat cadde hafızası için önemli birçok işletmenin kaybına neden olmaya devam etmekte ve yine yer duygusunun kaybolmasında önemli bir tetikleyici olmaktadır. Bilinmektedir ki, aynı adreste yıllarca ayakta kalabilen işletmeler hem bir istikrar göstergesidir hem de topluluğun sosyal ve kültürel yeniden üretimini desteklemektedirler (Zukin vd., 2015).

Tez kapsamında İstiklal Caddesi için tanımlanan sorunlardan bir diğeri var olan canlılığın karakteri, güvenlik sorunları, kurlsızlık ve denetimsizliktir. İstiklal Caddesi bulundurduğu işlevler ve her daim yaşayan görünümüyle canlılığın ve yaşayabilirliğin oldukça yüksek olduğu bir ana alışveriş caddesidir. Bu canlılığa etkisi olan unsurlar işletmeler gözünden değerlendirildiğinde, özellikle sokak aktörleri olarak adlandırabileceğimiz caddede var olmayı tercih eden müzisyenler, satıcılar, çocuklar, evsizler ve dilenciler oldukça olumsuz olarak

nitelendirilmektedirler. Canlılık ve sokak aktörlerinin çeşitliliği caddenin bir kimliği olarak düşülebilecekken bu denli rahatsızlık olarak görülmesi ve başıboşluk olarak değerlendirilmesi aktörlerin uygun olmayan davranışları, kalitesiz ürün ve hizmetleri, yer seçimleri, verdikleri güvensizlik hissi ve denetimsizlik ile ilişkilendirilmiştir.

İstiklal Caddesi ile ilgili sorunlar tanımlanırken sokak aktörlerine mülteci kullanıcıların da dahil edildiği anlaşılmıştır. Hem bu eylemleri gerçekleştiren hem de performans izleyicisi olarak konumlandırılan ve kuru kalabalık olarak nitelendirilen bu grubun sıklıkla taciz, sarkıntılık, kavga, yaralama, hırsızlık gibi sosyal sorunlar ve güvenlik problemleri ile anılması dikkat çekmektedir. Öyle ki, bu durumdan rahatsız olan görüşmeciler ailelerini bu çevreye getirmeyi tercih etmediklerini belirtirken kendilerinin de artık caddeyi mecbur kalmadıkça kullanmadıklarını bildirmişlerdir. Yüksek düzeyde güvenlikle ilgili bu sorun caddedeki polis sayısı ile de çözülememekte, üstüne üstlük bu durumun güvensizlik algısını daha da yükselttiğine inanılmaktadır. İstiklal Caddesi çevresinde arttığı iddia edilen fuhuş ve dolandırıcılık gibi eylemlerinin de caddenin kimliğine zarar verdiği ve kaliteli müşteri kitlesine mal olduğunu anlaşılmaktadır. Bu eylemlere işletme düzeyinde ruhsatsız işyeri açmak, vergi vermemek, daha az vergi vermek için yabancı işletme ruhsatı alınması, ruhsatta yazan açılış-kapanış sürelerine uyulmaması, alkol ruhsatı olmayan işletmelerin alkol satması ve rüşvet verilmesi gibi daha kronik sorunlar eşlik etmektedir.

Bu dinamikleri belirleyen itici güçlerin ne olduğuna bakmak gerekirse tüm bu problemlerin tamamını bir yönetim sorunu olarak değerlendirmek mümkündür. Araştırma kapsamında İstiklal Caddesi'nin İBB'nin yetki alanında olup çevresindeki sokakların Beyoğlu Belediyesi'nde olmasının hizmetleri, hizmetlerin süresini ve muhatapları etkilediği; caddedeki güvenlik sorunlarının ve düzensizlik şikayetlerinin zabıta ve polis arasında yetki sorunları oluşturduğu; Beyoğlu Belediye'sinin pandemi sırasında ve sonrasında eşitsizlik yaratan denetimler uyguladığı ve bazı ayrıcalıklı kesimlerin faaliyetlerine göz yumduğu gibi çeşitli iddialar gün yüzüne çıkmıştır. Benzer bir yönetim sorunu, daha geniş ölçekte ve COVID-19 bağlamında merkezi yönetimin uygulamalarında da ortaya çıkmıştır.

Tüm bu bilgilerden ve sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığının izlerinden hareketle ana alışveriş caddeleri için de en önemli konulardan birisinin uyarlanabilir

yönetişim olduğu anlaşılmaktadır. Birçok aktör, kurum ve kuruluş gibi çeşitli paydaşların varlığına ve bu paydaşların işbirliğine dayanan uyarlanabilir yönetim topluluğun uyumunu arttırabilir. İyi düzenlenmiş yasal-yönetimsel çerçeve, iyi liderlik vizyon ve misyon ve katılım mekanizmaları toplumsal ve kurumsal hafızayı arttırırken, bir yandan da sosyal-ilişkisel ağları zenginleştirerek paydaşlar arasında karşılıklı güveni arttırır. İstiklal Caddesi ve çevresi için bahsedilen seviyede etkin bir kurumun varlığı görülememiştir. Halbuki etkin kurumlar ile öğrenme kapasitesi artabilir, bir yandan da gelecekle ilgili değişimler okunarak, çeşitli öngörüler ve senaryolar oluşturulabilir. Bu örnekte ana alışveriş caddesi için üzerinde mutabık kılınmış bir vizyon ve misyonun bile bulunmadığı görülmüştür. Üstelik Beyoğlu Belediyesi başta olmak üzere caddeyi ilgilendiren çeşitli düzeylerdeki yönetimlerde toplumun karar verme süreçlerine katılımının teşvik edilmediği, bilgilendirmenin ötesine geçilmediği anlaşılmış ve en önemlisi hiçbirinde bireysel bilginin aktarılmasına izin verecek bir mekanizmanın olmadığı görülmüştür. Buna ek olarak, her ne kadar İstiklal Caddesi ve çevresini ilgilendiren yasal ve yönetimsel çerçeveler olsa da esnekliği ve kapsayıcılığı ile ilgili sorunlar taşıdığı görülmektedir. COVID-19 krizinde de anlaşılmıştır ki, ana alışveriş caddeleri ya da kent merkezleri düzeyinde herhangi bir düzenlemenin olmaması, ya kapanma kararları gibi esnekliğe yer bırakmayan uygulamaların gerçekleşmesi ya da mevcut planlama kararları gibi oldukça esnek kararların verilmesi sistemin dayanıklılığını aşındırmaktadır. İstiklal Caddesi'nin dayanıklılık kaynaklarının bu denli aşınması uzun vadede kırılğan bir ana alışveriş caddesine dönüşmesine neden olacaktır.

Bugün İstiklal Caddesi'nin mevcut durumunun sürdürülmek istenmediği ve aslında caddenin dayanıklılığı için sürdürülmemesi gerektiği açıktır. Asıl soru, *“sistemin hangi unsurları korunmaya değer ve dayanıklılık inşasını kolaylaştırırken hangi unsurları kırılğanlıklara neden olmaktadır, bir yandan da bu konumunu korumak ve/veya pekiştirmek için nasıl bir yol izlenmelidir”* sorusudur. Bir yandan da bu sorunun cevabı dayanıklılığın özü itibariyle bu araştırmanın cevaplayabileceğinin ötesindedir. Çünkü kim için, neye karşı, ne zaman, nerede ve nasıl dayanıklılık sorularının cevabını bu araştırmanın analiz birimi olan işletmeler açısından cevaplamak mümkünken, topluluğun toplam faydasının ne olacağı ve dayanıklılık politikalarını kimin inşa edeceğini belirlemek bu aşamada oldukça zordur. Bu nedenle genel dayanıklılık ilkelerine başvurularak bir cevap verilecektir, tezin son

kısımında ise İstiklal Caddesi ve diğer ana alışveriş caddeleri düşünülerek öneriler sunulacaktır.

Öncelikle, ana alışveriş caddelerinin işlevini sürdürüyor olması her zaman dayanıklılığının yüksek olduğu anlamına gelmemektir. İstiklal Caddesi'nin başa çıkma ve uyum sağlama kapasitelerinin yüksek olduğu görülse de asıl dayanıklılık bir şok ya da kriz anında ürettiği yanıtlarda saklıdır. Bu örnekte uyarlanabilir kapasitenin uyum sağlama kısmından fazlasıyla yararlandığı fakat fırsatların yeterince değerlendirilemediği ve yenilikçi çözümlerin üretilmediği görülmektedir. Halbuki dayanıklılık sistemi istenmeyen yörüngeye gitmemek, bilinçli bir şekilde uyarlanarak tercih edilen yönde değişme gücünü de gösterme, yeni fırsatlar yaratmayı ve ilerlemeyi amaçlamalıdır. Değişime çok sert bir direnç göstermek dayanıklılığı geliştirmeyeceği gibi, değişime tamamen kendini kaptırmak da geliştirmemektedir. İstiklal Caddesi'nin mevcut sorunlarına bakıldığında tektipleşen müşteri profili ve bunun etkisiyle tektipleşen işletmeler ve hatta kültürün en azından görüşülen işletmeler tarafından tercih edilmediği anlaşılmaktadır.

Dayanıklılık için çeşitliliği beslemek en önemli değerdir. Geleceğin ana alışveriş caddelerinde de en sık vurgulanan konu çeşitliliktir ve İstiklal Caddesi örneği göstermektedir ki, çeşitliliğin azalması eşitlik sorununu da ortaya çıkarmaktadır. İstiklal Caddesi çeşitlilik ve yedeklilik bakımında hala önemli bir değer taşımaktadır fakat giderek azalan topluluk duygusu ve yer hissi toplumsal hafızaya olumsuz yönde etki etmekte, eşitsizlikler karşılıklı güveni azaltarak dayanıklılığın kalıcılığına zarar vermektedir.

Çeşitliliği korumak ve yedekliliği sağlamak bakımından İstiklal Caddesi ile ilgili en önemli unsurlardan birisi mikro ve küçük işletmelerin varlığıdır. İstiklal Caddesi üzerinde zemin katlarda giderek azalan işletmeler üst katlarda, pasajlarda, iş merkezlerinde ve çevre sokaklarda önemli bir ticaret hacmini oluşturmaktadır. Genellikle tek ürün veya tek hizmette uzmanlaşan bu küçük esnaf yapısı tarihsel süreçte var oluş biçimleri, ustalık-çıraklık ilişkilerini sürdürmeleri, kriz deneyimleri ve yüksek uyumlanma kapasiteleri ile caddenin kesinlikle korunması gereken değeridir. Ne yazık ki, bu kültürün devam etmesi ve krizlerde ayakta kalabilmeleri yalnızca kendi çabalarıyla gerçekleşmekte, merkezi ya da yerel yönetim tarafından sunulan destek ve teşvikler içeriği ve etkileri nedeniyle hiç yardımcı olmamaktadır.

• Öneriler

Bu tez, İstiklal Caddesi'ni odağa alarak, geleceğin ana alışveriş caddeleri için bir dizi öneri geliştirmiştir. Öneriler, kapsamlı bir çerçevede ele alınmış olup, korunması gereken unsurlar, kırılganlıklar ve problem alanlarından beslenmiştir. Özellikle dayanıklılık bileşenleri dikkate alınarak, yalnızca COVID-19 krizi değil, gelecekteki olası krizler ve dinamikler de göz önünde bulundurularak genel bir yön haritası çizilmiştir.

Öncelikle, bu tezin politika yapıcılar ve uygulayıcılar için sunduğu temel mesajlar şunlardır:

- *Süreç Odaklı Dayanıklılık İnşası:* Dayanıklılık, “evet” ya da “hayır” cevabıyla tanımlanabilecek bir kavram değildir. Daha ziyade, süreklilik arz eden ve sürekli inşa edilmesi gereken bir yaklaşımdır. Bunun sınırları kesin çizgilerle belirlenmemelidir; göstergeleri esnek olmalı ve yerel bağlama uyarlanmalıdır.
- *Kavramın Sınırları:* Dayanıklılık kavramının, tıpkı sürdürülebilirlik gibi, her bağlamda kullanılmaya başlandığı açıktır. Bu yaygın kullanım, kavramın güven verici olduğunu düşündürse de aşırı güvenmek riskli olabilir. Potansiyel kazananlar ve kaybedenler üretme ihtimali değerlendirmeye alınmalıdır. Her müdahalenin amaçları ve olası sonuçları titizlikle değerlendirilmelidir. Dayanıklılığın yalnızca bir hedef değil, tüm paydaşlar tarafından benimsenmesi gereken bir düşünce biçimi olması önemlidir.
- *Yere Özgü Dayanıklılık:* Dayanıklılığın, her şeyden önce yere özgü bir olgu olduğu kabul edilmelidir. Uzun vadeli bir ilke olarak, yer temelli yaklaşımların benimsenmesi gerekmektedir. Ana alışveriş caddelerinde uygulanacak dayanıklılık stratejileri, mekânın özelliklerine göre şekillenmeli ve bağlama özgü olmalıdır.
- *Bütüncül Yaklaşım:* Ana alışveriş caddelerindeki sosyal, ekonomik, kültürel, ekolojik ve mekânsal süreçler birbiriyle bağlantılıdır ve ayrı ayrı ele alınamaz. Çapraz ölçek dinamiklerini de dikkate alarak, her bağlama uygun bileşenler tanımlanmalıdır. Dayanıklılık bileşenleri, caddelerde neyin sürdürülüp neyin sürdürülemeyeceği ve dayanıklılığın kim için, nasıl, nerede ve ne zaman inşa edileceği gibi soruların da yanıtını verecektir.

Tezin, başta İstiklal Caddesi olmak üzere tüm ana alışveriş caddeleri için değerlendirilebilecek önerileri ise aşağıda yer almaktadır:

- *Ulusal Düzeyde Planlama Çerçevesi:* Türkiye'deki ana alışveriş caddeleri için, İngiltere'de olduğu gibi ulusal düzeyde bir planlama çerçevesine ihtiyaç vardır. Bu çerçeve, kent merkezlerinin dayanıklılığını artırmak için kentsel politika ilkeleri ve araçlarını belirlemeli; ticaret alanlarının, ana alışveriş caddeleri ve diğer fonksiyonel alanların dengeli bir şekilde ele alınmasını sağlamalıdır.
- *Yerel Planlama Çerçevesi:* Türkiye'deki ana alışveriş caddeleri, kent merkezlerinden ayrı düşünülmediği için, yerel planlama çerçevesi yeniden gözden geçirilmelidir. Mevcut planlama sistemi içinde Ticaret işlevi oldukça geniş bir içeriğe sahipken, kent merkezlerinde sıklıkla kullanılmaya başlanan Ticaret - Hizmet - Turizm lejantı tüm bu işlevlerin içeriğini daha da genişletmiştir. Bir yandan da işlevlerin oldukça esnek içeriğine rağmen yüksek ekonomik getirisi olan kısıtlı işlevler ana alışveriş caddelerinde çeşitliliğin azalmasına ve tektipleşmesine neden olmaktadır. Bu sorunu ana alışveriş caddelerine tanımlanan plan notları ile ya da geliştirilecek yeni mevzuatlarla çözmek mümkünken fazla müdahaleci olmamaya da özen gösterilmelidir.
- *Eylem Planları:* Ana alışveriş caddelerinin hızla değişen dinamiklerine uyum sağlayabilmesi için mevcut mekânsal ve stratejik planların uygulama yılları yeniden değerlendirilmeli ve daha işlevsel eylem planları oluşturulmalıdır. İngiltere örneğinde olduğu gibi, pandemiden etkilenen caddeler için hızlı toparlanmayı hedefleyen stratejiler geliştirilmeli; bu kapsamda COVID-19 Recovery Framework ve Build Back Better High Streets politikaları örnek alınabilir.
- *Uzun Vadeli Vizyon ve Misyon:* Ana alışveriş caddelerinin tüm ölçeklerdeki plan ve politika belgeleriyle uyumlu, uzun vadeli fakat uygulanabilir vizyon ve misyonları olmalıdır. Devlet kurumları, paydaşların ortak bir vizyon yaratması amacıyla çok paydaşlı süreçler tasarlamalıdır.
- *Uyarlanabilir Yönetişim:* Dayanıklı ana alışveriş caddeleri için, etkin kurumların varlığı ve çeşitliliği sağlanmalıdır. Yatay ve dikey yönetim süreçlerinde iş birliği teşvik edilmeli; İş Geliştirme Bölgeleri veya Kent

Konseyleri gibi temsilci kurumlar sürece dahil edilmelidir. Bu kurumlar, caddelerin dayanıklılığını artıracak adımlar atarken, yerel aktörlerin de katılımını sağlamalıdır.

- *Yerel Yönetimlerin Rolü:* Yerel yönetimlerin ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığı için daha fazla sorumluluk alması gerekmektedir. Yerel ihtiyaçların tespit edilmesi, veri toplama ve analiz süreçlerinin sürekli hale getirilmesi, dayanıklılığın zayıfladığı noktalara dair erken uyarı sistemlerinin geliştirilmesi gibi konularda daha proaktif bir rol üstlenmelidirler.
- *Gelecek Senaryoları:* Ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığı, doğal afetler ve iklim krizine karşı hazırlıklı olmayı gerektirir. Bu kapsamda, yapılandırılmış senaryolar ve alternatif planlar geliştirilmelidir.
- *Toplum Katılımı ve Yerel Bilginin Kullanımı:* Dayanıklı ana alışveriş caddeleri oluşturmak için toplumsal katılım ve yerel bilgi esastır. Yerel yönetimler, paydaşları bir araya getirerek, herkesin faydasına olacak kararlar almalıdır. Şeffaf ve açık iletişim kanalları kurulmalı, topluluğun eylemlerin sonuçlarına dair inancı güçlendirilmelidir. Ticari işletmeler, esnaf, çalışanlar, sakinler ve turistler gibi tüm aktörlerin politikaların oluşturulmasına katılımı sağlanmalı, yerel sahiplenme ve kapasite artırılmalıdır. Toplulukların yaşadıkları yerleri iyileştirme çabaları desteklenmelidir.
- *Kolektif Öğrenme ve Ortak Hafıza:* Her paydaşın bilgi birikimi, kolektif öğrenme süreçlerine katkı sağlar. Bilgi-öğrenme-hatırlama döngüsü, olası krizler sırasında geçmiş deneyimlerden yararlanılmasını sağlar ve çeşitli yanıt stratejilerinin geliştirilmesine olanak tanır. Kriz deneyimlerinin geniş bir toplulukla paylaşılması, sistemin kendini yeniden organize etme kapasitesini artırır. Paydaşlar arasında ortak bir hafızanın oluşturulması ise güveni ve topluluk duygusunu güçlendirir. Bu süreç, aynı zamanda yer duygusunun gelişimine de katkıda bulunur. Bu nedenlerle dijital hafıza platformları ve deneyim paylaşım atölyeleri gibi etkinliklerle güncellenen veri tabanları oluşturulmalıdır.
- *Yasal ve Yönetmelik Çerçeve:* Ana alışveriş caddelerindeki paydaşları ilgilendiren yasal ve yönetmelik çerçevelerde çeşitli yenilikler ve revizyonlar

yapılmalıdır. Kiracı-mülk sahibi ilişkilerini düzenleyen hukuki normlar, ruhsatlandırma düzenlemeleri ve yerel yönetimlerin finansmanı gibi kritik konular yeniden ele alınmalı ve bu alanlarda daha fazla ilerleme sağlanmalıdır.

- *Merkezi Yönetim ve Destek Mekanizmaları:* Merkezi yönetimlerin doğrudan ya da dolaylı olarak ana alışveriş caddelerinde etkin olabilmesinin yollarından birisi de yalnızca kriz anlarında değil, her zaman sağladığı destek ve teşviklerdir. Toplumun ihtiyaçlarına uygun ve kapsayıcı finansman modelleri oluşturulması ekonomik dayanıklılığın ötesinde sosyal dayanıklılığın da gelişmesine katkıda bulunur.
- *Finansmana Erişim:* Doğrudan finansman sağlanamıyorsa, fon sağlayabilecek kurum ve kuruluşlarla bağlantı kurularak girişimci işletmelerin ana caddelere entegrasyonu kolaylaştırılmalıdır. Tezde incelenen iyi uygulama örneklerinde de görüldüğü üzere, ana alışveriş caddelerinin yeniden canlandırılmasına yönelik destekler, krizlerin etkilerinin hızla atlatılmasını sağlar. Finansal desteğin yanı sıra, caddelerde etkinlikler düzenlemek, fiziksel iyileştirmeler yapmak, boş alanları canlandırmak ve eğitim fırsatlarını güçlendirmek gibi stratejiler, ana caddelerin sosyal ve ekonomik canlılığını artıracaktır.
- *Kapsayıcılık, Adalet ve Eşitlik:* Ana alışveriş caddelerinde kapsayıcılık, adalet ve eşitlik ilkeleri ön planda tutulmalıdır. Karar alma süreçlerinde azınlıklar, gençler, göçmenler, kadınlar, yaşlılar ve çocuklar gibi topluluklar güçlendirilmeli ve fırsatlara erişimde adil bir zemin sağlanmalıdır.
- *Çeşitlilik:* Ana alışveriş caddeleri alışverişin ötesinde deneyimsel ve kamusal alan niteliğini zenginleştirecek işlevleri destekleyerek fakat dengeyi de gözeterek çeşitlilik ve yedekliliğini arttırmalıdır. Ekolojik, finansal, altyapısal, kurumsal ve sosyal çeşitlilik sağlanmalı; farklı hafıza ve deneyimler bu süreçte dahil edilmelidir.
- *Yeni İşlevlerin Desteklenmesi:* Geleneksel işletmelerin korunması önemli olmakla birlikte, ana caddelerde değişen dinamiklere uyum sağlayacak yeni işlevler de artırılmalıdır. Uzaktan çalışma alanları, start-up şirketler, kısa süreli kiralanabilir ofisler gibi kullanımlar, yenilikçi fikirlerin gelişmesi ve ağ oluşturma fırsatlarını destekleyecektir.

- *Boş ve Harabe Yapıların Yeniden İşlevlendirilmesi:* Boş yapıların yeniden kullanımı için yerel yönetimlerce teşvikler sağlanmalı ya da alternatif yasal düzenlemeler geliştirilmelidir. Özellikle tarihi yapıların korunmasına yönelik restorasyon fonları oluşturulmalı ve bu yapılar sosyal konutlara, sanatsal alanlara ya da pop-up mağazalara dönüştürülmelidir. İngiltere ve İskoçya’da başarıyla uygulanan topluluk işletmeleri ve Amerika’da uygulanan boş yapılarak fazla vergi düzenlemesi modelleri örnek alınabilir.
- *Mikro ve Küçük İşletmelerin Korunması:* Ana alışveriş caddelerinin çeşitliliğine büyük katkı sağlayan ve dayanıklılığında önemli unsurlar olan mikro ve küçük işletmelerin korunması gerekmektedir. Bu işletmeler daha incelikli ele alınmalı, varlıklarını sürdürebilmeleri için yenilikçi politikalar geliştirilmeli, çeşitli fon ve hibelerle desteklenmelidir. Bir yandan da zincir mağazalarla sayıca ve ekonomik olarak dengeli bir ortam oluşturulmalıdır. Ekonomik sermaye avantajları nedeniyle ana alışveriş caddelerine kolaylıkla giriş yapabilen zincir mağazaların küçük işletmelerin sunduğu ürün ve hizmet çeşitliliğine zarar vermemesi için önlemler alınmalıdır.
- *Kiracı-Mülk Sahibi İlişkileri:* Özellikle küçük işletmelerin mülk sahipleri ile ilişkilerinin ekonomik getirinin ötesinde bir değer ve risk paylaşımına geçmesi için uygun mekanizmalar ve ortamlar oluşturulmalıdır, örneğin kar paylaşımı modeli. Böylece ana alışveriş caddelerinin yerel kimliği korunarak klonlaşma riskini azalacaktır.
- *Kimlikli İşletmelerin ve Sembolik Mekanların Korunması:* Yerel yönetimler, kimlikli işletmelerin ve tarihi öneme sahip mekanların korunması için özel fonlar ayırmalıdır. Hem yapı düzeyinde restorasyon hem de işlevsel olarak korunmaya değer işletmeler belirlenmeli ve piyasa koşulları nedeniyle caddeden gitmelerine izin verilmemelidirler. Ayrıca, bu işletmelere yerel turizm ve kültür rotalarında özel bir yer verilerek ticari açıdan teşvik edilmeleri sağlanabilir.
- *Kamusal Alanların Artırılması:* Ana alışveriş caddelerinin kamusal kullanım değeri ve kamusal alanları arttırılmalıdır. Ana alışveriş caddelerinde daha fazla kütüphane, açık hava etkinlik alanı, sanat atölyesi gibi topluma yönelik, ücretsiz veya düşük maliyetli kamusal alanlar

oluşturulmalıdır.

- *Yer Duygusu ve Topluluk Hissi:* Bir süredir alanı tercih etmeyen kullanıcılar yeniden kullanmaya teşvik ederek ve mekâna bağlılık sağlayacakları unsurlar geliştirilerek yer duygusunun yeniden kazandırılması ve sağlamlaştırılması gerekmektedir. Ana alışveriş caddeleri müşterek bir alan olarak tanımlanmalı ve paydaşların ortak sorumluluk hissettikleri ortak alanı temsil etmelidir.
- *Yeşil Altyapı ve Dijitalleşme:* Yeşil altyapı ve güçlü dijital bağlantı yetenekleri, ana alışveriş caddelerine hem estetik hem de fonksiyonel değer katacaktır. Cadde boyunca ağaçlandırma, yağmur bahçeleri ve yeşil çatılar gibi yeşil alanların ve sürdürülebilir tasarımların entegrasyonu , çevre dostu bir ortam yaratırken aynı zamanda ziyaretçilerin ve sakinlerin yaşam kalitesini artıracaktır. Aynı zamanda, cadde genelinde ücretsiz Wi-Fi erişimi sağlanarak dijital bağlantı güçlendirilmelidir.
- *Karbon Nötr:* Ana alışveriş caddelerinin iklim değişikliğiyle mücadele için karbon nötr hedefler benimsemesi teşvik edilmelidir. Binaların enerji verimliliğini artıracak yalıtım projeleri, güneş panelleri kurulumu gibi yenilenebilir enerji kaynaklarına geçişi kolaylaştıran teşvikler sağlanmalıdır. Bu hedeflere ulaşmak için, yerel yönetimlerin planlama politikaları daha sıkı enerji verimliliği standartları benimsemeli ve bina sahipleri için vergi indirimleri veya hibeler sunmalıdır. Ayrıca, aşırı hava olaylarına dayanıklı altyapılar geliştirilerek caddelerin uzun vadeli dayanıklılığı artırılmalıdır.
- *Tarihi Kent Dokusunun Korunması:* Dayanıklılığı geliştirmek için her ne strateji uygulanırsa uygulansın ana alışveriş caddelerinin tarihi kentsel dokusunun kimliğini ve karakterini korumaya duyarlı bir yaklaşım sergilenmelidir. Her sokağın özgün karakterini vurgulayarak restorasyon süreçlerinde yönlendirici olabilecek rehberler hazırlanabilir.
- *Güvenlik:* Ana alışveriş caddelerinde gündüz ve gece saatlerinde kullanıcıların güvenliğini sağlamak, algılanan ve gerçek güvenliği artırmak için çeşitli stratejiler uygulanmalıdır. Örneğin, antisosyal davranışların ve suçların önlenmesi için daha geniş kullanıcı kitlesine hitap eden akşam etkinliklerinin teşvik edilmesi, aydınlatmaların iyileştirilmesi, görünürlük

ve açık alan kullanımının arttırılması gibi ihtiyaca yönelik düzenlemeler yapılabilir.

- *Mimari ve Kentsel Tasarım Bütünlüğü:* Tarihi kent manzarasının korunmasına yönelik olarak yerel yönetimler, restorasyon ve yenileme süreçleri için bir kalite standardı belirlemelidir. Eskiyen fiziki yapı güçlendirilmeli, izinsiz uygulamalar denetlenmeli, özgünlüğe zarar veren restorasyon uygulamalarına izin verilmemelidir ve bu tür uygulamaların finansmanı için teşvik paketleri sunulmalıdır.
- *İnsan Odaklı Ulaşım:* Günümüzde çoğu ana alışveriş caddesi zaten yayalaştırılmış olsa da daha fazla yürünebilirlik sağlanmalı ve eğer işlevselse bisikletler ile e-skuterler için güvenli, iyi tasarlanmış kamusal alanlar düzenlenmelidir. Farklı insan odaklı ulaşım modları ile caddelere erişilebilirlik sağlanırken, toplu taşıma fırsatlarının iyi konumlandırılması, elektrikli araçlar için altyapının geliştirilmesi ve yeterli otopark çözümlerinin sağlanması gereklidir.
- *Kamusal Yeşil Alanların Kalitesinin Artırılması:* Çevrede yer alan kamusal yeşil alanların kalitesini yükselterek ve erişilebilirliğini arttırarak, ana alışveriş caddelerini çocuk oyun alanları ile destekleyerek, oturma elemanları gibi sokak mobilyalarının işlevsel kullanımını sağlanmalı, karşılaşmaların daha sık yaşanacağı, sosyal uyumun ve hoşgörünün artacağı mekanlar elde edilmelidir.
- *İklim Duyarlı Peyzaj Tasarımı:* Sıcak ve soğuk havalarda caddelerin çekici kalması için gölgelik sistemleri ve su oyunları gibi iklime duyarlı tasarım öğeleri entegre edilmelidir. Örneğin, kış aylarında sıcak tutacak ısıtma sistemlerine sahip dış mekan oturma alanları, yaz aylarında ise güneşten koruyan tente ve pergolalar kullanılabilir. Bu alanlar, caddenin mevsimsel olarak daha kullanışlı olmasını sağlayarak ziyaretçilerin rahat etmesine olanak tanır.
- *Sokak Mobilyaları ve Kaldırım Düzenlemeleri:* Sokak mobilyalarının tasarımı, caddenin estetik kimliğiyle uyumlu, dayanıklı ve kullanıcı dostu olmalıdır. Tabelalar ve kaldırım taşları, tarihî ve çağdaş dokuyu birleştiren yaratıcı çözümlerle tasarlanmalı, her yaş ve yetenekten bireyin rahatça kullanabileceği şekilde düzenlenmelidir.

- *Tanıtım:* Ana alışveriş caddelerinin tanıtımında dijitalleşme büyük rol oynayabilir. Yerel işletmelerin hikayelerini anlatan kısa filmler veya podcast'ler, dijital platformlarda paylaşılabilir. Örneğin, bir yerel kahvecinin kuruluş hikayesi veya caddenin tarihî dokusuyla ilgili bir belgesel gibi içerikler, kültürel mirası vurgulayarak hem yerel halkı hem de turistleri caddenin özgün karakterine çekebilir. Ayrıca, dijital medya üzerinden düzenlenen yarışmalar veya sosyal medya kampanyalarıyla kullanıcıların caddede aktif katılım göstermesi teşvik edilebilir.

• Sonuç

Sonuç olarak bu tezin bulguları, İstiklal Caddesi'nin tarihsel sürecinde birçok kez değişimlere, şoklara ve krizlere maruz kalmasına rağmen, her zaman zorluklarla başa çıktığı, yeni koşullara uyum sağladığı ve işlevini kimliğini kaybetmeden sürdürdüğünü COVID-19 krizi ile de doğrulamaktadır. Tez, aynı zamanda Türkiye'deki ana alışveriş caddelerinin diğer ana alışveriş caddeleri ile farklı özellik gösterdiğini, kent merkezi işlevinden ayrı tutulmadan ele alınamayacağını vurgulamakta ve kendine has özellikleri nedeni ile benzerlerine kıyasla dayanıklı olduğu yönündeki görüşleri desteklemektedir.

Bir yandan da İstiklal Caddesi gibi tarihi bir kent merkezinde yer alan ve tarihsel sürekliliği olan bir ana alışveriş caddesinde yapılan bu araştırma ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığının oldukça bağlama özgü olduğunu, dayanıklılık kavramının kendisi gibi özellik, ilke, bileşen ve gösterge setinin de dinamik, esnek ve yine bağlama özgü yeniden inşa edilebileceğini göstermektedir. Aynı şekilde, ana alışveriş caddelerindeki işletmeler tarafından benimsenen krizlere yanıt verme stratejilerinde de dayanıklılık kapasitelerinin kullanıldığını, bu yanıtların da bağlama özgü şekillerde çeşitlenebileceği ya da kısıtlanabileceğini göstermektedir.

İstiklal Caddesi örneği, ana alışveriş caddelerinin çoklu ölçekler arasındaki ilişkisinin net bir biçimde tespit edilmesini sağlamıştır. Panarşi yaklaşımına göre, İstiklal Caddesi'nin dayanıklılığı ile cadde üzerindeki işletmelerin dayanıklılığı, doğrusal olmayan ancak yüksek düzeyde birbirine bağlı iki ayrı dayanıklılık ölçeği olarak değerlendirilmektedir. Caddenin dayanıklılığı ile işletmelerin dayanıklılığı arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır; cadde ne kadar dayanıklıysa, işletmeler de o kadar dayanıklı olmaktadır. Ancak, çeşitli sebeplerle bazı işletmelerin kapanması

veya taşınması, her zaman caddenin dayanıklılığını yansıtmamaktadır. İstiklal Caddesi'nde kapanan işletmelerin yerini hızla yenilerinin alması, caddenin işlevselliğini sürdürmesine katkı sağlamaktadır. Kısacası, alt sistemlerdeki düşük dayanıklılık kapasiteleri odak sistem olan İstiklal Caddesi dayanıklılığına diğer bileşenlerle bir bütün olarak etki ederken İstiklal Caddesi'nin dayanıklılığı alt sistemler üzerinde oldukça etkilidir. Öyle ki, yalnızca İstiklal Caddesi'nin deneyimlerine ve dayanıklılığına olan inanç bile işletmelerin karar alma mekanizmalarında yol gösterici bir faktör haline gelerek caddeye güçlü bir bağlılık duygusunun gelişmesine ve terk edilme eğiliminin yükselmesine yol açmıştır ve bu durum COVID-19 krizinde bir çok işletmenin kriz karşısında ayakta kalabilmesini sağlamıştır.

İstiklal Caddesi örneği, sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığının doğrusal bir süreç olmayabileceğini ve tüm dayanıklılık kapasitelerinin eşzamanlı olarak kullanılmasının gerekli olmadığını ortaya koymaktadır. Dayanıklılık, yalnızca değişimlere veya krizlere yanıt vermekle sınırlı kalmamakta; aynı zamanda geleceği öngörme, bekleme ve hazırlıklı olmayı da içermektedir. Bu bağlamda, dayanıklılık kapasitelerine sahip olmanın ve bu kapasiteleri geliştirme yetisinin, ana alışveriş caddelerinin dayanıklılığını inşa etmede sürekli bir hedef olarak önemli olduğu vurgulanmaktadır.

Bu tezin sosyo-ekolojik sistem dayanıklılığının kapasite, ilke, özellik ve bileşenlerinin ana alışveriş caddelerine uyarlanması; farklı bir örneği temsil eden yer temelli bir çalışma olması; COVID-19 salgını gibi küresel ölçekte bir krizin etkilerinin işletmeler düzeyinde gizli, gömülü ya da irrasyonel gerçekleri ve bilgiyi ortaya çıkarmak ve anlamak adına derinlemesine görüşmelerle yapılarak yerel bilgiden üretilmesi; bir yandan da niceliksel bilgi ile çalışmayı desteklemesi açılarından özgün olduğu düşünülmektedir. Tezin daha da önemli ve asıl katkısı, şehir planlama disiplinde genellikle ihmal edilen işletmelerin rolü ve deneyimlerinin mekânsal bir bakış açısıyla ele alınmasıdır. Bu sayede, toplumsal, mekânsal ve ekonomik dayanıklılık arasındaki bağın daha iyi anlaşılması sağlanmakta ve disipline yenilikçi bir perspektif kazandırılmaktadır.

Tezin kısıtlılıklarından bahsetmek gerekirse, ilk olarak mekânsal analizlerde kullanılan veriler yalnızca İstanbul Ticaret Odası'na kayıtlı perakende ticaret işletmelerinden oluşmaktadır. Bu durum, mevcut işletmelerin tümünün temsil

edilmemesine, dolayısıyla ana alışveriş caddelerinde yer alan işlevlerin tamamının anlaşılmasına yol açmıştır. İkinci kısıtlılık ise dayanıklılığın geleceğe yönelik boyutuyla ilgilidir. Tez, dayanıklılığın yalnızca mevcut durumla sınırlı olmadığını, geçmiş ve gelecekle de ilişkili olduğunu kabul etmiş; geçmişe dair incelemeler yapmış olsa da geleceğe dair yalnızca kırılma unsurlarını belirleyebilmiştir. Bu kısıtlılığın iki temel nedeni vardır: Birincisi, İstiklal Caddesi örneği ile dayanıklılığın bağlamsal, sosyal, ilişkisel ve bireysel boyutları ele alınmış olsa da ekolojik ve kurumsal boyutlar sınırlı kalmıştır. İkincisi, çalışmada yalnızca işyeri sahipleri, yöneticileri ve çalışanları aktör olarak dahil edilmiştir. Oysa ana alışveriş caddelerinin dayanıklılık inşasında çok daha fazla paydaş türü yer almakta ve bu paydaşlara eşit erişim sağlanması önem taşımaktadır. Bu kısıtlar, tezin geleceğe yönelik öngörülerde bulunma ve uygulanabilir stratejiler geliştirme konusundaki yetkinliğini sınırlamıştır.

Bu nedenle, gelecek çalışmalarda, yer temelli araştırmalarla krizlerin ana alışveriş caddelerinde farklı aktörler tarafından nasıl deneyimlendiğinin, dayanıklılık inşasında iyi uygulamaların nasıl ortaya çıktığı ve sürdürüldüğünün daha iyi anlaşılması hedeflenmelidir. Ayrıca, bu uygulamaların yaygınlaştırılması için kullanılacak politika araçlarının tarif edilmesi önem arz etmektedir. Bununla birlikte, metodolojik çoğulculuğa ve aktör çeşitliliğine önem verilmesi, dayanıklılığı çerçevelemek için birden fazla yöntem ve aracın kullanılması önerilmektedir.

- 140journos. (2016, Ağustos 7). İstiklal Caddesi'nde Topyekün Değişim. Medium. <https://140journos.com/istiklal-caddesinde-topyekun-degisim-1893aab86ff1>
- Adams, D. (2017). *Evrenin Sonundaki Restoran* (İ. Kutluk, Çev.). Alfa Yayınları.
- Adanalı, Y. A. (2011). Neoliberal Ütopya Olarak Mekânsız Mekânlar: Soylulaştırılan İstiklal Caddesi ve Ticarileştirilen Kent Mekânları. *Red Thread*. <https://red-thread.org/neoliberal-utopya-olarak-mekansiz-mekanlar-soylulastirilan-istiklal-caddesi-ve-ticarilestirilen-kent-mekanlari/>
- Adger, W. N. (2000). Social and ecological resilience: Are they related? *Progress in Human Geography*, 24(3), 347-364. <https://doi.org/10.1191/030913200701540465>
- Adger, W. N. (2006). Vulnerability. *Global Environmental Change*, 16(3), 268-281. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2006.02.006>
- Aksel Gürün, B. (2011). Türkiye'de değişen tüketim mekanları ve alışveriş merkezleri. *Dosya 22: AVM'ler*, 22, 16-29.
- Albers, M., & Deppisch, S. (2013). Resilience in the Light of Climate Change: Useful Approach or Empty Phrase for Spatial Planning? *European Planning Studies*, 21(10), 1598-1610. <https://doi.org/10.1080/09654313.2012.722961>
- Aldrich, D. P. (2012). *Building resilience: Social capital in post-disaster recovery*. The University of Chicago Press.
- Alesch, D. J., Holly, J. N., Mittler, E., & Nagy, R. (2001). *Organizations at Risk: What Happens When Small Businesses and Not-For-Profits Encounter Natural Disasters*. the Public Entity Risk Institute.
- Appel, A., & Hardaker, S. (2021). Strategies in Times of Pandemic Crisis - Retailers and Regional Resilience in Würzburg, Germany. *Sustainability*, 13(5), Article 5. <https://doi.org/10.3390/su13052643>
- Arslanli, K., Dökmeci, V., & Kolcu, H. (2017). The effect of the pedestrianization of İstiklal Caddesi on land values and the transformation of urban land use. *A/Z ITU Journal of the Faculty of Architecture*, 14, 31-41. <https://doi.org/10.5505/itujfa.2017.60490>
- Ates, A., & Bititci, U. (2011). Change process: A key enabler for building resilient SMEs. *International Journal of Production Research*, 49(18), 5601-5618. <https://doi.org/10.1080/00207543.2011.563825>
- Athens Mural Alley Project. (2021, Mart). Athens-Clarke County Unified Government. <https://www.accgov.com/9971/Athens-Mural-Alley-Project>
- Atkinson, I. J. (2018). *Development of a model for the assessment of sustainable high street performance based on stakeholder needs and expectations*. [Doktora Tezi]. Liverpool John Moores University.
- Avcı, B. (2020). *Determinants of competitive advantages: Evidence from the Turkish retail industry* [Doktora Tezi]. Bahçeşehir Üniversitesi.

- Aydın, A. (2021, Kasım 3). *Beyoğlu Kültür Yolu*. gzt. <https://www.gzt.com/infografik/arkitekt/beyoglu-kultur-yolu-5220>
- Bahadur, A., Ibrahim, M., & Tanner, T. (2010). *The resilience renaissance? Unpacking of resilience for tackling climate change and disasters*.
- Bahadur, A., & Tanner, T. (2014). Transformational resilience thinking: Putting people, power and politics at the heart of urban climate resilience. *Environment and Urbanization*, 26(1), 200-214. <https://doi.org/10.1177/0956247814522154>
- Bahçe, S. A., & Memiş, E. (2021). Çalışma Hakkı Bakımından Pandemi Süreci ve Alınan Önlemler Üzerine Bir Değerlendirme. *Afetlerle Yoksullaşma: Salgınlar, Göçler ve Eşitsizlikler* içinde (1. Baskı, ss. 219-242). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Balducci, A. (2020). Planning for Resilience. A. Balducci, D. Chiffi, & F. Curci (Ed.), *Risk and Resilience: Socio-Spatial and Environmental Challenges* içinde (ss. 15-25). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-56067-6_2
- Balsas, C. J. L. (2004). Measuring the livability of an urban centre: An exploratory study of key performance indicators. *Planning Practice & Research*, 19(1), 101-110. <https://doi.org/10.1080/0269745042000246603>
- Balsas, C. J. L. (2014). Downtown resilience: A review of recent (re)developments in Tempe, Arizona. *Cities*, 36, 158-169. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.10.002>
- Barata-Salgueiro, T., & Erkip, F. (2014). Retail planning and urban resilience – An introduction to the special issue. *Cities*, 36, 107-111. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2013.01.007>
- Bartik, A. W., Bertrand, M., Cullen, Z., Glaeser, E. L., Luca, M., & Stanton, C. (2020). The impact of COVID-19 on small business outcomes and expectations. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(30), 17656-17666. <https://doi.org/10.1073/pnas.2006991117>
- BBC History Magazine. (2010, Kasım 6). *A history of the high street*. HistoryExtra. <https://www.historyextra.com/period/modern/a-history-of-the-high-street/>
- Beck, U. (1992). *Risk Society: Towards a New Modernity*. SAGE Publications.
- Béné, C., Wood, R. G., Newsham, A., & Davies, M. (2012). Resilience: New Utopia or New Tyranny? Reflection about the Potentials and Limits of the Concept of Resilience in Relation to Vulnerability Reduction Programmes. *IDS Working Papers*, 2012(405), 1-61. <https://doi.org/10.1111/j.2040-0209.2012.00405.x>
- Berkes, F. (2007). Understanding uncertainty and reducing vulnerability: Lessons from resilience thinking. *Natural Hazards*, 41(2), 283-295. <https://doi.org/10.1007/s11069-006-9036-7>
- Berkes, F., Colding, J., & Folke, C. (2002a). Introduction. C. Folke, F. Berkes, & J. Colding (Ed.), *Navigating Social-Ecological Systems: Building Resilience for Complexity and Change* içinde (ss. 1-30). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511541957.003>

- Berkes, F., Colding, J., & Folke, C. (Ed.). (2002b). *Navigating Social-Ecological Systems: Building Resilience for Complexity and Change*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511541957>
- Beyoğlu Belediyesi. (2020). *Beyoğlu Belediyesi 2020-2024 Stratejik Plan* (s. 88) [Stratejik Plan]. Beyoğlu Belediyesi.
- Bhidé, A. (2000). *The Origin and Evolution of New Businesses*. Oxford University Press.
- Biggs, R., Schlüter, M., & Schoon, M. L. (Ed.). (2015). *Principles for Building Resilience: Sustaining Ecosystem Services in Social-Ecological Systems* (1. bs). Cambridge University Press.
- Biggs, R., Vos, A. de, Preiser, R., Clements, H., Maciejewski, K., & Schlüter, M. (Ed.). (2021). *The Routledge Handbook of Research Methods for Social-Ecological Systems*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003021339>
- Boin, A., Comfort, L. K., & Demchak, C. C. (2010). The rise of resilience. L. K. Comfort, A. Boin, & C. C. Demchak, *Designing Resilience: Preparing for Extreme Events* içinde (ss. 1-12). University of Pittsburgh Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt5hj0c>
- Bouncken, R. B., Kraus, S., & de Lucas Ancillo, A. (2022). Management in times of crises: Reflections on characteristics, avoiding pitfalls, and pathways out. *Review of Managerial Science*, 16(7), 2035-2046. <https://doi.org/10.1007/s11846-022-00580-2>
- Brand, F. S., & Jax, K. (2007). Focusing the meaning(s) of resilience: Resilience as a descriptive concept and a boundary object. *Ecology and Society*, 12(1). <https://doi.org/10.5751/ES-02029-120123>
- Bressan, A., Duarte Alonso, A., & Kok, S. K. (2021). Confronting the unprecedented: Micro and small businesses in the age of COVID-19. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(3), 799-820. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-09-2020-0602>
- Brett, W., & Alakeson, V. (2019). *Take Back the High Street: Putting communities in charge of their own town centres* (s. 40). Power to Change. <https://www.powertochange.org.uk/our-work/campaigns/take-back-the-high-street/>
- Brito, R. P. de, Lenz, A.-K., & Pacheco, M. G. M. (2022). Resilience building among small businesses in low-income neighborhoods. *Journal of Small Business Management*, 60(5), 1166-1201. <https://doi.org/10.1080/00472778.2022.2041197>
- Bruneau, M., Chang, S. E., Eguchi, R. T., Lee, G. C., O'Rourke, T. D., Reinhorn, A. M., Shinozuka, M., Tierney, K., Wallace, W. A., & von Winterfeldt, D. (2003). A Framework to Quantitatively Assess and Enhance the Seismic Resilience of Communities. *Earthquake Spectra*, 19(4), 733-752. <https://doi.org/10.1193/1.1623497>
- Business Sustainability Stream*. (2024, Mart 22). My Main Street. <https://mymainstreet.ca/business-sustainability-stream>
- Cachinho, H. (2014). Consumerscapes and the resilience assessment of urban retail systems. *Cities*, 36, 131-144. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.10.005>

- Cambridge Dictionary. (t.y.). *High Street*. Cambridge Dictionary. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/high-street> adresinden 02 Ağustos 2023 tarihinde alınmıştır.
- Carmona, M. (2015). London's local high streets: The problems, potential and complexities of mixed street corridors. *Progress in Planning*, 100, 1-84. <https://doi.org/10.1016/j.progress.2014.03.001>
- Carmona, M. (2022). The existential crisis of traditional shopping streets: The sun model and the place attraction paradigm. *Journal of Urban Design*, 27(1), 1-35. <https://doi.org/10.1080/13574809.2021.1951605>
- Carpenter, S., Walker, B., Anderies, J. M., & Abel, N. (2001). From Metaphor to Measurement: Resilience of What to What? *Ecosystems*, 4(8), 765-781. <https://doi.org/10.1007/s10021-001-0045-9>
- Chang, S. E., Brown, C., Handmer, J., Helgeson, J., Kajitani, Y., Keating, A., Noy, I., Watson, M., Derakhshan, S., Kim, J., & Roa-Henriquez, A. (2022). Business recovery from disasters: Lessons from natural hazards and the COVID-19 pandemic. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 80, 103191. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2022.103191>
- City of Bradford. (2006). *Bradford City Centre Design Guide* (s. 85) [Supplementary Planning Document]. City of Bradford.
- COVID-19 Business Grants schemes: Insights. (2023, Mayıs 10). GOV.UK. <https://www.gov.uk/government/publications/coronavirus-grant-funding-local-authority-payments-to-small-and-medium-businesses/covid-19-business-grants-schemes-insights-august-2022>
- Cowling, M., Brown, R., & Rocha, A. (2020). Did you save some cash for a rainy COVID-19 day? The crisis and SMEs. *International Small Business Journal*, 38(7), 593-604. <https://doi.org/10.1177/0266242620945102>
- Cox, N. (2003). 'Beggary of the Nation': Moral, Economic and Political Attitudes to the Retail Sector in the Early Modern Period. J. Benson & L. Ugolini (Ed.), *A Nation of Shopkeepers: Five Centuries of British Retailing* içinde (ss. 26-51). I.B.Tauris.
- Cumming, G. S. (2011). *Spatial Resilience in Social-Ecological Systems* (1. bs). Springer Netherlands. <https://doi.org/10.1007/978-94-007-0307-0>
- Cumming, G. S., Barnes, G., Perz, S., Schmink, M., Sieving, K. E., Southworth, J., Binford, M., Holt, R. D., Stickler, C., & Van Holt, T. (2005). An Exploratory Framework for the Empirical Measurement of Resilience. *Ecosystems*, 8(8), 975-987. <https://doi.org/10.1007/s10021-005-0129-z>
- Cushman & Wakefield. (2015). *Main Streets Across The World 2014/2015* (Main Streets Across The World, s. 34). Cushman & Wakefield.
- Cushman & Wakefield. (2016). *Main Streets Across The World 2015/2016* (Main Streets Across The World, s. 24). Cushman & Wakefield.
- Cushman & Wakefield. (2017). *Main Streets Across The World 2017* (Main Streets Across The World, s. 58). Cushman & Wakefield.
- Cushman & Wakefield. (2019a). *İstanbul Alışveriş Caddeleri* (5. Yayın; İstanbul Alışveriş Caddeleri, s. 13). Cushman & Wakefield.

- Cushman & Wakefield. (2019b). *Main Streets Across The World 2019* (Main Streets Across The World, s. 39). Cushman & Wakefield.
- Cushman & Wakefield. (2022a). *İstanbul Ana Caddeleri 2022* (8. Yayın; İstanbul Alışveriş Caddeleri, s. 20). Cushman & Wakefield.
- Cushman & Wakefield. (2022b). *Main Streets Across The World 2022* (Main Streets Across The World, s. 27). Cushman & Wakefield.
- Cushman & Wakefield. (2023a). *İstanbul Ana Caddeleri 2023* (9. Yayın; İstanbul Alışveriş Caddeleri, s. 20). Cushman & Wakefield.
- Cushman & Wakefield. (2023b). *Main Streets Across The World 2023* (Main Streets Across The World, s. 35). Cushman & Wakefield.
- Cushman & Wakefield. (2024). *İstanbul Ana Caddeleri 2024* (10. Yayın; İstanbul Alışveriş Caddeleri, s. 12). Cushman & Wakefield.
- Cutter, S. L., Barnes, L., Berry, M., Burton, C., Evans, E., Tate, E., & Webb, J. (2008). A place-based model for understanding community resilience to natural disasters. *Global Environmental Change*, 18(4), 598-606. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2008.07.013>
- Dahlhamer, J. M., & Tierney, K. J. (1996). *Winners and Losers: Predicting Business Disaster Recovery Outcomes Following the Northridge Earthquake*.
- Davidson-Hunt, I. J., & Berkes, F. (2002). Nature and society through the lens of resilience: Toward a human-in-ecosystem perspective. C. Folke, F. Berkes, & J. Colding (Ed.), *Navigating Social-Ecological Systems: Building Resilience for Complexity and Change* içinde (ss. 53-82). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511541957.006>
- Davoudi, S., Shaw, K., Haider, L. J., Quinlan, A. E., Peterson, G. D., Wilkinson, C., Fünfgeld, H., McEvoy, D., Porter, L., & Davoudi, S. (2012). Resilience: A Bridging Concept or a Dead End? “Reframing” Resilience: Challenges for Planning Theory and Practice Interacting Traps: Resilience Assessment of a Pasture Management System in Northern Afghanistan Urban Resilience: What Does it Mean in Planning Practice? Resilience as a Useful Concept for Climate Change Adaptation? The Politics of Resilience for Planning: A Cautionary Note. *Planning Theory & Practice*, 13(2), 299-333. <https://doi.org/10.1080/14649357.2012.677124>
- Dawson, J. A. (1988). Futures for the High Street. *The Geographical Journal*, 154(1), 1-12. <https://doi.org/10.2307/633470>
- Department for Levelling Up, Housing and Communities. (2022). *Government response to the Levelling Up, Housing and Communities Select Committee's sixth report on Supporting Our High Streets After COVID-19*. HH Associates Ltd.
- DesJardine, M., Bansal, P., & Yang, Y. (2019). Bouncing Back: Building Resilience Through Social and Environmental Practices in the Context of the 2008 Global Financial Crisis. *Journal of Management*, 45(4), 1434-1460. <https://doi.org/10.1177/0149206317708854>
- Dobson, J. (2015). Britain's town centres: From resilience to transition. *Journal of Urban Regeneration & Renewal*, 8(4), 347-355.

- Dobson, J. (2022). *Community businesses and high streets: 'Taking back' and leading forward* (s. 48). Centre for Regional Economic and Social Research, Sheffield Hallam University.
- Dokmeci, V., Altunbas, U., & Yazgi, B. (2007). Revitalisation of the Main Street of a Distinguished Old Neighbourhood in Istanbul. *European Planning Studies - EUR PLAN STUD*, 15, 153-166. <https://doi.org/10.1080/09654310601016788>
- Dokmeci, V., Yazgi, B., & Ozus, E. (2006). Informal retailing in a global age: The growth of periodic markets in Istanbul, 1980–2002. *Cities*, 23(1), 44-55. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2005.08.009>
- Dolega, L. (2012). *UK high streets during global economic crisis* [Doktora Tezi]. University of Southampton.
- Dolega, L., & Celinska-Janowicz, D. (2015). *Retail resilience: A theoretical framework for understanding town centre dynamics* (MPRA Paper 72319). University Library of Munich, Germany.
- Eggers, F. (2020). Masters of disasters? Challenges and opportunities for SMEs in times of crisis. *Journal of Business Research*, 116, 199-208. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.025>
- Enoch, M., Monsuur, F., Palaiologou, G., Quddus, M. A., Ellis-Chadwick, F., Morton, C., & Rayner, R. (2022a). When COVID-19 came to town: Measuring the impact of the coronavirus pandemic on footfall on six high streets in England. *Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science*, 49(3), 1091-1111. <https://doi.org/10.1177/23998083211048497>
- Enoch, M., Monsuur, F., Palaiologou, G., Quddus, M. A., Ellis-Chadwick, F., Morton, C., & Rayner, R. (2022b). When COVID-19 came to town: Measuring the impact of the coronavirus pandemic on footfall on six high streets in England. *Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science*, 49(3), 1091-1111. <https://doi.org/10.1177/23998083211048497>
- Eraydin, A. (2013). “Resilience Thinking” for Planning. A. Eraydin & T. Taşan-Kok (Ed.), *Resilience Thinking in Urban Planning* içinde (ss. 17-37). Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-007-5476-8_2
- Eraydin, A., & Tasan-Kok, T. (Ed.). (2013). *Resilience Thinking in Urban Planning*. Springer Netherlands. <https://doi.org/10.1007/978-94-007-5476-8>
- Eraydin, A., & Taşan-Kok, T. (2013). Introduction: Resilience Thinking in Urban Planning. A. Eraydin & T. Taşan-Kok (Ed.), *Resilience Thinking in Urban Planning* içinde (ss. 1-16). Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-007-5476-8_1
- Erkip, F. (2020). Resilience of a contested high street: The changing image of Tunali Hilmi Street in Ankara, Turkey. *Journal of Urban Affairs*, 0(0), 1-16. <https://doi.org/10.1080/07352166.2020.1773838>
- Erkip, F., & Kızılgün, Ö. (2011). *Kentlerin Sürdürülebilirliği için Perakende Sektörünün Planlanması* (TÜBİTAK Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Projelerini Destekleme Programı (1001) Proje No: 108K614; s. 138). TÜBİTAK.

- Erkip, F., Kızılgün, Ö., & Akinci, G. M. (2014). Retailers' resilience strategies and their impacts on urban spaces in Turkey. *Cities*, 36, 112-120. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.12.003>
- Erkip, F., Kızılgün, Ö., & Mugan, G. (2013). The role of retailing in urban sustainability: The Turkish case. *European Urban and Regional Studies*, 20(3), 329-342. <https://doi.org/10.1177/0969776411434846>
- Erkip, F., & Ozuduru, B. H. (2015). Retail development in Turkey: An account after two decades of shopping malls in the urban scene. *Progress in Planning*, 102, 1-33. <https://doi.org/10.1016/j.progress.2014.07.001>
- Eyice, S. (1992). Bedesten. *TDV İslâm Ansiklopedisi: C. 5. Cilt içinde* (ss. 302-311).
- Eyüboğlu, A. (2016, Ekim 16). *İstiklal Caddesi Gerçeği Budur!* Milliyet Gazetesi. <https://www.milliyet.com.tr/cadde/ali-eyuboglu/istiklal-caddesi-gercegi-budur-2327857>
- Fernandes, J. R., & Chamusca, P. (2014). Urban policies, planning and retail resilience. *Cities*, 36, 170-177. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.11.006>
- Figueiredo, L., Honiden, T., & Schumann, A. (2018). *Indicators for Resilient Cities*. OECD. <https://doi.org/10.1787/6f1f6065-en>
- Findlay, A., & Sparks, L. (2014a). High streets and town centres policy. N. Wrigley & E. Brookes (Ed.), *Evolving high streets: Resilience and reinvention—Perspectives from social science* içinde (ss. 12-15). University of Southampton.
- Findlay, A., & Sparks, L. (2014b). Secondary retail during economic crisis and austerity. N. Wrigley & E. Brookes (Ed.), *Evolving high streets: Resilience and reinvention—Perspectives from social science* içinde (ss. 16-19). University of Southampton.
- Fletcher, G., Greenhill, A., Griffiths, M., Holmes, K., & McLean, R. (2016). Creatively prototyping the future high street. *Production Planning & Control*, 27(6), 477-489. <https://doi.org/10.1080/09537287.2016.1147094>
- Folke, C. (2006). Resilience: The emergence of a perspective for social–ecological systems analyses. *Global Environmental Change*, 16(3), 253-267. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2006.04.002>
- Folke, C., Carpenter, S., Elmqvist, T., Gunderson, L., Holling, C. S., & Walker, B. (2002). Resilience and Sustainable Development: Building Adaptive Capacity in a World of Transformations. *AMBIO: A Journal of the Human Environment*, 31(5), 437-440. <https://doi.org/10.1579/0044-7447-31.5.437>
- Folke, C., Colding, J., & Berkes, F. (2002). Synthesis: Building Resilience and Adaptive Capacity in Social–ecological Systems. F. Berkes, J. Colding, & C. Folke (Ed.), *Navigating Social-Ecological Systems: Building Resilience for Complexity and Change* içinde (ss. 352-). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511541957.020>
- Foster, K. A. (2006). A Case Study Approach to Understanding Regional Resilience. *Building Resilient Regions Network*, 41.

- Foster, K. A. (2007). Snapping back: What makes regions resilient? *National Civic Review*, 96(3), 27-29. <https://doi.org/10.1002/ncr.184>
- Genecon LLP and Partners. (2011). *Understanding High Street Performance* (URN 11/1402; s. 147). Department for Business, Innovation and Skills, UK.
- Gim, J., & Shin, S. (2022). Disaster vulnerability and community resilience factors affecting post-disaster wellness: A longitudinal analysis of the Survey on the Change of Life of Disaster Victim. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 81, 103273. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2022.103273>
- Godschalk, D. R. (2003). Urban Hazard Mitigation: Creating Resilient Cities. *Natural Hazards Review*, 4(3), 136-143. [https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)1527-6988\(2003\)4:3\(136\)](https://doi.org/10.1061/(ASCE)1527-6988(2003)4:3(136))
- Griffiths, S. (2015). The High Street as a Morphological Event. L. Vaughan (Ed.), *Suburban Urbanities* içinde (ss. 32-50). UCL Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1g69z0m.10>
- Griffiths, S., Vaughan, L., Haklay, M., & Jones, C. E. (2008). The sustainable suburban high street: A review of themes and approaches. *Geography Compass*, 2(4), Article 4.
- Grimsey, B., Perrior, K., Trevalyan, R., Hood, N., Sadek, J., Schneider, N., Baker, M., Shellard, C., & Cassidy, K. (2020). *Build Back Better* (Covid-19 Supplement for Town Centres, s. 70).
- Gunderson, L. H. (2000). Ecological Resilience—In Theory and Application. *Annual Review of Ecology and Systematics*, 31(1), 425-439. <https://doi.org/10.1146/annurev.ecolsys.31.1.425>
- Gunderson, L. H. (2002). Adaptive dancing: Interactions between social resilience and ecological crises. C. Folke, F. Berkes, & J. Colding (Ed.), *Navigating Social-Ecological Systems: Building Resilience for Complexity and Change* içinde (ss. 33-52). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511541957.005>
- Gunderson, L. H., & Holling, C. S. (Ed.). (2002). *Panarchy: Understanding Transformations in Human and Natural Systems* (2. bs). Island Press.
- Guo, H., Yang, Z., Huang, R., & Guo, A. (2020). The digitalization and public crisis responses of small and medium enterprises: Implications from a COVID-19 survey. *Frontiers of Business Research in China*, 14(1), 19. <https://doi.org/10.1186/s11782-020-00087-1>
- Gur, N., Babacan, M., Aysan, A. F., & Suleyman, S. (2023). Firm Size and Financing Behavior during COVID-19 Pandemic: Evidence from SMEs in Istanbul. *Borsa Istanbul Review*. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2023.02.001>
- GYODER. (2023). *Türkiye Gayrimenkul Sektörü 2023 1.Çeyrek Raporu* (Gösterge Sayı:32; Türkiye Gayrimenkul Sektörü 2023, s. 96).
- Hadjielias, E., Christofi, M., & Tarba, S. (2022). Contextualizing small business resilience during the COVID-19 pandemic: Evidence from small business owner-managers. *Small Business Economics*, 59(4), 1351-1380. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00588-0>

- Hall, S. M. (2011). High Street Adaptations: Ethnicity, Independent Retail Practices, and Localism in London's Urban Margins. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 43(11), 2571-2588. <https://doi.org/10.1068/a4494>
- Hardaker, S., Appel, A., & Rauch, S. (2022). Reconsidering retailers' resilience and the city: A mixed method case study. *Cities*, 128, 103796. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103796>
- Helfgott, A. (2018). Operationalising systemic resilience. *European Journal of Operational Research*, 268(3), 852-864. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2017.11.056>
- Hennink, M., & Kaiser, B. N. (2022). Sample sizes for saturation in qualitative research: A systematic review of empirical tests. *Social Science & Medicine*, 292, 114523. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2021.114523>
- Hidayat, M., Latief, F., Nianti, D. A., Bahasoan, S., & Widiawati, A. (2020). *Factors Influencing Resilience of Micro Small and Medium Entrepreneur (MSME) during Covid 19 Outbreak in South Sulawesi Province Indonesia*. 26707-26721. <https://doi.org/10.31219/osf.io/cme2j>
- High Streets Task Force. (2020a). *COVID-19 Recovery Framework* (s. 9). The Institute of Place Management.
- High Streets Task Force. (2020b). *Improving the Vitality and Viability of your high street* (s. 102). High Streets Task Force.
- High Streets Task Force. (2020c, Mayıs 29). *Excellence in developing COVID-19 recovery plans*. High Streets Task Force. <https://www.highstreettaskforce.org.uk/reopening-high-streets-safely/excellence-in-developing-covid-19-recovery-plans/>
- High Streets Task Force. (2020d, Eylül 24). *Adaptability—25 “vital and viable” priorities*. High Streets Task Force. <https://www.highstreettaskforce.org.uk/resources/details/?id=004c6fb9-ad3e-4eed-a89a-8bdf53f7f3e1>
- Hill, A., & Cheshire, J. (2023). An Investigation of the Impact and Resilience of British High Streets Following the COVID-19 Lockdown Restrictions. *Applied Spatial Analysis and Policy*, 16(2), 537-559. <https://doi.org/10.1007/s12061-022-09494-8>
- Holling, C. S. (1973). Resilience and Stability of Ecological Systems. *Annual Review of Ecology and Systematics*, 4(1), 1-23. <https://doi.org/10.1146/annurev.es.04.110173.000245>
- Holling, C. S. (1986). The resilience of terrestrial ecosystems: Local surprise and global change. W. C. Clark & R. E. Munn, *Sustainable Development of the Biosphere* içinde (ss. 292-317). Cambridge University Press.
- Holling, C. S. (1996). Engineering Resilience versus Ecological Resilience. *Engineering Within Ecological Constraints* içinde (ss. 31-44). National Academies Press.
- Holling, C. S. (2001). Understanding the Complexity of Economic, Ecological, and Social Systems. *Ecosystems*, 4(5), 390-405. <https://doi.org/10.1007/s10021-001-0101-5>

- Holling, C. S., Schindler, D. W., Walker, B. W., & Roughgarden, J. (1995). Biodiversity in the functioning of ecosystems: An ecological synthesis. B.-O. Jansson, C. S. Holling, C. Folke, C. Perrings, & K.-G. Maler (Ed.), *Biodiversity Loss: Economic and Ecological Issues* içinde (ss. 44-83). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139174329.005>
- Hossain, M. R., Akhter, F., & Sultana, M. M. (2022). SMEs in Covid-19 Crisis and Combating Strategies: A Systematic Literature Review (SLR) and A Case from Emerging Economy. *Operations Research Perspectives*, 9, 100222. <https://doi.org/10.1016/j.orp.2022.100222>
- Hubbard, P. (2017). *The Battle for the High Street: Retail Gentrification, Class and Disgust*. Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/978-1-137-52153-8>
- Hudson, R. (2010). Resilient regions in an uncertain world: Wishful thinking or a practical reality? *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3(1), 11-25. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsp026>
- Hughes, C., & Jackson, C. (2015). Death of the high street: Identification, prevention, reinvention. *Regional Studies, Regional Science*, 2(1), 237-256. <https://doi.org/10.1080/21681376.2015.1016098>
- Hürriyet Gazetesi. (2007, Aralık 26). *Yabancı yatırımcı Türkiye’de 50 alışveriş merkezine girdi*. <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/yabanci-yatirimci-turkiye-de-50-alisveris-merkezine-girdi-7920972>
- Illuminate Oldham. (2022, Eylül 1). *Light Up the North*. <https://lightupthenorth.com/festivals/illuminate-oldham/>
- Illuminate: Seeing Oldham in a new light*. (2022, Ekim 10). Local Government Association. <https://www.local.gov.uk/case-studies/illuminate-seeing-oldham-new-light>
- Institute of Health Equity. (2018). *Healthy High Streets: Good place making in an urban setting* (s. 79). Public Health England.
- International Labour Organization. (2020). *A Policy framework for tackling the economic and social impact of the COVID-19 crisis* (COVID-19 and the World of Work - Regional and Country Impact and Policies, s. 17). International Labour Organization.
- International Labour Organization. (2023). *COVID-19 Country policy responses—Europe and Central Asia* (COVID-19 and the World of Work - Regional and Country Impact and Policies, s. 325). International Labour Organization.
- İstanbul Büyükşehir Belediyesi. (2009, Mayıs 21). *Beyoğlu İlçesi Kentsel Sit Alanı Koruma Amaçlı Nazım İmar Planı*. Beyoğlu Belediyesi.
- İstanbul Büyükşehir Belediyesi. (2010a). *Beyoğlu Kentsel Sit Alanı Koruma Amaçlı Uygulama İmar Planı Plan Notları* [İmar Planı Plan Notları]. Beyoğlu Belediyesi.
- İstanbul Büyükşehir Belediyesi. (2010b). *Beyoğlu Kentsel Sit Alanı Koruma Amaçlı Uygulama İmar Planı Raporu* (s. 268) [İmar Planı Raporu]. Beyoğlu Belediyesi.
- İstanbul Büyükşehir Belediyesi. (2010c, Aralık 21). *Beyoğlu İlçesi Kentsel Sit Alanı Koruma Amaçlı Uygulama İmar Planı*. Beyoğlu Belediyesi.

- İstanbul Büyükşehir Belediyesi. (2011). *Beyoğlu Kentsel Sit Alanı Tasarım Rehberi*. İstanbul Büyükşehir Belediyesi.
- İstanbul Büyükşehir Belediyesi. (2022). *Beyoğlu Mekânsal Strateji Planı 2023* (İstanbul Vizyon 2050 Strateji Belgesi, s. 461). İstanbul Büyükşehir Belediyesi.
- İstanbul Büyükşehir Belediyesi Şehir Planlama Müdürlüğü. (2022, Nisan 11). *Beyoğlu Senin*. İstanbul Büyükşehir Belediyesi. <https://sehirplanlama.ibb.istanbul/beyoglu-senin/>
- İstanbul Kent Konseyi Kent Kültürü ve Kültürel Miras Çalışma Grubu. (2021, Kasım 26). *Beyoğlu Kültür Yolu Festivali Beyannamesi*. İstanbul Kent Konseyi. <https://istanbulkentkonseyi.org.tr/beyoplu-kultur-festivali-beyannamesi/>
- İŞKUR. (t.y.). *Nakdi Ücret Desteği (Pandemi)*. Türkiye İş Kurumu. <https://www.iskur.gov.tr/is-arayan/issizlik-sigortasi/nakdi-ucret-destegi-pandemi/> adresinden 05 Ekim 2023 tarihinde alınmıştır.
- Jones, C. (2021). Reframing the intra-urban retail hierarchy. *Cities*, 109, 103037. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2020.103037>
- Kärrholm, M., Nylund, K., & Prieto de la Fuente, P. (2014). Spatial resilience and urban planning: Addressing the interdependence of urban retail areas. *Cities*, 36, 121-130. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.10.012>
- Katare, B., Marshall, M. I., & Valdivia, C. B. (2021). Bend or break? Small business survival and strategies during the COVID-19 shock. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 61, 102332. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2021.102332>
- Kerner, D. A., & Thomas, J. S. (2014). Resilience Attributes of Social-Ecological Systems: Framing Metrics for Management. *Resources*, 3(4), Article 4. <https://doi.org/10.3390/resources3040672>
- Keyder, Ç., & Öncü, A. (1994). Globalization of a Third-World Metropolis: Istanbul in the 1980's. *Review (Fernand Braudel Center)*, 17(3), 383-421.
- Kırmızı, M. (2022). Local Shopkeepers' Perspectives on an Attempt for Municipally-led Commercial Gentrification Via Pedestrianization. *Journal of Planning*, 32(3), 345-360. <https://doi.org/10.14744/planlama.2021.14238>
- Klößner, M., Schmidt, C. G., Wagner, S. M., & Swink, M. (2023). Firms' responses to the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Research*, 158, 113664. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113664>
- Klyver, K., & Nielsen, S. L. (2021). Which crisis strategies are (expectedly) effective among SMEs during COVID-19? *Journal of Business Venturing Insights*, 16, e00273. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2021.e00273>
- Kong, L., Mu, X., Hu, G., & Zhang, Z. (2022). The application of resilience theory in urban development: A literature review. *Environmental Science and Pollution Research*, 29(33), 49651-49671. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-20891-x>
- Konrat, R. (2020, Kasım 19). COVID-19: Çalışma Yaşamına Yönelik Yeni Teşvik ve Destekler. *Esin Avukatlık Ortaklığı*.

<https://www.esin.av.tr/tr/2020/11/19/covid-19-calisma-yasamina-yonelik-yeni-tesvik-ve-destekler/>

- Koster, H. R. A., van Ommeren, J., Tang, C. K., & Bras, N. (2022). Covid-19 restriction policies and shopping streets. *PLoS ONE*, 17(7), e0267160. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0267160>
- Krupa, M. B., Chapin, F. S., & Lovcraft, A. L. (2014). Robustness or resilience? Managing the intersection of ecology and engineering in an urban Alaskan fishery. *Ecology and Society*, 19(2).
- Kumcu, E., & Kumcu, M. E. (1987). Determinants of Food Retailing in Developing Economies: The Case of Turkey. *Journal of Macromarketing*, 7(2), 26-40. <https://doi.org/10.1177/027614678700700205>
- Labour Policy Forum. (2013). *Helping our High Streets: Empowering Local Communities* (Labour's Policy Review, s. 13). Labour Party.
- Lashgari, Y. S., & Shahab, S. (2022). The Impact of the COVID-19 Pandemic on Retail in City Centres. *Sustainability*, 14(18), Article 18. <https://doi.org/10.3390/su141811463>
- Levin, S., Xepapadeas, T., Crépin, A.-S., Norberg, J., Zeeuw, A. de, Folke, C., Hughes, T., Arrow, K., Barrett, S., Daily, G., Ehrlich, P., Kautsky, N., Mäler, K.-G., Polasky, S., Troell, M., Vincent, J. R., & Walker, B. (2013). Social-ecological systems as complex adaptive systems: Modeling and policy implications. *Environment and Development Economics*, 18(2), 111-132. <https://doi.org/10.1017/S1355770X12000460>
- Levine, S. (2014). *Assessing resilience: Why quantification misses the point* (Humanitarian Policy Group Working Paper, s. 26). Overseas Development Institute.
- Levine, S., Ludi, E., & Jones, L. (2011). *Rethinking support for adaptive capacity to climate change: The role of development interventions*. Overseas Development Institute.
- Lewes and Eastbourne Councils. (2023, Kasım 28). *Reopening the High Streets Safely Fund and Welcome Back Fund in Lewes district*. Lewes and Eastbourne Councils. <https://www.lewes-eastbourne.gov.uk/article/1870/Reopening-the-High-Streets-Safely-Fund-and-Welcome-Back-Fund-in-Lewes-district>
- Li, B., Zhong, Y., Zhang, T., & Hua, N. (2021). Transcending the COVID-19 crisis: Business resilience and innovation of the restaurant industry in China. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 44-53. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.08.024>
- Linnenluecke, M. K. (2017). Resilience in Business and Management Research: A Review of Influential Publications and a Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, 19(1), 4-30. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12076>
- Local Government Association. (2021a). *Resilient high streets* (s. 77). Local Government Association.
- Local Government Association. (2021b). *The Future of High Streets and Town Centres: Trends Analysis* (s. 47). Local Government Association.

- Local Government Association. (2022). *Creating resilient and revitalised high streets in the 'new normal'*. Local Government Association (LGA).
- Low, B., Ostrom, E., Simon, C., & Wilson, J. (2002). Redundancy and diversity: Do they influence optimal management? C. Folke, F. Berkes, & J. Colding (Ed.), *Navigating Social-Ecological Systems: Building Resilience for Complexity and Change* içinde (ss. 83-114). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511541957.007>
- Lu, Y., Wu, J., Peng, J., & Lu, L. (2020). The perceived impact of the Covid-19 epidemic: Evidence from a sample of 4807 SMEs in Sichuan Province, China. *Environmental Hazards*, 19(4), 323-340. <https://doi.org/10.1080/17477891.2020.1763902>
- Lysack, K. (2008). *Come Buy, Come Buy: Shopping and the Culture of Consumption in Victorian Women's Writing* (1st edition). Ohio University Press.
- Magis, K. (2010). Community Resilience: An Indicator of Social Sustainability. *Society & Natural Resources*, 23(5), 401-416. <https://doi.org/10.1080/08941920903305674>
- Mango, M. M. (2000). The Commercial Map of Constantinople. *Dumbarton Oaks Papers*, 54, 189-207. <https://doi.org/10.2307/1291839>
- Mannarini, T., & Fedi, A. (2009). Multiple senses of community: The experience and meaning of community. *Journal of Community Psychology*, 37(2), 211-227. <https://doi.org/10.1002/jcop.20289>
- Marshall, M. I., & Schrank, H. L. (2014). Small business disaster recovery: A research framework. *Natural Hazards*, 72(2), 597-616. <https://doi.org/10.1007/s11069-013-1025-z>
- Marshall, M. I., & Schrank, H. L. (2020). Sink or Swim? Impacts of Management Strategies on Small Business Survival and Recovery. *Sustainability*, 12(15), Article 15. <https://doi.org/10.3390/su12156229>
- Matin, N., Forrester, J., & Ensor, J. (2018). What is equitable resilience? *World Development*, 109, 197-205. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2018.04.020>
- Maxwell, D., Constan, M., Frankenberger, T., Klaus, D., & Mock, M. (2015). *Qualitative Data and Subjective Indicators for Resilience Measurement* (Resilience Measurement Technical Working Group No. 4; Technical Series, s. 14). Food Security Information Network.
- Mayunga, J. S. (2007, Temmuz 22). *Understanding and Applying the Concept of Community Disaster Resilience: A Capital-based Approach*. Megacities as Hotspots of Risk: Social Vulnerability and Resilience Building, Munich, Germany.
- Meanwhile in Plymouth*. (2022, Ekim 10). Local Government Association. <https://www.local.gov.uk/case-studies/meanwhile-plymouth>
- Meerow, S., & Newell, J. P. (2016). Urban resilience for whom, what, when, where, and why? *Urban Geography*, 40(3), 309-329. <https://doi.org/10.1080/02723638.2016.1206395>

- Meerow, S., Newell, J. P., & Stults, M. (2016). Defining urban resilience: A review. *Landscape and Urban Planning*, 147, 38-49. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2015.11.011>
- Mehmood, A. (2016). Of resilient places: Planning for urban resilience. *European Planning Studies*, 24(2), 407-419. <https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1082980>
- Meyer, A. D. (1982). Adapting to environmental jolts. *Administrative Science Quarterly*, 27(4), 515-537.
- Miklian, J., & Hoelscher, K. (2022). SMEs and exogenous shocks: A conceptual literature review and forward research agenda. *International Small Business Journal*, 40(2), 178-204. <https://doi.org/10.1177/02662426211050796>
- Millington, S., & Ntounis, N. (2017). Repositioning the high street: Evidence and reflection from the UK. *Journal of Place Management and Development*, 10(4), 364-379. <https://doi.org/10.1108/JPMD-08-2017-0077>
- Ministry of Housing, Communities & Local Government. (2020, Eylül 18). *Flexible use on the high street: Key facts brief*. GOV.UK. <https://www.gov.uk/government/publications/permitted-development-rights-and-changes-to-the-use-classes-order/flexible-use-on-the-high-street-key-facts-brief>
- Ministry of Housing, Communities & Local Government. (2014, Mart 3). *Town centres and retail*. GOV.UK. <https://www.gov.uk/guidance/ensuring-the-vitality-of-town-centres>
- Ministry of Housing, Communities & Local Government. (2021a). *Build Back Better High Streets* (s. 37). Ministry of Housing, Communities & Local Government.
- Ministry of Housing, Communities & Local Government. (2021b). *National Planning Policy Framework* (s. 75). Ministry of Housing, Communities & Local Government.
- Ministry of Housing, Communities & Local Government. (2021c). *Welcome Back Fund* (V3; s. 44). Ministry of Housing, Communities & Local Government.
- Morgan, T., Anokhin, S., Ofstein, L., & Friske, W. (2020). SME response to major exogenous shocks: The bright and dark sides of business model pivoting. *International Small Business Journal*, 38(5), 369-379. <https://doi.org/10.1177/0266242620936590>
- Mortan, K., & Küçükerman, Ö. (2010). *Çarşı, Pazar, Ticaret ve Kapalıçarşı* (2. Baskı). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Nanda, A., Xu, Y., & Zhang, F. (2021). How would the COVID-19 pandemic reshape retail real estate and high streets through acceleration of E-commerce and digitalization? *Journal of Urban Management*, 10(2), 110-124. <https://doi.org/10.1016/j.jum.2021.04.001>
- Neubert, M. G., & Caswell, H. (1997). Alternatives to Resilience for Measuring the Responses of Ecological Systems to Perturbations. *Ecology*, 78(3), 653-665. <https://doi.org/10.2307/2266047>

- New Economics Foundation. (2010). *Re-imagining the high street* (The 2010 Clone Town Report, s. 48). New Economics Foundation.
- New freedoms to support high streets and fast track delivery of schools and hospitals across England introduced today.* (2021, Mart 31). GOV.UK. <https://www.gov.uk/government/news/new-freedoms-to-support-high-streets-and-fast-track-delivery-of-schools-and-hospitals-across-england-introduced-today>
- Norberg, J., & Cumming, G. (2008). *Complexity Theory for a Sustainable Future* (s. 312 Pages). Columbia University Press.
- Norris, F. H., Stevens, S. P., Pfefferbaum, B., Wyche, K. F., & Pfefferbaum, R. L. (2008). Community Resilience as a Metaphor, Theory, Set of Capacities, and Strategy for Disaster Readiness. *American Journal of Community Psychology*, 41(1-2), 127-150. <https://doi.org/10.1007/s10464-007-9156-6>
- Ntounis, N., Saga, R. S., Warnaby, G., Loroño-Leturiondo, M., & Parker, C. (2023). Reframing high street viability: A review and synthesis in the English context. *Cities*, 134, 104182. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.104182>
- Office for National Statistics. (2019). *High streets in Great Britain* (s. 23). Office for National Statistics.
- Oram, J., Conisbee, M., & Simms, A. (2003). *Ghost Town Britain II: Death on the High Street: How Britain's Local Economies are Losing Ground and Fighting Back* (Ghost Town Britain, s. 44). New Economics Foundation.
- Ordnance Survey. (2020). *High streets in Great Britain: March, 2020* [Ordnance Survey High Street]. Office for National Statistics.
- Osbahr, H. (2007). Building resilience: Adaptation mechanisms and mainstreaming for the poor. *Human Development Reports içinde* (Fighting Climate Change: Human Solidarity in a Divided World) [UNDP Human Development Report 2007/2008]. United Nations.
- Ozcan, G. B. (2000). The transformation of Turkish retailing: Survival strategies of small and medium-sized retailers. *Journal of Southern Europe and the Balkans*, 2(1), 105-120. <https://doi.org/10.1080/14613190050004862>
- Ozuduru, B. H. (2019). An Analysis of the Framework of Urban Public Policy for Effective City Centre Development: The Planning Issues and Challenges for Turkish City Centres. Ö. B. Özdemir Sarı, S. S. Özdemir, & N. Uzun (Ed.), *Urban and Regional Planning in Turkey içinde* (ss. 63-82). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-05773-2_4
- Ozuduru, B. H., Varol, C., & Yalciner Ercoskun, O. (2014). Do shopping centers abate the resilience of shopping streets? The co-existence of both shopping venues in Ankara, Turkey. *Cities*, 36, 145-157. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.10.003>
- Page, S. (2014). Data constraints and the high street crisis. N. Wrigley & E. Brookes (Ed.), *Evolving high streets: Resilience and reinvention—Perspectives from social science içinde* (ss. 44-47). University of Southampton.
- Palaiologou, G. (2015). High Street Transactions and Interactions. L. Vaughan (Ed.), *Suburban Urbanities içinde* (ss. 175-203). UCL Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1g69z0m.16>

- Parker, C., Ntounis, N., Millington, S., Quin, S., & Castillo-Villar, F. R. (2017). Improving the vitality and viability of the UK High Street by 2020: Identifying priorities and a framework for action. *Journal of Place Management and Development*, 10(4), 310-348. <https://doi.org/10.1108/JPMD-03-2017-0032>
- Parker, C., Ntounis, N., Quin, S., & Millington, S. (2015). *High Street UK 2020 Project Report: Identifying factors that influence vitality and viability* [Project Paper]. Manchester Metropolitan University and the Institute of Place Management.
- Pascariu, G. C., Banica, A., & Nijkamp, P. (2022). A Meta-Overview and Bibliometric Analysis of Resilience in Spatial Planning – the Relevance of Place-Based Approaches. *Applied Spatial Analysis and Policy*. <https://doi.org/10.1007/s12061-022-09449-z>
- Pelling, M. (2003). *The Vulnerability of Cities: Natural Disasters and Social Resilience*. Earthscan Publications.
- Perrings, C. (2006). Resilience and sustainable development. *Environment and Development Economics*, 11(4), 417-427.
- Peters, M. (2021, Ekim 2). NJEDA's Main Street Recovery Program Sets the Stage for Stronger, Fairer Recovery from COVID-19. <https://www.downtownnj.com/>. <https://www.downtownnj.com/main-street-recovery-program/>
- Pike, A., Dawley, S., & Tomaney, J. (2010). Resilience, adaptation and adaptability. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3(1), 59-70.
- Pimm, S. L. (1984). The complexity and stability of ecosystems. *Nature*, 307, 321-326. <https://doi.org/10.1038/307321a0>
- Pizzo, B. (2015). Problematizing resilience: Implications for planning theory and practice. *Cities*, 43, 133-140. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2014.11.015>
- Placemaking with poetry*. (2022, Ekim 10). Local Government Association. <https://www.local.gov.uk/case-studies/placemaking-poetry>
- Popławska, J. Z. (2021). The Resilience of Urban Retail System in the Face of the COVID-19 Pandemic. The Case Study of Poland. *Sustainability*, 13(24), Article 24. <https://doi.org/10.3390/su132413737>
- Portas, M. (2011). *The Portas Review: An independent review into the future of our high streets* (s. 55).
- Puumalainen, K., Sjögrén, H., Soininen, J., Syrjä, P., & Kraus, S. (2023). Crisis response strategies and entrepreneurial orientation of SMEs: A configurational analysis on performance impacts. *International Entrepreneurship and Management Journal*. <https://doi.org/10.1007/s11365-023-00847-4>
- PwC. (2021, Temmuz 30). *İşyeri Kiralama Hizmetlerinde KDV İndirimi ve Kira Stopajı İndiriminde Süre Uzatımı*. PwC. <https://www.pwc.com.tr/tr/sektorler/gayrimenkul/bultenler/isyeri-kiralama-hizmetlerinde-kdv-indirimi-ve-kira-stopaji-indiriminde-sure-uzatimi.html>

- Raco, M., & Street, E. (2012). Resilience Planning, Economic Change and The Politics of Post-recession Development in London and Hong Kong. *Urban Studies*, 49(5), 1065-1087. <https://doi.org/10.1177/0042098011415716>
- Roberts, M. (2014). A helping hand? The contribution of the night-time economy to the evolving high street. N. Wrigley & E. Brookes (Ed.), *Evolving high streets: Resilience and reinvention—Perspectives from social science* içinde (ss. 25-28). University of Southampton.
- Robertson, T., Docherty, P., Millar, F., Ruck, A., & Engstrom, S. (2021). Theory and practice of building community resilience to extreme events. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 59, 102253. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2021.102253>
- Rockefeller Foundation. (2009, Ağustos 4). *Building Climate Change Resilience*. Rockefeller Foundation White Paper.
- Rudlin, D., Payne, V., & Montague, L. (2023). *High Street: How our town centres can bounce back from the retail crisis*. RIBA Publishing.
- Saad, M. H., Hagelaar, G., van der Velde, G., & Omta, S. W. F. (2021). Conceptualization of SMEs' business resilience: A systematic literature review. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1938347. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1938347>
- Salgueiro, T. B. (2011). The resilience of urban retail areas. T. B. Salgueiro & H. Cachinho (Ed.), *Retail Planning for the Resilient City: Consumption and Urban Regeneration* içinde (ss. 19-44). Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa.
- Schiappacasse, P., & Müller, B. (2018). One fits all? *Raumforschung Und Raumordnung | Spatial Research and Planning*, 76(1), 51-64. <https://doi.org/10.1007/s13147-018-0520-9>
- Sharifi, A., & Yamagata, Y. (2018). Resilience-Oriented Urban Planning. *Resilience-Oriented Urban Planning: Theoretical and Empirical Insights* içinde (ss. 3-27). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-75798-8>
- Sharma, A., Surjan, A., & Shaw, R. (2011). Overview of Urban Development and Associated Risks. R. Shaw & A. Sharma (Ed.), *Community, Environment and Disaster Risk Management* içinde (C. 6, ss. 1-16). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S2040-7262\(2011\)0000006007](https://doi.org/10.1108/S2040-7262(2011)0000006007)
- Sharma, P., Leung, T. Y., Kingshott, R. P. J., Davcik, N. S., & Cardinali, S. (2020). Managing uncertainty during a global pandemic: An international business perspective. *Journal of Business Research*, 116, 188-192. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.026>
- Simmie, J., & Martin, R. (2010). The economic resilience of regions: Towards an evolutionary approach. *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 3(1), 27-43. <https://doi.org/10.1093/cjres/rsp029>
- Simms, A., Kjell, P., & Potts, R. (2005). *Clone Town Britain: The Survey Results on the Bland State of the Nation*. New Economics Foundation.
- Simonsen, S. H., Biggs, R., Schlüter, M., Schoon, M., Bohensky, E., Cundill, G., Dakos, V., Daw, T., Kotschy, K., Leitch, A., Quinlan, A., Peterson, G., &

- Moberg, F. (2015). *Applying resilience thinking* (Principles for Building Resilience: Sustaining Ecosystem Services in Social Ecological Systems, s. 20). Stockholm Resilience Center.
- Singleton, A. D., Dolega, L., Riddlesden, D., & Longley, P. A. (2016). Measuring the spatial vulnerability of retail centres to online consumption through a framework of e-resilience. *Geoforum*, 69, 5-18. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2015.11.013>
- Smith, A., & Stirling, A. (2010). The Politics of Social-ecological Resilience and Sustainable Socio-technical Transitions. *Ecology and Society*, 15(1), 1-13. <https://doi.org/10.5751/ES-03218-150111>
- Sözcü Gazetesi. (2017, Temmuz 27). *Türkiye'den kaçış sürüyor! Yabancı 6 marka daha....* <https://www.sozcu.com.tr/2017/ekonomi/yabanci-markalar-kaciyor-6-marka-daha-turkiyeden-cekilecek-1948454/>
- Sparks, L. (2021). Towns, High Streets and Resilience in Scotland: A Question for Policy? *Sustainability*, 13(10), Article 10. <https://doi.org/10.3390/su13105631>
- Surjan, A., Sharma, A., & Shaw, R. (2011). Understanding Urban Resilience. R. Shaw & A. Sharma (Ed.), *Climate and Disaster Resilience in Cities* içinde (C. 6, ss. 17-45). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S2040-7262\(2011\)0000006008](https://doi.org/10.1108/S2040-7262(2011)0000006008)
- Swyngedouw, E. (2009). The Antinomies of the Postpolitical City: In Search of a Democratic Politics of Environmental Production. *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(3), 601-620. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2009.00859.x>
- Şahin, S. Z. (2011). Alışveriş merkezlerinin evrimi ve geleceği: Kent merkezleri ile birlikte sürdürülebilir bir gelecek mümkün mü? *Dosya 22: AVM'ler*, 22, 4-15.
- T. C. Sağlık Bakanlığı. (2020). *COVID-19 Salgın Yönetimi ve Çalışma Rehberi* (s. 378) [Bilimsel Danışma Kurulu Çalışması]. T. C. Sağlık Bakanlığı.
- Talen, E., & Jeong, H. (2019). What is the value of 'main street'? Framing and testing the arguments. *Cities*, 92, 208-218. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.03.023>
- Taymaz, E. (2021). COVID-19 Tedbirlerinin Ekonomik Etkileri ve Çözüm Önerileri: Türkiye İçin Bir ex-ante Politika Etki analizi. *Afetlerle Yoksullaşma: Salgınlar, Göçler ve Eşitsizlikler* içinde (1. Baskı, ss. 181-198). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- T.C. İstanbul Valiliği. (2020, Mart 18). *Cumhurbaşkanı Erdoğan "Ekonomik İstikrar Kalkanı" Tedbir Paketini Açıkladı*. <http://www.istanbul.gov.tr/cumhurbaskani-erdogan-ekonomik-istikrar-kalkani-tedbir-paketini-acikladi>
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2021, Nisan 1). *Ciro Kaybı Desteği Ödemeleri*. <https://ticaret.gov.tr>. <https://ticaret.gov.tr/duyurular/ciro-kaybi-destegi-odemeleri>
- Tekin, İ., & Akgün Gültekin, A. (2018). Rebuilding Of Beyoğlu-İstiklal Street: A Comparative Analysis Of Urban Transformation Through Sections Along The Street 2004-2014. *METU Journal of the Faculty of Architecture*, 34(2), Article 2. <https://doi.org/10.4305/metu.jfa.2017.2.12>

- Temkin, J. (2021, Eylül 9). *Pandemic Recovery Efforts in Georgia: Progress on the Georgia Main Street Innovation Grant Program*. Main Street America. <https://mainstreet.org/the-latest/news/pandemic-recovery-efforts-in-georgia-progress-on-the-georgia-main-street-innovation-grant-program>
- The Rockefeller Foundation. (2016). *City Resilience Index* (s. 47). The Rockefeller Foundation, ARUP.
- Thorgren, S., & Williams, T. A. (2020). Staying alive during an unfolding crisis: How SMEs ward off impending disaster. *Journal of Business Venturing Insights*, 14, e00187. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00187>
- Tierney, K. (2007). Businesses and Disasters: Vulnerability, Impacts, and Recovery. H. Rodríguez, E. L. Quarantelli, & R. R. Dynes (Ed.), *Handbook of Disaster Research* içinde (ss. 275-296). Springer. https://doi.org/10.1007/978-0-387-32353-4_16
- Tierney, K. (2014). *The Social Roots of Risk: Producing Disasters, Promoting Resilience* (1. bs). Stanford Business Books.
- Tinsley, C. H., Dillon, R. L., & Cronin, M. A. (2012). How Near-Miss Events Amplify or Attenuate Risky Decision Making. *Management Science*, 58(9), 1596-1613.
- Tokatli, N., & Boyaci, Y. (1997). Internationalization of Retailing in Turkey. *New Perspectives on Turkey*, 17, 97-128. <https://doi.org/10.1017/S0896634600002776>
- Tokatli, N., & Boyaci, Y. (1998). The changing retail industry and retail landscapes: The case of post-1980 Turkey. *Cities*, 15(5), 345-359. [https://doi.org/10.1016/S0264-2751\(98\)00030-4](https://doi.org/10.1016/S0264-2751(98)00030-4)
- Tokatli, N., & Boyaci, Y. (1999). The changing morphology of commercial activity in Istanbul. *Cities*, 16(3), 181-193. [https://doi.org/10.1016/S0264-2751\(99\)00015-3](https://doi.org/10.1016/S0264-2751(99)00015-3)
- Tokatli, N., & Ozcan, G. B. (1998). The State and the Corporate Private Sector in the Recent Restructuring of Turkish Retailing. *New Perspectives on Turkey*, 18, 79-111. <https://doi.org/10.1017/S0896634600002892>
- Tomalin, C. (1996). Viewpoint: Revised Planning Policy Guidance for Town Centres and Retail Development: How Long Will It Last? *The Town Planning Review*, 67(2), iii-vi.
- Tufekci, N. G., & Arslanli, K. Y. (2021). Analysis of high streets of Istanbul: A proposal for strategical management approach. *European Planning Studies*, 0(0), 1-29. <https://doi.org/10.1080/09654313.2021.1921119>
- Türkün, A., Sarioğlu, A., & Çarıkçı, Ç. (2021). *Tarihi Kent Merkezlerinin Yeniden Yapılanmasında Belirleyici Faktörler ve Olası Senaryolar: İstanbul Beyoğlu Örneği* (s. 1179) [TÜBİTAK Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Projelerini Destekleme Programı (1001)]. TÜBİTAK.
- Türkün, A., Sarioğlu, A., Çarıkçı, Ç., Çetin Yılmaz, R., İbişoğlu, Ç., Kırpık, E., & Uzgören, G. (2022). Beyoğlu'nda Dönüşüm ve Tektipleşme. *İPA İstanbul Kent Araştırmaları ve Düşünce Dergisi*, 2022(4), 88-93.

- Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik, 27808 Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik (2011). 20/9/2023
- UCL Transport Institute. (2014). *Future of the high street—Implications for transport policy and planning* (s. 4) [Briefing note]. UCL Transport Institute.
- UNISDR. (2009). *UNISDR Terminology on Disaster Risk Reduction (2009)* (s. 13). United Nations Office for Disaster Risk Reduction.
- United Nations. (2021). *United Nations Comprehensive Response to COVID-19* (Saving Lives, Protecting Societies, Recovering Better, s. 42). United Nations.
- Vale, L. J. (2014). The politics of resilient cities: Whose resilience and whose city? *Building Research & Information*, 42(2), 191-201. <https://doi.org/10.1080/09613218.2014.850602>
- Viswanathan, M., Faruque Aly, H., Duncan, R., & Mandhan, N. (2021). Unequal but essential: How subsistence consumer-entrepreneurs negotiate unprecedented shock with extraordinary resilience during COVID-19. *The Journal of Consumer Affairs*, 55(1), 151-178. <https://doi.org/10.1111/joca.12351>
- Walker, B., Carpenter, S., Anderies, J., Abel, N., Cumming, G., Janssen, M., Lebel, L., Norberg, J., Peterson, G., & Pritchard, R. (2002). Resilience Management in Social-ecological Systems: A Working Hypothesis for a Participatory Approach. *Conservation Ecology*, 6(1). <https://doi.org/10.5751/ES-00356-060114>
- Walker, B. H., & Salt, D. (2006). *Resilience thinking: Sustaining ecosystems and people in a changing world*. Island Press.
- Walker, B., Holling, C. S., Carpenter, S., & Kinzig, A. (2004). Resilience, Adaptability and Transformability in Social–ecological Systems. *Ecology and Society*, 9(2). <https://doi.org/10.5751/ES-00650-090205>
- Walker, B., & Salt, D. (2006). *Resilience thinking: Sustaining ecosystems and people in a changing world*. Island Press.
- We Made That & LSE Cities. (2017). *High Streets for All* (s. 64). Greater London Authority.
- Webb, G. R., Tierney, K. J., & Dahlhamer, J. M. (2000). Businesses and Disasters: Empirical Patterns and Unanswered Questions. *Natural Hazards Review*, 1(2), 83-90. [https://doi.org/10.1061/\(ASCE\)1527-6988\(2000\)1:2\(83\)](https://doi.org/10.1061/(ASCE)1527-6988(2000)1:2(83))
- Welcome Back Fund. (2022, Ekim 12). GOV.UK. <https://www.gov.uk/government/publications/welcome-back-fund>
- Wenzel, M., Stanske, S., & Lieberman, M. B. (2020). Strategic responses to crisis. *Strategic Management Journal*, 42(2), O16-O27. <https://doi.org/10.1002/smj.3161>
- White, I., & O'Hare, P. (2014). From Rhetoric to Reality: Which Resilience, Why Resilience, and Whose Resilience in Spatial Planning? *Environment and Planning C: Government and Policy*, 32(5), 934-950. <https://doi.org/10.1068/c12117>

- Wilkinson, C. (2012). Social-ecological resilience: Insights and issues for planning theory. *Planning Theory*, 11(2), 148-169. <https://doi.org/10.1177/1473095211426274>
- Williams, T. A., Gruber, D. A., Sutcliffe, K. M., Shepherd, D. A., & Zhao, E. Y. (2017). Organizational Response to Adversity: Fusing Crisis Management and Resilience Research Streams. *Academy of Management Annals*, 11(2), 733-769. <https://doi.org/10.5465/annals.2015.0134>
- World Economic Forum. (2023). *The Global Risks Report 2023* (18th Edition; s. 98). World Economic Forum.
- Wrigley, N., & Brookes, E. (Ed.). (2014). *Evolving high streets: Resilience and reinvention - Perspectives from social science*. University of Southampton.
- Wrigley, N., & Dolega, L. (2011). Resilience, Fragility, and Adaptation: New Evidence on the Performance of UK High Streets during Global Economic Crisis and its Policy Implications. *Environment and Planning A*. <https://doi.org/10.1068/a44270>
- Wrigley, N., & Lambiri, D. (with Astbury, G., Dolega, L., Hart, C., Reeves, C., Thurstain-Goodwin, M., & Wood, S.). (2015). *British high streets: From crisis to recovery? A comprehensive review of the evidence*. University of Southampton.
- Wu, C., Cenci, J., Wang, W., & Zhang, J. (2022). Resilient City: Characterization, Challenges and Outlooks. *Buildings*, 12(5), Article 5. <https://doi.org/10.3390/buildings12050516>
- Yalciner Ercoskun, O., & Ozuduru, B. H. (2014). Urban resilience and main streets in Ankara. *International Development Planning Review*, 36(3), 313-337. <https://doi.org/10.3828/idpr.2014.18>
- Yamagata, Y., & Sharifi, A. (Ed.). (2018). *Resilience-Oriented Urban Planning: Theoretical and Empirical Insights*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-75798-8>
- Zukin, S., Kasinitz, P., Chen, X., Kasinitz, P., & Chen, X. (2015). *Global Cities, Local Streets: Everyday Diversity from New York to Shanghai*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315776194>

A

NACE VE MESLEK KODU EŞLEŞTİRMELERİ TABLOSU

NACE KODU	NACE TANIM	MESLEK TANIM
47.79.04	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kullanılmış mobilya, elektrikli ve elektronik ev eşyası perakende ticareti	İkinci el eşya ticareti
47.79.05	Kullanılmış malların müzayede salonları vasıtasıyla perakende ticareti	İkinci el eşya ticareti
47.79.90	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda diğer ikinci el eşya perakende ticareti (ikinci el motorlu kara taşıtları ve motosiklet parçaları hariç)	İkinci el eşya ticareti
47.52.10	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda ağacın ilk işlenmesinden elde edilen ürünlerin perakende ticareti (kereste, ağaç talaşı ve yongası, kontrplak, yonga ve lifli levhalar (mdf, sunta vb.), parke, ahşap varil, fiçi ve diğer muhafazalar, vb.)	Kerestecilik
47.52.17	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda ahşap kapı, pencere ve bunların kasaları ile kapı eşiklerinin perakende ticareti	Marangozluk
47.52.22	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda masif, lamine ve laminant parke perakende ticareti	Marangozluk
47.59.04	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda ahşap, mantar ve hasır eşyaların perakende ticareti (ahşap sofa ve mutfak eşyaları, ahşap çerçeveler, sepetçi ürünleri, mücevher vb. için ahşap kutular, ahşap biblolar, mantar ürünler, hasır vb.)	Marangozluk
47.59.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda ev mobilyalarının ve aksesuarlarının perakende ticareti (baza, somya, karyola dahil; hasır ve sepetçi söğüdü gibi malzemelerden olanlar hariç)	Mobilya ticareti
47.59.08	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda büro mobilyaları ve aksesuarlarının perakende ticareti	Mobilya ticareti
47.59.10	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda bahçe mobilyalarının perakende ticareti	Mobilya ticareti
47.59.11	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda yatak perakende ticareti	Mobilya ticareti
47.78.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kömür ve yakacak odun perakende ticareti	Yakacak imalatı, ticareti
47.99.12	Mağaza, tezgah, pazar yeri dışında müşterinin istediği yere ulaştırılarak yapılan doğrudan yakıt satışı (kalorifer yakıtı, yakacak odun, vb.)	Yakacak imalatı, ticareti
47.54.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda beyaz eşya ve elektrikli küçük ev aleti perakende ticareti (buzdolabı, çamaşır makinesi, su ısıtıcı, vantilatör, davlumbaz, tost makinesi, mutfak robotu, vb.) (radyo, televizyon ve fotoğrafçılık ürünleri hariç)	Beyaz eşya ticareti
47.54.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda evde kullanım amaçlı elektrik tesisat malzemesi perakende ticareti (transformatör, sigorta, röle, pil ve batarya, elektrik akümülatörü, koaksiyel kablo, elektrik iletkenleri, anahtar, duy, bys. fiş, priz, vb.)	Elektrik malzemeleri imalatı, ticareti
47.59.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda aydınlatma teçhizatı perakende ticareti (lambalar, aydınlatma armatürleri, avize,	Elektrik malzemeleri imalatı, ticareti

	abajur, ışıklı tabela, portatif elektrik lambaları vb.) (elektrik malzemeleri hariç)	
47.54.90	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda bys. elektrikli ev aletleri perakende ticareti (ev tipi hırsız ve yangın alarmı, tıraş, dikiş, dokuma ve örgü makinesi, fırın, soba, radyatör, ev tipi klima vb.) (radyo, TV ve fotoğrafçılık ürünleri hariç)	Elektrikli ev aletleri ticareti
47.41.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda bilgisayarların, çevre donanımlarının ve yazılımların perakende ticareti (video oyun konsolları dahil)	Elektronik ürün ticareti
47.43.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda ses ve görüntü cihazlarının ve bunların parçalarının perakende ticareti (radyo, televizyon, müzik seti, teyp, DVD oynatıcı, mp3 çalar, vb.)	Elektronik ürün ticareti
47.91.14	Radyo, TV, posta yoluyla veya internet üzerinden yapılan perakende ticaret	E-ticaret
47.63.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda müzik ve video kayıtlarının perakende ticareti (dolu ses, müzik ve video kasetleri, CD/DVD vb. ürünler ile boş olanlar dahil)	Kayıtlı medyaların imalatı, kiralınması, ticareti
47.42.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda telekomünikasyon teçhizatının perakende ticareti (telefon, cep telefonu, faks vb.)	Telekomünikasyon cihazları ticareti
47.29.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda çay, kahve, kakao ve baharat perakende ticareti (bitki çayları dahil)	Aktar ürünleri imalatı, ticareti
47.11.01	Bakkal ve marketlerde yapılan perakende ticaret (belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret)	Bakkallık, bayilik, büfecilik
47.11.05	Belirli bir mala tahsis edilmemiş büfelerde gıda, alkollü ve alkolsüz içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret	Bakkallık, bayilik, büfecilik
47.11.99	Bys. belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret (tanzim satış ve gıda tüketim kooperatifleri dahil)	Bakkallık, bayilik, büfecilik
47.21.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda işlenmiş ve korunmuş meyve ve sebzelerin perakende ticareti (turşular ile dondurulmuş, salamura edilmiş, konserve ve kurutulmuş sebze ve meyveler vb. dahil, baklagil, zeytin ve kuru yemiş hariç)	Bakkallık, bayilik, büfecilik
47.25.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda (büfeler dahil) alkollü ve alkolsüz içeceklerin perakende ticareti (rakı, bira gibi alkollü içkiler ile meyve suyu, şıra, şalgam suyu, gazlı içecekler vb. dahil; içme suyu hariç)	Bakkallık, bayilik, büfecilik
47.25.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda içme suyu perakende ticareti (şişelendirilmiş veya damacanaya konulmuş olanlar dahil, şebeke suyu hariç)	Bakkallık, bayilik, büfecilik
47.26.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda (büfeler dahil) tütün ve tütün ürünleri perakende ticareti (nargile tütünü, pipo tütünü, sigara, puro vb.)	Bakkallık, bayilik, büfecilik
47.26.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda pipo, nargile, sigara ağızlığı, vb. perakende ticareti	Bakkallık, bayilik, büfecilik
47.29.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda toz, kesme ve kristal şeker perakende ticareti	Bakkallık, bayilik, büfecilik
47.29.12	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda homojenize gıda müstahzarları ve diyetetik ürünlerin perakende ticareti (glüten içermeyen gıda maddeleri, sodyum içermeyen tuzlar vb. ile besin yönünden zenginleştirilmiş sporcu gıdaları vb.)	Bakkallık, bayilik, büfecilik
47.29.90	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda başka yerde sınıflandırılmamış diğer gıda ürünlerinin perakende ticareti (hazır yemek, gıda tuzu, sos, maya, çorba, pekmez, reçel, fındık ezmesi, makarna, bal, ev hayvanı yemleri vb.)	Bakkallık, bayilik, büfecilik

47.62.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda (büfeler dahil) gazete ve dergilerin perakende ticareti	Bakkallık, bayilik, büfecilik
47.99.10	Otomatik satış makineleri ile yapılan perakende ticaret	Bakkallık, bayilik, büfecilik
47.23.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda balık, kabuklu hayvanlar ve yumuşakçaların perakende ticareti (canlı, taze, soğutulmuş ve dondurulmuş olanlar ile balık filetosu gibi bunlardan yapılan ürünler dahil)	Balıkçılık
47.73.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda hayvan sağlığına yönelik ilaç, aşı, vb. ürünlerin perakende ticareti	Besicilik, celeplik
47.78.28	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda canlı büyükbaş ve küçükbaş hayvanların perakende ticareti (ev hayvanları hariç)	Besicilik, celeplik
47.21.04	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kuru bakliyat ürünleri perakende ticareti (fasulye, mercimek, nohut, vb.)	Değirmencilik, zahirecilik
47.29.06	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda hububat, un ve zahire ürünleri perakende ticareti (bulgur, pirinç, mısır, vb.)	Değirmencilik, zahirecilik
47.24.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda dondurma, aromalı yenilebilir buzlar vb. perakende ticareti (pastanelerde verilen hizmetler hariç)	Dondurmacılık
47.76.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda ev hayvanları ile bunların mama ve gıdalarının perakende ticareti (süs balıkları, köpek, kuş, hamster, kaplumbağa vb., akvaryum, kafes ile kedi ve köpekler için tasmalar vb. dahil)	Evcil hayvan bakımı, ticareti
47.24.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda (büfeler dahil) ekmek, pasta ve unlu mamullerin perakende ticareti (ekmek, bisküvi, pasta, çörek, dondurma külahı vb.)	Fırıncılık
47.76.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda gübre ve zirai kimyasal ürünlerin perakende ticareti (turba, kimyasal gübreler, hayvansal veya bitkisel gübreler, haşere ilaçları, yabancı ot ilaçları vb.)	Gübre, zirai ilaç imalatı, ticareti
47.22.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda et ürünleri perakende ticareti (sosis, salam, sucuk, pastırma vb.)	Kasaplık
47.22.05	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda et (av ve kümes hayvanı etleri dahil) perakende ticareti (kasapların faaliyetleri dahil)	Kasaplık
47.22.06	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda sakatat perakende ticareti	Kasaplık
47.21.05	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kuru yemiş perakende ticareti	Kuruyemiş imalatı, ticareti
47.21.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda taze sebze ve meyve perakende ticareti (manav ürünleri ile kültür mantarı dahil)	Manavlık
47.21.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda zeytin perakende ticareti	Şarküteri ürünleri imalatı, ticareti
47.29.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda süt ve süt ürünleri perakende ticareti	Şarküteri ürünleri imalatı, ticareti
47.29.04	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda yenilebilir katı ve sıvı yağların perakende ticareti (yemeklik yağ dahil)	Şarküteri ürünleri imalatı, ticareti
47.29.11	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda yumurta perakende ticareti	Şarküteri ürünleri imalatı, ticareti
47.24.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda çikolata ve şekerleme perakende ticareti (bonbon şekeri, akide şekeri, lokum, helva vb. dahil, dondurma hariç)	Şekercilik, çikolatacilık
47.78.29	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda canlı kümes hayvanlarının perakende ticareti	Tavukçuluk
47.64.06	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda spor ayakkabısı perakende ticareti (kayak botları dahil)	Ayakkabıcılık

47.72.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda ayakkabı, terlik vb. perakende ticareti (kavafiye dahil; spor ayakkabıları ile tamamı tekstilden olanlar hariç)	Ayakkabıcılık
47.72.06	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda ayakkabı parçaları perakende ticareti (deri, ayakkabı sayısı, topuk, topuk yastığı, ayakkabı bağları vb.)	Ayakkabıcılık
47.72.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda bavul, el çantası ve diğer seyahat aksesuarlarının perakende ticareti (deriden, deri bileşimlerinden, plastik levhadan, tekstil malzemesinden, vulkanize (ebonit) elyaf veya mukavvadan)	Deri aksesuar imalatı, ticareti
47.72.05	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda saraciye ürünleri ve koşum takımı perakende ticareti (eyer, semer, vb.)	Deri aksesuar imalatı, ticareti
47.72.90	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda başka yerde sınıflandırılmamış deriden veya deri bileşimlerinden diğer ürünlerin perakende ticareti (deri veya deri bileşimli giyim eşyası hariç)	Deri aksesuar imalatı, ticareti
47.71.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kürklü deriden giyim eşyalarının perakende ticareti (işlenmiş kürklü deriler dahil)	Deri giyim eşyası ticareti
47.71.07	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda deri veya deri bileşimli giyim eşyası perakende ticareti	Deri giyim eşyası ticareti
47.51.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kumaş perakende ticareti (manifatura ürünleri dahil)	Dokumacılık
47.78.30	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda tekstilden çuval, torba, vb. perakende ticareti (eşya paketleme amacıyla kullanılanlar)	Dokumacılık
47.51.05	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda evde kullanılan tekstil takımları ve çeşitli tekstil malzemesinden ev eşyaları perakende ticareti (çarşaf, yatak takımı, yastık kılıfı, masa örtüsü, havlu, battaniye, yorgan, diğer mefruşatlar vb.)	Ev tekstil ürünleri imalatı, ticareti
47.53.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda perde, iç stor, perde veya yatak saçağı ve farbelası perakende ticareti	Ev tekstil ürünleri imalatı, ticareti
47.53.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda halı, kilim ve diğer tekstil yer döşemeleri perakende ticareti (keçeden olanlar dahil)	Halıcılık, kilimcilik
47.79.06	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kullanılmış giysiler ve aksesuarlarının perakende ticareti	İkinci el tekstil ürünleri ticareti
47.71.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda bebek ve çocuk giyim eşyası perakende ticareti (bebek iç giyim eşyaları dahil)	Konfeksiyonculuk
47.71.04	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda diğer dış giyim perakende satışı (palto, kaban, anorak, takım elbise, ceket, pantolon, şort (tekstil kumaşından veya örgü ve tığ işi))	Konfeksiyonculuk
47.71.08	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda süveter, kazak, hırka, yelek ve benzeri eşyaların perakende ticareti	Konfeksiyonculuk
47.71.09	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda iş giysisi perakende ticareti (endüstriyel ve mesleki pantolonlar, bahçıvan tipi iş tulumları, binici/külot pantolonları, şortlar, takımlar, ceketler ve blazerler, vb.)	Konfeksiyonculuk
47.71.11	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda spor giysisi perakende ticareti (eşofman, mayo, kayak giysisi, dağcılık kıyafetleri, vb.)	Konfeksiyonculuk
47.71.12	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda gelinlik perakende ticareti	Konfeksiyonculuk
47.71.90	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda bys. giyim eşyası perakende ticareti (plastikten, vulkanize kauçuktan, kağıttan, dokusuz kumaştan ya da emdirilmiş veya kaplanmış tekstil kumaşından giysiler)	Konfeksiyonculuk
47.78.27	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda bebek arabaları ve bunların parçalarının perakende ticareti	Konfeksiyonculuk

47.51.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda tuhafiyeler ürünleri perakende ticareti (iğne, dikiş ipliği, orlon, düğme, fermuar, çıtçıt, fisto, dantel, güpür vb.)	Tuhafiyeler imalatı, ticareti
47.51.04	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda goblen veya nakış yapımı için temel materyallerin perakende ticareti	Tuhafiyeler imalatı, ticareti
47.51.90	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda diğer tekstil ürünleri perakende ticareti (tuhafiyeler ürünleri ve dikiş ipliği hariç; diğer iplikler, gazlı dokumalar, gaz lambası fitili, araba örtüleri vb. dahil)	Tuhafiyeler imalatı, ticareti
47.71.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda giysi aksesuarları perakende ticareti (eldiven, kravat, şapka, eşarp, şal, mendil, kemer, pantolon askısı, şemsiye, baston, vb. (güneş şemsiyeleri hariç))	Tuhafiyeler imalatı, ticareti
47.71.05	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda iç giyim ve çorap perakende ticareti (gömlek, külot, slip, gecelik, pijama, bornoz, ropdöşambır, kombinezon, iç etek, jupon, sabahlık, atlet, fanila, sütyen, korse, tişört, külotlu çorap, tayt, vb.)	Tuhafiyeler imalatı, ticareti
47.78.16	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda yün, tiftik vb. perakende ticareti	Tuhafiyeler imalatı, ticareti
47.19.01	Belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda yapılan diğer perakende ticaret (giyim eşyası, mobilya, bilgisayar, hırdavat, kozmetik, mücevher, oyuncak vb. reyonları olan mağazalar (gıda, içecek ve tütün ağırlıklı olmayanlar))	Çeşitli malların ticareti
47.59.90	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda bys. diğer ev eşyalarının perakende ticareti (ev tipi tartı ve basküller, güneş ve bahçe şemsiyeleri, ev tipi çakmaklar ile ev temizliği için süpürge ve fırçalar, ev tipi metal kutu, kasa ve çerçeveler, vb.)	Çeşitli malların ticareti
47.78.90	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda bys. diğer yeni (kullanılmamış) malların perakende ticareti (sentetik sünger dahil)	Çeşitli malların ticareti
47.76.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda çiçek, bitki ve tohum perakende ticareti (meyve, sebze ve çiçek tohumları, kesme çiçek, dikim bitkileri, canlı bitkiler, yumrular ve kökler, aşı kalemleri, mantar miseli, ağaç fidanları vb.)	Çiçekçilik
47.78.26	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda yapma çiçek, yaprak ve meyveler ile mum perakende ticareti	Çiçekçilik
47.78.22	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda fotoğrafçılık malzemeleri ve aletlerinin perakende ticareti	Fotoğrafçılık
47.78.04	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda hediyelik eşyaların, el işi ürünlerin ve imitasyon takıların perakende ticareti (sanat eserleri hariç)	Hediyelik eşya imalatı, ticareti
47.62.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kırtasiye ürünlerinin perakende ticareti	Kırtasiye imalatı, ticareti
47.78.08	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda büro makine ve ekipmanlarının perakende ticareti (hesaplama makineleri, daktilolar, fotokopi makineleri, tarama ve faks cihazları, çizim masaları vb.)	Kırtasiye imalatı, ticareti
47.61.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kitap perakende ticareti (kitap, ansiklopedi, rehber vb. ile CD ve DVD ortamındaki kitaplar vb.)	Kitapçılık
47.79.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda ikinci el kitapların perakende ticareti (sahafaların faaliyetleri)	Kitapçılık
47.59.05	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda müzik aletleri ve müzik partiyonu (nota kağıdı) perakende ticareti	Müzik aletleri imalatı, onarımı, ticareti

47.65.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda oyun ve oyuncakların perakende ticareti (her türlü materyalden yapılmış bebek, oyun kağıdı, havai fişek, jetonla çalışan diğer oyun makineleri, sihirbazlık veya şaka malzemeleri, vb.)	Oyuncak imalatı, ticareti
47.78.06	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda sanat eserlerinin perakende ticareti (ticari sanat galerilerinin hizmetleri ile ressamların, gravürcülerin, heykeltıraşların, bestekarların ve diğer sanatçıların orijinal çalışmaları) (antika eşyalar hariç)	Sanat eseri, antika ticareti
47.79.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda antika perakende ticareti	Sanat eseri, antika ticareti
47.59.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda elektrikli olmayan ev aletleri ile çatal bıçak takımı, tabak çanak, cam eşya, porselen ve çömlek ürünleri gibi züccaciye ürünlerinin perakende ticareti (metal tabak çanak hariç)	Züccaciye imalatı, ticareti
47.59.06	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda metal sofra ve mutfak eşyası perakende ticareti (düdüklü tencere, tencere, cezve, çanak vb. dahil; bakır olanlar ile çatal-bıçak takımı hariç)	Züccaciye imalatı, ticareti
47.59.07	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda plastikten sofra, mutfak, tuvalet ve diğer ev eşyalarının perakende ticareti (plastikten tabak, bardak, torba, kutu, şişe, matara, makara, bobin, mobilya parçaları, vb. dahil)	Züccaciye imalatı, ticareti
47.75.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kozmetik ve kişisel bakım malzemelerinin perakende ticareti (diş fırçaları, saç fırçaları, elektriksiz tıraş makineleri, jilet, ustura, parfümeri ürünleri ve kolonya, doğal sünger, sabun dahil)	Kozmetik imalatı, ticareti
47.78.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda gözlük, kontak lens, gözlük camı vb. perakende ticareti (gözlükçülerin hizmetleri)	Optik ürünlerin imalatı, ticareti
47.78.07	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda optik ve hassas aletlerin perakende ticareti (mikroskop, dürbün ve pusula dahil; gözlük camı, fotoğrafik ürünler hariç)	Optik ürünlerin imalatı, ticareti
47.64.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda bys. avcılık ve balıkçılık teçhizatı ile malzemelerinin perakende ticareti (sportif/avcılık amaçlı tüfekler ve mühimmatları ile olta çubuğu, iğnesi ve mantarları ile yapma balıklar, yapma kuşlar, vb.)	Spor malzemeleri imalatı, ticareti
47.64.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kamp malzemeleri perakende ticareti (çadır ve uyku tulumları dahil)	Spor malzemeleri imalatı, ticareti
47.64.07	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda jimnastik ve atletizm eşya ve ekipmanları ile form tutma merkezlerine ait eşya ve ekipmanların perakende ticareti (halter, yürüme bantları, vb.)	Spor malzemeleri imalatı, ticareti
47.64.90	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda diğer spor malzemelerinin perakende ticareti (paraşütler, rotoşütler, cankurtaran yelekleri, cankurtaran simitleri, spor amaçlı ip ve urganlar, binicilik kamçıları, kayak ve patenler vb.)	Spor malzemeleri imalatı, ticareti
47.59.12	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kağıt veya mukavvadan tuvalet kağıdı, kağıt mendil, kağıt havlular, kağıt masa örtüsü ve peçeteler ile kağıt veya mukavvadan tepsi, tabak, kase, bardak ve benzerlerinin perakende ticareti	Temizlik malzemeleri imalatı, ticareti
47.78.15	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda temizlik malzemesi perakende ticareti (Arap sabunu, deterjan, yumuşatıcılar, şampuanlar vb. dahil; kişisel hijyen için olanlar hariç)	Temizlik malzemeleri imalatı, ticareti
47.74.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda tıbbi ve ortopedik ürünlerin perakende ticareti (gözlük hariç; diğer medikal ürünler dahil)	Tıbbi malzemelerin imalatı, ticareti
47.59.09	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda bakır eşya, bakır sofra ve mutfak eşyası perakende ticareti	Bakırcılık

47.52.05	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda metalden kapı, pencere ve bunların kasaları ile kapı eşiklerinin perakende ticareti (çelik kapı dahil)	Demir, çelik eşya imalatı, ticareti
47.52.13	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda demirden/çelikten bar ve çubukların, profillerin, tüp ve boruların perakende ticareti	Demir, çelik eşya imalatı, ticareti
47.52.15	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda demirden veya çelikten merkezi ısıtma radyatörleri, merkezi ısıtma kazanları (kombiler dahil) ile bunların parçalarının perakende ticareti (buhar jeneratörleri ve kızgın su üreten kazanlar hariç)	Demir, çelik eşya imalatı, ticareti
47.78.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda pul ve jeton perakende ticareti (özel günlerde çıkarılan pul ve paraların perakende ticareti dahil)	Demir, çelik eşya imalatı, ticareti
47.78.05	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda silah ve mühimmat perakende ticareti (sportif ve avcılık amaçlı olanlar hariç)	Demir, çelik eşya imalatı, ticareti
47.64.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda motorlu taşıtlar dışındaki eğlence ve spor amaçlı taşıtların perakende ticareti (tekne, yelkenli, kano, kayak, bot, balon, zeplin, vb. ile deniz taşıtları için dıştan takmalı motorlar dahil)	Deniz taşıtları imalatı, onarımı, ticareti
47.59.14	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda elektriksiz fırın ve ocaklar ile şofben ve termosifon gibi su ısıtıcıları vb.lerinin perakende ticareti (gaz, sıvı veya katı yakıtlı)	Ev aletleri imalatı, onarımı, ticareti
47.77.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda altın ve diğer değerli metallerden takı, eşya ve mücevherat perakende ticareti (kuyumculuk ürünleri perakende ticareti dahil, gümüşten olanlar hariç)	Kuyumculuk
47.77.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda gümüş takı, eşya ve mücevherat perakende ticareti (gümüşçü ürünleri perakende ticareti)	Kuyumculuk
47.77.05	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda doğal incinden veya kültür incisinden ürünler ile değerli ya da yarı değerli taşlardan yapılan ürünlerin perakende ticareti (pırlanta, yakut, zümrüt, safir vb.den yapılan ürünler)	Kuyumculuk
47.78.23	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda yangın söndürücüler ve ekipmanlarının perakende ticareti (arabalar için olanlar ve yüksek basınçlı olanlar hariç)	Makine, yedek parça ticareti
47.64.05	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda bisiklet perakende ticareti	Motosiklet, bisiklet ticareti
47.30.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda motorlu kara taşıtları için yağlama ve soğutma ürünlerinin perakende ticareti (madeni yağ, antifriz vb.)	Oto yedek parça ticareti
47.77.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda saat (kol, masa, duvar vb. saatler ile kronometreler) perakende ticareti	Saatçilik
47.59.13	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda elektriksiz hava ısıtıcıları veya sıcak hava dağıtıcılarının perakende ticareti (soba, kuzine vb. ile parçaları)	Soba, banyo kazanı, şofben imalatı, onarımı, ticareti
47.78.10	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda evlerde kullanılan tüpgaz perakende ticareti	Tüp gaz bayiliği
47.82.01	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla iç giyim eşyası, dış giyim eşyası, çorap, giysi aksesuarı ve ayakkabı perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda ayakkabı, tekstil ürünleri ticareti
47.82.02	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla tuhafiyecilik, manifatura ve mefruşat ürünleri perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda ayakkabı, tekstil ürünleri ticareti
47.81.08	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla balık ve diğer su ürünleri perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda bitki, hayvan, su ürünleri ticareti

47.89.04	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla çiçek, bitki ve bitki tohumu (çiçek toprağı ve saksıları dahil) perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda bitki, hayvan, su ürünleri ticareti
47.89.20	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla canlı büyük ve küçükbaş hayvan, canlı kümes hayvanı, ev hayvanı ve yemlerinin perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda bitki, hayvan, su ürünleri ticareti
47.89.01	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla ev ve büro mobilyaları (ağaç, metal, vb.) perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda çeşitli malların ticareti
47.89.05	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla elektrikli alet, cihaz ve elektrik malzemeleri, el aletleri ile hırdavat perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda çeşitli malların ticareti
47.89.10	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla mutfak eşyaları ile banyo ve tuvalette kullanılan eşyaların perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda çeşitli malların ticareti
47.89.18	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla halı, kilim, vb. perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda çeşitli malların ticareti
47.89.21	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla imitasyon takı, süs eşyası, oyun, oyuncak, turistik ve hediyelik eşya perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda çeşitli malların ticareti
47.89.22	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla kişisel bakım ve kozmetik ürünleri ile temizlik ürünleri perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda çeşitli malların ticareti
47.89.90	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla bys. diğer malların perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda çeşitli malların ticareti
47.81.02	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla sebze ve meyve (taze veya işlenmiş) (zeytin dahil) perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda sebze, meyve ticareti
47.81.05	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla yenilebilir katı ve sıvı yağ (tereyağı hariç) perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda yiyecek, içecek ticareti
47.81.09	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla çay, kahve, kakao, baharat perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda yiyecek, içecek ticareti
47.81.10	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla fırın ürünleri perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda yiyecek, içecek ticareti
47.81.11	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla şekerleme perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda yiyecek, içecek ticareti
47.81.13	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla şarküteri ürünleri, süt ve süt ürünleri ile yumurta perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda yiyecek, içecek ticareti
47.81.90	Tezgahlar ve pazar yerleri vasıtasıyla diğer gıda ürünleri (bal, un, tahıl, pirinç, bakliyat vb. dahil) perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Pazarda yiyecek, içecek ticareti
47.81.12	Seyyar olarak ve motorlu araçlarla gıda ürünleri ve içeceklerin (alkollü içecekler hariç) perakende ticareti	Seyyar satıcılık
47.82.03	Seyyar olarak ve motorlu araçlarla tekstil, giyim eşyası ve ayakkabı perakende ticareti	Seyyar satıcılık
47.89.19	Seyyar olarak ve motorlu araçlarla diğer malların perakende ticareti	Seyyar satıcılık
47.99.11	Mağaza, tezgah, pazar yeri dışında yapılan perakende ticaret (ev ev dolaşarak veya komisyoncular tarafından perakende olarak yapılanlar)	Seyyar satıcılık
47.30.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda motorlu kara taşıtı ve motosiklet yakıtının (benzin, mazot, dizel, biodizel, LPG, CNG vb.) perakende ticareti	Akaryakıt ticareti
47.78.09	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda evlerde kullanılan fuel oil perakende ticareti (dökme olanlar ile müşterinin istediği yere ulaştırılarak yapılan doğrudan fuel oil satışı hariç)	Akaryakıt ticareti
47.52.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda boya, vernik ve lak perakende ticareti	Boya, kimyasal ürünlerin ticareti

47.52.04	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda düz cam perakende ticareti (pencere camı, cam ayna, emniyet camı, temperli düz cam, çok katlı yalıtım camları, camdan döşeme blokları, cam tuğlalar vb.)	Camcılık
47.52.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda hırdavat (nalburiye) ve el aletleri perakende ticareti (çivi, vida, kilit, menteşe, çekiç, testere, pense, tornavida, takım tezgahı uçları, perçin, vb.) (tarım ve bahçecilik el aletleri dahil)	Hırdavatçılık
47.52.06	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda sıhhi tesisat ve ısıtma tesisatı malzemesi perakende ticareti (lavabo musluğu, vana, valf, tıkaç, t-parçaları, bağlantılar, vb. dahil) (kombiler ve radyatörler hariç)	Hırdavatçılık
47.52.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda çimento, alçı, harç, kireç, tuğla, kiremit, briket, taş, kum, çakıl vb. inşaat malzemeleri perakende ticareti	İnşaat malzemeleri ticareti
47.52.11	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda banyo küveti, lavabo, klozet kapağı, tuvalet taşı ve rezervuarı ile seramikten karo ve fayans vb. sıhhi ürünlerin perakende ticareti (seramik, cam, mermer, plastik, demir, çelik, bakır vb. dahil, mermer hariç)	İnşaat malzemeleri ticareti
47.52.16	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda çim biçme ve bahçe ekipmanları perakende ticareti (kar küreyiciler dahil) (tarım ve bahçecilikte kullanılan el aletleri hariç)	İnşaat malzemeleri ticareti
47.52.20	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda alçı ve alçı esaslı bileşenlerden inşaat amaçlı ürünlerin perakende ticareti (kartonpiyer, panel, levha vb.)	İnşaat malzemeleri ticareti
47.52.21	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda plastikten inşaat amaçlı levhalar, folyolar, şeritler ve borular ile asfalt vb. malzemedен çatı kaplama ürünlerinin perakende ticareti (inşaat için naylon örtü, shingle, mantolama amaçlı strafor vb. dahil)	İnşaat malzemeleri ticareti
47.52.90	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda başka yerde sınıflandırılmamış inşaat malzemesi perakende ticareti (ev tipi lehim ve kaynak makinesi, merdiven, korkuluk, metal veya plastik depo, seramik boru vb. dahil)	İnşaat malzemeleri ticareti
47.53.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda duvar kağıdı, tekstil duvar kaplamaları, kauçuk yer döşemeleri ve paspaslar ile plastik zemin, duvar veya tavan kaplamaları perakende ticareti (linolyum gibi elastiki zemin kaplamaları, marley, vb. dahil)	İnşaat malzemeleri ticareti
47.52.19	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda işlenmiş mermer, traverten, kaymaktaşı (su mermeri) ve bunlardan yapılmış ürünlerin perakende ticareti (levha halinde olanlar ile mermer lavabo vb. sıhhi ürünler dahil)	İnşaatçılık
47.52.18	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda prefabrik yapılar ve yapı elemanlarının perakende ticareti (metalden, betondan, plastikten, ahşaptan vb.)	Prefabrik yapıların imalatı, kurulumu, ticareti
47.52.09	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda plastik kapı, pencere ve bunların kasaları ile kapı eşikleri, panjurlar, jaluziler, storlar ve benzeri eşyaların perakende ticareti (PVC olanlar dahil)	PVC ürün ticareti

B

EN YAKIN KOMŞU ANALİZİ SONUÇLARI

Meslek Tanımları	İşletme Sayısı	Yüzde	Kümelenme	Gözlem- lenen Ort. Uzaklık	Beklenen Ort. Uzaklık	En Yakın Komşu Oranı	Z değeri	p değeri
E-ticaret	10660	19,90%	Kümelenmiş	433	1233	0,35	-34,73	0
Bakkallık, bayilik, büfecilik	7086	13,20%	Kümelenmiş	155	494	0,31	-110,46	0
Konfeksiyonculuk	4266	8,00%	Kümelenmiş	128	470	0,27	-90,98	0
Kuyumculuk	2282	4,30%	Kümelenmiş	165	726	0,23	-70,59	0
Telekomünikasyon cihazları ticareti	1797	3,40%	Kümelenmiş	207	818	0,25	-60,53	0
Hırdavatçılık	1716	3,20%	Kümelenmiş	341	962	0,35	-51,19	0
Süpermarket ve hipermarket	1457	2,70%	Kümelenmiş	373	1053	0,35	-47,13	0
Mobilya ticareti	1340	2,50%	Kümelenmiş	316	977	0,32	-47,37	0
Tıbbi malzemelerin imalatı, ticareti	1329	2,50%	Kümelenmiş	291	941	0,31	-48,15	0
Akaryakıt ticareti	1326	2,50%	Kümelenmiş	371	1109	0,33	-46,39	0
Çeşitli malların ticareti	1237	2,30%	Kümelenmiş	334	1017	0,33	-45,18	0
Hediyelik eşya imalatı, ticareti	1160	2,20%	Kümelenmiş	311	847	0,37	-41,24	0
Tuhafiye imalatı, ticareti	1090	2,00%	Kümelenmiş	310	1076	0,29	-44,96	0
Kasaplık	967	1,80%	Kümelenmiş	515	1289	0,40	-35,73	0
Beyaz eşya ticareti	920	1,70%	Kümelenmiş	432	1254	0,34	-38,02	0
Ev tekstil ürünleri imalatı, ticareti	893	1,70%	Kümelenmiş	441	1211	0,36	-36,36	0
Kozmetik imalatı, ticareti	812	1,50%	Kümelenmiş	390	1052	0,37	-34,31	0
Fırıncılık	796	1,50%	Kümelenmiş	559	1364	0,41	-31,85	0
Elektronik ürün ticareti	783	1,50%	Kümelenmiş	804	1663	0,48	-16,01	0
Kırtasiye imalatı, ticareti	766	1,40%	Kümelenmiş	459	1016	0,45	-29,03	0
Ayakkabıcılık	746	1,40%	Kümelenmiş	332	1054	0,31	-35,81	0
Optik ürünlerin imalatı, ticareti	683	1,30%	Kümelenmiş	339	1325	0,26	-37,20	0
Züccaciye imalatı, ticareti	673	1,30%	Kümelenmiş	506	1334	0,38	-30,82	0
İnşaat malzemeleri ticareti	598	1,10%	Kümelenmiş	655	1575	0,42	-27,31	0

Kuruyemiş imalatı, ticareti	541	1,00%	Kümelenmiş	505	1262	0,40	-26,69	0
Elektrik malzemeleri imalatı, ticareti	512	1,00%	Kümelenmiş	1842	2317	0,80	-3,55	0,000386
Hahıcılık, kilimcilik	403	0,80%	Kümelenmiş	514	1070	0,48	-19,96	0
Aktar ürünleri imalatı, ticareti	382	0,70%	Kümelenmiş	597	1555	0,38	-23,02	0
Evcil hayvan bakımı, ticareti	376	0,70%	Kümelenmiş	880	1721	0,51	-18,12	0
Kitapçılık	373	0,70%	Kümelenmiş	550	1268	0,43	-20,92	0
Çiçekçilik	365	0,70%	Kümelenmiş	796	1774	0,45	-20,16	0
Deri aksesuar imalatı, ticareti	309	0,60%	Kümelenmiş	685	1521	0,45	-18,48	0
Spor malzemeleri imalatı, ticareti	285	0,50%	Kümelenmiş	763	1627	0,47	-17,15	0
Manavlık	271	0,50%	Kümelenmiş	1034	2173	0,48	-16,50	0
Elektrikli ev aletleri ticareti	262	0,50%	Kümelenmiş	594	1295	0,46	-23,43	0
Temizlik malzemeleri imalatı, ticareti	258	0,50%	Kümelenmiş	903	1660	0,54	-14,02	0
Şarküteri ürünleri imalatı, ticareti	252	0,50%	Kümelenmiş	1167	2123	0,55	-13,67	0
Sanat eseri, antika ticareti	204	0,40%	Kümelenmiş	523	1334	0,39	-16,62	0
Demir, çelik eşya imalatı, ticareti	199	0,40%	Kümelenmiş	995	1902	0,52	-12,87	0
Oyuncak imalatı, ticareti	198	0,40%	Kümelenmiş	1096	1944	0,56	-11,74	0
Değirmencilik, zahirecilik	195	0,40%	Kümelenmiş	1318	2448	0,54	-12,33	0
Saatçilik	194	0,40%	Kümelenmiş	480	1543	0,31	-18,36	0
İkinci el eşya ticareti	194	0,40%	Kümelenmiş	832	1578	0,53	-12,59	0
PVC ürün ticareti	165	0,30%	Kümelenmiş	1188	2094	0,57	-10,63	0
Dokumacılık	161	0,30%	Kümelenmiş	675	1494	0,45	-13,31	0
Şekercilik, çikolataçılık	156	0,30%	Kümelenmiş	1295	2194	0,59	-9,79	0
Seyyar satıcılık	155	0,30%	Kümelenmiş	1034	1682	0,62	-9,17	0
Tüp gaz bayiliği	148	0,30%	Kümelenmiş	1545	2485	0,62	-8,81	0
Deri giyim eşyası ticareti	131	0,20%	Kümelenmiş	723	1645	0,44	-12,27	0
Boya, kimyasal ürünlerin ticareti	128	0,20%	Kümelenmiş	1383	2414	0,57	-9,24	0
Bahkçılık	119	0,20%	Kümelenmiş	1651	3182	0,52	-10,04	0
Pazarda ayakkabı, tekstil ürünleri ticareti	98	0,20%	Kümelenmiş	1739	2564	0,68	-6,10	0
Kerestecilik	85	0,20%	Kümelenmiş	1468	2308	0,64	-6,42	0

Pazarda sebze, meyve ticareti	83	0,20%	Kümelenmiş	1393	2236	0,62	-6,57	0
Eczane, ilaç ve tıbbi satış	82	0,20%	Kümelenmiş	106	368	0,29	-140,94	0
Oto yedek parça ticareti	81	0,20%	Kümelenmiş	1827	2843	0,64	-6,15	0
Camcılık	80	0,10%	Kümelenmiş	1670	2034	0,82	-3,06	0,002225
Marangozluk	74	0,10%	Kümelenmiş	1654	2261	0,73	-4,42	0,00001
Pazarda çeşitli malların ticareti	74	0,10%	Kümelenmiş	2123	2874	0,74	-4,30	0,000017
Pazarda yiyecek, içecek ticareti	72	0,10%	Kümelenmiş	2193	2727	0,80	-3,18	0,001475
Müzik aletleri imalatı, onarımı, ticareti	64	0,10%	Kümelenmiş	1582	2224	0,71	-4,42	0,00001
Fotoğrafçılık	60	0,10%	Kümelenmiş	1083	2177	0,50	-7,45	0
Gübre, zirai ilaç imalatı, ticareti	57	0,10%	Kümelenmiş	2607	4041	0,65	-5,12	0
Yakacak imalatı, ticareti	53	0,10%	Kümelenmiş	3308	4623	0,72	-3,96	0,000074
Kayıtlı medyaların imalatı, kiralınması, ticareti	49	0,10%	Kümelenmiş	1585	2408	0,66	-4,58	0,000005
Makine, yedek parça ticareti	49	0,10%	Kümelenmiş	1948	2758	0,71	-3,93	0,000084
Dondurmacılık	35	0,10%	Rastgele	2626	3049	0,86	-1,57	0,116729
Besicilik, celeplik	35	0,10%	Rastgele	2499	2889	0,87	-1,53	0,126876
Pazarda bitki, hayvan, su ürünleri ticareti	33	0,10%	Kümelenmiş	2255	3336	0,68	-3,56	0,00037
Deniz taşıtları imalatı, onarımı, ticareti	32	0,10%	Kümelenmiş	2382	3869	0,62	-4,16	0,000032
Motosiklet, bisiklet ticareti	31	0,10%	Rastgele	3529	3960	0,89	-1,16	0,247098
İnşaatçılık	27	0,10%	Rastgele	4856	4401	1,10	1,03	0,303325
İkinci el tekstil ürünleri ticareti	12	0,00%	Dağımk	5471	3661	1,49	3,28	0,001055
Prefabrik yapıların imalatı, kurulumu, ticareti	12	0,00%	Dağımk	5329	4149	1,28	1,88	0,059432
Bakırcılık	11	0,00%	Dağımk	8320	5766	1,44	2,81	0,004965
Soba, banyo kazanı, şofben imalatı, onarımı, ticareti	8	0,00%	Dağımk	5637	4151	1,36	1,94	0,052761
Ev aletleri imalatı, onarımı, ticareti	4	0,00%	Dağımk	25301	6647	3,81	10,74	0
Toplam	53620	100	Kümelenmiş	38	193	0,20	-354,87	0

C

DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME SORULARI

İSTİKLAL CADDESİ - DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME SORULARI

(İ) = İŞLETMECİ – İŞ YERİ SAHİBİ

(Ç) = ÇALIŞAN

1. İŞLETME VE GÖRÜŞMECİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

- 1) Görüşmecinin bilgileri, pozisyonu, çalışma süresi
- 2) (İ) İşletmenin kuruluş tarihi nedir?
- 3) (İ) Kuruluktan bu yana işletmenin hizmet/tip/konum değişimi oldu mu?
- 4) İşletmenin ürün yelpazesi nedir? Benzer ürünleri/hizmeti sağlayan yerler var mı etrafınızda? (İ) Bu durum avantaj mı, dezavantaj mı?
- 5) Online satış, eve teslim etme vb. hizmetleriniz var mı? Sektörde internet satışlarının artması sizin işlerinizi etkiledi mi? Olumlu ya da olumsuz görüşlerinizi belirtir misiniz?
- 6) Kira/Mülk Sahipliği nedir? (İ) (Kira ise) kaç yıldır kiracısınız? Mülk sahibi hakkında bilgi (dernek, vakıf, bireysel vb.) verir misiniz?
- 7) Şube Sayısı nedir? Diğer şubeler nerede yer alıyor? (İ) İlk şubeniz burası mı? Aynı firma ve aynı işletme mi, zaman içinde el değiştirmiş oldu mu?
- 8) Çalışan sayısı nedir?
- 9) İşyeri hangi saatler arasında açık? Günün hangi saatlerinde yoğunluk var? (İ) Daha uzun saatler açık olmayı ister miydiniz?

2. MÜŞTERİ PROFİLİ

- 10) Şu an alışveriş yapan kimler? İlk 3'ü söyler misiniz? Yerli müşteri mi yabancı mı daha fazla? Yerliler İstanbul mu ülke geneli mi? Daimi müşterileriniz var mı? Yaşlı-yaşlanan bir nüfus kaldı mı?
- 11) Profilden memnun musunuz? Kullanıcılarınızı bunların dışında nasıl tariflersiniz? Nasıl insanlar sizce?
- 12) Pandemi sürecinde, öncesi ve sırasında kullanıcıların/müşterilerin cinsiyet/ülke/yaş aralığı değişti mi?
- 13) (İ) Pandemi sırasında turistlerle ilgili kısıtlamalar devam etse işletme çalışmaya devam eder miydi? Yerli müşteri ve turist arasındaki denge işletmeniz için ne ifade ediyor? – Yerli mi turist mi gelmesi daha çok etkilenirsiniz?
- 14) Kullanıcıların (turist vs yerli) İstiklal'i değiştirdiğini düşünüyor musunuz? Yeni müdavimler oluşuyor mu, nerelere gidiyorlar?
- 15) Gezen – alışveriş yapan müşteri hakkında yorumunuz var mı?

3. PANDEMİ

- 16) Öncelikle pandemi sürecinizden bahseder misiniz? Pandemiye işletmeniz için dönemleyecek olsanız neleri söylersiniz? Ne zaman kapandınız, ne zaman tekrar açtınız? Çalışma saatleriniz neydi? (İ) Bu süreler sizin tercihiniz miydi?

- 17) Ne zaman müşterileriniz tekrar geldi? İş düzeyiniz beklenen seviyeye ulaştı mı, pandemi öncesiyle karşılaştırsanız ne dersiniz?
- 18) Belirsizliği en çok hissettiğiniz dönem hangisiydi? (Turist gelmemesi, haftasonu yasakları, erken kapanmalar) Şu an bir belirsizlik hissediyor musunuz?
- 19) Pandemide sizi en çok ne zorladı? Sektörle de ilişkilendirilebilir. Kapanmalarla ilgili olabilir.
- 20) (İ) Daha önceden belli bir birikim/hazırlığınız var mıydı? En çok zorlayan gider kalemi neydi?
- 21) (İ) Kiranızda herhangi bir değişiklik oldu mu? Kira sözleşmenizde bir değişiklik oldu mu? Pandemide mülk sahibinin herhangi bir esnekliği/yardıımı oldu mu?
- 22) (İ) İşletmeyle – müşteriyle – mülk sahibiyle aranızdaki ilişki nasıl? Salt ticari ilişki mi, yoksa bir bağ kurdunuz mu? Bu mekanın ayakta kalmasında önemli mi?
- 23) (İ) Başka şube varsa şubelere göre farklı süreçleriniz oldu mu? Bu farklılığın nedeni neydi?
- 24) (İ) Pandemiye ilk tepkiniz ne oldu? İşletme olarak nasıl bir strateji izlendi? İlerleyen dönemlerde çözüm arayışlarınız oldu mu? Hangilerini hâlâ kullanıyorsunuz, hangilerinden vazgeçtiniz? İlk ne zaman yapmaya başladınız?
- 25) (İ) En eski çalışanınızın çalışma yılı nedir? Çalışanlarınız genellikle ne kadar sürelerle çalışır? Pandemi döneminde işe alım ve çıkarma süreçleri nasıl ilerledi? Çalışanlar ne sıklıkla değişti? Pandemi ve öncesinde bir farklılık var mı?
- 26) Pandeminin herhangi bir döneminde alternatif bir iş yaptınız mı, ya da işletme olarak farklı yollar denendi mi? Örn. Online satışa geçiş, satılan ürünlerde farklılıklar, alan kullanımı vs. Fiziksel mağaza stratejileri: Genişletme, Kapatma, Yer Değiştirme, Kira Pazarlığı ve Yükseltme (Upgrade)
- 27) (İ) Pandemi sürecinde işletme için herhangi bir destek paketine dahil oldunuz mu?
- a. Vergi, stopaj ve SGK prim ödemeleri ertelendi, bu konudaki uygulamayı destekleyici/yeterli buldunuz mu? Ödemelerin ertelenmesi yerine başka bir öneriniz olur muydu?
 - b. Çalışanlarınız için Kısa Çalışma Ödeneği'ne başvurduğunuz mu? Kaç kişi yararlandı?
 - c. Asgari Ücret Desteği aldınız mı?
 - d. Kredi kullanmak zorunda kaldınız mı? Ödemeleriniz devam ediyor mu?
 - e. Bu süreçte işle ilgili herhangi bir sözleşmeniz iptal edildi mi, siparişlerle ilgili bir sorun yaşandı mı?
- 28) (Ç) Pandemi boyunca herhangi bir destekten yararlandınız mı? Örneğin Doğrudan Gelir Desteği, Kısa Çalışma Ödeneği (kaç ay?),
- 29) (Ç) Temel İhtiyaç Kredisi kullandınız mı?
- 30) Merkezi yönetimin pandemiyle ilişkisini nasıl değerlendirirsiniz? Politika yapıcı siz olsaydınız neler yapardınız bu süreçte?
- 31) Hem merkezi hem yerel yönetimi düşünerek cevaplamak gerekirse politik ortamı nasıl buluyorsunuz? Politik olarak ne beklerdiniz, ne yapılmalıydı? Hangilerini olumlu buldunuz hangilerini olumsuz? Ne olsa politik iklimi güvenilir bulurdunuz?
- 32) Alınan karantina politikalarının bir eşitsizlik yarattığını düşünüyor musunuz? İlk destek paketi

kimlere yapıldı? Hangi sektör az kaldı, görmezden gelindi.

- 33) *Caddenin bir derneği, yönetimi vs. var mı? (Yoksa caddenin bir yönetimi olmasını ister misiniz?) Herhangi bir düzenleme yapılacağı zaman ya da talepte bulunulacağı zaman hangi yollarla belirleniyor? Belki sektör dernekleri, belki Kent Konseyi*
- 34) *Pandemi sırasında haber alma yolunuz neydi, medyayı mı takip ettiniz, kendi aranızda iletişim kanalları vs. oluşturdunuz mu?*
- 35) *Sizin bir dernek üyeliğiniz var mı? Pandemi döneminde beraber herhangi bir aksiyon alındı mı?*
- 36) *Herhangi bir eyleme katıldınız mı?*
- 37) *Pandemiden önce hangi sorunlar vardı? Pandemi bunların derinleşmesini mi sağladı yoksa tamamen bağımsız mı? Bu sorunlar pandeminin sert geçmesini etkilemiş olabilir mi? (Bugün yaşadığınız sorunlar eskiden de var mıydı? Pandemi bunları daha da zorlaştırdı mı? Yoksa yeni problemler mi üretti?)*
- 38) *Sizi ve işletmenizi en çok etkileyen olaylar/şoklar/krizler hangileriydi? Ayrıca yavaş yavaş burayı tüketti/değiştirdi dediğimiz süreçler var mı?*
- 39) *Pandemi bu krizlerden ayrı tutan nedir, sizin için bir şok muydu? Yoksa daha önceki deneyimlerinize de dayanarak böyle bir krize açık mıydınız? Bundan sonra açık mısınız?*
- 40) *Şu an pandeminin etkileri devam ediyor mu, yoksa ekonomik krizi daha büyük bir sorun olarak mı görüyorsunuz?*
- 41) *(İ) Pandemideki kapanmalar daha ne kadar sürse idare edebildiniz? Kayıpları geri kazanmak için neler yaptınız, bir değişim süreci gerçekleşti mi?*

4. PANDEMİDEN SONRA – ÖĞRENİLENLER

- 42) *Eskiye (normale!) döndüğümüzü söyleyebilir misiniz? Pandemi öncesi ve şimdiyi karşılaştırabilir misiniz? Normale dönmek mümkün mü?*
- 43) *Pandemiden ne öğrendiniz (Neyin doğru neyin yanlış olduğu)? Gelecekteki durumunuzu etkiledi mi? Hâlâ bu sürecin size öğrettiği bir şeyler var mı?*
- 44) *Pandemi deneyimine bağlı olarak başa çıkmayı öğrendiniz mi? Gelecek krizlerde başa çıkacak gücünüz var mı? Alternatif bir planınız var mı?*
- 45) *(İ) İşletmenizin ayakta kalmasını neye bağlıyorsunuz? Dayanıklı diyebilir miyiz? İstiklal Caddesinin dayanıklı kalması için ne olmalı, sizce dayanıklı mı?*

5. CADDE İLE İLGİLİ

- 46) *(İ) Niye bu caddede olmak istendiğini biliyor musunuz? Yer seçerken danışmanlık alındı mı?*
- 47) *Caddenin kolektif olarak oluşturulmuş bir kimliği var mı? Beyoğlulu olmak, caddeli olmak hâlâ önemini koruyor mu? Buraya ait kültürler olarak neler tanımlarsınız?*
- 48) *Caddeyi canlı tutan hangi kullanımlar var, hangilerinin burada devam etmesi gerekir? Caddede mutlaka olmalı dediğiniz hangi işlevler var? (Ana cadde olma özelliğini kuvvetlendirecek)*
- 49) *Sizin sektörünüzden başka işletmelerin olması önemli mi? Yoksa diğer sektörlerin de artması mı iyi olurdu?*
- 50) *Çevrenizde sizin işletmenizi besleyen kullanımlar var mı? Onlar sayesinde daha iyi iş*

yaptığınızı düşündüğünüz ya da beraber var olduğunuz?

- 51) *Yerelin alanda kalması için herhangi bir şey yapıldı mı? Zincir mağazaların bu denli girişi birçok yereli yerinden etti, destek görebildiği herhangi bir alan oldu mu? Adaletsiz bir yarış var mı?*
- 52) *Etrafınızda kapanan işletmeler oldu mu? Taşındılar mı, kapandılar mı? Mülk sahiplerini biliyor musunuz?*
- 53) *Pandemide hangi mağazanın/meکانın kaybı burada değer düşüşüne ya da ayak sayısı düşüşüne neden oldu? Caddenin kimlik değiştirdiğini düşünüyor musunuz?*
- 54) *Caddeye zarar veren kullanımlar var mı? Ne gelmeseydi ya da asla gelmemeli diyorsunuz? Etnik Perakendeye geçiş var gibi, siz de bunu gözlemliyor musunuz, ne düşünüyorsunuz?*
- 55) *Üst katların kullanımı nasıl, konutlaşma eğilimi görülüyor, bu durumdan memnun musunuz? Üst katlardaki boşluklar sizce canlılığı etkiliyor?*
- 56) *Caddenin baskın bir grubun elinde olduğunu düşünüyor musunuz? Politik olabilir, mülkiyet olabilir, tarifleseniz böyle bir ayrışmadan bahsedilir mi*
- 57) *Yapılan hangi planlama çalışması/proje/işler canlılığı etkiledi? Kentsel dönüşüm, inşaat, cami, yayalaştırma, Galataport. Bu bağlamda gelen kullanıcı nasıl geliyor biliyor musunuz? Tur/bireysel/yerl/yabancı*
- 58) *Caddeyi canlandırmak için neler yapılıyor? Ne olsun isterdiniz?*
- 59) *İdeal bir İstiklal Caddesi nasıl bir yer, nasıl olmalı?*

6. BELEDİYE - İŞBİRLİĞİ - KATILIM

- 60) *Katılımınız önemseniyor mu? Karar alma aşamasında etkin olduğunuzu düşünüyor musunuz? Hangi süreçlere dahil ediliyorsunuz, yerel yönetimin böyle bir çabası var mı?*
- 61) *Karar alma sürecini etkileyen siyasi konulara ilişkin mevcut ruh hali ve görüşler*

TEZDEN ÜRETİLMİŞ YAYINLAR

Konferans Bildirileri

1. Kırpık, E., & Türkün, A., (2022). İstiklal Caddesi'nin Pandemi ve Diğer Krizlere Karşı Dayanıklılık Değerlendirmesi. IX. Yıldız Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi, İstanbul, Türkiye

Makaleler

1. Kırpık, E., & Türkün, A., (2024). High Street Resilience During the COVID-19 Pandemic: Shopkeepers Strategies of Istiklal Avenue, Istanbul. A|Z : ITU JOURNAL OF FACULTY OF ARCHITECTURE , cilt.21, sa.1, 113-131.

