

**SANAL ALANDA
YURT EDİNMEK:
KURYELER**



Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları: 126

SANAL ALANDA YURT EDİNMEK: KURYELER

Yayın Koordinatörü

Alper ORAL

Editör

Elif Büşra ÖZTÜRK

Yazarlar

Emine ERDAL

Mustafa KAYA

E-ISBN

978-625-8080-25-4

Baskı Öncesi Hazırlık

Sosyal inovasyon Ajansı

Yayınevi

Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları

Yaka Mah. Yeni Meram Cad. Kasım Halife Sok.

No: 11/1 Meram / KONYA

0332 221 0 575 - www.neuyayin.com

Nisan, 2021

** Bu eserin tüm hakları Sosyal İnovasyon Ajansı'na aittir. İzinsiz yayınlanamaz. Kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir.*



**SANAL ALANDA YURT EDİNMEK:
KURYELER**

Yönetici Özeti

Bu çalışma her gün sokaklarda renkli kıyafetlerle gördüğümüz kuryelerin pandemi sürecinde çalışma koşullarının nasıl olduğunu merak etmemizle başladı. Pandemide herkes evindeyken ve sokağa çıkma yasakları uygulanırken kuryeler “normalden” daha fazla çalışmaya başlamışlardı.

Bu süreç ile insanlar, davranışlarını değiştirmiş ve yeni alışkanlıklar edinmiştir. Pandemi süreci ekonomik, sosyal, kültürel vb. alanlarda karamsar bir havada ilerlerken bazı girişimler ise parlemiş ve ciddi ilerlemeler kaydedilmiştir. İlerlemelerden biri olan sanal marketler, pandeminin oluşturduğu krizi fırsata çevirerek hızlı bir büyüme gerçekleştirmiştir. Bu dönemde e-ticaret oranları artmış özellikle gıda ve süpermarket alanlarındaki artış %434 ile yüksek bir seviyeye ulaşmıştır. Gıda ürünlerine artan talepler ile birlikte yeni işletme usulleri ortaya çıkmıştır. Diğer taraftan bu dönemde sanal market uygulaması olan Getir yurtdışından yatırım alarak unicorn girişim haline gelmiştir.

Peki, bu girişimler başarıyı nasıl yakaladı? Kuryeler pandemi sürecinin belirsizliğinden nasıl sıyrıldı? Konya’da sanal marketlerde çalışan 20 kuryeyle yaptığımız nitel görüşmeler sonucunda inovatif bir çalışma sistemi kurulduğunu gördük. Burada, kullanıcı ve çalışanların ihtiyaçlarının merkeze alındığı çift yönlü bir sistem oluşturulmuştur. Bu girişimler kullanıcılara şehirlerde en çok ihtiyaçları olan hız, zaman, güvenlik ve koruma alanında hizmet vermiştir. Diğer taraftan kuryelerin çalışma koşullarının iyileştirilmesi, takip, izleme ve denetimin sağlanması sistemin devam etmesini sağlamıştır.

Kuryelerin hızı ve virajlardan dönme kontrollerinin yapılması, trafik yoğunluğu, hava durumu, mesafe vb. durumlara göre sipariş teslim süresinin hesaplanması; sunulan hizmetin puanlanması, online bahşiş, yorumlarla geri bildirimde bulunulması; mesai saatlerinin belirli olması, mesai sonrası ücretin alınması, ekonomik kazancın ortalamanın üzerinde olması; sağlık sigortası ve koruyucu ekipmanların temin edilmesi yeni bir çalışma sisteminin oluşmasını sağlamıştır. Aynı zamanda gençler için istihdam alanı sağlayan bu girişimler gençlerin yatırım yapmasını ve kendi girişimlerini kurmasına ortam hazırlamıştır.

Pandemi, e-ticaretin yükselmesi, unicorn girişimlerin oluşması yeni normal olarak adlandırılan süreçle beraber ortaya çıkmıştır. Bu gelişmeler toplumsal dönüşümün seyrini değiştirmiştir. Eskiden postacıların girdiği sokaklara artık rengârenk kıyafetleriyle kuryeler girer hale gelmiştir. Bu süreci başarılı kılan ise toplumsal ihtiyaç ve sorunlara yönelik çözümler sunmasıdır. Kullanıcının ihtiyacı olan hız ve zamanın merkeze alınması aynı şekilde çalışanların güvenlik, sosyal refah ve memnuniyetlerinin sağlanması ile inovatif bir çalışma sistemi kurulmuştur.

SANAL ALANDA YURT EDİNMEK: E-TİCARETİN YÜKSELİŞİ VE KURYELER

21. yüzyılın ilk çeyreği tamamlanmak üzereyken dünya küresel ısınma, doğal felaketler ve pandemi gibi olağanüstü durum-lara tanıklık etti. Özellikle pandemi dönemi dünya genelinde ülkeleri kültürel, sosyal, siyasi vb. birçok yönden etkiledi. Bu konjonktürde ülkeler ve toplumlar tarafından birçok strateji ve eylem planı geliştirildiği gözlemlendi. Pandeminin etkilediği en önemli alanlardan biri de ekonomi. Dünya genelinde pandeminin ekonomi üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak için farklı girişimlerde bulunulmuştur. Bu girişimlerden gündelik hayatta en etkin kullanılanı ise dijital uygulamalardır.

Dijital uygulamaların gündelik hayatta yaygınlaşması ile yeni pratikler kazanılmıştır. Özellikle pandemi döneminde kurtarıcı ve hayatı kolaylaştırıcı bir rol üstlendiği düşünülen dijital uygulamaların bir örneği de internet alışverişinin yapıldığı sitelerdir. İnternette yapılan alışverişin artmasıyla birlikte e-ticaret hacmi de gelişmeye başlamıştır. E-ticaret hacminin gelişmesinde eve kapanan ve hareket olanakları kısıtlanan insanların yönelimleri etkili olmuştur. Pandemi sürecinde eve kapanan insanların ihtiyaçlarını, dijital alışveriş uygulamaları ve dolaylı olarak alışveriş sitelerinde hizmet veren kuryeler sağlamıştır. Kuryeler pandemi dönemiyle birlikte toplumsal alan içerisinde görünürlükleri artan, pandemi sürecinde yaşamı kolaylaştıran bir rol oynamıştır.

Bu çalışmada, girişimci firmaların inovatif çözümlerle nasıl bir sistem oluşturduğu ve dönüşüm gerçekleştirdiğini kuryelerle yapılan görüşmelerle analiz edilmiştir. Pandemi sürecinde karşılaşılan sorun ve ihtiyaçlara yönelik geliştirilen inovatif çözümlerin etkilerini, e-ticaretin yükselişini, kuryelerin çalışma sistemlerini, kuryelerin yaşadıkları sorunları değerlendirdik. Kısacası e-ticaret alanında yeni sistem tasarımının sahada nasıl işlediğini araştırdık.

Kuryelerin alışma koşullarını, mevcut sistemin fırsatlarını ve sorunlarını keşfetmek için nitel araştırma yöntemi çerçevesinde, kartopu örnekleme kullanarak Konya'da sanal marketlerde çalışan 20 kurye ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirdik. Kuryelerin gözünden pandemiye konu alan bu çalışmada; dönüşen tüketim alışkanlığını anlama, kurye mesleğinin gelişimi ve kuryelerin pandemi dönemi tecrübelerine dair veriler yer alıyor.

Ekim
2021

KÜRESEL İNTERNET KULLANIMINA GENEL BAKIŞ

Dünya Çapında İnternet Kullanımının Bir Anlık Görüntüsü

Küresel internet kullanıcılarının toplam sayısı



4.88

Milyar

İnternet kullanıcılarının sayısı toplam nüfusun %61,8'ini oluşturmaktadır



61.8%

Küresel internet kullanıcı sayısındaki yıllık değişim artmıştır.



+4.8%

+222 Milyon

İnternet kullanıcılarının internette geçirdiği günlük ortalama süresi



6s 58dk

İnternet kullanıcılarının %90,9'u mobil cihazlardan internete erişim sağlamaktadırlar



90.9%

Görsel 1: Pandeminin internet kullanımına etkileri

Kaynak: We are social (2022)

Ekim
2021

E-TİCARET FAALİYET GÖSTERGESİ

ContentSquare'e göre temel e-ticaret performans göstergelerinde yıldan yıla değişim

E-ticaret mülklerindeki-tesislerindeki (platformlarındaki) trafikte (ziyarette) yıllık değişim: -6,5 %



-6.5%

E-ticaret sayfalarının yıllık görüntüleme sayısındaki yıllık değişim



-7.8%

E-ticaret mülklerinde-tesislerinde (platformlarında) oturum başına harcanan süredeki yıllık değişim



-16.3%

E-ticaret dönüşüm oranındaki yıllık değişim



+7.6%

Görsel 2: Pandeminin e-ticaret faaliyetlerine etkisi

Kaynak: We are social (2022)

Pandeminin Dijital Ekonomi Üzerine Etkisi

Yeni normal hayat nitelendirmesi ile ön plana çıkan pandemi dönemi, insanların yaşamlarında normalin parametrelerinde değişiklikler ortaya çıkardı. İnsanların gündelik yaşam pratiklerinde, üretim modellerinde, çalışma koşullarında kısacası hayatın her anına etki eden unsurlarda değişiklikler meydana getirdi. İnsansız kalan sokaklar ve üretim araçları, insan-mekân etkileşimini sınırlandırmaya başladı. Böyle bir dönemde insanların etkileşim süreçleri sanal ve dijital bir boyuta doğru evrildi. Evden çalışma, uzaktan öğrenim, çevrimiçi toplantılar ise pandemiye dijitalleşmeye hız kazandırmış oldu.

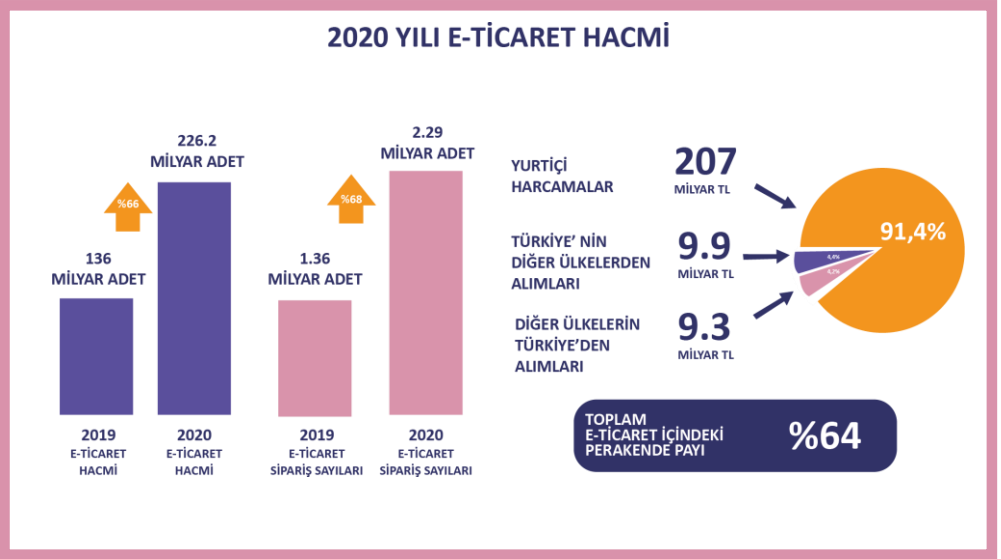
Kapanan fabrikalar, çalışanların işsiz kalması, emek gücünde düşüş, tüketim alışkanlıklarında değişim gibi faktörler ekonominin manevra alanını daraltmıştır. Birleşmiş Milletler (BM) 2020 yılı Dünya Ekonomik Durumu ve Beklentiler Raporu'nda küresel ekonominin Covid-19 salgınından dolayı %3,2 oranında daralacağını vurgulamış. Nitekim tarih boyunca görülen salgınlar arasında Covid-19, dünyayı derinden etkileyen bir süreci başlatmıştır.

Türkiye'nin pandemi döneminde ekonomik göstergelerini anlayabilmek için pandemi öncesindeki ekonomik verilerine değinmek yerinde bir tercih olacaktır. Pandemi sürecinden önce GSYH büyüme oranı 2015 yılında %6,1 iken 2019 yılında bu oran %0,9 oldu. İş gücü piyasasına bakıldığında 2015 yılında işsizlik oranı %10,2 iken bu oran 2017'de %9,9'a düşmüş ve 2019 yılında %13'e yükselmiştir.

İstatistiki veriler doğrultusunda bakıldığında pandemi süreci-ne girmeden önce Türkiye ekonomik yönden durağanlaşan bir pozisyona yöneldi. 2019 yılının son çeyreğinde %6, yılın tamamında %0,9 oranında büyüyen ve Orta Vadeli Programa göre bu yıl için büyüme tahmini %5 olan Türkiye ekonomisi, salgın nedeniyle 2020 yılını küçülerek tamamlaması, 2021 yılında büyümeye geçeceği tahmin edilmiştir (Kaleci, 2020: 515-516). Burada özellikle Deloitte'nin ekonomi konusunda kurguladığı gelecek senaryolarında Türkiye'nin %0,6 ile %8 gibi geniş bir aralıkta daralma yaşayacağı tahmini vurgulanmıştır (Deloitte, 2020).

OECD verilerine göre Türkiye'nin son iki yılın reel büyüme oranlarına baktığımızda 2020 yılında %1.8 büyüme gerçekleşirken 2021 yılında % 9 büyüme oranlarıyla pozitif bir büyüme gerçekleşmiştir. Dünya ortalamasına baktığımızda ise 2020 yılında -%3.4 küçülme gerçekleşirken, 2021 yılında %5.6 büyüme gerçekleşmiştir (OECD, 2022). Pandemi sürecinde Türkiye ekonomisinin küçülerek tamamlanması beklenirken aksine dünya ortalamasının üzerinde 1.8'lik bir büyüme sağlanmıştır.

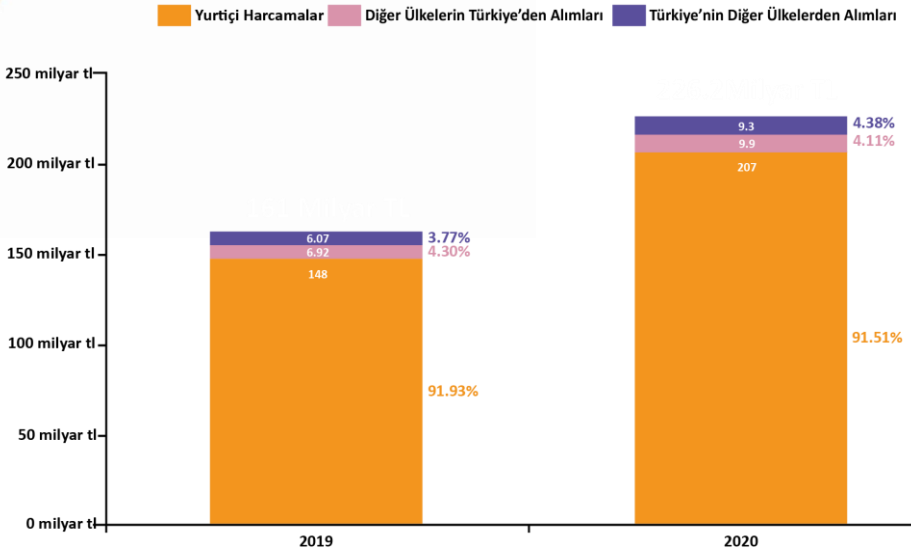
2020'deki ekonomik gerilemeye rağmen pandemi süreci ekonomide yeni fırsatlar doğurmuştur. E-ticaretin bu dönemde katlanarak büyümesi sanal marketlerin, dijital alışveriş sitelerinin de aynı zamanda büyümesine neden olmuştur. Dolayısıyla bu alandaki girişimciler için kriz olarak algılanan pandemi süreci bir fırsata dönüşmüştür.



Görsel 3: 2020 yılı ticaret hacmi

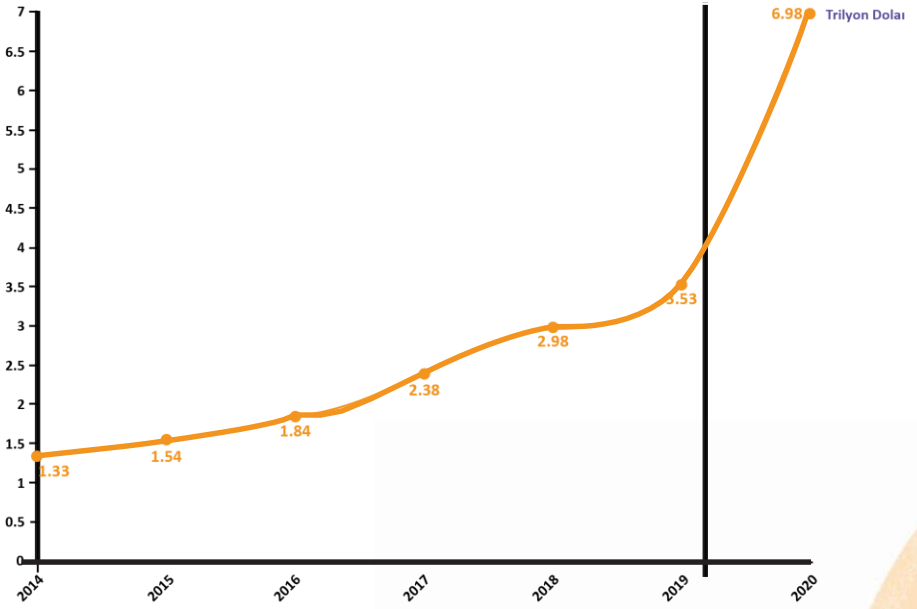
Kaynak: E-Ticaret Bilgi Platformu (2022)

Görsel 4: E-Ticaret Hacmi

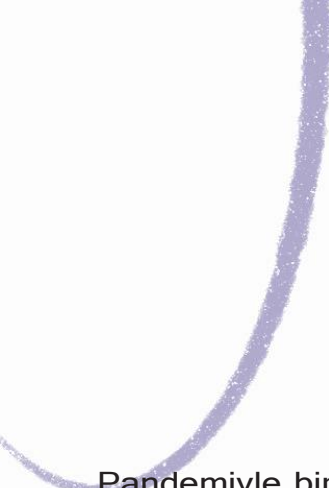


Kaynak: E-Ticaret Bilgi Platformu (2022)

Görsel 5: Dünya Genelinde E-Ticaretin Toplam Geliri



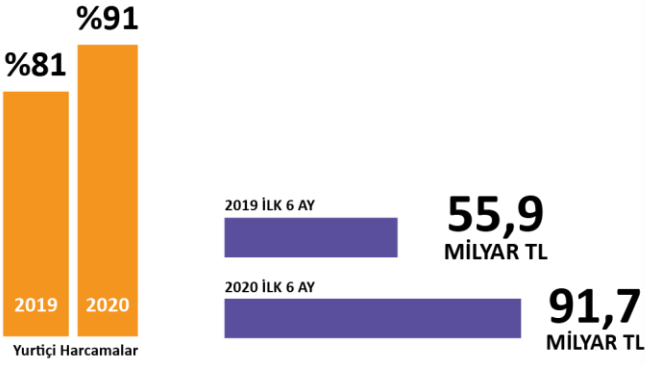
Kaynak: Kaya, (2021).



Pandemiyle birlikte insanlar farklı arayışlar içine girdi. ‘Evde kal!’ mottosuyla hareket etmenin getirdiği pratikle evde ekmek yapma, bitki yetiştirme ve yeni hobiler edinme gibi deneyimler bu dönemde yaygınlaştı. Bununla birlikte evde kalan insanlara internetten birçok farklı sektörün ürün ve hizmeti ulaştırılmış oldu. Bu sayede alışveriş algısında kökten bir değişim yaşandı. Nadiren yapılan bu alışkanlıklar günlük rutinelere dönüştü ve böylece dijital dünyanın göçebeleri olarak yeni normal hayatta yurt edinildi.

Dijital dünyada daha fazla zaman harcanması, yenilik arayışı, yasaklar ve kısıtlamalar ticarete yeni alışkanlıklar ortaya çıkardı. Artık tüketiciler ürün ve hizmetlere mağaza ve marketlerden daha çok sanal marketler üzerinden ulaşır hale geldiler. Sanal marketler hız, korunma, hijyen, denetlenebilirlik, öngörülebilirlik gibi insana güven veren özelliklerden dolayı tercih sebebi haline geldi.

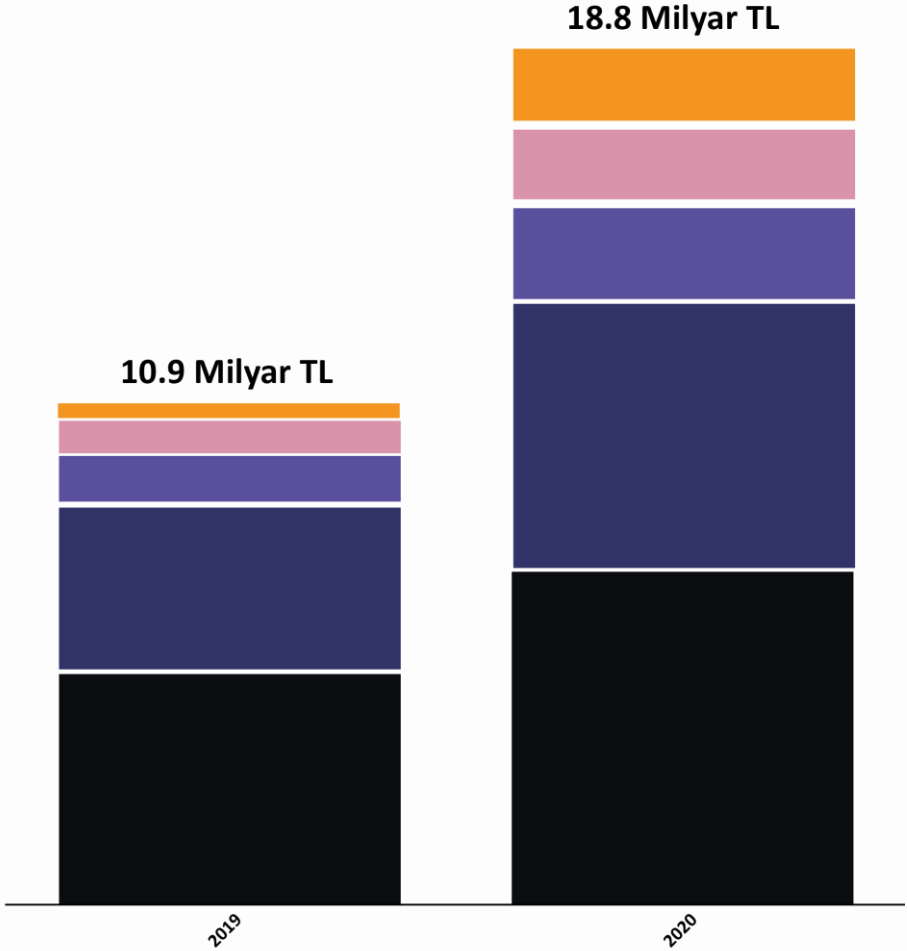
Görsel 6: 2019-2020 Türkiye'de E-Ticaret Hacmi Karşılaştırması



Kaynak: ikas Ticaret Akademi (2022)

Görsel 7: Sektörlere Göre E-Ticaret Verileri

■ Giyim ■ Elektronik ■ Ev ve Bahçe ■ Yazılım ■ Gıda ve Süpermarket



Kaynak: ikas Ticaret Akademi (2022)

İnternet üzerinden yapılan e-ticaret, gıda ve süpermarket harcamaları hacminde önemli bir büyüme gerçekleşti. Bu büyüme sektörel bazda incelendiğinde gıda ve süpermarket alanında 2020 yılında %434 oranında artış olduğu görülmektedir.

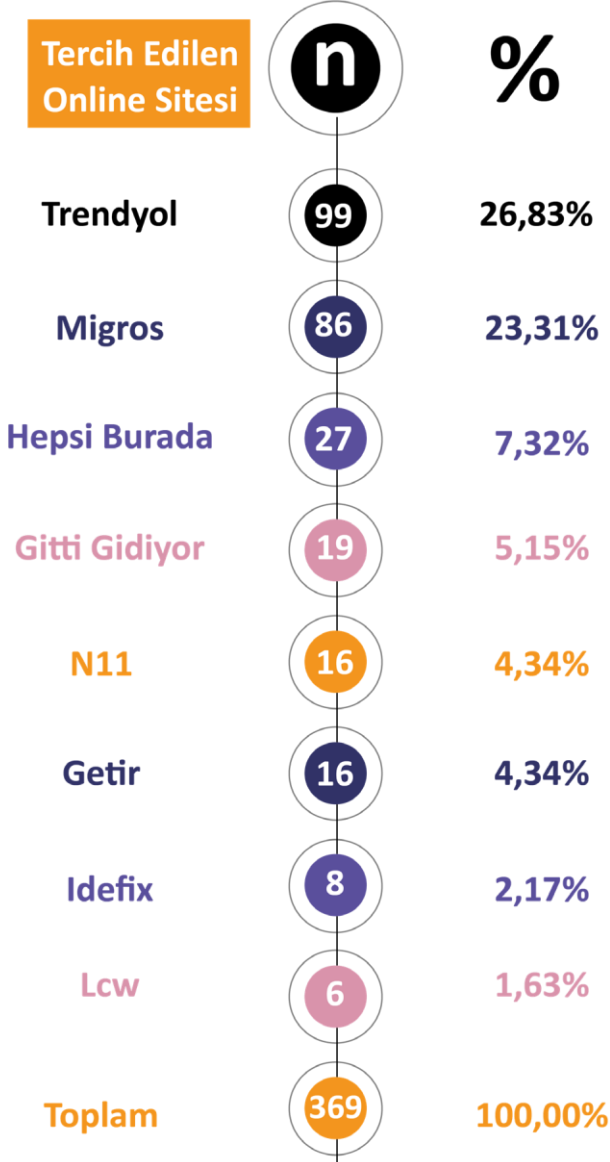
Görsel 8: 2021 Yılında yatırım alan girişimler



Kaynak: The State of Turkish Startup Ecosystem (2021)

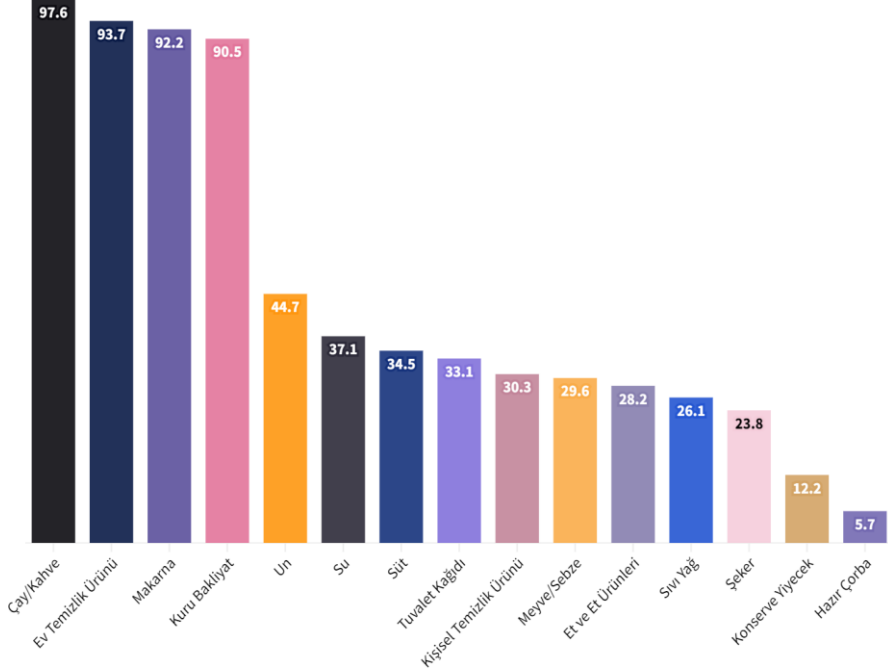
Gıda ve süpermarket sektöründe e-ticaret artış oranı 2019 yılında 0.33 milyar TL iken 2020 yılına gelindiğinde bu sayı 5.3 katına çıkmıştır.

Görsel 9: Salgın döneminde en sık alışveriş yapılan online siteler



Kaynak: İnce, Kadioğlu (2020)

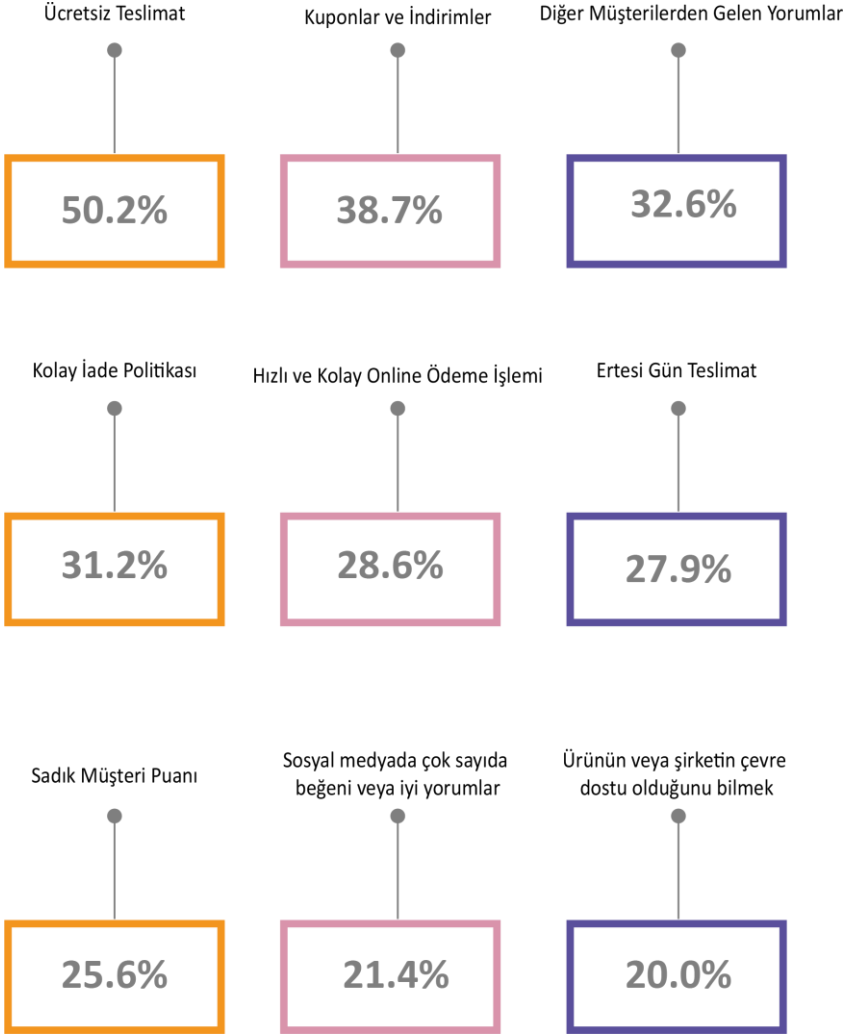
Görsel 10: Salgın döneminde en çok satın alınan ürünler



Kaynak: İnce, Kadioğlu (2020)

Salgın döneminde en çok Trendyol, Migros Sanal Market, Hep-siburada gibi online sitelerden alışveriş tercih edilmiştir. Bu sitelere talebin artmasının yanında en çok alışveriş yapılan ürünler günlük ihtiyaçlar olarak ifade edilen ürünler olmuştur. Bu durum günlük rutinlerin değiştiğini göstermektedir.

Görsel 11: Online satın almada için itici güçler



Kaynak: We are social (2021)

E-Ticaret Alanındaki Girişimlerin Yükselişi

E-ticaret oranlarının artması bu alandaki girişimcilerin farklı platformlarda yatırım alarak büyümelerini tetikledi. Getir, Hep-siburada, Trendyol, Yemek Sepeti, Bana bi, Pırpır gibi sanal alışveriş uygulamaları bu süreçte etkin rol aldı. Böylece yeni bir süreç tasarımıyla hizmet anlayışı geliştirildi.

Görsel 12: Pandeminin kargo şirketlerine etkisi



Kaynak: Aras Kargo (2021)

10 dakikada sipariş teslimi, ücretsiz teslimat, kampanya ve indirimler, müşteri yorumları, ertesi gün teslimat gibi inovatif hizmetlerle yeni bir sistem tasarlandı.

Genç girişimci şirketlerle tasarlanan yeni ticaret anlayışının aktörleri ise kuryelerdir. Kuryeler yaptıkları hizmetlerle dönüşümün taşıyıcıları oldular. Kısa süre içerisinde kuryelerin teslimat yapmaları, müşterilerin geri bildirimde bulunabilmesi, puanlama sistemi gibi özellikler bu şirketlerin hizmet kalitesini artırmıştır.



Araştırmanın Yöntemi

Çalışma nitel araştırma yöntemi kapsamında gerçekleştirildi. Nitel araştırma yöntemleri, olgu veya olayları kendi bağlamı içerisinde ele alır ve insanlar tarafından onlara yüklenen anlamlar çerçevesinde yorumlamaya imkân sağlar (Altunışık vd. 2010: 302). Bu çalışmada görüşmeciler amaçlı örneklem ile belirlendi. Kuryelere yarı yapılandırılmış mülakat tekniği ile hazırlanmış olan sorular yöneltildi. Yarı yapılandırılmış mülakat tekniği, görüşmeyi gerçekleştiren kişiye alt sorular ya da ek sorular sayesinde görüşmenin akışına yön verme avantajı sağlamaktadır (Yüksel, 2020). Görüşmeler, yarı yapılandırılmış mülakat formunda yer alan sorular çerçevesinde 20 dakikalık konuşma sürelerinde gerçekleştirildi. Sahada kuryelerin aktif çalışmalarından dolayı görüşme süreleri değişkenlik gösterse de ortalama 20 dakika sürdü.

DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜ KURYELERİN PERSPEKTİFİNDEN ANLAMAK

Şehir merkezlerinde ve ilçelerde artan bir şekilde görmeye başladığımız dijital market depoları yeni nesil alışveriş mekanları haline geldi. Bu mekânlar çarşı, pazar, bakkal gibi geleneksel alışverişlerin sanal halidir. Kurye mesleği ise hızla gelişen e-ticaretin taşıyıcılığını üstlenmiş, şehrin renkli aktörleridir. Kuryeler, sanal marketler üzerinden yapılan alışverişi müşterilere ulaştırarak bir bakıma değişimin “iki tekerli” taşıyıcıları olmuşlardır. Pembe, mor gibi dikkat çekici renklere bürünerek şehri sokak sokak dolaşan kuryelere e-ticaretteki yeni çalışma sistemini, bu sistemin avantajlarını ve sistemin dönüştürücü etkilerini sorduk.

“Şunu düşünüyorum, çok iyi oldu. Yani internetin bu şekilde yaygınlaşması, online alışverişin bu şekilde yaygınlaşması, çok iyi oldu. Çünkü bundan 3-4 sene önce kuryeliğin yüzüne bakmazlardı. Çünkü verdikleri para asgari ücret ya da asgari ücretin biraz daha fazlasıydı. Şimdi kurye çok değerli. Hani şöyle bir şey var adamlar kurye bulamıyorlar çünkü Getir topladı hepsini, Banabi topladı hepsini niye bunlar çok yüksek paralar veren şirketler. O yüzden küçük esnaf kurye bulamıyor bulsa da en az bunun denginde para vermek zorunda ki çalıştırabilsin yanında. Yani asgari ücret veremiyor. Bizim çıkarımız o oldu. Kuryelik artık güzel bir meslek oldu. Önceden yüzüne bakılmazdı yani şimdi iyi oldu.” (Kurye 7)

“Şimdi pandemide bizim iş bize yaradı. Neden yaradı? Herkes online alışverişe döndü, kimse evinden çıkmak istemedi. Zaten üst seviye sekmen olarak çıkmamasının sebebi de pandemi. Bütün market zincirleri olarak söylüyorum. Bütün gruplar için böyle. Market gruplarının hepsi level atladı diyebiliriz. Çünkü hiç kimse çıkmıyordu. Neden? Tak internet artık günümüzde her şey artık telefonda elimizde düşüyor. Yukarıdaki apartman komşumuz adam sipariş veriyor.” (Kurye 4)

“Sana şunu söyleyeyim, 20 yıldır kuryeyim bize burada yani kuryeye çok güzel davranıyorlar, değer veriyorlar. Firma gerçekten kuryeye çok güzel değer veriyor. Mesela herhangi bir sorunun olduğunda anlayışla karşılıyorlar. Hastayım, kırgınım diyorsun tamam gelme o zaman diyorlar üstteki müdürler. Çünkü nolacak bir vardiyada 9 kişi var. Adam tamam git hastaneye diyor. Kimseyi üzme gibi bir durumları yok.” (Kurye 1)

“Zaten ilerleyen zamanda bu (E-ticaret) daha çok artacak. Pandemi bitse bile e-ticaret devam edecek. Kuryelerde artış olacak. Trendyol Go geldiği zaman alışveriş internet üzerinden yapılacak. Trendyol Go'nun motor servisi gelmedi buraya henüz. Geldiği zaman ben düşünmüyorum yani nadir insanlar internet üzerinden alışveriş yapmayacak bence.” (Kurye 14)

“Yani Bana bi ’nin Konya’ya gelmesi Konya’daki bütün restoranların, bütün kurye çalıştıranların hepsinin piyasasını altüst etti.” (Kurye 3)

Kuryelerin çalışma koşullarının iyileştirilmesi, çalıştıkları şirketten değer görmeleri bu şirketlerde çalışmayı tercih etmelerini sağlamıştır. Çalışma koşulları değerlendirildiğinde özellikle hava şartları, mesai saatleri, trafikte karşılaşılan sorunlar kurye mesleğinin zorluğunu oluşturuyor. Fakat yeni sistemde kurumsal bir yaklaşımla olumsuz durumlar en aza indirmeye çalışılmıştır. Bunun için koruyucu ekipman, paket başı ücret, mesai ücretleri, izleme ve denetim sağlanmıştır. Kuryelerin çalışma koşullarının iyileşmesi ve ekonomik gelirlerinin artması e-ticaretin yükselmesinde hayati bir öneme sahip olduğunu söylemek mümkündür. Hızlı, güvenli ve sürekli teslimat ile kuryeler bu sistemin yürütücüsü konumundadır. Bu bakımdan kuryelere yapılan yatırım bu sektörün gelişmesini sağlamıştır.

İnovasyon ve Girişimcilik Örneği: Kurye Mesleğinin Yeniden Kurgulanması

Girişimcilik ve inovasyon kavramları, ihtiyaçlara üretilen etkili çözümleri merkeze alarak gelişmektedir. İhtiyacın doğru tespit edilmesi ve uygun çözümler üretilmesi başarılı iş modellerinin oluşmasını sağlamaktadır. Sanal market alanında geliştirilen bu iş modelleri de inovatif bir girişim olarak karşımıza çıkmaktadır.

“Bize belli bir hız limiti koyuyorlar. Bizim için kullandığımız şirket telefonlarında hepsinde hızımız, virajımız, ani fren ani hızlanma hepsini ölçtüğü için çok iyi. Diyor ki bana; ben sana belirli kurallar verdim, belirli kurallar çerçevesinde çalışırsan devam edebilirsin diyor. Lakin bu kurallara uymazsan benim seninle işim yok diyor Getir.” (Kurye 12)

“Getir bize baya bir imkân sunuyor. Yani 50 km hızı geçmeyin diyor. 20 üzerinde bir hızla virajı dönmeyin diyor. Ani asla tekeri kaydırmayın diyor. Bunların hepsi ölçülüyor zaten. Ay sonunda bize bir puantaj olarak geliyor. Bakıyoruz 10 üzerinden puanlanıyoruz biz. Mesela benim geçen ayın puanı 7.8 idi. Sadece bir tık virajları keskin dönmüşüm. 30 ile veya 40 ile dönmüş olabilirim. Yani o açıdan çok iyi Getir.” (Kurye 4)

“2000 yılından beri kuryeyim, çok kurumsal yerde çalıştım. Mesela Yemeksepeti’nin bize verdiği kasklar ve koruyucu ekipmanın bütün parçalarının değeri nerden baksan 2 bin lira gibi maliyeti var. Onlar bize ücretsiz veriyorlar. Bizim kuryelerimizde tüm bu ekipmanları giyer. Bunların denetimlerini ise içerideki müdürlerimiz yapar. Mesela ekipmanın yoksa vardiyaya almaz seni. Ben sana bu ekipmanı vermişim sen de giymek zorundasın risk alamazsın.” (Kurye 9)

“Ne olursa olsun primini ekstradan veriyor. Artı şeyin yok iş yüklemesi yok. Diyorum ya ben eskiden de kuryelik yapıyordum. Çalıştığım yerlerde işverenim çat çat al bunu da götür al şunu da götür diyordu. Ama burada götür ama hepsini sırayla, sakince götür deniliyor. Pandemi sürecinde işverenimiz Allah için hiçbir zorluk çıkarmadı. İki tane sigortamız var hem özel hem de normal.” (Kurye 13)

“Şirket bize telefon da veriyor. Bak hatta göstereyim gönderdiği mesajları. Bak mesela yağış uyarısına kadar bildirir sana, Bak merhaba bu sabah saatlerinden itibaren yağış, maske, maaş ödemesi, Zafer Bayramı, maske kullanımını, bunu her gün şey yapar. Maskenizi kullanın dezenfektanınızı yanınıza alın. Bu uygulama sadece bizde var. Diğer firmalarda böyle bir uygulama yok.” (Kurye 8)

Getir, Banabi gibi şirketler kurye mesleği için inovatif yöntemler geliştirmiştir. Kuryelerin karşılaştığı sorunları azaltmak ve çalışma koşullarını iyileştirmek için yapılan girişimler kuryelerin kendilerini daha değerli ve güvende hissetmelerini sağlamıştır. Diğer taraftan oluşturulan sistemin devam etmesini sağlayan unsurlar, izleme ve denetimdir. İzleme ve denetim hatasını azaltmış, iş sağlığı ve güvenliğini arttırmıştır. Kuryelerin kurallara uymasını sağlayan unsur ise puanlandırma sisteminin oluşturulmasıdır. Aynı zamanda en yüksek puan alan kişilerin ödüllendirilmesi, mesleğe ve işe yönelik özverili çalışmalarını destekleyici bir etken olduğu söylenebilir.

“Puanlama sisteminin olması ise gerçekten çok iyi. Mesela 10 km’lik bir yol var. Sistem ışıkları vs. hepsini hesaplıyor. 50 km hızı geçemiyorsun zaten. Ona göre git diyor. İşte müşteriye de ona göre bekleme süresi veriliyor. Geciktiğinde puan düşük vermesinin sebebi oluyor. Ama tabii bazen bu puanlama sistemi kuryelerin hata yapmasına neden olabiliyor. Yetişmek adına kırmızıda geçtiğimiz falan az da olsa oluyor.” (Kurye 5)

“Müşterinin verdiği notlar bizim performansımız, yani bize aylık performans listesi düşer. Bu listede kademeli olarak birinci, ikinci, üçüncü olana ekstra ödüllendirirler. Bu yorumlar bizi orada etkiler işte.” (Kurye 12)

“Açıkçası işe ilk başladığımda yani aşırı derecede bir şey gördüm, bana karşı bir iltifat gördüm. İnan gerçekten hoşuna gidiyor. Gülüyüz işte çok hızlı ve-saire deyince ve insan bunu görünce mutlu oluyor. Çünkü biz işimizi layığıyla yapmış gibi oluyoruz. Yani helal paradan başka para geçmesin diyoruz ya boğazımızdan, yani ben gerçekten hakkını verdim diyorum kendime. O bizi baya etkiliyor yani.” (Kurye 6)

“Müşterilerle ilişkim çok güzel çok iyi. Gerçekten kendimi övmek için demiyorum. Müşteriye müşteri gibi davranmıyorum. Al gülüm ver gülüm hesabı yok bende. Gidiyorum nasılsınız, iyi misiniz? Hâl hatır soruyorum. Nasıl sohbet ediyorsak sanki onlarla daha önceden tanıştırmış gibi sohbet ediyorum. Bu sayede laf aramızda hem bahşişleri alıyorum hem de gönüllerini kazanmış oluyorum. Ee bizim burada yıldızlama puanlama diye bir sistem var, kuryeyi beğenirse beş yıldız verir. Beğenmezse bir yıldız verir, artı yorum yapar. Vardiya müdürümüz o yüzden de biliyor ki beş yıldız veriyor, yorum da yapıyorlar.” (Kurye 11)

“Motivasyon açısından çok yükseltiyor tabi. Yemeksepeti gibi değil Yemeksepeti’nde şöyle mesela yemeğe ayrı puan veriyor, sürücüye ayrı puan veriyor, hıza ayrı puan veriyor. Bizdeki tek sistem. Tek sistem olunca bu bizi biraz üzüyor. Mesela ben iyi hizmet yapıyorum, ama mesela atıyorum SKT’si (Son Kullanma Tarihi) geçmiş ürün gidiyor müşteriye. Müşteri bir yıldız veriyor. Bu durumda olmuş oluyor sanki ben kötü hizmet vermişim gibi oluyor ve o yüzden beni kötü etkiliyor tabi. Ama beş yıldız alınca da çok güzel motivasyonum yükseliyor artı olarak yorumda gelince daha da güzel oluyor. Bir de bahşiş gelirse çok çok daha güzel oluyor.” (Kurye 2)

Çalışma koşullarının iyileşmesi, işveren tarafından değer görmesi gibi etkenlerin kuryelerin çalışma motivasyonunu artırdığı gözlemlenmiştir. Bu durum kuryelerin müşterilerle ilişkisine de yansımıştır. Müşterilerden sağlanan olumlu geri dönüşler de kuryelerin motivasyonunu yükseltmiştir. Dışarıdan gözlemlendiğinde puanlama sistemi kuryeler için dezavantaj olarak görülebilir. Çalışma sisteminin insana yakışır bir şekilde kurulması aslında denetim ve izleme sisteminin kısıtlama ve zorlama olarak algılanmasının önüne geçmiştir. Hatta puanlama yapılan iyi işin bir göstergesi, verilen emeğin karşılığı olarak görülmektedir. Diğer taraftan kuryeler riskli bir hayat maratonuna sahip. Burada kuryeler motivasyonlarını ve işe sarılmalarını farklı duygulardan almaktalar. Pandemi sürecinde insanların ihtiyaçlarına çare olmaları, primler vs. gibi unsurlar kuryeleri pandemi döneminde motive etmektedir.

“Şu an Konya’da oturmuş restoranlardan Asya Lahmacun var biliyor musunuz? Orası var, Urfa sofrası var Nalçacı durağının arkasında Can Baba var. Yıllardır Konya’ya hükmeden bu üçü var. Bu adamlar ortaya öyle bir zincir attılar ki bu üçü de dağıldı. Eskiden albeni bu üçündeydi. Buralara girmek mümkün değildi eskiden. Şu an onlar bizi arıyorlar gelin şu kadar verelim diye. Parada anlaşsak sosyal yaşamda anlaşamayız onlarla. Burası 8 saat çalıştırıyor. 8 saati geçtiğinde mesaini veriyor. O adam şu paketi at oradan eve geç diyor. 8 saatin üzerine ilaveten söylüyor bunu.” (Kurye 9)

“Sistemli çalışırız, mesaimiz bittiğinde kimse bize şu paketi götüremez. Bireysel olarak da kimse bize şu paketi götüremez. Kimse kimseyle muhatap olmaz. Sisteme düşer bana Ahmet, Mehmet’in paketi ben burada sistemde kimin ismi var burada bende şu dolabın üzerine hazırlarlar, buraya koyarlar. Buradan bakarım üzerinde etiketler var, hangi paket benimse götürürüm. Benim paketimi verin, hazırlayın olmaz burada. Çok iyi bir şey bu iki taraf için. Hem benim için hem şirket için.” (Kurye 11)

Konya'da aktif bir şekilde çalışan bu şirketlerle girişimin dönüştürücü etkisini görmek mümkündür. Geleneksel yapının aksayan yönlerinin inovatif ve sürdürülebilir çözümlerle yeniden kurgulanması girişimlerin başarı oranını artırır. Bu şirketlerin gerçekleştirdiği inovatif yaklaşım aynı zamanda ihtiyaçları gidermiştir. Zaman ve hız ekseninde ilerleyen 21. yüzyılda e-ticaret üzerine çalışan bu şirketler insanlara aslında zaman ve hız hizmeti sağlıyor. Zaman ve hız hizmetini gerçekleştirenlerin kuryeler olması sistemin kuryeler üzerine kurulmasını sağlamıştır. Böylece değersiz bir meslek olarak görünen kuryeler artık çalışma koşulları açısından görünürlüğü artan bir meslek haline gelmiştir.

"Ben burada 8 saat 9 saat çalışsam aylık kazanacağım 4- 5 milyar. Ben burada daha fazla çalışmayı tercih ediyorum. Günlük 14 - 15 saat çalışıyorum yani aylık burada ortalama kazandığım 9- 10 milyarı buluyor. Benim şu an yapmak istediğim tek şey birikim. Elimden geldiğince kooperatife giriyorum, araba alıyorum- satıyorum, al-sat yapıyorum. Yani şu an hayatın belirli bir cefa çekmeden sefa süremezsin hayatta ben şu an cefa dönemini çekiyorum belirli bir süre sonra paramı cebime koyduktan sonra takılıcam yani." (Kurye 8)

“Ama sadece 8 saat çalışırsan yine az ama primlerle falan artırıyor. Ama bunu 10’a 12’ye çıkarırsan gerçekten güzel parası var. Mesela ben şu an sağlık yönetimi mezunuyum, hastaneye girmeye çalışıyorum. Orada alacağım ücret asgari ücretten bir kuruş fazla olmaz. Maksimum asgari ücret alırım.” (Kurye 1)

“Şimdi şöyle bir şey var. 29 yaş altına devlet bir güvence veriyor. Genç girişimci projesi bu. 29 yaş altındaysan eğer bir anonim şirket açıyorsan, şahıs şirketi açıyoruz, bize BAĞ-KUR’umuzu bir yıl boyunca devlet yatırıyor. Üç yıl boyunca gelir vergisi ödemiyoruz. 75 bin TL’ye kadar. 75 bin TL bir senede buradan aldığımızla doluyor da zaten aldığımız maaşla, üç seneye kadar 75 bin TL’ye kadar bize şey yapmıyor. Burada hiç kimse sigortalı değil. İçerdeki depocular hariç bütün kuryeler esnaf-kurye modelinde çalışıyor. Bizim bir vergi levhamız var. Biz şirket sahibi insanlarız aslında şu anda.” (Kurye 5)

“Ya işte kış geliyor. Önümüz kış biliyorsunuz. Zorlukları var. Bir de orada düzen var. Ya zaten burayı bırakmam gibi, bırakmam geceye geçerim öyle düşünüyorum. Çünkü malum şartlarda para yetmiyor. Evli değilim, aileme yaşıyorum ama para yetmiyor. Aileme de para vermiyorum bu arada ama yetmiyor. Hiçbir şekilde yetmiyor.” (Kurye 10)

Kurye mesleğinin kurumsallaşması sonucunda ekonomik gelirin yükselmesi özellikle gençlerin bu şirketlerde çalışmayı tercih etmesini sağlamıştır. Bu durum özellikle genç istihdamı için önemlidir. Yapılan görüşmelerden hareketle gençlerin kurye mesleğini, birikim ve yatırım yapabilmek için araç olarak gördükleri saptanmıştır. Kuryelikten elde edilen kazanç ile gençler daha aktif ve etkin bir gelecek planı yapmaktadır.



Pandeminin Dönüştürücü Etkisi

Pandeminin insanların alışkanlıkları üzerindeki etkisi sanal marketlerdeki değişimden anlaşılabilir. Yeni normal olarak adlandırılan dönem aslında zorunlu değişen kültürü ifade eder. Pandemide çalışan kuryelerin değişime dair gözlemleri bu anlamda önemlidir.

“Pandemide herkes hazıra alıştı diyebilirim. Kolaya döndü artık. Önceden kim sipariş veriyordu? Ben adıma söyleyeyim ben e-ticarette çok uğraştım. 2013’te başladım ben e ticarete. Çok erken başladım. O zamanlar biz ful reklam parası basıyorduk. Reklam veriyorduk Müşteri görsün, İstesin diye. Çok da kampanyalar yapıyorduk. Ona rağmen almıyordu. Şu anda kampanya yapmana gerek yok.” (Kurye 4)

“Pandemi dönemiyle birlikte abur cuburlar daha çok sipariş edilmeye başlandı. Pandemi döneminden önce gıda ağırlıklı bir istek vardı ama pandemiyle birlikte cips, kola, su, içecek. Millet evde durduğu için canı sıkılıyor. Bunlar daha cazip geliyor demek ki.” (Kurye 3)

“Bizde online bahşış sistemi var. Oradan sistem müşteriye soruyor bahşış verecek misiniz diye” ... e iyi tamam ben 10 lira bahşış verecem” diye işaretliyor. Kuryenin hesabına o bahşış miktarı düşüyor. Elden bahşış alma şeyimiz yok.” (Kurye 12)

“Bana bi kendi reklamını bizim üzerimizden kuruyor. Aktif olarak bir lahmacuncunun veyahut da bir çiğköftecinin, etli ekmekçinin kurye olarak girdiği bir sokakta kimse dikkate almaz. Eğer motorunuz giyilmiş değilse motoru giyilmiş olsa bile binada kimsenin dikkatini çekmez. Kurye olduğu elindeki paketten belli olur. Ama biz boş motorla olsa dahi oradan geçerse, yürüyerek dahi reklam yaparız yani.” (Kurye 5)

Pandemide evde daha fazla zaman geçirme, alışkanlıkları ve tüketimi değiştirmiştir. Evlerimiz, hayatımızda yeniden anlam kazanan mekân haline gelmiştir. Yoğun gündelik hayat temposunda ve iş yaşamında ev uğranılan bir mekân iken pandemi- de asıl amacı olan yaşam alanı özelliğini geri kazanmıştır. Evde yaşamak ise alışkanlıkların değişmesinde önemli nedenlerden biridir.

Tartışmasız alışkanlıkların değişmesinde en büyük etkenlerden biri korkudur. Hastalığa yakalanma korkusu ve insanlardan uzak durma endişesi, önemsiz görünen abur cubur ihtiyacını bile sanal ortamdaki karşılamaya yöneltmiştir. Bu süreçte firmaların geliştirdiği inovatif çözümler de etkin bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır.

Online bahşış, temassız teslimat gibi çözümler pandemi döneminin kurtarıcısı olmuştur. Sanal marketlere artan talep ise kendiliğinden reklamı da getirmiştir. Şirketlerin en başta inovatif sistem kurgulamaları kriz dönemlerine daha uyumlu hareket etmelerini sağlamıştır. Tıpkı kuryelerin renkli kıyafetleri boş sokaklarda dikkat çekmeyi başarması ve şirketlerin bu durumdan reklam yapmaları gibi.

“Yani açıkçası benim pandemide korktuğum tek şey yani günlük yüzlerce kişinin evine gidiyoruz, çoğu Covid oluyor. Olması da önemli değil olabilir de veya olmayabilir. Yani korktuğumuz tek şey acaba akşam eve gidince ailemize acaba Covid olmuş olabilir miyim? Bulaştırma olabilir mi? Açıkçası korktuğum tek şey o oldu.” (Kurye 9)

“Bir çöküntüye uğradık zaten sosyal hayat yok, sıfır. Tamamen ev- iş. Şu anda bile benim sosyal hayatım yok zaten. Günlük 14 saat 15 saat çalışıyorum. Sabah 8’de geliyorum gece 11’de çıkıyorum. Eve gidiyorum yatıyorum 8’de tekrardan geliyorum. Yani bir kısır döngüye döndü artık. Artık izin kullanasım bile gelmiyor çünkü arkadaşlarımdan o kadar ötelendim ki, yıprandım artık. Belirli bir şey yapasım da gelmiyor artık, zevk almıyorum hayatımdan artık. Öyle bir duruma düşüyoruz.” (Kurye 7)

“Ruhsal durumum tamamen çöküntü çünkü sokaklarda hiç kimse yok. Şöyle düşünün sanki zombi istilasına uğramışız gibiydi. Gerçekten sokaklar bomboş. Hiç kimse yok. Bir film vardı Netflix’te The100 diye izlerseniz fark edebilirsiniz. Dünyaya belirli takım insanlar gönderilebiliyor onlardan başka kimse yok. Yani şehir bomboş. Sanki tamamen bize kalmış gibiydi. Tabi insanın psikolojisini aşırı derecede etkiliyor. Şimdi ben gerçekten zevk duyuyorum zafere siparişe çıkınca ben insan görmekten mutluluk duyuyorum açıkçası. Hasret kalmışız.” (Kurye 6)

“Yolların boş olması güzel bir duygu ama en çok hastalıkla yüz yüze kalan kişilerden birileri de kuryeler oldu tabi. Bende bu süreçte bir kez hastalığa yakalandım. Bizde sağlıkçılar gibi koronayla karşı karşıyaydık.” (Kurye 5)

Pandemi müşterilere yeni alışkanlıklar kazandırırken bu süreçte çalışan kuryeler psikolojik olarak zor bir süreç geçirmişlerdir. Korku, sosyal hayattan uzaklaşma, yoğun iş temposu gibi konular kuryeleri pandemi sürecinde zorlamıştır. Bunun dışında pandemide çalışmak ekonomik açıdan kuryeler için bir fırsat doğurmuştur. Özellikle pandemi sürecinde çalışma hayatının durma noktasına gelmesi ve insanların işlerini kaybetmesi düşünüldüğünde pandemide çalışmak kuryelerin ekonomilerini olumlu yönde etkilemiştir.

“Pandemi sürecinde çalışmak benim adıma güzel oldu. Çünkü iş sayısı arttı, biz iş başı para alıyoruz. Otomatik olarak maaşlarımızda oynama oldu.” (Kurye 1)

“Ya şimdi insana temel olarak baktığın zaman güldürebilen bir şeyler olması lazım. Bizi de mutlu eden şu dönemde para. Onu da bu pandemi sürecinde rahatlıkla elde ettik. O yüzden bu pandemi süreci bize baştan aşağı mutluluk verdi yani.” (Kurye 12)

Sanal market ve e-ticaret sisteminin kuryeler üzerine kurgulanması özellikle pandemi sürecinde de etkili olmuştur. Pandemi bu süreçte toplumun ve çalışma sisteminin geleceğini belirleyen meslekleri işaret etmiştir. Pandemiye durmadan çalışmaya devam eden, ekonomik kazancını artıran, istihdam sağlayan alanlar aslında geleceğe yönelik ipuçları veriyor. Dijital dönüşümün hızlandığı pandemi sürecinde hangi alanlara, mesleklerle, iş kollarına ihtiyacımız olduğunu da göstermiştir.

Ölümden Dönmek: Trafikte Kurye Olmak

Şirketlerin kuryelerin çalışma koşullarını iyileştirmesi ve buna yönelik çalışmalar yürütmesi elbette bu meslekte yaşanan sorunları azaltmıştır. Fakat diğer taraftan toplumda var olan önyargılı bakışların da devam ettiğini söylemek gerekir. Özellikle trafikte “iki tekerli” olarak ifade edilen motorlara bakış kuryelerin çalışmalarını zorlaştırmaktadır.

“Trafikte çok büyük sıkıntılar yaşıyoruz çünkü motorcuya hiç önem vermiyorlar. Türk halkı olarak mı diyeyim artık yoksa Konya halkı olarak mı diyeyim, yani geçen gün bir anımı anlatayım mesela. Şöyle gidiyorum cadde üstünde sağ taraftan da adamın birisi sokaktan caddeye çıkacak, arabayı bekledi, minibüsü de bekledi, beni göre göre beklemedi. Çıktı önüme ani fren yaptım, şu kadar ramak kaldı vuracaktım az daha. Hani ne düşünüyor artık bu motor vursa da zayıf vermez diye mi düşündü artık. Çarpırsa olan bana olacak ya da artık motor yavaş geliyor diye mi düşünüyor, hızlanmaz diye mi düşünüyor bilmiyorum. Kaale almıyorlar bizi.” (Kurye 4)

“Geleceği çok yüksek ama her gün hatta daha yeni gelirken lebiliyordum. Arabayla milim milime sıyırdık. Her gün çok rahat yüzlerce ölümlü kaza atlatıyorsunuz. Çok rahat bir şekilde. Yani gerçekten arabalar tarafından fark edilmiyoruz. Yani yokuz. Daha yeni gelirken adam hatalı sollama yaptı, tek şeritli yol ve benim üzerime doğru kırıyor. Ben sağa kırmasam bu adam bana vurdu. Ben 50 ile gidiyorum o 80 ile gidiyor. Birleşince 130 km hızla çarpmış gibi bir hasar alacaktım ben. Yani problem.” (Kurye 13)

“Allah rahmet eylesin bir kurye arkadaşımız vefat etti. Hatta tam ş ilerde kaza yaptı. Yani oradan gelip geçtiğinde bile insanın bir psikolojisi böyle çok kötü oluyor. Geçen gün Beyşehir vre yolunda biri kaza yapmış sanırsam vefat etmiş. Bir arkadaşım üstünde getir montu vardı dedi. Kafam döndü. Ben iki gün çalışmadım. Ben işe gelmeyeceğim gelirim kaldıramayacağım. İki günden sonra burada 20 ile gidiyorum, 30 ile gidiyorum. Ben 80’den aşağı gitmiyorum hız limitinde. O kadar düştü. O gün arkadaşım böyle bir şey söyledi. Biri vefat etmiş dedi yani tamamen sinir sistemim boşaldı. İster tanıyayım ister tanımayayım.” (Kurye 15)

“Günde 10 kere kaza atlatıyorum ben. Trafikte mesela kırmızı ışıkta bekliyoruz. Yayaya kırmızı yandığı anda kornaya basmaya başlıyorlar. Ben o yüzden artık en ne geçmemeye başladım. Çünkü ben de yürüyünce oradan sarıda bir adam daha geçmeye çalışıyor kafa kafaya girme ihtimalimiz oluyor. O yüzden kırmızıda ne durmamaya dikkat ediyorum.” (Kurye 3)

“Geçen çok fazla yağmur yağdı. Motorla yirmiyle otuzla gitmek zorundayız. Çünkü bunlar çok riskli. Hatta on bile çok riskli. Yirmi gibi gitmek zorundasın. Islanıyorum ıslanıyorum apartmana girmek istemiyorum. Şimdi insanlar oraları temizliyorlar, yağmurluğumdan su dökülüyor. Ben bu kadar ince düşünüyorum, yukarı çıkıyorum adam diyor ki neden bu kadar çok geç kaldın. Ben nereden nereye gelmişim, biraz değerini bilsene. En son artık dayanamadım küçük böyle kâğıtlara müşterilere mektup yazdım. Çünkü artık baş edemiyordum. İşte lütfen beş yıldız verin şuradan şuraya geliyorum geç kalıyorum. Beni anlayın gibi.” (Kurye 13)

Özellikle olumsuz hava şartları ve trafikte karşılaşılan ihlaller kuryelerin bu meslekteki en önemli sorunlarındandır. Bu durum kuryelerin gün içerisinde defalarca kaza ile karşılaşmasına neden olmaktadır. Fakat e-ticaretteki artış, izleme ve denetleme sistemlerinin gelişmesi, sanal alışverişlerin yaygınlaşması toplumda kuryelerin kabul edilmesini sağlayacaktır. Aynı zamanda bunun farkındalık çalışmalarının da yapılması trafikte yaşanan sorunların azalmasına yardımcı olabilir.

SONUÇ YERİNE

Sanal marketler, dijital yerli kuşaklar için normal görünebilir fakat davranışsal değişimin ve dijital dönüşümün önemli göstergelerindedir. Bu şirketlerin organizasyon yapısı incelendiğinde geleceğe dair önemli bilgiler verdiğini görüyoruz. Bunlardan en önemlisi hız ve zaman teminidir. Bağlantı halinin artması kişinin aynı anda yapacağı işlerin çoğalmasına neden olmuştur. Yoğun ve tempolu gündelik yaşamlarda en büyük ihtiyaç doğal olarak zamandır. Bu organizasyonlar ise günümüz ve yakın geleceğin ihtiyacı olan zamana yönelik inovatif bir sistem tasarlamışlardır. Tasarlanan sistemin kurucu unsuru ise kuryelerdir.

Kuryelerin çalışma koşulları iyileştirilerek, ekonomik gelirleri artırılarak, değer atfedilerek, özgür çalışma alanları oluşturularak sistemin sürdürülebilir olması sağlanmıştır. Kuryelerin sürekli olarak izlenmesi, denetlenmesi ve verilerin aylık olarak kişilere sunulması da kuryelerin özdenetimini sürekli kılmıştır.

Ayrıca hem müşteri hem de işveren tarafından kuryelerin pu-anlanması yapılan işin kalitesini artırmış ve kuryelere motivasyon kaynağı olmuştur. Tasarlanan bu sistem, yapılan sosyal inovasyonların iş fikrinde ne kadar önemli olduğunu gösterir. Hem çalışanların hem de müşterilerin ihtiyaçlarının tespit edilmesi ve buna yönelik inovatif çözümler üretilmesi şirketlerin rekabetteki başarı oranını artırmıştır.

Pandemi süreci bu girişimlerin hız kazanmasına ve toplum içinde yaygınlaşmasına neden olmuştur. Pandemi ile birlikte tehlike algısının değişmesi bu şirketlere duyulan ihtiyacı artırmıştır. Şirketlerin inovatif yapısı ve mevcut durumlara uyum sağlaması bakımından pandemi dönemi oluşan ihtiyaca karşılık vermiştir. Özellikle pandemide ekonomi ve çalışma hayatı durma noktasına gelirken bu şirketler Türkiye’de en yüksek yatırımları almışlardır.

Sonuç olarak hızlı bir değişimin yaşandığı günümüzde e-ticaretin önemli aktörleri olan şirketler dönüşümün taşıyıcıları haline gelmiştir. Sisteme sundukları inovatif yaklaşımlar ise geleceğin, sosyal alanda yapılacak inovasyonlar üzerine şekilleneceğini bizlere göstermektedir.

KAYNAKÇA

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı* (6. Baskı). Sakarya Yayıncılık.
- Bozdağ, C.(2021). *Kargo hizmetlerinde çalışanlar açısından iş sağlığı ve güvenliği koşulları: Covid 19 pandemisinin etkileri*. (Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Gençyürek, Erdoğan, M. (2020). Covid-19 döneminde e-ticaret ve dijital reklam yatırımları. *Selçuk İletişim*, 13(3), 1296-1318.
- Güven H. (2020). Covid-19 pandemik krizi sürecinde e-ticarette meydana gelen değişimler. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. 7(5), 251-268.
- İnce, M. ve Kadioğlu, T., C. (2020). Tüketicilerin Covid19 (Korona) Virüsüyle Artan Stoklama İsteğinin Online Satın Alma Davranışına Etkisi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*. 16(29). S. 1877-1907.
- Kartal, M., T. (2020). Covid-19 Pandemisinde Türkiye’de alınan para politikası tedbirlerinin temel finansal göstergelere etkileri. *Bankacılık Dergisi*. 115. 88-106.
- Kaya, H. (2021). Türkiye’deki E-Ticaretin Güncel Durumu. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/349339434_TURKIYE%27DE_KI_E-TICARETIN_GUNCEL_DURUMU.
- Kemp S. (Şubat, 2021). Digital 2021 Global Report: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey>. Erişim Tarihi:1.12.2021.
- Mavi, E., E. & Öcal, D. (2021). *Covid 19 sürecinde iletişim ve medya çalışmaları*. İKSAD Yayınları.
- Yüksel, A. N., (2020). Nitel Bir Araştırma Tekniği Olarak Görüşme. *Social Sciences Studies Journal*, 6(56), 547–552. <https://doi.org/10.26449/sss.j.2099>.

İnternet Kaynakları

Startup Watch (2022, Şubat 15). <https://www.invest.gov.tr/en/library/publications/lists/investpublications/the-state-of-turkish-startup-ecosystem.pdf>.

Statista. (2020, Mayıs 15). Thinking about your everyday life, since the COVID-19 / coronavirus pandemic, have you made any changes to your general lifestyle?

Statista. (2021, Aralık 12). <https://www.statista.com/statistics/1105960/changes-to-the-generallifestyle-due-to-covid-19-in-selected-countries/>.

Elektronik Ticaret Bilgi Forumu. (2021, Aralık 01). <https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler>.

İkas Ticaret Akademi (2022, Mart 02). <https://blog.ikas.com/turkiyede-e-ticaret-istatistikleri-2020/>.

We are social (2022, Şubat 21). <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>.

Aras Kargo (2021, Aralık 13). https://www.araskargo.com.tr/tr/entitiefocus.aspx?primary_id=9110&type=1492&target=categorial1&detail=single&sp_table=&sp_primary=&sp_table_extra=&openfrom=sortial

ISBN:

SİA- SAHA

Sanal Alanda Yurt Edinmek: Kuryeler

