**BLOK ZİNCİRİ NEDİR? NE DEĞİLDİR?**

**Deniz Zeren1 Gülay Güler2**

**ÖZET**

2017 yılından beri konuşulmaya başlayan blok zinciri günümüzde perakende, tedarik zinciri, finans, denetim ve muhasebe gibi sosyal bilimlerin birçok alanında uygulama alanı bulmaktadır. Blok zinciri, temelde, ölçeğinden bağımsız tüm işletmelerde veri şeffaflığını, güvenliğini ve gizliliğini geliştirmek için kullanılabilecek bir teknolojidir. Yeni bir kavram olmasına rağmen, blok zinciri, sosyal bilimler alanında da hızla gelişim göstermiştir. Hızlı gelişen tüm alanlarda olduğu gibi blok zincirine yönelik akademik ilgi de hızla artmıştır. 2017 yılında Scopus’ta sosyal bilimler alanında blok zinciri ile ilgili 178 çalışma bulunurken, 2021 yılında bu çalışmaların sayısının 1950’ye ulaştığı görülmektedir. Bu çalışmanın amacı sosyal bilimler alanında halen bir yenilik olarak değerlendirilen blok zinciri kavramını tanımlanması, avantaj ve dezavantajlarının ortaya konması ve işletme süreçlerinin anlaşılmasıdır. Bu amaçla, çalışmada blok zinciri perakende uygulamaları pazarlama karması çerçevesinde incelenmiş, sadakat programları, ödeme ve sözleşmeler gibi alt başlıklarına da değinilmiştir. Ayrıca, Türkiye’nin teknoloji açısından öncü markalarından Arçelik’in inovasyon ekibi ile blok zinciri kavramı ve ilgili başlıklar değerlendirilmiştir. Araştırmanın bulgularında, dijital okuryazarlığın önemi, hibrit platformlar ve çözümler, güvenlik, bilgisayar algoritmalarının tarafsızlığı, dijital sınırlar gibi konu başlıkları öne çıkarken, blok zincirin üretici tabanlı bir yapıya sahip olması sebebiyle kullanıcı deneyimi ve senaryoları üzerinde de çalışılmasının önem arz ettiği ortaya çıkmıştır. Sonuçlar, işletmelerin, bireylerin dijital okuryazarlıklarının arttırılmasında, aktif rol üstlenmesi gerektiğinin önemini bir kez daha ortaya koymaktadır. Aktif yatırım yapılacak bu bireyler hem işletme çalışanlarından, hem de tüketicilerden oluştuğu sürece anlamlı katkı yaratılması mümkün olacaktır. Bu kapsamda işletmelerin blok zinciri eğitimleri almaları ve müşterilerine mini tanıtıcı bilgilendirmeler ve eğitimler şeklinde sunmaları yararlı olacaktır. Veri güvenliğinin arttırılması bilgisayar algoritmalarının tarafsızlığının sağlanması ve dijital sınırların çizilmesi gibi müşteriyi koruyan blok zinciri kaynaklı uygulamalar ise işletmelerin tercih edilmesine ve güven unsuruna katkı sağlayacaktır. Çalışmanın sonuçları teori, uygulama ve gelecek çalışmalar açısından değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler**: Blok zinciri, pazarlama, işletme süreçleri

 **WHAT IS A BLOCKCHAIN? WHAT IS NOT?**

**ABSTARCT**

Blockchain, which has been talked about since 2017, today finds application in many areas of social sciences such as retail, supply chain, finance, auditing and accounting. Blockchain is basically a technology that can be used to improve data transparency, security and privacy in any business, regardless of scale. Although it is a new concept, blockchain has also developed rapidly in the field of social sciences. As in all fast-developing fields, academic interest in blockchain has increased rapidly. While there were 178 studies on blockchain in the field of social sciences in Scopus in 2017, it is seen that the number of these studies reached 1950 in 2021. The aim of this study is to define the concept of blockchain, which is still considered as an innovation in the field of social sciences, to reveal its advantages and disadvantages and to understand the business processes. For this purpose, in the study, blockchain retail applications were examined within the framework of the marketing mix, and subheadings such as loyalty programs, payment and contracts were also mentioned. In addition, the concept of blockchain and related topics were evaluated with the innovation team of Arçelik, one of Turkey's leading brands in terms of technology. In the findings of the research, while the topics such as the importance of digital literacy, hybrid platforms and solutions, security, the neutrality of computer algorithms, and digital borders came to the fore, it was revealed that it is important to work on user experience and scenarios as the blockchain has a producer-based structure. The results once again reveal the importance of businesses that need to take an active role in increasing the digital literacy of individuals. As long as these individuals to be invested actively consist of both business employees and consumers, it will be possible to create a meaningful contribution. In this context, it will be beneficial for businesses to receive blockchain training and present them to their customers in the form of mini-introductory briefings and trainings. Blockchain-based applications that protect the customer, such as increasing data security, ensuring the impartiality of computer algorithms and drawing digital borders, will contribute to the preference of businesses and the element of trust. The results of the study were evaluated in terms of theory, practice and future studies.

**Keywords:** Blockchain, marketing, business processes

1:Prof.Dr.Deniz Zeren,Çukurova Üniversitesi, dzeren@cu.edu.tr, 0000-0003-1197-5375

2:Arş.Gör.Gülay Güler,Çağ Üniversitesi,gulayguler@cag.edu.tr, 0000-0002-2576-7756