



ANADOLU'DA TARİH ÖNCESİ DÖNEMDEKİ SOSYOEKONOMİK FAALİYETLERİN PAZARLAMA TARİHİ AÇISINDAN ÖNEMİ

Esra DEMİRBAŞ¹

Öz

Pazarlama ile ilgili geçmiş çalışmalar, “pazarlama tarihi ve pazarlama düşünce tarihi üzerinde yoğunlaşmıştır. Alderson’ın geçen yüzyılın ortalarında başlattığı pazarlamanın bilimsel teorik çerçevesini oluşturma gayretleri henüz tamamlanmamış ve pazarlama tarihinin başlangıcı ile ilgili ortak bir tespit henüz oluşmamıştır. Başlangıçla ilgili ortak mutabakatın henüz sağlanamaması, pazarlama faaliyetlerine konu olabilecek, kanıtlar ışığında sunulan geçmişe dair sosyoekonomik faaliyetlere yönelik çalışmaların, pazarlama tarihine de katkıda bulunabileceğine işaret etmektedir. Hazırlanan bu çalışma ile hem pazarlama tarihi literatürüne katkıda bulunabilmek hem de Anadolu’daki tarih öncesi sosyoekonomik faaliyetler irdelenerek, eski tarihlerle ilgili Anadolu’da pazarlama faaliyetlerine yönelik az sayıda çalışma olması sebebiyle bu alana da katkıda bulunulabilmek amaçlanmıştır. Yarım milyon yıldan daha uzun süren Buzul Çağı’nın sona ermesiyle birlikte; Anadolu’da avcılık ve toplayıcılıkla yaşamlarını sürdürdükleri Paleolitik ve Mezolitik Çağların ardından, insanların yerleşik düzene geçtiği Neolitik çağ başlamıştır. Daha çok su kenarlarına yakın bölgelerde kurdukları köylerde yerleşik düzende yaşamaya başlayan insanlar, tarım ve hayvancılıkla ilgilenmeye ve üreticiliğe başlamış, temel ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra artan ürünlerini de biriktirerek, kendilerinde olmayan eksik ürünle değiştirmek üzere mübadele, paylaşım ve dağıtım esaslı diğer topluluklarla ilişki kurmuşlar ve bu kurdukları ilişkilerle de o dönemlerde, iktisadi faaliyetlerin temelini oluşturmuşlardır. Avrupa görüşü pazarlama tarihinin başlangıcını Antik Yunan dönemine dayandırmaktadır. Hazırlanan bu kavramsal çalışma ile, bu dayanağın daha önceki dönemlerden başlatılabileceği, Anadolu’da neolitik dönemden itibaren pazarlama tarihi için önemli gelişmeler görüldüğü, özellikle Asur ticaret kolonileriyle birlikte bu gelişmelerin göz ardı edilmesinin mümkün olmayacağı sonucuna varılmıştır. Çalışma, pazarlama tarihiyle ilgili literatüre, özellikle de Anadolu’da tarih öncesi görülen pazarlama izleri anlamında katkıda bulunacaktır.

Anahtar Kelimeler : Prehistorya, Anadolu, Ticaret, Pazarlama.

JEL Sınıflandırması : M30, M31, N00, R11, Z13.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Yeni Yüzyıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, esra.demirbas@yeniyuzyl.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5717-734X.

Atıf/Citation (APA6):

Demirbaş, E. (2022). Anadolu’da tarih öncesi dönemdeki sosyoekonomik faaliyetlerin pazarlama tarihi açısından önemi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(4), 783–800. <http://doi.org/10.25287/ohuiibf.1078799>.

THE IMPORTANCE OF SOCIOECONOMIC ACTIVITIES IN THE PREHISTORICAL ANATOLIA FOR THE MARKETING HISTORY

Abstract

Studies in the history of marketing are categorized as marketing history and the history of marketing thoughts. Alderson’s efforts to define the scientific theoretical framework of marketing, that have been started in the middle of the last century, have not been completed yet. Meanwhile, there is no common determination for the beginning of the marketing history, yet. These uncompleted and undetermined situations lead marketing people to continue looking for the history of marketing. The objective of this conceptual study is to contribute to the literature on the marketing history by reviewing previous studies on socioeconomic activities that occurred in Anatolia during the prehistorical period and to try finding out traces to be served in the history of marketing. Moreover, to contribute to a few studies on the history of marketing in Ancient Anatolia. At the end of the Ice Age which lasted more than half a million years and in which people had survived by hunting and gathering, the Neolithic age began and people passed to settled life. Those people started to live in villages nearby a river or a lake and deal with agriculture and taming animals to use them in their daily life and they became productive. Finally, they found out to exchange their excess products with other producers who have what they need and meanwhile request their products. They presented the first attempts at economic transactions by exchanging, sharing, and distributing their products and goods. European marketing school accepts the ancient greek period for the beginning of marketing history. However, this conceptual study will provide evidence-based on previous written archeological sources about prehistorical Anatolia to date earlier the beginning of the marketing history than ancient Greek through the Bronze Age, considering the advanced commercial activities of Assyrian trading colonies.

Keywords : Prehistorical periods, Anatolia, Trade, Marketing

JEL Classification : M30, M31, N00, R11, Z13.

GİRİŞ

Pazarlama ile ilgili geçmiş çalışmalar, “pazarlama tarihi ve pazarlama düşünce tarihi şeklinde iki temel alan olarak gruplandırılmaktadır” (Jones & Tajadewski, 2017: 7). Pazarlama tarihi, “pazarlama pratiğinin tarihi ” (Jones ve ark., 2017: 2) ve “tutundurma faaliyetleri, perakendecilik, dağıtım kanalları, ürün tasarımı, marka, fiyatlandırma stratejileri ve tüketici davranışlarının tarihi” (Jones, 2010: 52; Hunt, 2011: 485) ile ilgilenirken; pazarlama düşünce tarihi “ pazarlama ile ilgili fikirlerin, kavramların, teorilerin, düşünce okullarının ortaya çıkışları, içerikleri ve zaman aralıkları ve de büyük düşünürlerin yaşamları”(Jones ve ark., 2017: 2–3) ile ilgilenir. Alderson’un 1957’deki çalışması, pazarlamanın bilimsel bir teori olarak temel çerçevesini oluşturmayı amaçlasa da Shaw (2020)’a göre bu yöndeki çabalar henüz sonuçlanmamıştır. Neticede de pazarlama tarihinin başlangıcı ile ilgili ortak bir tespit bugüne kadar oluşmamıştır. Başlangıçla ilgili ortak mutabakatın henüz sağlanamaması, pazarlama faaliyetlerine konu olabilecek, kanıtlar ışığında sunulan geçmişe dair sosyoekonomik faaliyetlerle ilgili çalışmaların, pazarlama tarihine katkıda bulunmaya devam edeceğini göstermektedir. Hazırlanan bu çalışma ile hem pazarlama tarihi literatürüne katkıda bulunabilmek hem de Anadolu’daki tarih öncesi sosyoekonomik faaliyetler irdelenerek, eski tarihlerle ilgili Anadolu’da pazarlama faaliyetlerine yönelik az sayıda çalışma olması sebebiyle bu alana da katkıda bulunulabilmek amaçlanmıştır.

Pazarlama tarihi üzerine yürütülen çalışmalarda, geçmiş dönemlere ait veriler, günümüzdeki modern pazarlama bilgisine göre yorumlanarak, aktarılmaktadır. Erdoğan ve Çiftçi (2015: 7) ye göre, “pazarlama faaliyetlerinin başlangıcını Havva’nın Adem’e elma vermesine kadar eskiye dayandırmak mümkündür ve bu ilişkide dahi Allah, Âdem, Havva ve Şeytan arasında bir pazarlama eyleminden söz edilebileceğini” ileri sürmektedirler. Avrupa’daki çalışmalar, günümüze ulaşan Antik Yunan metinlerine dayanarak, pazarlama faaliyetlerinin, bu toplum da ortaya çıktığını ileri sürerler. Örneğin Cassels (1936: 129) “Platon (2014)’un ‘Devlet’ eserinde bahsettiği zanaatkar(craftsmen) rollerini,

pazarlamanın aracı (middleman) rollerine benzetir”. Shaw (1995) da pazarlama sisteminin ortaya çıkması için gerekli makroekonomik koşulların Antik Yunan toplumunda oluştuğunu ileri sürmüş ve “Platon’un pazarlama sisteminin sosyoekonomik temelini gelecekteki makro pazarlama düşüncesine ışık tutacak, sağlam ve sistematik bir çerçevede incelediğini” (s.19) belirtmiştir. Ancak, ekonomi tarihi literatüründe, ilk pazar sisteminin, Antik Mezopotamya’da görüldüğüyle ilgili çalışmalar mevcut (Geniş, 2022) olup, Kestane (2015) ve Wengrow (2008) da çalışmalarında bu görüşü desteklemiştir. Radner (2019: 3), “Asur tarihinin M.Ö. 3. binyılda, Sümer kentlerine kuzeyden gelen ticari malları temin etmek için, ticari merkez olarak kurulmasıyla başladığını öne sürer”. Asur kenti bu dönemde Anadolu ile Mezopotamya arasında çok önemli bir ticaret merkezine dönüşmüştür (Veenhof, 2009: 1).

Hunt (1981: 7)’a göre makro pazarlama, “pazarlama sistemlerini, pazarlama sistemlerinin toplum üzerindeki etki ve sonuçlarını, toplumun, pazarlama sistemleri üzerindeki etki ve sonuçlarını” inceler. “Değişim pazarlama teorisinin merkezini oluşturuyorsa, o zaman değişim sistemlerinin ve daha spesifik olarak değişimin ekonomik bir karşılık içerdiği durumlarda pazarlama sistemlerinin, mikro pazarlamanın merkezinde yer aldığından bahsedilebilir. Bu değiş tokuşların, her biri fiyat pazarlığı yoluyla kendi amaçlarına hizmet etmeye çalışan istekli satıcılar ve istekli alıcılar arasında gerçekleştiği noktada, ortaya çıkan mübadele ağına ‘piyasa sistemi’ denir”. (Layton, 2007: 227). Fisk (1967: 3)’e göre de, “pazarlama sistemleri, fazla ürünlerin karşılıklı mutabakatla değişimi sonucu ortaya çıkmıştır”. Bütün bu söylemler, pazarlama tarihinin başlangıcının ve pazarlamaya öncül sayılabilecek faaliyetlerin, tarih öncesi çağlardaki sosyoekonomik faaliyetlerin gözlemlenerek, yeni bir takım bulgulara ulaşılabileceği yönünde ışık tutmaktadır.

İnsanoğlunun Eski Çağlarda doğaya ve onun koyduğu koşullara büyük ölçüde tutsak olması, Anadolu yarımadasında da görüldüğü gibi, çeşitli uygarlıkların doğup gelişmesine yol açmıştır (Akurgal, 2020). Anadolu gerek tarih öncesi gerek tarih sonrası, “tüm dönemler boyunca, her zaman Batı Asya, Doğu Akdeniz Bölgesi ve Kıta Avrupası arasında köprü vazifesi görmüş” (Sıddıq, 2019: 85) ve buna bağlı olarak da çok eski dönemlerden itibaren ticari faaliyetlere sahne olmuştur.

Eski Çağ tarihiyle ilgili kaynaklar, arkeolojik ve yazılı kaynaklardır. Arkeoloji kelimesinin etimolojisine baktığımızda, “Antik Yunancada eski anlamına gelen arkeo ile bilim anlamına gelen logos kelimelerinden oluşan ve geçmişin bilimi anlamına gelen arkeoloji, aslında insanlık tarihinin kültürel geçmişini, kültürel değişimini ve bunların birbirleriyle olan ilişkilerini ele almaktadır” (Özbilen, 2020: 41). Arkeolojiyi, “kazı ve yüzey araştırması gibi teknikler ve analizler kullanarak, yazılı kaynaklar ve her türlü somut kalıntılar üzerinden insanlığın geçmişini araştıran bilim dalı” (Gölbaş, 2016: 303) olarak da tanımlamak mümkündür. “Arkeolojik kaynaklar, kalıntılar ve arkeolojik kazılar sonucu ortaya çıkarılmış buluntular olup; bazen yazılı kaynakları desteklemekte bazen de tek başlarına değerlendirilmektedir” (Özbilen, 2020: 42). Arkeolojik kazılarda ele geçen araç gereçler, çeşitli sanat eserleri bizlere, eski dönemlere ait günlük yaşam ve sosyoekonomik yapı hakkında önemli bilgiler vermektedir. Hatta anıt, heykel, zafer takı, lahit mezar gibi kalıntıların da bazı özel durumların gelecek kuşaklara aktarılacak üzere yapıldığını ileri sürülmektedir (Memiş, 2019).

Şekil 1 de görüldüğü üzere; tarih öncesi uygarlıklar, insanların yaşadığı kültürel gelişmelere bağlı olarak, taş ve maden devri olarak iki ana grup altında toplanmaktadır. Taş devri, “Paleolitik (Eski Taş) Çağ M.Ö.13-14 bin; Epi-Paleolitik veya Mezolitik Çağ (Orta Taş) M.Ö.14-10.5 bin ve Neolitik (Yeni/Cilali Taş) M.Ö.10.5-5.8bin çağı olarak üç bölüme ve Maden devri de Kalkolitik (Bakırtaş) M.Ö. 5.8-3.1 bin, Eski Tunç (Bronz) Çağı M.Ö.3.1-1.2 bin şeklinde” sıralanmaktadır (Gökçek & Abacı, 2019: 15-16).

Şekil 1’de ise Anadolu’da yaşanan tarih öncesi dönemlerin denk geldiği yıllar belirtilmektedir.

Çağ	YILLAR
Paleolitik (Eski /Yontma Taş)	M.Ö. 1.300.000-14.000
Mezolitik (Epi-Paleolitik/Orta Taş)	M.Ö. 14.000-10.500
Neolitik (Yeni/Cilalı Taş)	M.Ö. 10.500-5.800
Kalkolitik (Bakırtaş)	M.Ö. 5.800-3.100
Tunç (Bronz)	M.Ö. 3.100-1.200

Şekil 1. Anadolu’nun Prehistorik Dönemleri

Kaynak: Gökçek ve ark., 2019: 16.

“M.Ö.3200 yılında Mezopotamya’da yaşayan Sümerlerin çivi yazısını bulması ile ilk çağ başlamıştır” (Kılıç, 2009: 122). “Mezopotamya’da yaklaşık M.Ö.3200’lerde icat edilen yazının Anadolu’ya gelişi, bin yıldan fazla zamanı bulmuştur” (Gökçek ve ark., 2019: 16–17). Anadolu’da Eski Tunç Çağı’nı takip eden Orta Tunç, Genç Tunç ve Demir Çağları yazının icadından sonraki çağlar olarak ele alındığından, tarih öncesi dönemi ele alan bu kavramsal çalışmada Anadolu’da üreticiliğin başladığı Neolitik dönem ile Erken Tunç Çağı (ETÇ)’nin sonuna kadar geçen dönem ele alınacaktır.

“İnsanoğlunun üretme içgüdüleriyle paylaşılma ve dağıtılmak üzere, kurulan ilişki ağı ve buna esas olan her türlü ürün, diğer toplumlarla paylaşılmak veya dağıtımını yapmak üzere kurulan ilişkiler, iktisadi faaliyetleri oluşturmuştur” (Yılmaz, 2019: 194). İlk ürünlerin ticareti bilindiği gibi mübadele esasına dayalı olarak ortaya çıkmıştır.

Öte yandan Amerikan Pazarlama Derneği (AMA)’nin 1985 yılından bu yana büyük ölçüde geçerliliğini sürdüren “pazarlama, kişisel ve örgütsel amaçlara ulaşmayı sağlayabilecek mübadeleleri gerçekleştirmek üzere malların, hizmetlerin ve fikirlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması, tutundurulması ve dağıtılmasına ilişkin planlama ve uygulama sürecidir” (Thomas, 2020: 958) şeklindeki tanımı ve Kotler (2009) in, değişimle ilgilenen iki ya da daha fazla tarafın var olduğu, her bir tarafın diğerleriyle değiştirebileceği değer taşıyan bir şeye sahip olduğu ve her bir tarafın bu değişime hazır olandan haberdar olup, diğerine teslim edebilir durumda olduğu her zaman ve her yerde pazarlama faaliyetlerinden bahsedilebileceği” şeklindeki görüşü, Kestane (2015: 191)’nin ister takas, ister ticaret, isterse değiş tokuş olarak ifade edilsin tarih öncesi dönemde insanlar arasında bir değişim olması halinde, doğal olarak pazarlama uygulamalarının varlığını da görmenin mümkün olacağı” yönündeki tespiti esas alınarak, hazırlanan bu kavramsal çalışmada Anadolu’da tarih öncesi dönemdeki ticari faaliyetler, Neolitik çağdan itibaren pazarlama açısından anlam taşıması yönünde incelenip, yorumlanmaya çalışılmıştır.

Araştırma yöntemi olarak; Paleolitik ve Mezolitik dönemlerde insanların sosyoekonomik durumlarına kısaca değinildikten sonra, Neolitik, Kalkolitik ve Erken Tunç çağlarındaki gelişmeler, kazılarda ele geçen bulgular, arkeologların ve tarih araştırmacılarının yazılı olarak aktardıkları çerçevede incelenerek, pazarlamanın ilk izleri ve öncül faaliyetleri neolitik çağdan itibaren tespit edilmeye çalışılmıştır.

Çalışmada, Neolitik Çağ’dan itibaren Anadolu’da iktisadi ve öncül pazarlama faaliyetlerinin görülmeye başladığı ve özellikle Erken Tunç Çağı’nda yaşayan Asur Ticaret Kolonileriyle ilgili Kültepe’de ele geçen çok sayıda yazılı tabletten, Asurlu tüccarların uluslararası ticarete ve pazar örgütlenmesinde oldukça başarı sağladıkları, talebi çok olan kalayı, kumaşla birlikte Anadolu’da pazarlayıp, tedarik ettikleri ve de karşılığında altın ve gümüşü kendi şehirlerine götürdükleri tespit edilmiştir. Bu faaliyetler, pazarlama tarihinin başlangıcının en geç Anadolu’da Asurlu tüccarlar dönemine (yazılı tabletler kaynak alındığı için) dayandırılması gerektiğini, gerçekleştirilen bu kavramsal çalışmada bir kez daha göstermiştir.

I. TASARIM VE YÖNTEM

Anadolu’da ticaretin başlangıcını ve gelişimini pazarlama gözüyle inceleyip, yorumlamak üzere hazırlanan bu kavramsal çalışmada; Anadolu’nun çağlar boyunca sahne olduğu ticari faaliyetler Neolitik çağdan itibaren mercek altına alınmış, pazarlama açısından taşıdığı anlam çalışmaya aktarılmıştır.

Bu çalışmada, araştırmaya temel teşkil etmesi amacıyla öncelikle pazarlama tarihi ile ilgili geçmiş literatür, arkeolojik kalıntı ve kazıların ve tarihsel olayların aktarıldığı yazılı kaynaklar ve geçmiş literatür taranmış ve elde edilen bulgular ait olduğu pazarlama karması bileşenine göre değerlendirilip, ait oldukları pazarlama bileşeni altında sınıflandırılarak, ait oldukları dönem ve uygarlıklar da dikkate alınmak suretiyle, farklı disiplinlere ait bilgiler harmanlanarak aktarılmıştır.

II. BULGULAR

II.I Prehistorik Anadolu’da Mübadele Öncesi Dönem (Paleolitik ve Mezolitik Çağ)

Eski Taş Çağı (Kaba Taş, Paleolitik) insanlığın yaşadığı “yarım milyon yılı aşan ve Buzul Devrine rastlayan” (Akurgal, 2020: 21) en uzun dönem olup, insanların üretici olmadıkları yaşamlarını avcılık ve yiyecek toplamakla sürdürdükleri bir dönemdir (Gökçek ve ark. 2019). İlk taş devrinde insanoğlunun elde ettiği en büyük keşif, iki çakmak taşının birbirine sürtülmesi yoluyla keşfedilen ateştir (Akurgal, 2020).

Avlarının peşinde göçebe bir yaşam sürdüren ve 15-20 kişilik küçük gruplar halinde yaşadıkları tahmin edilen insanoğlu, bu şekilde yaşamaya Orta Taş Çağında (Yontma Taş, Mezolitik) da devam etmiştir. İnsanların henüz üretime geçemedikleri sadece yaşamlarını sürdürmeye çalıştıkları bu iki dönemde de ticari faaliyetlerin varlığından söz edilememektedir. “Küçük gruplar halinde yaşayan Paleolitik çağ insanı hayatını üretmek ve üretimi geliştirerek sürdürmüştür; üst Paleolitik dönemden itibaren, temel ihtiyaçlara paralel sanat eserleri ve süs objelerinden de gereksinimden daha fazlasını üretmeye başlamıştır” (Yaman, 2019: 61–62).

Buzulların erimesinden sonraki, Mezolitik Çağ olarak isimlendirilen dönemde, insanlar, avcılık ve toplayıcılığa devam etmekle birlikte, değişen bitki türü ve hayvan topluluklarına da uyum sağlamışlar ve yarı göçebe hayata geçerek, bireysel avcılığa, bitki ve bitki kökleri yetiştirmek şeklinde tarım faaliyetlerine de başlamışlardır (Gökçek ve ark., 2019). Ormanların temizlenip, tarıma geçilerek, tahtadan kulübelere, kayık ve kızaklar yapılabilmesini sağlayan baltanın icadı, söz konusu çağ için büyük önem taşımaktadır.

II.II. Tarih Öncesi Dönemde Anadolu’da Üretim ve Ürünler

a. Neolitik çağ (Yeni Taş çağı, Cilalı Taş- M.Ö. 8000-5500)

Buzulların eriyip, havaların ısınmasıyla birlikte insanlar doğaya bağımlı olmaktan kurtulmaya başlamışlardır. Bu da başta yerleşik düzene geçiş olmak üzere, pek çok gelişmeyi beraberinde getirmiştir. “Anadolu’da üretici bir yaşam biçimi görülmeye başlanmıştır” (Kejanlı, 2005: 90). Baltanın icadının ardından, insanlar ağaçlarla kaplı alanlarda kendilerine, yerleşim alanları açmış, yerleşim için daha çok tarıma elverişli bölgeleri ve su kenarlarını tercih etmişler, ilk köyleri kurarak tarım hayatı ile üretim faaliyetlerine de başlamışlardır. Tarım ve hayvancılığa dayalı sürdürülen yaşamla birlikte, taş araç ve gereçlerin yanında yiyeceklerini korumak düşüncesiyle topraktan araç ve gereçler yapmışlardır. Yerleşik olmanın sonucunda, mal ve tahıl ürünleri biriktirmeye başlamışlar, at, koyun ve sığır gibi hayvanları da evcilleştirerek karma iktisadi düzende yaşamışlardır. “Ot, kamış, ısırgan otu, söğüt, ıhlamur ve meşe dalları gibi bitkilerin liflerini bükerek ip haline dönüştürüp”

(Karaoğlan, 2017: 104) giysiler yapmışlar; tüketici durumundan üretici durumuna geçmişlerdir. Tekerlek de yine bu dönemde icat edilmiştir.

Neolitik dönemdeki “*yerleşik hayata geçişle birlikte bir yandan nüfus artarken, diğer yandan besin ve el ürünlerinin üretiminin de artması sonucunda da ihtiyaçtan daha fazla elde edilen malın, eksik olan malla değiştirilmesi yani takas edilmesi fikri ortaya çıkmış ve uzak köylerle yapılan bu takas ticareti insanlara cazip gelerek, ufuklarını açmıştır*” (Aksoy, 2019: 25). “İşte tam da bu noktada, Kotler (1972: 47)’in 1972 yılında pazarlamaya kattığı ve “*insanların ihtiyaç ve isteklerini karşılamak amacıyla taraflar arasında değişimin sağlanması*” şeklinde açıkladığı ‘mübadele’ kavramından yola çıkılarak, Neolitik çağdaki takas ticaretinin başlamasıyla birlikte gerçekleşen ticari faaliyetlerin pazarlama gözüyle de incelenmeye değer olduğundan bahsetmek mümkün olabilecektir.

Neolitik dönemde, tarımla birlikte hayvanlar da evcilleştirilerek, karma besin üretim ekonomisine başlanmış, yapı tipleri değişirken, alet tipleri de çeşitlenerek, bakır da kullanılmaya başlanmıştır (Kejanlı, 2005).

Akurgal (2020: 2) Neolitik dönemi; “*insanoğlu iki ayak üzerinde dolaşmaya başladığı, hatta bundan 40 bin yıl önce bugünkü fiziksel yeteneklerine yakın bir performansa ulaşmış, ateş yakmasını da daha önceden keşfetmesine rağmen uygar denilebilecek duruma, ancak on bin yıl önce (M.Ö.8 bin) yerleşik üzene geçtikten sonra ulaşabilmiştir*” şeklinde özetlemiştir.

Neolitik dönemde ticareti en fazla yapılan ürünler, obsidyenden yapılan aletlerdir. Obsidyen yalnızca alet yapımında hammadde olarak değil, takas ürünü olarak da kullanılmıştır. Bu dönemde ticareti yapılan ürünlerin başında “*tahıl, çömlek, örme ve dokuma, obsidyen ve obsidyenden yapılan aletler, Kızıldeniz ve Akdeniz kökenli deniz kabukları ve bunlardan yapılan takılar, çakmaktaşı, yarı değerli taşlar, bakır ile tuz, hasır işleri ve boyalar*” (Gökçek ve ark., 2019: 53), bunlara ilaveten “*kemik ve bakırdan yapılmış boncuklar (Ersarlan, 2007), av aletleri, kurutulmuş et ve meyveler, tohumlar, yağ*” (Sıddıq, 2019: 86) gelmektedir. Yine bu dönemde, “*sepet, kilden kaplar, bez dokumak için tezgahlar, fırınlanmış çömlek kaplar*” (Kestane, 2015: 194) yapılmıştır. Zeytinyağı, tarih öncesi çağlarda Batı Anadolu’dan Mısır’a kadar uzanan bölgede pazarlanmış bir üründür. “*Kokulu zeytinyağının, üzengi kulplu testiler, alabastron şişeler, matara gibi*” farklı kaplara doldurularak dağıtımı gerçekleştirilmiştir. Zeytinyağı üretiminin (M.Ö.6 bin ki bu da Neolitik çağın sonlarına denk gelmektedir, zeytinin kültüre edilmesinden (M.Ö.4 bin, Kalkolitik çağ) daha eski bir geçmişi vardır. İlk başlarda koku üretiminde hammadde olarak kullanılan zeytinyağı, yabani zeytin ağaçlarından elde edilmiştir (Gür, 2019).

Neolitik çağ yerleşimlerinden Burdur Hacılardaki kazılarda, tahıl olarak buğday, arpa ve mercimek, keçi ve koyun olarak küçükbaş hayvan ve tarıma geçilmesiyle birlikte toprağın işlenmesinde de çok faydalanılan öküz ve boğa olarak büyükbaş hayvan kalıntıları bize bu dönemi anlatmaktadır. Bu dönemde de en başta gelen evcilleştirilmiş hayvan aynı zamanda ilk evcilleştirilmiş hayvan da olan köpektir (Akurgal, 2020).

Yine bu döneme ait “*ok, mızrak uçlarından silahlar, kilin fırınlanmasının bilindiğine de işaret eden yarı pişmiş kilden ve pişmiş topraktan heykelciklere*” ve “*Neolitik dönemin çanak çömleksiz olarak isimlendirilen evresini Anadolu’da en iyi temsil eden Çayönü’nde, erken evrelerinden itibaren, uzman zanaatkarlığın izlerine*” rastlanmıştır (Erarslan, 2007: 65).

Ülkemizde bu döneme ait kalıntılar; Diyarbakır Çayönü (Anadolu ve Güneydoğu Avrupa’da kurulan ve “*9000 bin yıl öncesinden insanlığın kentli yaşam düzeyini yansıtan en eski örnek olarak*” (Kejanlı, 2005: 90) ilk köy yerleşim yeri, Konya Çatalhöyük (insanlık tarihinin ilk şehir yerleşkesi), Gaziantep Sakça gözü, Burdur civarındaki Hacılar ve Köşk Höyük’ tür. Erkekler hayvan yetiştiriciliği ve avcılıkla uğraşırken, kadınlar da bitki yetiştirme, öğütme, pişirme, çömlek yapma, örme ve dokuma işlerine yönelmişlerdir (Gökçek ve ark., 2019). Başlangıçta bağımsız ve birbirinden ayrı yapılaşmanın görüldüğü Çatalhöyük’te, ilerleyen dönemlerde evler birbirine bitişik hale gelmiş, ürünler avlularda işlenip, depolarda saklanabilmiştir. Ayrıca kadınların avlularda, dokumacılık ve çanak çömlek denemeleri yaptıkları anlaşılmaktadır (Kejanlı, 2005).

Yine bu dönemde ilkel yöntemlerle de olsa tekstille ilgili ilk faaliyetler görülmeye başlanmıştır. Bu dönem insanlar, önce beslenmek için avladıkları hayvanların postlarını bedenlerine göre birleştirmişlerdir. Bu birleştirme işleminde de hayvan sinirlerini ve sazları kullanmışlar ve bunları postlara delik açıp geçirmek için de keskin uçlu çakmak taşını, kemik, fildişi ve boynuzdan tığ gibi

aletler geliştirmişlerdir. “Çatalhöyük ve Hacılardaki kazılarda neolitik döneme ait balık omurundan yapılmış, iplik eğirmede kullanılan aletlere rastlanmıştır”. Yine kazılarda Neolitik dönemle ilgili, dokumacılıkta kullanılan iğ, kil, taş ve kemikten yapılmış ağırşak ve dokuma tezgâh ağırlıklarına rastlanmıştır. “M.Ö7 bine dayanan, hasır, sepet tipi örgülere ve kıldan yapılmış keçe örgülere, Jarmo ve Çatalhöyük'te, en erken keten dokumaya ise M.Ö.7 binde Çayönü'nde rastlanmıştır” (Karaoğlu, 2017: 104-108). Bunlara ilaveten, Çatalhöyük'teki kazılarda yapılan çalışmalar, “yün veya tiftik kumaşların da olduğunu ve bu dokumaların bez ayağı tekniği ile dokunduğunu göstermiştir” (Büken, 2003: 79; Ryder, 1965: 175–176).

b. Kalkolitik (Maden, Bakırtaş) çağ (M.Ö. 5800- M.Ö. 3100)

Bakırın bulunmasının ardından, taş aletler ile bakırdan da yararlanılmaya başlandığı için “Taş ve Maden Devri anlamına gelen Kalkolitik Çağ” (Akurgal, 2020: 24) başlamıştır. Taş çağının sonlarına doğru insanoğlunun ilk bulduğu ve erime hızının düşük, çıkarımının kolay olduğu için ilk kullanılan maden olan bakır keşfedilmiş ve bu keşif beraberinde dünyadaki medeniyetlerin gelişmesine ve ilerlemesine büyük katkı sağlamıştır. Bakır hem bol miktarda bulunmuş hem de çok az maliyetle birçok alanda kullanılagelmiştir. Yine bu dönemde tarım, avcılık daha fazla önem kazanmış, özgün bezemeli kaplar üretilmiştir. Şehirlerin etrafı surlarla çevrilmiştir. Bu dönemde, Lidyalılar altını arıtmış, saf altın ve gümüş üretmiş, kuyumculukta çok ilerlemiş, mücevher ve süs eşyaları, seramik, taş işçiliği, pişmiş toprak süslemeleri, kumaş dokumacılığı (keten, yün ve keçe) ve kozmetik ticareti, bankerlik ve termal havuzlarda masaj hizmetleri yapmışlardır (Narçın, 2020b). Zeytin ilk olarak Kalkolitik Çağda, “M.Ö.4 binlerde Samiler tarafından ehlileştirilmiştir” (İleri, 2019: 534). Gerek yabancı gerekse evcilleştirilmiş zeytin, her zaman Ege bölgesi için önemli geçim kaynağı olan bir üründür. Bu dönemle ilgili ticaret ve pazarlama ile ilgili dikkat çeken bir başka bulgu, neolitik dönemdeki tek katlı evlerin, bu dönemde “yiyecek depolamak ve hayvan barındırmak amacıyla bodrum katlı yapılmaya başlanmasıdır. Bu durum evlerde daha fazla artı ürün birikimi yapıldığının da bir göstergesi sayılabilir” (Kejanlı, 2005: 91).

Akurgal (2020: 23-24) Kalkolitik dönemi aşağıdaki gibi anlatmaktadır:

Madenin kullanılmaya başlanması, insanlık için yeni olanaklar ve gelişmeleri de beraberinde getirmiştir. Keşfedilen bakırı elde edebilmek için, karşılığında başka değerli maddeler, dokuma ve seramik gibi eşyalarla mübadele(takas) isteği, ticari faaliyetlerin doğmasına sebep olmuş ve beraberinde topluluklar arasında alışveriş istek listelerini, envanter eşyası tespitini ve karşılıklı haberleşmeyi gerektirmiştir. Bütün bu gelişmeler sonucunda, sembolleri ve resimli işaretler biçimindeki hiyeroglif yazı bulunmuştur. Ticareti geliştirirken yazıtı da keşfeden Mısır ve Mezopotamya'nın ardında kalan Anadolu'ya yazı bin yıllık gecikme ile M.Ö. 2 binin başlarında gelmiştir. Bu da Anadolu halkını, madenden eşyaya sahip olmasına rağmen, Yeni Taş Çağının köy kültürünün üzerine çıkaramamıştır.

“Geç Neolitiğin yerleşim merkezleri Hacılar, Can Hasan, Kuruçay gibi yerleşim merkezlerinde yaşamın, Kalkolitik dönemde de devam etmesi, bu çağın Neolitik Çağın bir devamı olduğunu göstermektedir” (Yıldız, 2019: 89). “Kalkolitik Çağın Anadolu'daki en parlak yerleşim noktası Burdur Hacılar olup, diğer önemli yerleşim merkezleri; Alişar(Yozgat), Alaca, Kuruçay, Beycesultan(Denizli), ; Bakla Tepe (İzmir), Liman Tepe (İzmir), İkiştepe (Samsun), Karataş Semayük, Can Hasan, Yumuktepe (İçel), Karaz(Tarsus), Tepecik (Elâzığ), Arslantepe (Malatya), Değirmenetepe (Malatya) , Domuztepe (Adana), Girikihacıyan (Diyarbakir), Norşuntepe ve Fikirtepe (İstanbul) olarak gösterilebilir” (Akurgal, 2020: 26; Harmankaya, 1998: 9–16) . “Alişar kenti, belirgin toplumsal, ekonomik ve kültürel fonksiyonlara sahip olmasının yanı sıra, ticaret, madencilik ve siyasal örgütlenme bakımından da gelişmiştir” (Kejanlı, 2005: 91–92).

Geç Bakır Çağında göçlerin çoğalıp yerleşim yerlerinin hızla artması, çeşitli gereksinimleri de beraberinde getirmiştir. İnce kapların yerini, siyah zemin üzerine beyaz boya ile yapılmış ve çizgilerle şekillendirilmiş özgün kap çeşitleri almıştır. Hayvancılık, zanaat kolları, mimari alanlar, savunma ve

sulama sistemleri gelişmiştir. Lüks ve kullanışlı malzemelerin ticareti dünyanın birçok yerine ulaşmıştır. Kalkolitik Dönemde Anadolu’da maden sanatı gelişip, madenden özellikle de bakırdan hemen her türlü eşya üretimi yaygınlaşınca, insanların madene olan ilgileri de artmıştır. Geç Kalkolitiğin önemli yerleşimlerinden “*Beyce Sultan’da, bakırdan muhtelif aletler, gümüş yüzük, hançer parçası ve iğneler, Karaman-Can Hasan’da bakırdan bir bilezik, topuz / asa başı gibi madenden yapılmış eşyalar*”, madenin Kalkolitik Çağ’da hemen her alanda kullanıldığını gözler önüne sermektedir (Başak, 2008: 20–21).

c. Tunç çağı-Erken Tunç çağı (ETÇ)

Narçın’ın bu dönemde Anadolu’da önemli faaliyetlerde bulunan Frigleri anlattığı eserinden, bu topluluğun bölgeye ve ticarete katkıları aşağıdaki gibi özetlenebilir (2020a: 60, 62–63, 115–116):

Tarım, tahıl üretimi, hayvancılık, zeytinyağı ve şarap üretimi ve ticaretiyle yoğun biçimde ilgilenmişlerdir. Buna ilaveten Frigler, sehpa ve tabure gibi mobilyalar, tapates adını verdikleri ve oldukça meşhur olan halı ve kilim dokuma, keten ve yün dokuma, flüt ve simbal gibi müzik aletleri, makara kulplu bronz tabaklar, kazanlar, altın, gümüş ve bronz yaylı çengelli iğneler, değerli madenlerden kemerler, saç tokaları ve süslü dokuma ürünleri, ahşaptan ve seramikten hayvan heykelticikleri, ve geometrik desenlerde ev eşyaları, bakır kap, sığır, altın, değerli taşlar, dağ ürünleri, fildişi, akçağaç tohumu ve çeşitli bitki tohumlarının üretim ve ticaretini yapmışlardır.

ETÇ’da, bağımsız kent olan Harran kumaş, altın, bronz, külçe gümüş alırken, Ebla’ya işlenmemiş gümüş, altın, bronz, kumaş ve sığır gönderilmiştir. Yine, kalay, geniş çaplı zeytinyağı ve şarap üreticiliği bu dönemin ürünlerindedir. Anadolu’da bakır, kalay, altın, kurşun ve nadir de olsa gümüş yatakları mevcuttu (Yılmaz, 2019; Memiş, 2019).

ETÇ’nin ortalarında, M.Ö. 2binde Anadolu’da görülmeye başlayan Asurlular ticaret ve dağıtım anlamında Anadolu’da önemli faaliyetler gerçekleştirmiş ve bu dönemde Anadolu’ya ilk kez fazlasıyla maddi zenginlik ve hareketli bir ticaret sonucu birçok mamul ve madde gelmiştir. Asurlu tüccarlar, Anadolu’ya başta kalay ve çeşitli yün kumaşlar olmak üzere, Mezopotamya’dan ticari eşyalar getirip, karşılığında gümüş, değerli madenler, kıymetli taşlar yün, deri ve sınırlı miktarda arpa, buğday ve susam gibi zirai ürünler almışlardır. Asurlu tüccarlar Anadolu’da tefecilik yaparak, yerli halka daha yüksek faizle borç vermişlerdir. Bu dönemde birbirlerine rakip olsalar da tüccarların gerektiğinde stratejik iş birliği yaparak birbirlerinin imkanlarından yararlanmışlardır. Asurlu kadınlarla birlikte Anadolu kadınları da bu dönemde aktif ticarete katılmışlar ve başta dokuma olmak üzere çeşitli mallar üreterek, pazarlamışlardır (Gökçek ve ark., 2019). “*Asurlu tüccarların memleketlerinden bu kadar uzak bir bölgede yürüttükleri bu karlı ticaretin temel unsuru, bakır kaynakları bakımından oldukça zengin Anadolu’da, sert bir alaşım olan bronz büyük bir talep olan ‘kalay madeni’ dir. Stratejik bakımdan önemli bir noktada ve geçiş yolları üzerinde kurulu olan Asur şehrinin tüccarları bu talebi iyi değerlendirmişler ve Anadolu’da sadece kalay değil Mezopotamya’nın farklı yerlerinde üretilen kaliteli yün kumaşlar da pazarlamışlardır*” (Erol, 2022: 325).

“*Orta Anadolu’da Erken Tunç Çağı’nın en önemli kültür merkezleri; Malatya Köşker Baba ve Aslan Tepe, Keban Bölgesi’nde Norşuntepe, Alishar, Karaoğlan, Tarsus, Mersin Yümüktepe ve İkiz Tepe’ dir. Batı Anadolu’da ise Troya başta olmak üzere, Eskişehir Demirci höyük, Kusura, Karataş, Sema yük, Beycesultan, İasos, Aphrodisias gibi merkezlerdir*” (Yıldız, 2019: 126).

Mezopotamya’da Sümer ve Akad, Anadolu’da Hititler ilk şehir devletlerinin görüldüğü, Tunç Çağı’nda ortaya çıkmışlardır. İnsanların ihtiyacından fazlasını üretmeleri ve farklı araç gereçlere ihtiyaç duymaları ticari faaliyetlerin gelişmesini sağlamıştır. Akurgal (2019: 27–31)’a göre:

Döneme ismini veren tunçtan eserler Anadolu’da Orta Tunç Çağı’nda (OTÇ) bollaşmıştır. Yazının henüz Anadolu’ya ulaşmamasına rağmen, OTÇ’nda Anadolu yeniden parlak bir dönem geçirmiş ve bu dönemde Anadolu şehircilik, mimari, heykeltıraş ve çömlekçilik de Dünyanın önde gelen merkezlerinden biri olmuştur. Yine altın ve gümüşten ve her ikisinin karışımından elektrondan yapılmış eserler, bu döneme aittir. Dönemin en önemli teknolojik

ilerlemesi, Dünyada sanayileşme için de önemli bir adım olan çömlekçi çarkının icadıdır. Bu dönemden sonra çömlekler makina ile üretilmeye başlanmıştır (M.Ö. 2250-2000). Bu dönemin önemli yerleşimleri Troya 1 yıkıntıları üzerine kurulan Troya 2 ve daha çok Anadolu’nun orta bölgeleri ile güneydoğusuna yayılmış olan, Hatti Beylikleri’dir.

Bu dönemde Anadolu’da “önemli bir ticaret merkezi olan Kaniş kenti, toplumsal örgütlenme, tarım, hayvancılık, ekonomik ve kültürel fonksiyonlar, uzun mesafeli ticaret ve siyasal örgütlenme” açılarından da önemli bir yerleşimdir. “Sokaklar düzenli, genişlikleri yüklü hayvan ve araba trafiğine uygundur. Şehir merkezinde, kalabalık mahalleler, büyük atölyeler, tamirhaneler ve metal atölyeleri” kurulmuştur (Kejanlı, 2005: 92).

Tunç çağında Anadolu seramiği doruk noktasına ulaşmıştır. Çeşitli kaplar, süzgeçli testiler, omurgalı çanaklar, meyvelikler, içki kapları ve çaydanlıklar bu döneme ait kaplardır. Geç Tunç Çağında kurulan Hitit devletinde ekonomi geçmişte olduğu gibi tarım ve hayvancılığa dayalıdır. Arpa ve buğday ile, mercimek, nohut, bakla, burçak, bezelye, fasulye, soğan, sarımsak, pırasa, salatalık, maydanoz yetiştirilmiştir. Tahılın yanı sıra bağcılık ve bahçecilik devam etmiştir. Üzüm, elma, şeftali, nar ve incir gibi meyveler yetiştirilmiştir. Hayvancılıkta güçlerinden yararlanan at ve boğa, koyun, keçi, sığır ve domuz yetiştiriciliği yapılmıştır. Yeraltı zenginliğine sahip Anadolu’da gümüş, bakır, altın ve demir madenleri bol miktarda çıkarılmıştır. Bakır, ödeme aracı olarak da kullanılmıştır. Demir günlük hayatta kullanılmayacak kadar önemli sayılmıştır (Gökçek ve ark., 2019; Murat, 2019). Asurlular ve Hititler döneminde kuyumculukta *altın, gümüş, demir ve tunç gibi madenler ile lapislazuli, kuvars, fayans ve frit gibi değerli ve yarı değerli malzemeler*” kullanılarak, yüzük, bilezik, halhal, kolye, boyunluk, küpe, saç halkası, diadem, elbise iğnesi ve broş gibi takılar yapılmıştır. “*Asurlu tüccarlar, Anadolu’da kurdukları koloniler aracılığıyla Anadolu kültürünün, Kuzey Suriye ve Mezopotamya kültürleriyle bir sentez oluşturarak, yeni bir üslup oluşmasına vesile olmuşlardır*” (Mandacı, 2016: 3193–3194). Yine Asurlu tüccarların kullandıkları ve günümüzün modern marka uygulamalarının önceli kabul edilebilecek mühür baskılar bir tüccarın ve ürünlerinin menşeinin belirlenmesi ve ticaretin düzen içinde yürütülmesinde oldukça önemli bir uygulamadır (Wengrow, 2008).

Devlet, sosyal ve iktisadi yönlerden oldukça sistematik ve merkezi bir düzen kuralarak, yabancıların kendi topraklarında kazanç sağlamasına izin verilmeyen Hitit döneminde, “*M.Ö. 17. yüzyıl itibarıyla Hattuşa (bugünkü Çorum ili sınırları içinde Boğazköy) kenti başkent*” yapılmıştır. Tarım, hayvancılık ve dokumacılık bu devlet için oldukça önemliydi. Öyleki, “*kutsal saydıkları kentlerde, bağ, bahçe, otlak ve tarlalar tanrıya ait sayılarak, idaresi rahip ya da tapınağa bırakılmıştır. Köylerin kendilerine ait tarım bölgeleri oluşturulmuş ve işlenmeyen topraklar, köyler arasındaki sınırı oluşturmuştur*” (Sevinç, 2008: 12–15). Hitit devletinin kutsal kentlerinden “*Arinna ve Zippalanda’nın dokumacılarının belki de Anadolu’nun en eski halı ve kilim ustaları olduğu düşünülmektedir*” (Ünal, 1999: 205). Tarımla uğraşan halk, öncelikle “*tahıl, arpa, buğday gibi hububatlar ve bir takım baklagiller, üzüm, incir, yağı için zeytin de yetiştirmiştir. Tarımdan sonra üretimin ikinci dayanak noktası hayvancılık olmuştur. Sığır, domuz, eşek, at gibi büyükbaş hayvanların yanında koyun ve keçi gibi küçükbaş hayvanlar da yetiştirilmiş ve arıcılık da yapılmıştır*”. Tarım ve hayvancılık, dokumacılık ve madencilik dışında yalnızca saray ve tapınaklar için hizmet sunan “*hekimlik, yapıcı, marangozluk, taş işçiliği, çömlekçilik, kunduracılık, terzi, çırpıcı, kadın ve erkekden oluşan meyhaneci, balıkçılık, aşçılık, kapıcılık ve bekçilik*” (Sevinç, 2008: 17–22) gibi zanaat ve meslek kolları da bu dönemde görülmüştür.

II.III. Tarih Öncesi Dönemde Anadolu’da Fiyatın Alt Bileşeni Olarak Ticarete Kullanılan Ödeme Araçları

Fiyat bileşeni olarak, ödeme aracı ve vergilerle ilgili bilgilere ulaşılmıştır. Eski çağlardan itibaren mal takası yani mübadele ile başlayan ticarete, madenin bulunmasıyla birlikte alışverişte ödeme aracı olarak, değerli madenler kullanılmıştır. Önce obsidyen, ardından bronz, ETÇ başlarına doğru bronzdan gümüşe geçiş olmuştur (Yılmaz, 2019).

Paranın mucidi Lidyalılar, Kalkolitik çağda, önce “altın ve gümüş karışımı” madenden elektron para basımını icat etmişler, daha sonra altın ve gümüşten para basmışlardır. “Sikkelerin ön yüzlerinde sırt sırta vermiş, sadece üst bölümleri olan boğa ile aslan bulunmaktadır” (Narçın, 2020b; Yükü & Gönen, 2014: 28). “Lidyalıların sikkeyi icadından sonra, Küçük Asya sınırlarını aşarak Akdeniz çevresindeki diğer memleketlere de süratle yayıldığı anlaşılmaktadır. Tam anlamıyla sikke olmasa da, sikke benzeri objelere Yeni Asur Krallığında ve M.Ö.8. yüzyılda üzerinde Arami dilinde Kral Barrekub adı yazılı şekilde rastlanmıştır. Sikke öncesinde; para olarak kabul edilen çeşitli formda metal külçeler, eşyalar ve büyükbaş hayvanlar ödeme aracı olarak kullanılmışlardır” (Yükü & Gönen, 2014: 31–34).

Asurlu tüccarlar, “başta mahalli saraylar, şehir beyleri olmak üzere, tüccarlar evi ya da karum ve wabartum denilen merkezlerde, vergi vermek suretiyle yerli halkla ticari faaliyetlerini sürdürmüşlerdir” (Gökçek ve ark., 2019: 82–83; Ünsal, 2012: 3170)

Toramanlı ve Şahin (2017: 259–261) Asurluların faizli borç verme işlemlerinin detaylarını aşağıdaki şekilde anlatmaktadır:

“Asurlular zamanında yerleşmiş bir iktisadi yapının olduğu ve bu yapı içerisinde de faizli önemli bir yer tuttuğu anlaşılmaktadır. Asurlu tüccarlar hem kendi aralarında hem de yerli halka faiz karşılığında borç vermişler; kendi aralarındaki borçlanmalarda daha düşük faiz oranlarını kullanırken, yerli halka çok daha yüksek oranlarda faiz uygulamışlardır. Asurlularda üç farklı faiz uygulamasından bahsedilmektedir. Bunlar ‘anapara faizi’, ‘temerrüt faizi’ ve ‘bileşik faiz’ dir. Tüccarlar borç verirken, sözlü anlaşmalardan daha çok bugünkü borç senetlerine benzer yazılı mukaveleler düzenlemişlerdir. Başta gümüş olmak üzere kalay, bakır ve altının faiz karşılığında borç olarak verildiği metinlerden anlaşılmaktadır. Mukavelelerde ya anaparaya ya da vadenin dolmasına rağmen ödenmemiş borca uygulanacak faiz oranları kaydedilmiştir. Borcun geri ödemesi genellikle borç verilen emtia olarak yapılırken, bazı durumlarda bir kısmının arpa, buğday, ekmek veya besili öküz gibi farklı şekillerde de geri ödenebileceği anlaşılmaktadır.”

“Mezopotamya’da değişim birimi olarak, sekiz gramdan biraz daha fazla gümüşe karşılık olan mallar için, ‘şekel’ kullanılmıştır. İonia’da da Lidyalılar gibi para sistemi kullanılmıştır. Asurlularda, alışverişte değişimde perakende hesaplarda gümüş, toptan ticarete ise altın esas alınmıştır. Altın gümüşten sekiz kat daha değerlidir” (Aktüre, 2003: 184; 1994: 118). “Eski Mezopotamya’da önceleri fiyat arpaya göre hesaplanmış, daha sonra büyük alım satımlar için gümüş çubuklar kullanılmıştır. Ancak halk alışverişini yine değiş tokuş yöntemiyle sürdürmüştür” (Kestane, 2015: 203).

II.IV. Tarih Öncesi Dönemde Anadolu’da Dağıtım Yönelik Faaliyetler

Dağıtım bileşeni açısından incelendiğinde; Anadolu’da uzun mesafeli ticaret, Neolitik Çağdan itibaren toplumların birbirleriyle kurdukları ticari ortaklık olan ‘ticaret kolonileri’ vasıtasıyla yürütülmüştür (Yılmaz, 2020). Ekonomik uzmanlaşma ile takasın öneminin artması, beraberinde yerel pazarlarında doğmasını sağlamıştır (Kestane, 2015). Ana yerleşimle dağıtıcı yerleşimler arasında, “pazar yeri niteliğinde bir yerleşim ve etrafında bu pazara mal tedarik eden daha küçük yerleşimler” (Yılmaz, 2019: 202) şeklinde bir örgütsel yapı oluşturulmuştur.

“Bronz çağı kentlerinde, ilk pazar yerleri tapınaklardır. Mallar tapınaklarda toplanıp, sayılarak depolanmıştır” (Kestane, 2015: 192). Bu dönemin tüccarları, yalnızca tapınağa ait eşeklerle dolaşıp, tapınak yararına işleri yürüten hizmetkârlardır” (Alexiou, 1991: 158). “Eski Tunç Çağının başlarından itibaren, uluslararası ya da uzun mesafeli ticaret çok yaygın bir hale gelmiştir. Birbirine uzak ya da yakın ülkeler kendi ürettikleri ürünlerle ellerinde olmayan ürünleri, uluslararası ticari ağlar sayesinde takas ederek ihtiyaç duydukları malları elde etmişlerdir” (Erol, 2022: 323).

“Zeytin, zeytinyağı, şarap, bira ve balık sosları gibi ürünler her iki tarafından da taşınan amfora kaplarla saklanıp, taşınmıştır” (Uygun & Özdemir, 2019: 327). Ticari amfora buluntularına göre Kuzey

ve Güney Ege, az da olsa Karadeniz kentleri arasında şarap, zeytinyağı, balık, üzüm ve hatta tahıl ve reçine gibi ürünlerin taşındığı anlaşılmaktadır (Pehlivan, 2019).

“ETÇ de Anadolu'da ticaret kara ve deniz yollarıyla yürütülmüştür. Troya'nın limanı, Karadeniz ve Ege denizi arasında fırtına ve rüzgarlara karşı korunaklı bir liman olmuştur. *“Liman Tepe, Çeşme-Bağlararası, Panaztepe, Tarsus-Gözlükule gibi bölgelerde de kurulu limanların deniz ticaretinde tercih edildiği tahmin edilmektedir”* (Yılmaz, 2019: 199). Lidyalılar karayoluyla birlikte deniz ticareti de yapmışlardır, *“Hermos ve Menderes nehirlerini takip eden Orta Anadolu düzlüğündeki ticaret yolları önem kazanmış ve Paktalos çayı civarında bir pazar yeri bulunmuştur”* (Narçın, 2020b: 117-128) ve tarihte ilk *“perakendeci tüccarlar”* bu halkta görülmüştür (s.73). Lykia bölgesi girintili çıkıntılı jeolojik yapısı sayesinde, *“içlerinde Patara ve Telmessos un da yer aldığı çok sayıda güvenli limana ev sahipliği yaparak, deniz ticaretinde Doğu Akdeniz ve Ege bölgesi arasında önemli bir yere gelmiştir. Patara, dışarıdan ithal edilen ürünlerin iç pazara dağıtılmak üzere kullanıldığı limandır”* (Özdilek, 2019: 365–366).

Öte yandan, ETÇ'de, deniz ve nehir ticaretine kıyasla eşek ve öküz arabalarından oluşan kervanlarla yapılan kara ticaretinin daha yaygın olduğu söylenebilir (Yılmaz, 2019). ETÇ de Dicle ve Fırat vadilerince ilerleyen tüccarlar, *“Diyarbakır, Elâzığ, Malatya üzerinden Kayseri'ye ulaşmışlardır”* (Akin & Başaran, 2019: 123–134). Eski Asur döneminde Mezopotamya'dan Anadolu'ya karayolu ile gelen tüccarların varlığı ve gelişmişliği, detayları belli bir dağıtım sisteminin varlığına işaret etmektedir. Bunun öncül yapısı ise, Erken Tunç çağında batı Anadolu'daki dağıtım sistemidir ki, *“Seyit Ömer-Mezopotamya, Eskişehir-Suriye/Kilikya ve Suriye bağlantıları bunların örnekleridir. İznik, Yenişehir ve olasılıkla İnegöl havzalarının İç Batı Anadolu kültürü için periferik bir alan oluşturduğu, yine benzer yapıya ETÇ de Bursa ve çevresinde”* de (Aksoy, 2019: 32–34) rastlanılmıştır.

Asurlular ticaret ve dağıtım anlamında Anadolu'da önemli faaliyetler gerçekleştirerek, irili ufaklı alışveriş merkezleri ve bazı yerlerde ticaret kolonileri kurmuşlardır ve kendi dönemlerinde Anadolu'da yollar bozuk olduğu için, eşek gücünden yararlanılmıştır (Narçın, 2020a). *“Asurlu tüccarlar, şehirlerinden bin km'den fazla uzaklıktaki, yaklaşık 40 kadar Anadolu (ve kısmen Kuzey Suriye) şehrinde, kârum ve wabartum adı verilen ve ilk “ilk örneklerinin yıllar öncesinden, Sargon zamanından itibaren oluşturulmaya başlanmış”* (Gökçek ve ark. 2019: 71), *ticaret kolonileri ve istasyonlar kurmuşlar ve Kaneş'i de kolonilerin merkezi olarak belirlemişlerdir”* (Eol, 2022: 324). *“Köken olarak Asur dilinde liman anlamına da gelen, tarih öncesi için önemli bir pazar yeri olan karum, tüccarların iş görmek için bir araya geldikleri, ‘kent limanı ve alışveriş mahalli’ olarak tanımlanabilir. Tarihteki en önemli karum, ‘ticaret odası’ niteliğindeki Kültepe Kaneş'teki karumdur”* (Kestane, 2015: 193). *“Karumlar buralar büyük pazar yerleri ve yerleşmeleridir. Bu ticaret merkezleri, bir nevi bu günkü serbest ticaret yerleri gibi de düşünülebilir. Bu sistemin diğer ayağı olan wabartumlara gelince; bunlar ana merkezler arasında gidip gelen tüccarların konakladıkları, mallarını depoladıkları bir nevi kervansaraylar gibi de düşünülebilir”* (Işık, 2020: 14). *“Dünya tarihinde ticaret amacıyla yapılan ve bilinen ilk düzenli kervan işletmeciliği, Asur ticaret kolonileri çağında Mezopotamya'nın Asur şehriyle, Anadolu'da eski Hititler'in başşehri Kaniş'de ortaya çıkmıştır”* (Toramanlı ve ark., 2017: 260).

Öte yandan, pazar yerlerinden farklı olarak, yerli ve yabancı tüccarlar ile perakendeci esnafın yer aldığı panayırlar da yine tarih öncesi dönemin dağıtım noktalarındandır. Panayırlar, tarih öncesinden bu yana *“meslekten tüccarların belirli dönemlerde bir araya gelerek temas etmelerini sağlamak”* (Pirenne, 2012: 104) amacıyla kurulmuşlardır.

Hititler zamanında, daha önceden şekillenmeye başlamış yollar, başkent Hattuşaş (Boğazkale)'ta birleşiyordu. Hititler, daha sonraki dönemlerde başka devletler tarafından da kullanılmış olan, buna paralel bir yol şebekesi daha oluşturmuşlardır (Bakırcı, 2014). Bakırcı (2014: 82) Anadolu'nun buluşma noktası özelliğini şöyle anlatmaktadır:

Sadece limanların kurulup gelişmesine imkân sağlayan uygun kıyı alanları ve koyların varlığı değil aynı zamanda bu limanların iç kesimlerle bağlantısının gerçekleştirildiği güzergâhlardaki fiziki coğrafya şartları da, ulaşımın kervanlarla gerçekleştirildiği dönemde daha da belirgin olmak kaydıyla, karayolu ulaşım ağlarının oluşmasında

belirleyici olmuş; çetin topografik koşullar, akarsular ve çöller, bir takım düzenlemelerin gerçekleştirilmesini zorunlu kılmıştır. Öte yandan mevsimsel iklim koşulları ulaşımın günün hangi saatlerinde gerçekleştirileceğini belirlerken, Anadolu’nun kuzey ve güneyi boyunca doğu–batı yönünde uzanan dağ sıraları iç kesimler ile kıyılar arasındaki erişimi zorlaştırmıştır. Akarsu vadileri doğal karayolları olarak nitelik kazanmış ve mesafeyi daha fazla uzatmasına rağmen bu vadilerin takip edilmesi kaçınılmaz olmuştur. Seyahat boyunca güvenliği sağlanması için önlem alınması da yine o dönemin önemli bir konusudur.

Neolitik dönemde, gelişen en önemli ticaret yollarından biri “*Lidya’nın başkenti Sard (Efes) dan Güney İran’daki Susaya kadar uzanan Kral Yolu*” (Akın ve ark., 2019: 130) dur. Kalkolitik çağda, Dicle ve Fırat ırmaklarının vadileri takip edilerek, Güneydoğu Anadolu üzerinden Marmara Bölgesi’ne kadar ulaşıp, Anadolu’nun batısı ve Avrupa’ya giden yollar keşfedilmiştir (Akın ve ark., 2019). Yine bu çağda Mezopotamya’dan İndüs vadisine kadar ulaşılmıştır. Kuzey Batı Anadolu’nun deniz yolu ile Kilikya’ya bağlanması sayesinde Suriye ve Mezopotamya ile ticari ilişkiler kurulmuştur. Metal teknolojisinin öğrenilip, kullanılmaya başlanmasıyla Ankara’nın içinden geçen bir yol açılmış ve dağıtımda yeni yerleşim bölgeleri oluşturulmuştur (Aksoy, 2019).

Anadolu’da keşfedilen yolların doğu-batı ve kuzey-güney yani Anadolu’yu enine ve boyuna kaplayarak, tüm bölgeler arası ulaşım ve iletişim ve Avrupa kıtasına ulaşabilme yine tarih öncesi dönemde keşfedilmiştir. Nitekim tarihin en eski ve en uzun bir ticari kara yolu ağı olan İpek Yolu sistemine, kavşak noktası özelliği taşıyan Anadolu’nun da dahil edilmesi, Anadolu yol ve limanlarının ulaşım ve dağıtım açısından önemini açıkça göstermektedir (Bakırcı, 2014).

Frigler döneminde Orta Anadolu’nun ana ulaşım yolu üzerinde bulunan başkent Ankara ve çevresi de bu gelişmelerden faydalanmıştır ve bu uygarlığın yaptığı Kral Yolu, Asur devletine kadar kullanılmıştır (Narçın, 2020a).

II.V. Tarih Öncesi Dönemde Anadolu’da Tutundurmaya Yönelik Faaliyetler

Günümüzdeki reklam ve diğer tutundurma araçlarının varlığından, tarih öncesi dönemde bahsetmek güçtür. Ancak, kervanlarla seyahat eden tüccarların, perakendeci tüccarların, ev ev gezip ürün satmaya çalışan tüccarların ve şehir değiştiren zanaatkarların ve de üretime aktif katılan Anadolu kadınlarının ve Asurlu kadınların ürünlerini tanıtmaya gayretlerini tarih öncesi dönemde, tutundurma bileşenine ait, kişisel satış geliştirme çabası olarak yorumlamak mümkündür.

Yine halkı bilgilendirmek amacıyla, sokaklarda tellal vasıtasıyla duyuru yapma eylemi de ilkel bir tutundurma çabası olarak kabul edilebilir.

Öte yandan bu çalışmada, yazının bulunmasına kadar ki dönem ele alınmış olsa da çivi yazısının bulunmasıyla birlikte çiftçiler için hazırlanan bültenler “*yeryüzündeki ilk halkla ilişkiler*” faaliyeti olarak kabul edilir. Yine tarih öncesi dönemde hitabeti güçlü kişilerin ve filozofların halkla, yüz yüze iletişim kurmak ve onları bilgilendirmek amacıyla yaptıkları “*forum ve toplantılar*” da tarih öncesi dönemin halkla ilişkiler faaliyetleridir (Kestane, 2015: 201).

Tarih öncesi dönemdeki gelişmeler, pazarlama açısından da anlamlı bulgular ve Anadolu’da ilgili döneme ait öne çıkan yerleşim yerleri Tablo-1’de özetlenmiştir.

Tablo 1. Tarih Öncesi Çağlardaki Gelişmeler ve Anadolu'daki Yerleşim Yerleri

TARİH ÖNCESİ ÇAĞLARDA ANADOLU				
TAŞ ÇAĞI			MADEN ÇAĞI	
ESKİ TAŞ PALEOLİTİK (Kaba Taş)	ORTA TAŞ MEZOLİTİK (Yontma Taş)	YENİ TAŞ NEOLİTİK (Cilalı Taş)	BAKIR KALKOLİTİK	TUNÇ ERKEN TUNÇ ÇAĞI(ETÇ)
Dönemin Özellikleri	Dönemin Özellikleri	Dönemin Özellikleri	Dönemin Özellikleri	Dönemin Özellikleri
1.İnsanlık tarihinin en uzun dönemidir. 2.Çakmak taşından şekillendirilmiş aletler, dönemin en önemli buluntularıdır. 3.İnsanlar, avcılık ve toplayıcılıkta geçimşilerdir.	1.İnsanlar mağara ve kaya sığınaklarında yaşadılar. 2.Avcılık ve toplayıcılık sürdürülmüştür. 3.Dönemin sonlarına doğru ateş bulunmuştur. 4.Mikrolit denilen küçük araç-gereçler yapılmıştır.	1.Yerleşik hayata geçilmiştir. 2.Tarım ve hayvancılık faaliyetleri başlamıştır. 3.Topraktan kap kacak, çanak çömlek yapımı başlamıştır. 4.Hasırçılık ve dokumacılık, keten ve yün liflerinin dokumada kullanılması 5.Dokuma tezgâhı üretimi 6. Sepet tipi ve kıldan yapılmış keçe örgü	1.Bakırdan ev eşyaları ve silahlar yapılmıştır. 2.Altın ve gümüşten takı ve süs eşyaları yapılmıştır. 3.Tarımda bereketi simgeleyen madeni küçük heykelticiler yapılmıştır.	1.Site adı verilen kent devletlerinin kurulup, gelişmesi bu dönemde olmuştur. 2.Daha sonraları Mezopotamya'da Sümer ve Akad, Anadolu'da ticaretin gelişmesinde önemli rol oynayan Asur ticaret kolonileri ve en güçlü devletlerinden biri olan Hitit Devleti kurulmuştur. 3. Kentlerin ortaya çıkması, ticaret yollarını daha tanımlı hale gelmesi ve Hattuşaş (Boğazköy) de birleşmesi. 4.Asurlu tüccarların, mühür kullanmaları.
TÜRKİYE'DE BU DÖNEME AİT ÖNEMLİ YERLEŞİMLER	TÜRKİYE'DE BU DÖNEME AİT ÖNEMLİ YERLEŞİMLER	TÜRKİYE'DE BU DÖNEME AİT ÖNEMLİ YERLEŞİMLER	TÜRKİYE'DE BU DÖNEME AİT ÖNEMLİ YERLEŞİMLER	TÜRKİYE'DE BU DÖNEME AİT ÖNEMLİ YERLEŞİMLER
Antalya'daki; Karain, Beldibi ve Belbaşı Mağaraları; İstanbul'daki Yarımburgaz Mağarası.	Antalya'da Beldibi, Ankara'da Macunçay, Göller Yöresi'nde Baradiz, Samsun'da Tekkeköy Mağaraları	Konya'da Çatalhöyük (Türkiye'de ilk şehir yerleşimi), Diyarbakır'da Çayözü (Türkiye'de ilk köy yerleşimi), Gaziantep'de Sakçagözü.	Çorum'da Alacahöyük, Denizli'de Beycesultan, Çanakkale'de Kumtepe ve Truva, Samsun'da İkiztepe.	Ankara'da Ahlatlıbel, Kayseri'de Kültepe Asur şehri Kaniş
		DAĞITIM	DAĞITIM	DAĞITIM
		Ticaret kolonileri, pazar yeri niteliğinde bir yerleşim ve etrafında bu pazara mal tedarik eden daha küçük yerleşimler, Belirli ticaret yolları (Kestane, 2015) Deniz ticaretinde Lykia, Kral yolu.	Güneydoğu Anadolu üzerinden Marmara Bölgesi'ne ulaşım, Anadolu'nun batısı ve Avrupa'ya giden yolların keşfi. Kuzey Batı Anadolu'nun deniz yolu ile Kilikya'ya bağlanması, Metal teknolojisi sayesinde Ankara'nın içinden geçirilen yol dağıtımında yeni yerleşim bölgelerini teşvik etmiştir. Orta Anadolu düzlüğündeki ticaret yolları önem kazanmış ve Paktalos çayı civarında bir pazar yeri bulunmuştur	Karum ve wabartumlar Deniz ve kara yolu. Troya limanı, Eşek ve öküz arabalarından oluşan kervanlar, Anadolu tüccarları, Batı Anadolu dağıtımında Seyit Ömer-Mezopotamya, Eskişehir-Suriye/Kilikya ve Suriye bağlantıları, İznik, Yenisehir ve İnegöl havzalarında ve Bursa ve çevresinde görülen periferik yerleşim ve dağıtım, Friglerin yaptığı Kral yolu, karum ve wabartum ların ilk örnekleri.
		ÖDEME ARACI	ÖDEME ARACI	ÖDEME ARACI
		Mal takası, obsidyen	Bronz Lidyalıların elektronik parası, altın ve gümüşten paraları,sikke öncesinde çeşitli formlardan metal küçük eşyalar ve büyükbaş hayvanlar	Gümüş Asurlu tüccarların faizle borç vermesi
		TUTUNDURMA	TUTUNDURMA	TUTUNDURMA
		Tüccarların, zanaatkarların ve de üretici Anadolu kadınlarının ve Asurlu kadınların kişisel satış geliştirme çabaları.		

Kaynak: www.weebly.com'da yer alan veriler esas alınarak geliştirilmiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

“Tarihsel süreç içerisinde ne yazıldığı bilinmesi bundan sonra da nelerin yapılacağına ışık tutar” (Erdoğan & Çiftçi, 2015). Günümüzde gerçekleştirilen, pazarlama tarihi ile ilgili çalışmalar modern pazarlama teorisi ışığında değerlendirilmektedir. Literatürde mevcut çalışmaların da ilgili dönemlere ait yazılı metinleri pazarlamanın ‘değişim’ özelliğine, makro pazarlama koşullarına ve pazarlamanın aracı işlevleri üzerinden yorumlayarak bilgi üretip, aktardıkları görülmektedir (Geniş, 2022). Gerçekleştirilen bu çalışmada da söz konusu bu üçlü yaklaşım esas alınarak, Anadolu'nun tarih öncesi dönemiyle ilgili arkeolojik bulgularla kanıtlanıp, literatüre aktarılmış çalışmalar incelenerek, pazarlama açısından ve pazarlamanın tarihi ve öncül pazarlama faaliyetleri açısından taşıdığı anlam

üzerinde durulmuştur. Çalışma prehistorik dönemde insanların toplayıcılıktan ve avcılıktan yerleşik düzene ve üreticiliğe geçtiği Neolitik dönem ile Anadolu’ya yazının gelmesinden, bir başka deyişle tarihin başlangıcından hemen önceki Erken Tunç Çağı arasındaki gelişmeler ve geçmiş araştırmalar üzerine yoğunlaşmıştır.

Çalışmada, paleolitik ve mezolitik dönemlerde insanların sosyoekonomik durumlarına kısaca değinildikten sonra, neolitik, kalkolitik ve erken tunç çağlarındaki gelişmeler, kazılarda ele geçen bulgular, arkeologların ve tarih araştırmacılarının yazılı olarak aktardıkları çerçevede incelenerek, pazarlamanın ilk izleri ve öncül faaliyetleri neolitik çağdan itibaren tespit edilmeye çalışılmıştır. Kestane (2015: 189) “*ticaretin ne zaman tam olarak doğduğu tam olarak bilinmemekle birlikte, arkeolojik kanıtların, 10.000 yıldan çok daha ötesinde ticarete ilişkin delillerin varlığını gösterdiğini ileri sürmekte ve bu ifadesini Herodot’un “ticaretin ve doğal olarak da pazarlama uygulamalarının, en başta en ilkel takas yöntemi olan sessiz ticaret olarak bilinen en ilkel takas çeşidi şeklinde yürütülmüştür”* iddiası ile de desteklemektedir. Yürütülen bu kavramsal çalışmada, M.Ö. 10 bin yıl öncesi olmasa da başlangıcı M.Ö. 8 bin yılına dayanan Neolitik dönemden itibaren; fazla üretilen ürünün eksik olan ürünle değişim yönteminin keşfi (Aksoy, 2019), ticaret kolonileri, tüccarların ortaya çıkışı, ticaret kolonilerinin ve pazar yerlerinin oluşumu, tüccarların, eşlerinin ve zanaatkarların fazla olan ürünlerini satabilme gayretlerinin pazarlama tarihi için önemli, pazarlama faaliyetleri için öncül sayılabilecek gelişmeler olduğu söylenebilir. Pazarlamanın gelişimine ve modern pazarlama uygulamalarına çok önemli katkıları olan bilim insanı Kotler de mübadeleyi 1972 yılında, “*insanların ihtiyaç ve isteklerini karşılamak amacıyla taraflar arasında değişimin sağlanması*” şeklinde açıklamıştır (s. 47).

İnsanoğlunun ilk bulduğu, erime hızı düşük, çıkarımı kolay olan bakırın keşfiyle birlikte, Anadolu’da ticaret ve zenginliğin gelişmeye başladığı yine kazılardan anlaşılmaktadır. Bakır yalnızca Anadolu’daki değil, dünyadaki diğer medeniyetlerin gelişmesine ve ilerlemesine de büyük katkı sağlamıştır. Bu dönemde tarım ve hayvancılık, dokumacılık (keten, yün, kıl ve keçe) gelişmiş, Lidyalılar altını arıtmış, altın ve gümüş karışımından ilk elektron parayı yapmışlardır. Temel ihtiyaçlara dayalı geliştiren ürünler yanında, hazzı tüketim ürünleri olarak kuyumculuk, süs eşyaları ve kozmetik ürünler üretilmiştir. Lidyalılar bankerlik de yapmışlardır. Kalkolitik dönemle ilgili dağıtım ve pazarlama açısından önemli bir bulgu da neolitik dönemdeki tek katlı evlerin, bu dönemde “*yiyecek depolamak ve hayvan barındırmak amacıyla bodrum katlı yapılmaya başlanmasıdır*”. Bu durum evlerde daha fazla artı ürün birikimi yapıldığının da bir göstergesi sayılabilir” (Kejanlı, 2005: 91).

Erken Tunç Çağı ise Sümer, Akad gibi tarihte önemli yer almış devletlere, Asur ticaret kolonileri gibi uzak mesafelerle ticaret yapmış, yaklaşık kırk adet kurum kurarak bunların merkezi olarak ticaret odası şeklinde bir örgütlenme ile Kaniş’i merkez karum atamış(Kestane, 2015; Işık, 2020), faizle yerli halka ve diğer tüccarlara borç para verip, faiz(fiyat) farklılaştırması, ana para faizi, bileşik faiz ve temerrüt faizi uygulamış (Toramanlı & Şahin, 2017), kendi ürün ve dağıtım hizmetini özelleştirmek için mühür kullanmış (Geniş, 2020) Asurlu tüccarlara ve de devlet yönetimi , sosyal ve iktisadi yönlerden oldukça sistematik ve merkezi bir düzen kuran Anadolu’daki en büyük devletlerden biri olan Hitit Devleti’ne şahitlik etmiş bir çağdır.

Fazla üretim ve karşılanamayan ihtiyaçlar sonucu keşfedilen değişim faaliyetleri neticesinde gerek ürünlerini satmak için kapı kapı dolaşan tüccarlar, gezgin zanaatlar, dokumacı kadınlar pazarlamanın dağıtımdaki bire bir satış elemanlarına Neolitik çağdan itibaren örnektir.

Asurlu tüccarların kendilerine özel oluşturdukları mühürler, modern pazarlamadaki markalaşma (Wengrow, 2008) için ürün açısından öncül önemli bir gelişmedir.

Öte yandan Lidyalılar ve Asurlu tüccarlar, Kalkolitik çağdan itibaren günümüz iktisadi hayatında olduğu üzere paradan para kazanmayı başarmışlardır.

Asurlu tüccarların gerek ulusal gerekse uluslararası pazarlama için önemli olan dağıtımda aracı olarak komisyonculuk görevini üstlendiği, Anadolu’da talebi yüksek ürün konusunda bilgi sahibi olup, bu ürünün tedarikini ve taşınmasını sağlamak üzere harekete geçip, malı üreticisinden tedarik ettikleri , bu ürünlerin taşınma ve hırsızlık dahil her türlü riskini üstlenerek tüketicilerin istedikleri yer ve zamanda teslim etmeyi amaçladıkları anlaşılmaktadır (Erol, 2022) ki bu da pazarlamanın ‘*middlemen*’ işlemini yerine getirmek üzere hareket ettikleri şeklinde açıklanabilir (Geniş, 2022). Asurlu ticaret kolonilerinin merkezi olan Kültepe Kanişte bulunan yirmi üç binden fazla çivi yazılı belge sayesinde o

dönemin sosyal, siyasi, kültürel ve ekonomik yapısı hakkında detaylı bilgi sahibi olunabilmektedir. Bu dönemde uluslararası ticaretin yaygınlaştığı, birbirine uzak ya da yakın ülkelerin kendilerinde olan ürünlerle, olmayan ürünleri uluslararası ticari ağlar vasıtasıyla değiş tokuş ettikleri anlaşılmaktadır. Asurlu tüccarların talebi çok olan malı (kalayı) belirleyip bunu kaynağından tedarik edip Anadolu'da kumaşlarla birlikte pazarlaması ve karşılığında altın ve gümüşü Asur şehrine taşımaları (Erol, 2022), stratejik pazarlamaya yönelik değerli bulgulardır.

Hazırlanan bu çalışma ile, tarih öncesi çağlarda mübadelenin başlaması ile, pazarlama için anlam ifade eden faaliyetlerin ortaya çıktığı, kazılarda ulaşılan ve literatüre aktarılan bulgulardan anlaşılmaktadır. Pazarlama tarihini Avrupa görüşü, (Cassels, 1936; Shaw, 1995; Platon, 2014) her ne kadar Aristoteles ve Platon'a atıfta bulunarak Antik Yunan dönemiyle başlatıyor olsa da konumu sebebiyle daima devletlerin, milletlerin ve tüccarların geçiş yolu olmuş ve üzerinden İpek Yolu ve Kral Yolu (Bakırcı, 2014; Narçın, 2020a) gibi iki önemli tarihi yol geçmiş Anadolu'nun, pazarlama tarihi incelenirken tarih öncesi dönemlerinin göz ardı edilmemesi gerektiği bu çalışmada aktarılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın, pazarlama tarihi literatürüne, özellikle de az sayıda araştırma bulunan Anadolu alanına katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Ayrıca, özellikle yirmi üç binden fazla tablet ele geçen Kültepe'den (Gökçek ve ark., 2020; Günbattı, 2005; Erol, 2022) elde edilen bulgularla bilgi sahibi olduğumuz Asur tüccarlarının, makro pazarlama koşullarının olduğu bir ortamda yürüttükleri ticaret ve pazarlama faaliyetlerine bir kez daha dikkat çekilerek; Antik Yunanla başlatılan Avrupa görüşünde tarih olarak daha geriye gidilerek, pazarlama tarihinin başlangıcının, Anadolu'yu da içerisine alacak şekilde, en erken yazılı tabletlerden bilgi sahibi olduğumuz, Asurlu tüccarların faaliyetlerinden başlatılması gerekliliği, bu çalışmayla bir kez daha ortaya çıkmış bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akın, E., & Başaran, C. (2019). Güneydoğu Anadolu'nun ticaret yolları: Neolitik dönemden Roma dönemine. O. Dumankaya (Ed.), *Çağlar boyunca üretim ve ticaret* kitabı içinde (ss. 123–134). Ankara: Bilgin Yayın.
- Aksoy, Belgin. (2019). Geç prehistorik dönemde nüfus, üretim ve bölgeler arası ilişkiler üzerine bir değerlendirme: Bursa örneği. O. Dumankaya (Ed.), *Çağlar boyunca üretim ve ticaret* kitabı içinde (ss.17–44). Ankara: Bilgin Yayın.
- Aktüre, S. (2003). *Anadolu'da Demir Çağı kentleri*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Aktüre, S. (1994). *Anadolu'da Bronz Çağı kentleri*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Akurgal, E. (2020). *Anadolu uygarlıkları*, 3. Baskı. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Alderson, W. (1957). *Marketing behavior and executive action: A functionalist approach to marketing theory*. Homewood, IL: Richard D. Irwin.
- Alexiou, S. (1991). *Minos uygarlığı* (E.T.Tulunay, Çev.). İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Baker, M. J. (1971). *Marketing: An introductory text*. London: Macmillan.
- Bakırcı, M. (2014). Coğrafi açıdan Anadolu'nun tarihi ulaşım ağı ve İpek Yolu. *Avrasya Etüdleri*, 45(1), 63–86.
- Başak, O. (2008). Taş Çağı'ndan Tunç Çağı'na Anadolu'da maden sanatın gelişimi ve kullanımı. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, (21), 15–33.
- Büken, R. (2003). Çatalhöyük tekstilleri ve teknik analizleri. *Türk Arkeoloji ve Etnografya Dergisi*, 3, 79–86.
- Doğan, İ. B. (2008). *Tarih öncesinde ticaret ve değiş tokuş*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Ersarlan, A. (2007). Anadolu'da ilk (?) kentler: Kent olgusu üzerine bir tartışma. *Türkiye Bilimler Akademisi Arkeoloji Dergisi* (10), 63–72.
- Erdoğan, B. Z., & Çiftçi, S. D. (2015). Uygulamalı sentez bir sosyal bilim olarak pazarlama. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 1(1), 1–21.
- Erol, H. (2022). Eski Asur devrinde Anadolu'da kalay ticareti. www.ttk.gov.tr, 323–330.
- Geniş, M. A. (2022). Pazarlama faaliyetlerinin izlerini Eski Asur ticaretinde aramak: Kültepe tabletlerine ilişkin yazın üzerinden bir yeni okuma. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 15(1), 245–270.
- Gökçek, L.G., & Abacı, O. (2019). *Anadolu'nun Eskiçağ tarihi*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Gölbaş, A. (2016). Türk arkeolojisinin kuramı. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(46), 302–316.
- Günbattı, C. (2005). Kültepe'de bulunmuş iki antlaşma metni. *Belleten*, 69(256): 759–780.
- Gür, B. (2019). Miken ve Minos kültürlerinde zeytinyağı üretimi ve ticareti. O. Dumankaya (Ed.), *Çağlar boyunca üretim ve ticaret* kitabı içinde (ss. 165–176). Ankara: Bilgin Yayın.

- Harmankaya, S. (1998). Türkiye Kalkolitik araştırmaları üzerine bir değerlendirme. S. Harmankaya, O. Tanındı., M. Özbaşaran (Eds.), *Türkiye arkeolojik yerleşmeleri (TAY)-3: Kalkolitik kitabı içinde* (ss.7–16). İstanbul: Ege Yayınları
- Hart, N. (1978). *The practice of advertising*, 4th ed. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Hunt, S. D. (2011). On the intersection of marketing: History and marketing theory. *Marketing Theory*, 11(4), 483–489.
- Işık, A. (2020). Anadolu'da Asur ticaret kolonileri çağı. *Mavi Atlas*, 8(1): 13 – 18.
- İleri, O. (2019). Antik Çağ'da Akdeniz kıyılarında zeytinyağı üretimi. O. Dumankaya (Ed.), *Çağlar boyunca üretim ve ticaret kitabı içinde* (ss. 533–542). Ankara: Bilgin Yayın.
- Jones, D. B., & Tajadewski, M. (2017). *Foundations of marketing thought: The influence of the German historical school*. Newyork: Routledge.
- Jones, D. B. (2010). A history of historical research in marketing. M. Baker & M. Saren (Eds), *Marketing theory* (ss. 51–82). Los Angeles: Sage Publication.
- Karaoğlan, H. (2017). M.Ö.2000'de Anadolu'da kumaş üretimi (arkeolojik buluntular ışığında). *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(Özel sayı), 103–109.
- Kejanlı, T. (2005). Anadolu'da ilk yerleşmeler ve kentleşme eğilimleri. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*, 89–97.
- Kestane, S. Ü. (2015). Antik çağda pazarlama ve pazarlama karması elemanlarına yönelik değerlendirmeler. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 185–207.
- Kılıç, Y. (2009). Eski Ön Asya toplumları arasında yazı ve dil etkileşimi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4, 122–151.
- Kotler, P. (2009). A'dan Z'ye pazarlama, pazarlamayla ilgilenen herkesin bilmesi gereken seksen kavram. İstanbul: Media Cat Yayınları.
- Kotler, P. (1972). A generic concept of marketing, *Journal of Marketing*, 36, 46–54.
- Layton, R. A. (2007). Marketing systems: A core macromarketing concept. *Journal of Macromarketing*, 27(3): 227–242
- Mandacı, E. (2016). Asur ticaret kolonileri çağı ve Hititler devrinde Anadolu'da kuyumculuk. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(8), 3193–3213.
- Memiş, E. (2019). Ticari ilişkiler bağlamında Troya savaşlarına yeni bir bakış. O. Dumankaya (Ed.), *Çağlar boyunca üretim ve ticaret kitabı içinde* (ss. 213–228). Ankara: Bilgin Yayın.
- Murat, L. (2019). Hitit döneminde bir Anadolu halkı Kasklar'da üretim ve ticaret. O. Dumankaya (Ed.), *Çağlar boyunca üretim ve ticaret kitabı içinde* (ss. 177–192). Ankara: Bilgin Yayın.
- Narçın, A. (2020a). *Unutulmuş krallık Frigler: Masallar ülkesi*. İstanbul: Edduba Yayınları.
- Narçın, A. (2020b). *Unutulmuş krallık Lidyalılar: Paranın mucitleri*. İstanbul: Edduba Yayınları.
- Özbilen, S. (2020). Arkeoloji; geçmiş, zaman ve kuram. *Uluslararası Eskiçağ Tarihi Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 41– 65.
- Özdilek, B. (2019). Letoon teras kazılarında ele geçen amforalar ışığında Akdeniz ticareti. O. Dumankaya (Ed.), *Çağlar boyunca üretim ve ticaret kitabı içinde* (ss. 349–386). Ankara: Bilgin Yayın.
- Özkaya, D. F., Özkaya M. T., Tunahöğlü, R., Bayar, R. ve Tunahöğlü, E. (2018). Anadolu'da zeytin ve zeytinyağı yemekler rotası. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 263–274.
- Pirenne, H. (2012). Orta çağ kentleri (Ş. Karadeniz, Çev.), 12.Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ringold, D. J. & Weitz, B. (2007). The American marketing association definition of marketing: Moving from lagging to leading indicator. *Journal of Public Policy & Marketing*, 26(2), 251–260.
- Ryder, M. L. (1965), Reports of textiles from Çatal Hüyük. *Anatolian Studies*, 15, 175– 176.
- Sevinç, F. (2008). Hititlerin Anadolu'da kurdukları ekonomik ve sosyal sistem. *SDÜ Fen ve Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17, 11–32.
- Shaw, E. H. (2020). Constructing a partially formalized general theory of the marketing system: Insights from the history of marketing thought. *Journal of Historical Research in Marketing*, 12(2), 263–283.
- Shaw, E. H. (1995). The first dialogue on macromarketing. *Journal of Macromarketing*, 15(1), 7–20.
- Sıddıq, A. B. (2019). Epipaleolitik-Neolitik dönem Anadolu toplumlarının üretim ve ticari faaliyetleri. O. Dumankaya (Ed.), *Çağlar boyunca üretim ve ticaret kitabı içinde* (ss. 69–94). Ankara: Bilgin Yayın.
- Thomas, J. (2020, Jan). Marketing concept: Examining AMA definitions, evolution, influences. 17. AIMS Uluslararası Yönetim Konferansında sunulan bildiri, Kerala,Hindistan. 957–964. Erişim adresi: <http://www.aims-international.org/aims17/17ACD/PDF/A370-Final.pdf>
- Toramanlı, G., & Şahin, D. (2017). Asurlu tüccarlardan günümüze Anadolu'daki lojistiğin iktisadi gelişimi. *The International New Issues in Social Sciences*, 5(5), 259–266.
- Uygun, Ç., & Özdemir, B. Ş. (2019). Trade in Tlos and its territories as seen in Its amphorae and workshops. O. Dumankaya (Ed.), *Çağlar boyunca üretim ve ticaret kitabı içinde* (ss. 325–348). Ankara: Bilgin Yayın.

- Ünsal, V. (2012). Kırşehir ve çevresinde ilk ticari faaliyetler. *Turkish Studies*, 7(4), 3169–3180.
- Ünal, A. (1999). *Hititler-Etiler ve Anadolu uygarlıkları*. İstanbul: Etibank.
- Wengrow, D. (2008). Prehistories of commodity branding. *Current Anthropology*, 49(1), 7–34.
- Yaman, İ. D. (2019). Paleolitik Çağ'da yontma taş alet üretimi. O. Dumankaya (Ed.), *Çağlar boyunca üretim ve ticaret* kitabı içinde (ss. 45–68). Ankara: Bilgin Yayın.
- Yıldız, S. (2019). *Anadolu ve tarih öncesi çağlar*. Ankara: İksad Yayınları.
- Yılmaz, D. (2019). Erken Tunç Çağı'nda Anadolu'da ticaret. O. Dumankaya (Ed.), *Çağlar boyunca üretim ve ticaret* kitabı içinde (ss. 193–212). Ankara: Bilgin Yayın.
- Yükçü, S., & Gönen, S. (2014). Anadolu'da ilk paranın ayar ve alaşımı. *Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları*, 7, 28–48.

Etik Beyanı : Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara uyulduğunu yazarlar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde ÖHÜİİBF Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazar(lar)ına aittir.

Bu çalışmada kullanılan veriler, herkesin kullanımına açık şekilde paylaşıldığından ve etik kurul izni gerektiren araştırmalar içerisinde bulunmadığından etik kurul izni alınmamıştır.

Teşekkür : Yayın sürecinde katkısı olan hakemlere ve editör kuruluna teşekkür ederiz.

Ethics Statement : The authors declare that ethical rules are followed in all preparation processes of this study. In case of detection of a contrary situation, ÖHÜİİBF Journal does not have any responsibility and all responsibility belongs to the author (s) of the study.

Since the data used in this study is shared publicly and does not include research requiring ethics committee approval, ethics committee approval has not been obtained.

Acknowledgement : We thank the referees and editorial board who contributed to the publishing process.
