



Sosyal DayanıŖmada Bağışın Rolü: İkinci El Ürün Potansiyeline Yönelik Bir Araştırma

Hüseyin Burgazoğlu | hburgazoglu@sakarya.edu.tr | ORCID: 0000-0001-8504-1853

Dr. Öğr. Üyesi, Sakarya Üniversitesi, İşletme Bölümü, Sakarya, Türkiye

Öznur Özdemir | oznurozdemir@uludag.edu.tr | ORCID: 0000-0003-2379-538X

Doç. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, Tarih Bölümü, Bursa, Türkiye

Mücahit Özdemir | mucahitozdemir@uludag.edu.tr | ORCID: 0000-0002-4455-5943

Doç. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi, İktisat Bölümü, Bursa, Türkiye

Araştırma Bilgisi / Research Information	
Araştırma Türü / Research Type	Araştırma Makalesi / Research Article
Teslim Tarihi / Date of Submission	14.05.2024
Kabul Tarihi / Date of Acceptance	15.06.2024
Yayın Tarihi / Date of Publication	15.07.2024
DOI	10.55237/jie.1483620
Atıf / Citation	Burgazoğlu, H., Özdemir, Ö. & Özdemir, M. (2024). "Sosyal DayanıŖmada Bağışın Rolü: İkinci El Ürün Potansiyeline Yönelik Bir Araştırma." Journal of Islamic Economics, 4(2):129-146
Hakem Değerlendirmesi / Peer-Review	Double anonymized - Two external
Etik Beyanı / Ethical Statement	Bu çalışmayı yürütür ve yazarken kullanılan tüm kaynaklara uygun bir şekilde atıfta bulunulmuştur / While conducting and writing this study, all the sources used have been appropriately cited.
İntihal Kontrolü / Plagiarism Checks	Evet – Turnitin, İntihal.Net // Yes – Turnitin, İntihal.Net
Çıkar Çatışması / Conflict of Interest	Yazarın beyan edecek herhangi bir çıkar çatışması yoktur / The author has no conflict of interest to declare.
şikayet / Complaints	jie@asbu.edu.tr
Destek Fonu / Grand Support	Yazar, bu araştırmayı yaparken herhangi bir dış finansman almadığını beyan eder / The author acknowledges that they received no external funding in support of this research.
Telif Hakkı ve Lisans / Copyright & Licence	Dergimizde yayın yapan yazarlar CC BY-NC 4.0 kapsamında lisanslanan çalışmalarının telif hakkını saklı tutar / Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0.

Özet

Bağış, tarihten günümüze en önemli sosyal dayanışma araçlarından biri olmuştur. Bir başkasının yararı için gözetilen hedef doğrultusunda bağışlanan şey; nakit, eşya, gayr-i menkul gibi maddi ya da vakit, emek gibi manevi bir türde olabilir. Günümüzde üretimin hızlanması ve buna bağlı olarak insan oğlunun değişen tüketim alışkanlıkları düşünöldüğünde ikinci el eşyaların da bağış kapsamına alınması sosyal dayanışmada önemli bir fark oluşturacaktır. Nitekim ikinci el eşyalar doğrudan ihtiyaç sahibi bireyin ihtiyaçını giderebileceği gibi, bu eşyalardan edinilecek para sosyal dayanışma kurumlarına aktarılabilir. Bu doğrultuda ikinci el eşyaların ekonomiye kazandırılmasını sağlayarak, eşyaların bağış kapsamında iyi şekilde değerlendirilebileceği kurumlar geliştirilebilir. Ancak geliştirilecek tüm kurum ve modeller için öncelikle bağış potansiyelinin ölçölmesi, sonuçlar doğrultusunda hareket edilmesi gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı ikinci el ürünlerin bağışlanmasını hangi faktörlerin etkilediğini ölçmek ve bu doğrultuda bağış temelli modeller için yol gösterecek bir analiz ortaya koymaktır. Çalışmada, seçilen örneklem üzerinden Türkiye genelinde bağış potansiyelini ölçmeye yönelik bir anket uygulaması yapılmıştır. Anketle kişilerin bağışlarını neden, nasıl, hangi sıklıkla, ne şekilde ve kime yaptığı gibi sorulara yanıt almak amaçlanmıştır. Sonuçlar ikinci el eşyaların ekonomiye kazandırılması doğrultusunda yorumlanmıştır. Bağış konusunda yapılan benzer çalışmalardan farklı olarak, anket ve analizlerde ikinci el eşya bağışının odak noktası tutulması makalenin özgün yönünü oluşturmaktadır. Makalede sunulan çıktıların; sosyal dayanışmada ikinci el eşya bağışı konusunun ele alınmasına katkı sağlaması, Türkiye'deki bağış potansiyelini belirli açılardan yansıtması ve kullanılmış eşya bağışının hangi yardımlaşma araçlarına hizmet edeceği hususunda yapılacak ileri çalışmalar için zemin oluşturması umulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bağış, Yardım, İkinci El Eşya, Sosyal Dayanışma.

JEL Kodları: Q56, E71

The Role of Donation in Social Solidarity: A Study on the Potential of Second-Hand Goods

Abstract

Donating has represented a critical channel for promoting social solidarity throughout history until today. The donation, whether material items like money, possessions, property or non-material things like time and effort, aims to benefit others. Considering today's faster production rates and the changing consumption habits of human beings, including second-hand goods in the scope of donations will make a significant difference in social solidarity. Because second-hand items can directly fulfil necessities for those lacking, or the proceeds from these goods can help social solidarity organizations. Therefore, institutions enabling second-hand goods to productively re-enter the economy through donations could be established. However, for all institutions and models to be developed, it is necessary to measure the donation potential and act in line with the results. The aim of this study is to measure which factors affect the donation of second-hand goods and to present an analysis that will guide donation-based models in this direction. The study involved a survey to measure donation potential across Türkiye through a selected sample, aiming to reveal why, how, how frequently, in what manner, and to whom people donate. Survey interpretations oriented toward reincorporating second-hand goods into the economy. Comparing to similar studies on donation, this article's focus point on second-hand goods donation within the survey and analyses constitutes its unique aspect. The outputs delineated in the article seek to enrich discourse about second-hand goods donations for social solidarity, reflect Türkiye's donation potential from certain perspectives, and provide a starting point for further research exploring how secondhand goods donations can serve solidarity funds.

Keywords: Donation, Aid, Second-Hand Goods, Social Solidarity.

JEL Codes: Q56, E71

Giriş

Sosyal dayanışma, en genel anlamı ile insanların bir arada yaşarken ihtiyaç duydukları alanlarda birbirlerine yardımcı olmaları olarak tanımlanabilir. Bu dayanışma manevî, siyasî, ilmî olabildiği gibi ekonomik de olabilmektedir. Dinî inanışların getirdiği ahlakî değerler, sosyal dayanışmaya güçlü bir destek sağlayabilmektedir. Örneğin İslam, bireysel servetin amaçsız harcanmamasını ve israftan sakınılmasını tavsiye etmektedir (Sarıçam ve Erşahin, 2011, s. 113). Bununla birlikte bireye toplumsal sorumluluk yükleyerek, yalnızca kişinin ferdi refahını değil, toplumun refahını da önemsemektedir (Orman, 2018, s. 47). Bu düşünce ile şekillenen İslam toplumlarında, zekât ve sadaka gibi yardımlaşma temelli yapılara önem verildiği gibi, vakıf olarak adlandırılan önemli bir sosyal dayanışma kurumu da ortaya çıkmış ve uzun yıllar mevcudiyetini devam ettirmiştir. Vakıf kurumu, bireyleri sosyal sorumluluk konusunda bilinçli tutarken onların sosyal, ekonomik ve kültürel hayata katkıda bulunmalarını sağladığı için İslam ülkelerinde son derece önemli bir konumda olmuştur (Yediyıldız, 2012, s. 479).

Vakıf kurumu ile özdeşleşen yardımlaşma araçları tüm toplumun faydasına olmak üzere kişisel bağış temellidir. Dayanışma, bağış ve vakfetme anlayışı aynı yardım (eşya yardımı) üzerinden yürütülebildiği gibi nakdî yardım ile de olabilir. Fakat yardımlaşma anlayışında temel mesele “güzel ve iyi” olanın paylaşılması olarak kabul edildiği için çoğunlukla nakit para, yiyecek veya yeni eşya yardımlaşma araçları arasında ön planda olmuştur. Böylece ikinci el eşyanın bir yardımlaşma aracı olarak ancak son yarım yüzyılda toplum tarafından benimsendiği söylenebilir. Çünkü modern toplumun oluşumuna kadar insanlar ancak eskimesi ve kullanılamaz duruma gelmesi halinde ikinci el eşyalarını elden çıkarmayı düşünmekteydiler. Hatta, eşya geri dönüşümü çoğunlukla bir çocuktan diğerine aktarılacak suretiyle hanenin kendi içinde gerçekleşmekteydi. Birincil fonksiyonu için kullanılamaz duruma gelen bir eşyadan başka eşyalar için hammadde de oluşturulabiliyordu. Bu durumda eşyanın farklı hanelerden bireyler arasında yeniden kullanılmasına dönük potansiyelinden bahsedilemiyordu. Fakat teknolojinin gelişmesi ile üretimin her geçen gün daha da kolaylaşması, insanların tüketim konusundaki alışkanlıklarının değişmesi ve son olarak sektör, pazar ve moda gibi etkenlerin de işin içine dahil olması ile insanoğlu hızlı üretime dayalı bir anlayışa kaymıştır. Bu da ona ihtiyacından fazla eşyaya sahip olmanın ve eşyalarını henüz kullanılabilir durumda iken elden çıkarma ihtiyacının kapılarını açmıştır. Nitekim insanoğlu bir taraftan sürekli üretirken, diğer taraftan sürekli alma eğilimindedir. Fakat bu üretim-alım döngüsünde ihtiyaç fazlasının aktarımı ve henüz kullanılabilir durumda olan ikinci el ürünlerin ekonomiye yeniden kazandırılması gereken ölçüde gerçekleşmemektedir.

İçinde bulunduğumuz hızlı üretim çağının olumsuz bir neticesi olarak dünyadaki doğal kaynaklar tüketilmekte ve bu durumun gelecek nesiller açısından oluşturabileceği risklere karşı önlemler alınması için küresel çapta çabalar gösterilmektedir. Son yıllarda konu daha fazla gündeme gelmeye başlamış ve bu bağlamda insanların kullanılabilir durumda olan eşyalarını etkin mekanizmalarla ekonomiye yeniden kazandırmalarının önemi vurgulanmıştır. Birleşmiş Milletler tarafından 2015 yılında kabul edilen ve 2030 yılına kadar

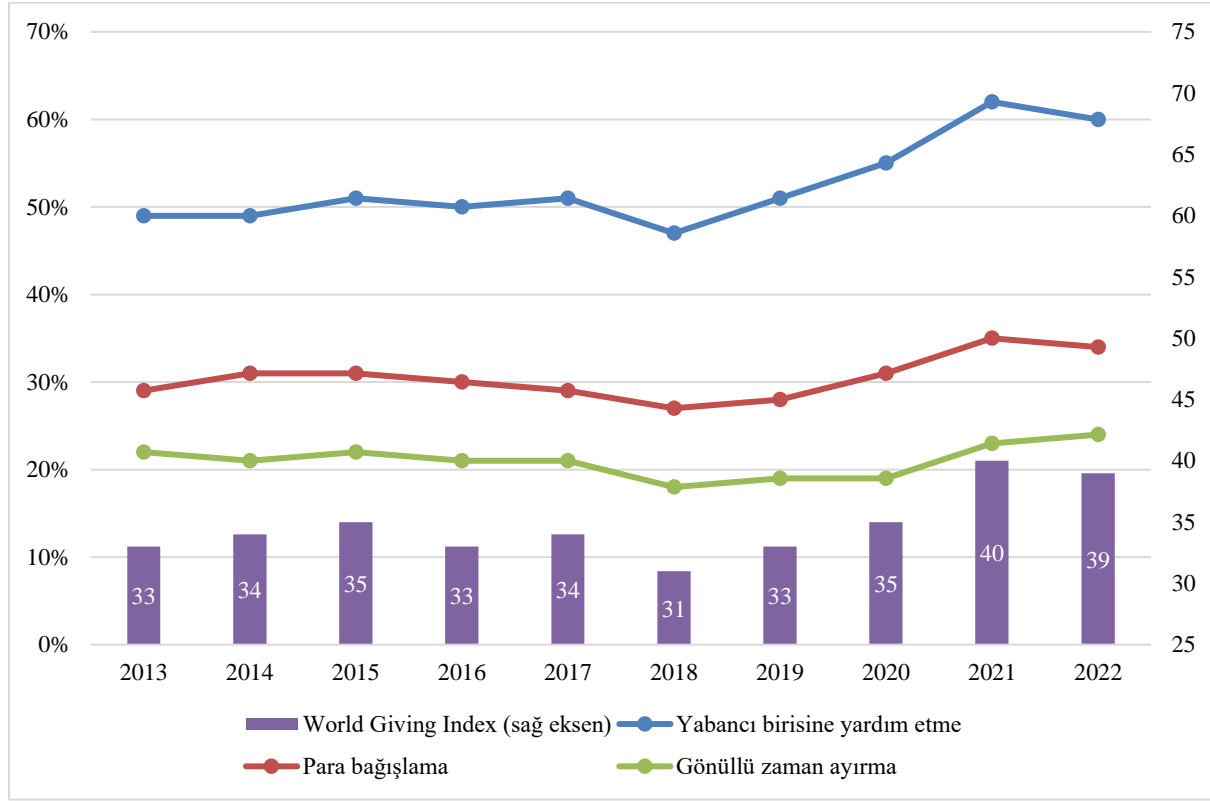
ulaşılması gereken amaçları içeren Sürdürülebilir Kalkınma Amaçlarında 12. Amaç olarak “Sorumlu Tüketim ve Üretim” belirlenmiştir (United Nations, t.y.). Bu anlamda dünyadaki kaynakların sürdürülebilir şekilde kullanılması için kilit noktalardan biri ikinci el ürünlerin tekrardan ekonomiye kazandırılmasıdır. Bağış yoluyla kullanılabilir ürünlerin ihtiyaç sahibi olanlara ya da bu ihtiyaç sahiplerine katkıda bulunan sivil toplum kuruluşlarına iletilmesi de ikinci el ürünlerin ekonomiye kazandırılması anlamına gelmektedir. Bu noktada “hayırseverlik” ve “kullanılmış eşyaların geri dönüşümü” kavramları birbirine bağlanmaktadır. Bağış yolu ile ikinci el eşyaların farklı kanallardan ekonomiye kazandırılması, bunun neticesinde ise toplumsal dayanışma ve toplumsal refahın artırılması, üzerinde düşünülmesi gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışmada, öncelikle kullanılabilir durumdaki ikinci el ürünlerin bağışında bağışçının niteliği, bağışlanan şey ve bağış sıklığı gibi sorulara cevap aramak için yola çıkılmıştır. Bu noktadan hareketle Türkiye’deki mevcut bağış potansiyelini ölçmeye yönelik bir anket uygulaması yapılmıştır. Ankette katılımcılara 6 başlık altında 40 soru yöneltilmiş ve anketle 556 kişiye ulaşılmıştır. Anketle, kişilerin kullanmadığı eşyaları, neden, nasıl, hangi sıklıkla, ne şekilde ve kime bağışladığı gibi sorulara yanıt alınmıştır. Anket çıktıları tablolar halinde sunulmuş ve alınan cevaplar ikinci el eşya bağışı odak noktası tutularak yorumlanmıştır. Makalede sunulan çıktıların ve analizlerin sosyal dayanışmada bağış konusunun ele alınmasına katkı sağlaması, Türkiye’deki bağış potansiyelini belirli açılardan yansıtması ve kullanılmış eşya bağışının hangi yardımlaşma araçlarına hizmet edeceği konusunda ileri çalışmalar için zemin oluşturması umulmaktadır.

1. Literatür

Dünya genelinde hayırseverlikle ilgili olarak bağış alışkanlıklarına yönelik yapılan en kapsamlı çalışmalardan biri CAF World Giving Index’tir. Burada bağış, maddi bir bağışta bulunmanın ötesinde zaman ayırma şeklindeki destekleri de kapsamaktadır. World Giving Index ile 142 ülke, 3 kategori içerisinde sınıflandırılmaktadır ve her yıl için küresel bir indeks oluşturulmaktadır. Bir yardım kuruluşuna nakdî bağış yapmanın yanında tanımadığınız herhangi bir kişiye yardımda bulunma ve bir hayır kurumunda gönüllü olarak görev alma da parametreler içine katılmaktadır. Rapora göre 2022 yılında 4,2 milyar insan parasını ya da zamanını vermiş ya da tanımadığı birine yardımda bulunmuştur ve bu sayı dünyadaki yetişkin nüfusunun %72’sine tekabül etmektedir (Charities Aid Foundation, 2023). 2018 yılından itibaren istikrarlı bir artış gösteren indeks, 2022 yılında bir önceki yıla göre hafif bir düşüşle 39 olmuştur (Şekil 1). 2022 yılında “yabancı birisine yardım etme” toplumdaki yetişkin nüfusun %60’ının yaptığı bir faaliyet olarak kaydedilmiştir. Kişinin maddi olarak belirli bir gelire sahip olmasını ve üzerinde ekonomik bir yük de oluşturan para bağışlama ise aynı yılda %34 olarak ölçülmüştür. En düşük kategori ise zamanın bağışlanması, yani bir hayır kuruluşunda gönüllü bulunmaktır. İlgili dönem olan 2022 yılında toplumdaki yetişkinlerin %24’ünün gönüllü zaman ayırdığı belirlenmiştir. Tüm bu bulgularla birlikte araştırmada dikkat çeken husus incelenen bağış türlerinde nakdî bağış bulunmakla birlikte aynî ya da ikinci el eşya bağışı ile ilgili bir hususun bulunmamasıdır.

Şekil 1: Yıllara göre World Giving Index



Kaynak: CAF World Giving Index 2023

Eşya bağışının sosyal sorumluluk ve hayırseverlik kapsamında ekonomiye yeniden kazandırılması konusuna daha yakın sayılabilecek çalışmalara bakıldığında ise ikinci el eşyanın kapsama çok fazla alınmadığı görülmektedir. Örneğin, Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı (TÜSEV) tarafından belirli periyotlarla yapılan “Türkiye’de Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik” araştırmasında bağış yapma eğilimleri incelenmiş ancak aynı yardım konusuna sınırlı bir şekilde yer verilmiştir. Ayrıca, yapılan aynı yardımın yeni ürünler üzerinden mi yoksa kullanılmış eşyalar üzerinden mi olduğu açıklanmamıştır. 2021 yılında gerçekleştirilen ankete göre “akrabalarına” yardımda bulunan kişilerin %36’sının nakit para, %21’inin yiyecek, %2’sinin yakacak ve %11’inin ise giyecek şeklinde yardımda bulunduğu tespit edilmiştir. Giyecek yardımının oranı yardımın yapıldığı kişiler “komşular” ve “diğer herhangi bir ihtiyaç sahibi” olduğunda değişmekte, sırasıyla %6 ve %13 olmaktadır. Fiziki olarak en yakında olan komşulara yapılan giyecek yardımı diğer kategorilere göre dikkat çekici şekilde azalırken, fiziksel olarak uzakta olan herhangi bir ihtiyaç sahibinde ise akrabalara yapılanlardan daha yüksek olmaktadır (Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı, 2022). Bu durum giyecek yardımında farklı bir yaklaşımı ortaya koymaktadır. Ancak bu çalışma diğer ikinci el eşyaların bağış olarak kullanılmasındaki yönelimi incelememektedir.

Türkiye’de doğrudan ikinci el ürünlerle ilgili olmasa da bu konuyu da içermesi bakımından en kapsamlı çalışma Ticaret Bakanlığı’nın (2018) yayımladığı Türkiye İsrar Raporu’dur. Yayımlanan raporda yine giyim harcamaları üzerinden bir incelemeye yer verilmiştir. Buna göre giymediği giysi ya da ayakkabıları olanların %62,5’i “ihtiyacı olanlara veririm” ifadesine

katıldıklarını belirtirken, yine aynı kişiler “giymediğim giysi ve ayakkabıları çöpe atarım” ifadesine %27,4 oranında katılmaktadır. Ayrıca rapordaki “giymediğim giysi ve ayakkabılarımı giysi kumbaralarına atarım” ifadesine ise kişilerin %47,2’si katılmaktadır. Genel olarak Türkiye’deki giysi ve ayakkabı konusunda insanların bağış yapma eğilimlerinin olduğunu gösteren bu bilgilerin yanında “giysi kumbarasına atarım” diyen katılımcıların yaklaşık yarısının bireysel bağıştan ziyade STK’ları aracı kıldıkları ortaya konulmaktadır.

Türkiye’de, Tiltay (2014) tarafından yapılan bir tezde ise “bir tüketici davranışı olarak bireysel bağış” incelenmiş ve “bağış motivasyonlarının doğrudan ve dolaylı bağış üzerindeki etkisi” anket çalışması ile ortaya konmuştur. Fakat bu çalışmada özellikle kullanılmış bir ürünün bağış olarak sayılması ve bu doğrultuda gelişen eğilim detaylı şekilde araştırılmamıştır. Çalışmada bir bölümün alt başlıklarından biri olarak, bireysel görüşmelerden edinilen cevap doğrultusunda bir kısım oluşturulmuş ancak değerlendirmeye gidilmemiştir (Tiltay, 2014, s. 127). Başka bir bölümde, bir katılımcının verdiği cevap doğrultusunda kullanılmış eşyaların bağış kategorisinde değerlendirilebileceği anlaşılabilir. Katılımcı burada yurt dışında bulunduğu yıllarda görmüş olduğu bir uygulamaya dikkat çekerek, kişilerin kendilerine fazla olan eşyaların başka kişiler tarafından kullanılmak üzere alınabildiğini ifade etmiştir (Tiltay, 2014, s. 115). Fakat çalışmanın kapsamı ve metodu gereği bu kısım da detaylı bir şekilde incelenmemiştir. Ayrıca anket boyunca “kullanılmış” veya “ikinci el” eşya bir bağış türü olarak sorular içinde katılımcılara yöneltilmemiştir.

İsraf, bağış, hayırseverlik gibi birbirlerine bağlanabilen kavramlar hakkında yapılan çalışmalara ve son yıllarda ortaya çıkan birtakım uygulamalara bakıldığında kullanılmış ürünlerin bağışlanması yerine çeşitli platformlarda satılabildiği de görülmektedir. Türkiye’de bu platformların kullanımının giderek arttığı da gözlemlenmektedir. Ancak bu platformlarda ürün satışının potansiyeli, satıcının yaşadığı il, gelir ve eğitim düzeyi, satış için ayrabileceği vakit ve düşünce yapısı gibi faktörler sebebiyle değişkenlik göstermektedir. Diğer taraftan, bu gibi çevrimiçi uygulamaları hayır faaliyetlerine bağlayan yapılar da mevcuttur. Fakat bu iki tür yapı da yalnızca internet üzerinden bir alışverişi veya bağışı kapsamaktadır. Diğer taraftan ikinci el eşya dönüşümüne yönelik fiziki mekân özelinde sürdürülmeye çalışılan uygulamalar küçük ölçekli kalmış ve bu konuda bir kurumsallaşma sağlanamamıştır. Bu sebeple bu girişimlere yönelik veriler literatüre yansımamıştır.

Özellikle ikinci el ürünleri ekonomiye yeniden kazandırırken elde edilen gelirin hayır kurumlarına fon oluşturulmasını sağlayan, yani bağış ile hayırseverliği, israf ile geri dönüşümü birbirine bağlayan ve ortaya çıkan potansiyel ile başka bir sosyal sorumluluğu gerçekleştiren yapılar arasında dünyadaki örnekler incelendiğinde, en etkili yapının Charity Shop (Hayır Dükkânı) olduğu görülmektedir. 20. yüzyılın başından beri İngiltere’nin farklı bölgelerinde hizmet vermekte olan bu yapı kurumsallaşmış ve bir kültür olarak toplum genelinde benimsenmiştir. Günümüzde 10.200’ü aşkın dükkân faaliyet göstermektedir (Charity Retail Association, 2023). Bu dükkânlar, bağışlanan ikinci el eşyaları temizleyip, düzenleyip, fiyatlandırıp bir dükkân bünyesinde ucuz bir şekilde perakende olarak satmakta, elde edilen kârı da bağlı olduğu ana kuruma aktararak faaliyet göstermektedir. Dükkânların

sağlayacağı hayır faaliyetinin dışında dar ve orta gelirli bireylere sunacağı ikinci el ürün satışı da oldukça önemli bir toplumsal fayda olarak düşünülebilir. Kullanılmış eşyaların bağış olarak toplanıp ekonomiye yeniden kazandırılmasını sağlayan bu kurumlar ile ilgili İngilizce mevcut literatür; dükkânların tanımı, tarihi (Horne ve Maddrell, 2004, s. 2), gelişimi (Whithear, 1999, s. 107), işleyişi (Parsons, 2002, s. 589), ürün piyasası ve yasal yönünü ele alan çalışmalar olarak kategorize edilebilir. Tanıma yönelik çalışmalarda, bu dükkânlar asıl ismi olan “Hayır Dükkânının” dışında “Fırsat Dükkânı” (Horne ve Maddrell, 2004, s. 12), “Tutumluluk Dükkânı” (Parsons, 2004, s. 259) gibi işlevini tanımlayıcı isimlerle de ele alınmıştır. Yine literatürde, bu dükkânların, başta dar gelir grubunun ihtiyaçlarına yönelik bir fikir olarak ortaya çıkmışken, zamanla belirli bir hayır kurumu için aynî yardımı (eşya yardımını) nakdî yardıma dönüştürücü bir işlev kazandığı fakat en temel amacından da kopmadığı belirtilmiştir.

Bu konuda yapılan araştırmalar ve ortaya konulan raporlar ile mevcut literatürü değerlendirdiğimizde kullanılmış veya ikinci el olarak nitelendirilen eşyaların bağış olarak tanımlanması ve bu bağışın başka bir hayır faaliyetinde kullanılması yönündeki araştırmaların yalnızca “Hayır Dükkânı” özelinde yapıldığı görülmektedir. Bu da İngilizce literatürde ve kurumun yapısını bilen katılımcılarla gerçekleştirilmiştir. Kurumun Türkiye’den olan katılımcılara tanıtılması ve bu yönde bir alt yapı sunarak soruların cevaplanmasının sağlanması 2019 yılında gerçekleştirilmiştir (Ö. Özdemir, Özdemir, ve Beşel, 2019). Ancak bu çalışma, kullanılmış eşya bağışını “Hayır Dükkânı” modeli ile birleştirip, katılımcıların cevapları doğrultusunda Türkiye’de uygulanabilir bir model önerisine yöneliktir. Bu sebeple çalışmada, bağış, satış ve ortaya çıkan gelirin bir hayır faaliyetinde kullanılması bir arada ölçülmeye çalışıldığı için, eşya bağışı özelinde sorulan sorular sınırlı kalmıştır.

Mevcut literatür göz önünde bulundurulduğunda, kullanılmış eşyayı bir bağış yöntemi olarak değerlendirip, bunu tüm yönleri ile ele alıp araştıran ve anket verilerini kurulacak potansiyel yapılar ekseninde yorumlayan bir çalışma bulunmadığı söylenebilir. Hatta mevcut çalışmalara bakıldığında, ikinci el olmayan aynî bağışı kapsayan çalışmaların bile az olduğu görülmektedir. Böylece tespit edilebildiği kadarıyla literatürde bu konuda bir eksiklik olduğu saptanmıştır. Bu sebeple, ikinci el eşyaların bağış potansiyelini ölçmeye yönelik yapılacak bir çalışma özgün değere sahip olacaktır.

Diğer taraftan, konunun önemi, modern toplumun giderek artan ihtiyaçlarını tespit ederek ve bu ihtiyaçların analizini sağlayıp, probleme yönelik atılacak adımlarda yatmaktadır. Bu çalışma özelinde bu ihtiyaç ikinci el ürünlerin yeniden ekonomiye kazandırılması yönündeki eğilimlerin tespit edilmesidir. Bir öngörü mahiyetinde, ikinci el ürünlerin bağış olarak toplanıp, ekonomiye kazandırılması yönündeki en büyük engelin meselenin toplumsal ve hatta tüm insanlığı ilgilendiren bir sorun olarak görülmemesi olduğu düşünülebilir. Her yıl çevre duyarlılığı, iklim değişikliği ve dünya kaynaklarının hızlı tüketimi ile ilgili toplantılar yapılmakta, ancak ikinci el ürünlerin yeniden kazanımının bu güncel meselelerde nasıl bir pozitif etki oluşturacağı yeterli derecede önemsenmemektedir. Meselenin daha da problemlili

tarafı, Türkiye gibi dinî duyarlılıkları olan ülkelerde israftan kaçınmak için ikinci el ürünlerin başka insanların istifadesine sunulması konusunda bir bilinç olduğu halde, halkın eğilimlerini tespit eden bir araştırma olmaması ve bunun neticesinde şekillendirilecek çalışmalara ön ayak olunmadığı için ortaya çıkan eşya potansiyeli hak ettiği değeri bulamamasıdır. Başka bir ifade ile Türkiye'nin, ikinci el ürünlerin ekonomiye yeniden kazandırılması konusunda toplumsal duyarlılığa sahip bir ülke olduğu, bu konuda yapılan anket çalışmalarından anlaşılmaktadır (Özdemir vd., 2019) ancak bu ürünlerin hangi kanallar ile kazanılabileceği veya hangi amillerin kişileri yönlendirdiği/yönlendirebileceği konusunda akademik düzeyde detaylı bir araştırma yapılmamıştır. Kullanılabilir durumdaki ikinci el ürünlerin ürün sahipleri tarafından çevrimiçi ikinci el platformlarında satış yolu ile ekonomiye kazandırılması son yıllarda yaygınlık kazansa da ikinci el ürünlerin ekonomiye kazandırılması konusunda etkili yöntemin hala "bağış" mekanizması olduğu açıktır. Bu sebeple bu çalışmada ele alınan konu ve sınırlandırma "ikinci el ürünlerin bağışı" olmuştur. Kullanılmış eşyaların bağış potansiyelini ölçmeye yönelik böyle bir çalışmada incelenecek olan değişkenler, daha sonraki muhtemel çalışmalara altyapı sağlayacak şekilde belirlenmiştir.

2. Metodoloji ve Veri Toplama Yöntemi

Çalışmada, Türkiye'de yaşayan vatandaşların genel olarak bağışa, özel olarak da ikinci el eşyaların kullanımına ilişkin davranış ve tutumlarını belirlemek amacıyla bir anket yapılmıştır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcılara; cinsiyet, eğitim durumu, mesleği, medeni durumu gibi demografik özellikleri sorulmuştur. İkinci bölümde ise katılımcıların bağış yapma davranışları ile ikinci el eşyaları değerlendirme davranışlarına ilişkin sorular yer almıştır.

Araştırmanın, 18 yaş üzeri Türkiye evrenini temsil etmesi planlanmıştır. Analizlerin istatistik olarak anlamlılığını sağlayabilmek adına 385 kişilik bir örneklemin yeterli olduğu hesaplanmıştır. Burada örneklem büyüklüğünü belirlemek için aşağıdaki formülden yararlanılmıştır.

$$n = \frac{Z^2 PQ}{E^2}$$

Formülde,

n: örneklem büyüklüğü

Z: Z (Güven Düzeyi) Değeri (%95 alınmıştır)

P: Anakütle oranı (0,5 alınmıştır)

Q: 1-P

E: Örneklem Hatası (%5 kabul edilmiştir)

olmak üzere n değeri 385 olarak hesaplanmıştır.

Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak katılımcılara ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen veriler SPSS (v. 25) programı kullanılarak analiz edilmiştir.

3. Bulgular ve Tartışma

Veri toplama sürecinde Türkiye'nin farklı bölgelerinden 556 kişi ankete katılmıştır. Katılımcılara ait demografik bilgiler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Demografik Bilgiler

		f	%
Cinsiyet	Kadın	299	53.8
	Erkek	257	46.2
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	29	5.2
	Lise	62	11.2
	Önlisans	70	12.6
	Lisans	238	42.8
	Lisansüstü	157	28.2
Gelir Düzeyi	15.000 TL ve altı	102	18.3
	15.001 TL – 30.000 TL	193	34.7
	30.001 TL – 45.000 TL	137	24.6
	45.001 TL ve üstü	124	22.3
Meslek Türü / Çalışma Durumu	Kamu	177	31.8
	Özel	147	26.4
	Serbest	40	7.2
	Emekli	17	3.1
	Ev Hanımı	86	15.5
	Öğrenci	89	16.0
Medeni Hâl	Evli	376	67.6
	Bekâr	180	32.4

Kaynak: Yazarlar

Anket verileri elde edilirken katılımcıların cinsiyet dengesi, farklı eğitim seviyelerinden katılımcıların olması ve gelir düzeylerinde farklılıklar bulunması gözlemlenmiştir. Ayrıca katılımcıların evli ve bekâr olmasının bağış potansiyelini etkileyeceği düşünülmüş, bu konuda da mümkün mertebe bir denge sağlanmaya çalışılmıştır. Katılımcıların demografik bilgileri incelendiğinde yaklaşık %54'ünün kadın olduğu görülmektedir. Ayrıca katılımcıların yaklaşık %43'ü lisans düzeyinde eğitime sahipken yaklaşık %35'lik kısmı 15.000 TL ila 30.000 TL arasında bir gelire sahip olduğunu belirtmiştir. Diğer taraftan katılımcıların yaklaşık %32'si kamu sektöründe ve yaklaşık %26'sı özel sektörde çalıştığını belirtmiştir. Son olarak katılımcıların yaklaşık %68'i evlidir.

Çalışmada öncelikle katılımcılara parasal yardımı, eşya bağışını ve yardım amaçlı gönüllü çalışmayı ne sıklıkla yaptığı (1: Hiçbir zaman – 5: Her zaman) sorulmuş ve elde edilen sonuçlar Tablo 2'de gösterilmiştir. Elde edilen sıklıklar Friedman Testi ile analiz edilerek yapılan bağış türlerinin sıklıkları arasındaki olası farklılık incelenmiştir.

Tablo 2: Yardım Türü ve Sıklığı

	Ort.	SS	Med.	Min.	Mak.	Sıra Ort.	Ki-Kare
Parasal Yardım	3.51	0.944	3.00	1	5	2.40	316.265***
İkinci El Eşya Bağışı	3.17	1.073	3.00	1	5	2.13	
Gönüllü Çalışma (Zaman Bağışı)	2.27	1.333	2.00	1	5	1.47	

Kaynak: Yazarlar. Not: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Elde edilen sonuçlar kişilerin yapmış oldukları yardım türlerinin sıklığı arasında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermiştir. Buna göre kişiler parasal yardımı, diğer yardım türlerine göre daha sık gerçekleştirmektedir. Diğer taraftan yardım amaçlı gönüllü faaliyetlerde bulunma sıklığı ise diğer yardım türlerine göre düşüktür. Parasal yardım ve ikinci el eşya bağışına ilişkin medyan değerleri “bazen” düzeyine denk gelirken gönüllü çalışmanın medyan değeri “seyrek” düzeyinde kalmıştır.

Ardından katılımcıların demografik özellikleri ile yapmış oldukları yardımların sıklıkları arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3: Demografik Özellikler ile Yardım Sıklıkları Arasındaki İlişkiler

		Parasal Yardım	İkinci El Eşya Bağışı	Gönüllü Çalışma
Cinsiyet	Kadın	274.40	320.03	251.18
	Erkek	283.27	230.19	310.29
	Mann-Whitney U	37195	26005***	30251***
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	280.60	329.55	315.09
	Lise	237.20	267.69	249.19
	Önlisans	225.74	262.07	278.85
	Lisans	279.13	276.12	274.51
	Lisansüstü	316.98	284.27	289.21
	Kruskal Wallis	22.880***	4.567	4.798
Gelir Düzeyi	15,000 TL ve altı	207.09	243.54	292.31
	15001 TL – 30,000 TL	254.88	266.67	289.16
	30,001 TL – 45,000 TL	317.04	300.63	267.61
	45,001 TL ve üstü	331.42	301.21	262.58
	Kruskal Wallis	50.562***	11.924**	3.751
Meslek Türü / Çalışma Durumu	Kamu	307.25	281.84	277.52
	Özel	280.04	251.93	267.91
	Serbest	249.71	293.38	272.69
	Emekli	313.76	185.74	280.21
	Ev Hanımı	317.03	344.65	271.85
	Öğrenci	187.76	262.87	306.64
	Kruskal Wallis	45.536***	27.789***	3.889
Medeni Hâl	Evli	306.76	293.15	270.02
	Bekâr	219.46	247.90	296.22
	Mann-Whitney U	23212***	28332**	30651

Kaynak: Yazarlar. Not: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Elde edilen sonuçlar incelendiğinde parasal yardım yapma sıklığı ile cinsiyet arasında bir ilişki yokken cinsiyet ile ikinci el bağışı ile STK ve hayır kurumlarında gönüllü olarak çalışma arasında bir ilişki olduğu görülmüştür. Buna göre kadınlar ikinci el eşya bağışını erkek katılımcılara kıyasla daha sık gerçekleştirirken, erkeklerin ise gönüllü çalışma sıklıkları daha yüksektir.

Eğitim düzeyi ile ikinci el eşya bağışı ve gönüllü çalışma sıklığı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Diğer taraftan parasal yardım sıklığı ile eğitim düzeyi arasında bir ilişki

vardır. Öyle ki lisans ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip kişiler, diğer eğitim düzeyindeki kişilere göre daha sık parasal yardım yapmaktadırlar.

Gelir düzeyleri ile yardım sıklıkları arasındaki ilişkiler incelendiğinde gönüllü çalışma sıklığında bir farklılaşma tespit edilmemiştir. Diğer taraftan gelir düzeyi ile parasal yardım ve ikinci el eşya bağışı sıklığı arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Buna göre gelir düzeyi arttıkça kişilerin parasal yardım ve ikinci el eşya bağışı sıklığı da artmaktadır.

Diğer taraftan katılımcıların çalışma durumları ile yapmış oldukları yardım sıklıkları arasındaki ilişkiler incelendiğinde parasal yardım sıklığında öğrenciler diğer gruplara göre daha düşük seviyede kalırken ikinci el eşya bağışında ise emeklilerin sıklık düzeyi daha düşük kalmıştır. Diğer taraftan ikinci el eşya bağışında ev hanımları en sık bağış yapan gruptur.

Medeni hal ile yardım türleri arasındaki ilişkiler incelendiğinde gönüllü çalışma sıklığı ile medeni hal arasında anlamlı bir ilişki bulunamamışken parasal yardım sıklığı ve ikinci el eşya bağışı sıklığı arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre evli kişiler hem parasal yardımları hem de ikinci el eşya bağışlarını daha sık gerçekleştirmektedirler.

Ardından katılımcılara ayrıca yapmış oldukları bağışlarda hangi alanı tercih ettikleri sorulmuştur. Elde edilen sonuçlar Tablo 4'te özetlenmiştir.

Tablo 4: Bağışlanan İkinci El Eşyaların Türü

	f	%	Sıra Ort.	Ki-Kare
Fakirlere ve Düşkünlere Yardım	456	82.0	8.10	1333.62***
Eğitim ve Öğrenciye Yardım	305	54.9	6.74	
Engellilere Yardım	86	15.5	4.77	
Afetzedelere Yardım	275	49.5	6.47	
Dini Eğitim ve Amaçlar	161	29.0	5.45	
Çocuk ve Gençlere Yardım	170	30.6	5.53	
Sağlık ve Sağlık Hizmetleri	62	11.2	4.56	
Hayvanların Bakımı ve Korunması	41	7.4	4.37	
Çevreyi Koruma	39	7.0	4.35	
Yaşlılara Yardım	73	13.1	4.66	

Kaynak: Yazarlar. Not:* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Elde edilen sonuçlara göre yapılan bağışların alanları anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Katılımcılar en çok fakirlere ve düşkünlere yönelik bağış yaptıklarını belirtmişlerdir. Daha sonra eğitim ve öğrenciler ile afetzedelere yönelik yapılan bağışlar gelmektedir. Dini eğitim ve amaçlar ile çocuk ve gençlere yönelik bağışlar orta düzeyde kalmıştır. Diğer taraftan hayvanların bakımı ve çevrenin korunması ise en az bağış gerçekleştirilen alanlardır.

Çalışma kapsamında daha sonra kişilerin ikinci el eşyaları nasıl değerlendirdikleri incelenmiştir. Burada elde edilen sonuçlar Tablo 5'te paylaşılmıştır.

Tablo 5: İkinci El Eşyaların Kullanım/Bağış Şekli

	Ort.	SS	Med.	Min.	Mak.	Sıra Ort.	Ki-Kare
Akrabalarım / komşularım / tanıdıklarım veririm.	3.62	1.067	4.00	1	5	6.86	1869.414***
Tanıdıklarım dışındaki ihtiyaç sahiplerine veririm.	3.31	1.023	3.00	1	5	6.52	
Hayır amacıyla kullanılması için belediyelere / muhtarlıklara veririm.	2.11	1.163	2.00	1	5	4.38	
Hayır kuruluşlarına bağışlarım.	2.26	1.163	2.00	1	5	4.72	
İkinci el eşya dükkânlarına satarım.	1.22	0.588	1.00	1	4	2.74	
İnternet üzerinden satarım.	1.43	0.804	1.00	1	5	3.17	
Bağış kutularına bırakırım.	2.15	1.153	2.00	1	5	4.46	
Çöpe atarım.	1.39	0.731	1.00	1	5	3.13	

Kaynak: Yazarlar. Not: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların ikinci el eşyaları daha çok akrabalarına, komşularına, tanıdıklarına ya da diğer ihtiyaç sahiplerine verdikleri görülmektedir. Daha sonra hayır amacıyla belediyelere/muhtarlıklara verilmesi, hayır kurumlarına bağışlanması ve bağış kutularına bırakılması gelmektedir. İkinci el eşya dükkânlarına ve internet üzerinden satış şeklinde değerlendirme sıklığı ise diğer seçeneklere göre daha düşük kalmıştır. Ayrıca çöpe atılması sıklığı da oldukça düşüktür.

Çalışmada daha sonra katılımcıların ikinci el eşyalarını elden çıkarmalarına/bağışlamalarına neden olan sebepler incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6: İkinci El Eşyaların Elde Çıkarılmasının/Bağışlanmasının Tetikleyicileri

	f	%	Sıra Ort.	Ki-Kare
Temizlik	236	42.4	3.27	307.242***
Taşınma	144	25.9	2.78	
Yenisinin Alınması	294	52.9	3.59	
Doğal Afet/Felaket Sonrası	318	57.2	3.72	
İhtiyaç Sahibi Birinin Olması	444	79.9	4.40	
Yardım Kampanyası/Reklam	232	41.7	3.25	

Kaynak: Yazarlar. Not: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Yapılan analiz sonucunda ikinci el eşyaların elden çıkarılmasına/bağışlanmasına neden olan tetikleyiciler arasında farklılık olduğu görülmüştür. Burada en önemli tetikleyici ihtiyaç sahibi birinin fark edilmesi ve doğal afet ile felaketlerin gerçekleşmesidir. Bu gibi tetikleyicilerin ardından ikinci el eşyaların bağışlanma düzeyi artmaktadır. Diğer taraftan temizlik ve yardım kampanyasının etkileri diğerlerine göre daha düşük iken taşınma ise en az belirtilen sebep olmuştur.

Çalışmada ayrıca katılımcılardan ikinci el eşyaları bağışlama davranışlarını inceleyebilmek adına en sık bağışladıkları ikinci el eşyaların türünü belirtmeleri istenmiştir. Buradan elde edilen sonuçlar Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7: Bağışlanan İkinci El Eşyaların Türü

	f	%	Sıra Ort.	Ki-Kare
Giysi	525	94.4	6.78	1061.583***
Aksesuar/Süs Eşyası	114	20.5	3.82	
Ayakkabı	350	62.9	5.52	
Mobilya	128	23.0	3.92	
Kitap	170	30.6	4.22	
Oyuncak	134	24.1	3.96	
Bebek Eşyaları	146	26.3	4.05	
Mutfak Gereçleri	101	18.2	3.73	

Kaynak: Yazarlar. Not: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Elde edilen veriler incelendiğinde en sık bağışlanan ikinci el eşyaların giysi türündeki eşyalar olduğu görülmüştür. Öyle ki katılımcıların yaklaşık %95'lik kısmı ikinci el eşya olarak giysi bağışladıklarını belirtmişlerdir. Daha sonra en sık bağışlanan ikinci el eşyalar ise ayakkabılardır. Kitap, mobilya, oyuncak gibi eşyaların bağışlanma oranları da düşükken en az bağışlanan ikinci el eşya türü mutfak gereçleri ve aksesuar olarak kullanılan ürünler olmuştur.

4. Tartışma

İkinci el eşya bağışına dahil edilen türleri, bağışlama zaman aralığı, bağışlama sebepleri, bağış yapılan kitle gibi değişkenleri ölçmek hedefiyle hazırlanan anket soruları ile katılımcıların ne bağışladığı, neden bağışladığı ve ne sıklıkla bağışladığı gibi sorulara cevap aranmıştır. Bu doğrultuda, öncelikle kişilerin parasal yardımı diğer yardım türlerine göre daha sık gerçekleştirdiği ortaya çıkmıştır. Nakit bağışının sıklığı 5 üzerinden 3,51 iken ikinci el eşya bağışı 3,17 olarak ölçülmüştür. Buradan da insanların en çok nakit bağış yaptığı ancak ikinci el eşya bağışının da bir bağış türü olarak parasal yardımın hemen ardından geldiği anlaşılmaktadır. Bu durum, nakdi yardımın birinci sırada bulunduğu (Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı, 2022) araştırmasının sonucuyla paralellik göstermektedir. Nakit bağış ile ikinci el eşya bağışının sıklıkları arasında ciddi fark olmasa da bazı faktörlerin etkisinden bahsedilebilir. Örneğin parasal yardımı yapmak görece daha kolay (nakit her an verilebilir, internet üzerinden düzenli bağış yapılabilir vb.) ve hemen her yerde yapmak mümkünken (camiler, dükkânlardaki bağış kutuları vb. aracılığıyla), ikinci el eşya bağışı için uğraş gereklidir. Çünkü ikinci el eşyalar doğrudan bağışlanamayacaksa bağışı kabul eden bir yer bulabilmek gerekir. Nihayetinde kullanılmış bir eşya olacağı için bağışlayanlar vermektense, bağış alanlar ise almaktan çekinebilir. Bu gibi faktörlerin olası etkisine rağmen ikinci el eşya bağışının nakit bağışı ile hemen hemen aynı sıklıkta gerçekleşiyor olması bu konuda yapılacak girişimler için önemli bir ölçüt sayılabilir.

Anket verilerinin cinsiyete dayalı sonuçları değerlendirildiğinde kadınların ikinci el eşya bağışını erkek katılımcılara kıyasla daha sık gerçekleştirdiği, erkeklerin ise gönüllü çalışma sıklıklarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Burada da aile içi roller gibi bazı faktörlerin etkisinden bahsetmek mümkündür. Aslında bağışlanan eşya ailenin ortak sahip olduğu eşyalardır, ancak bağışı organize edip gerçekleştirenin daha çok evdeki kadın (anne, eş) olma ihtimali düşünüldüğünde kadınların ikinci el eşya bağışını erkek katılımcılara kıyasla daha

sık gerçekleştirmesi sonucu anlam kazanmaktadır. Nitekim katılımcılara yöneltilen başka bir soru bu rolle ilişkili bir sonuca işaret etmektedir. İkinci el eşya bağışında ev hanımları en sık bağış yapan grup olarak ölçülmüştür. Ev hanımlarının ev içi eşyanın organizesini (kullanılmayan, ihtiyaç fazlası olan, küçük/büyük gelen eşyaların ayrılması gibi) gerçekleştirdikleri düşünüldüğünde bu sonuçlar anlam kazanacaktır.

Diğer taraftan yine aile içi rollerin etkisi ile kadınların ev dışında geçirdikleri vaktin erkeklere kıyasla daha az olduğu düşünüldüğünde gönüllü çalışmaya daha az vakit bulabildikleri söylenebilir. İkinci el eşyaya dayalı modellerin geliştirilmesinde kadınların vakit bağışının potansiyeli düşünülürken, onların modele kolay bir şekilde destek vereceği fırsat alanlarının sunulması gerektiği göz önünde bulundurulmalıdır. Daha açık bir ifade ile kadınların vakit bağışı ile dolaylı olarak ikinci el eşya bağışının işleyeceği modellere katılmasını sağlamak için evden veya ev yakınından gönüllü çalışma faaliyetine katılması için ortamlar oluşturulması gerekebilir.

Bağış yapan kişilerin eğitim düzeyleri değerlendirildiğinde, lisans ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip kişilerin, diğer eğitim düzeyindeki kişilere göre daha sık parasal yardım yaptığı gözlenmiştir. Yine gelir düzeyi arttıkça kişilerin parasal yardım ve ikinci el eşya bağışı sıklığının arttığı da görülmektedir. Burada kişilerin eğitim seviyesi arttıkça ikinci el eşyaların ekonomiye kazandırılması ve tekrar kullanımı hakkındaki bilinç düzeylerinin arttığı ve böylelikle daha fazla eşya bağışı yaptıkları anlaşılabilmektedir. Ayrıca gelir düzeyi yüksek olan kişilerin muhtemelen satın alma düzeyleri de daha yüksek olmaktadır. Bu da onların daha fazla bağışlayabileceği ikinci el eşyaya sahip olmalarına ve dolayısıyla daha fazla bağış yapmalarına neden olabilmektedir.

İkinci el eşya bağışı potansiyelinin değerlendirilmesinde bağış yapılan kitlenin niteliği de göz önünde bulundurulması gereken unsurlar arasındadır. Katılımcılar en çok fakirlere ve düşkünlere yönelik bağış yaptıklarını belirtmişlerdir. Bu grubun hemen ardından öğrenciler ve afetzedeler gelmektedir. Bu sonuçlar duyarlılığın çoğunlukla muhtaç olanlar sebebiyle geliştiği anlamına gelebilir. Nitekim başka bir soruya verilen cevap da bunu destekler niteliktedir. Bağışta tetikleyicilerin ölçüldüğü kısımda en önemli tetikleyici olarak ihtiyaç sahibi birinin fark edilmesi ve doğal afet ile felaketlerin gerçekleşmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Fakirler, öğrenciler ve afetzedeler grubu muhtaç olanlar olarak değerlendirilip, paylaşma eğiliminin de etkisi ile bu gruptakilerin nakit veya eşya bağışının en çok yapıldığı kişiler olduğu söylenebilir.

Bağış yapılan kitlenin bir niteliği olarak ise bu grupların da öncelikle yakın çevreden olması durumu değerlendirilmelidir. Katılımcıların ikinci el eşyaları daha çok akrabalarına, komşularına, tanıdıklarına ya da diğer ihtiyaç sahiplerine verdikleri görülmektedir. Özellikle ikinci el eşya bağışında yakın çevrenin tercih edilmesi, öncelikle yakınların gözetildiği veya insanların yakın çevresine daha kolay ulaşabildiği sonuçlarına götürülebilir. Bu sonuç ikinci el eşyaların birtakım sebeplerin etkisi ile yakındaki muhtaç kişilere verildiği şeklinde yorumlanabileceği gibi, ikinci el eşyaların bağışlanması ile tanıdık olmayan muhtaç kişilerin de yararına olacak modellerin yaygınlaşmamış veya bilinmiyor olması anlamına da gelebilir. Bu yüzden ikinci el eşya bağışının kolaylaştırılarak kişilerin yakın çevrelerinin ötesindeki

muhtaçlara ulaştırılabileceği bir sistemin geliştirilmesi, bu tür ürünlerin daha etkin bir şekilde değerlendirilerek ekonomiye kazandırılması açısından faydalı olacaktır.

Son olarak, bağışlanan ikinci el eşyanın ne olduğu üzerine elde edilen veriler yorumlanmalıdır. Anket sonuçlarına göre en sık bağışlanan ikinci el eşyalar, giysi türündeki eşyalardır. Burada da öncelikle giysinin insan yaşamındaki yeri düşünülmeli ve sonuçlar buna göre yorumlanmalıdır. Özellikle içinde bulunduğumuz dönemde, insan yaşamında diğer tüm eşyalara kıyasla, giysinin edinilme ve elden çıkarılma sıklığı daha yüksektir. Buna çocuk giysileri de dahil edildiğinde - nitekim ankette böyle bir ayrıma gidilmemiştir - potansiyel çok daha yüksek olacaktır. Bu doğrultuda toplumun geneli düşünüldüğünde, ikinci el eşyaya dayalı bir modelin geliştirilmesinde öncelikle giysi bağışının değerlendirilmesi, diğer kategorilerin yine bağışın içinde ancak etkisi daha az kalemler olarak dikkate alınması gereklidir. Diğer taraftan kurulacak modellerde ikinci el eşyanın işlev göreceği kitleye ulaşılması da göz önünde bulundurulması gerekenler arasındadır. Örneğin üniversite öğrencilerine yönelik bir yapıda kitap bağışı, bağışlayan ve bağış alan taraflar açısından daha yüksek bir potansiyele sahip olabilecektir. Yine çocuklu ailelerin daha çok bulunabileceği okul vb. kurumlar aracılığıyla geliştirilebilecek modellerde oyuncak, bebek eşyaları gibi kategoriler önem kazanabilir.

Tüm bu veriler ve değerlendirmeler göz önünde bulundurulduğunda, öncelikle nakit veya ikinci el eşya olarak bağışın Türkiye toplumunda bir yardımlaşma mekanizması olarak işlev gördüğü söylenmelidir. Yapılan ankette odak noktası ikinci el eşyaların bağışının değişkenleri olmuştur. Bu doğrultuda nakit bağışının etkisi ve sıklığı değil, ikinci el bağışına oranı ölçülmeye çalışılmıştır. Yine vakit/gönüllü çalışma da bir bağış olarak değerlendirilmiş ve bunun da ikinci el eşya bağışına göre oranına ve kurulacak bir model üzerinden ikinci el eşya bağışına etkisine temas edilmiştir.

Sonuç

Toplumların yardımlaşma araçlarından biri olarak bağış, tarih boyunca insanların bir arada yaşamasının getirdiği sorumluluk bilincinin sonuçlarından biri olmuştur. İnsanların dini öğretiler veya yaratılışında sahip olduğu vicdan, acıma duygusu gibi insani değerler ile paylaşmaya yöneldiği söylenebilir. Sorumlulukların paylaşımı, bağış adı verilen hayırseverlik faaliyetinin toplumda yer edinmesini sağlamıştır. Modern dönemde toplumların sosyal ve ekonomik yönden değişimi göz önünde bulundurulduğunda bağışlanan şeyin ne olması gerektiği veya ne olabileceği soruları gündeme gelmektedir. Böylece ikinci el ürünler bir bağış aracı olarak önem kazanmıştır. İkinci el ürünlerin bir bağış aracı olarak kullanılması toplumlarda uzun süredir devam eden bir uygulama olsa da bu konudaki potansiyeli ve eğilimleri ortaya koymak için akademik bir ölçüm ve analize ihtiyaç duyulmaktadır. Şimdiye kadarki çalışmalar bağış genel anlamda ele alan veya bir modelin araçlarından biri olarak değerlendirip inceleyen çalışmalar olmuştur. Bu çalışmada ise Türkiye’de ikinci el ürünlerin bağış potansiyelini ölçmek amacıyla yola çıkılmış ve anket yöntemiyle veri toplanmıştır.

Anket sonuçlarına göre ikinci el eşyaların ekonomiye kazandırılması yönünde kurulacak modellerin Türkiye toplumunda pozitif bir karşılık bulabileceği söylenebilir. Cinsiyet, eğitim, gelir düzeyi gibi belirleyici faktörlerde dengenin gözetilmeye çalışıldığı anket sonuçlarına

göre ikinci el eşyaların bağış, nakit bağışının hemen ardından gelmektedir ve nakit bağışına yakın bir sıklıkta yapılmaktadır. İkinci el eşyaların toplama, depolama, yeniden satışa sunulma ve edinilen gelir ile bir hayır faaliyetini destekleme aşamalarını içerecek bir modelin toplumda yaygınlaştırılması, ikinci el eşyaların bağışlanması potansiyelinin daha etkin bir şekilde kullanılmasını sağlayacaktır. Aralarında çok büyük bir fark olmasa da ikinci el bağışının nakit bağışından sonra gelmesinin nedeni düşünüldüğünde insanların doğru şekilde kullanılacağına olan güvensizliği sonucu eşyalarını bağışlamaması etkenlerden biri olabilir. Nitekim kitap, süs eşyası gibi ikinci el ürünler fakir bir insanın ilk ihtiyaç duyduğu ürünler olmayacağı için bağışçılar tarafından bu ürünlerin bağışlanması anlamsız bulunabilir. Ancak bu ürünlerin satılarak nakde çevrilebileceği bir model ile işletilecek bir kurum her türden ikinci el eşyanın ekonomiye yeniden kazandırılabilmesini sağlayabilir.

Çalışma bağış potansiyelini belirli yönlerden ölçmeyi hedeflediği için bazı sınırlılıklara sahiptir. Bunlardan biri bağış sebeplerine yöneliktir. Ankette katılımcılara bağış yapılan kategoriler veya tetikleyici etkenler sunulmuş ancak dini değerler sorulara dahil edilmemiştir. Nitekim çalışmanın giriş kısmında da belirtildiği üzere, tarih boyunca İslam değerlerinin etkin olduğu toplumlarda yardımlaşma ve paylaşmanın önemli bir yeri olmuştur. Gerek Kur'an gerekse hadislerde israftan kaçınılması, ihtiyaç fazlasının bir başkasına verilmesi ve bu doğrultuda ihtiyaç sahiplerinin gözetilmesi öğütlenmektedir. Yapılacak ileri bir çalışmada bu amillerin etkisi ele alınabilir ve ikinci el eşyaların ekonomiye kazandırılmasının kişilerin dini değerleriyle ilişkisi ölçülebilir. Böylece dini değerlere bağlılık ile gelişen hayırseverlik ve ikinci el eşya bağış arasındaki ilişkiler ortaya konulabilir.

Çalışmanın başka bir sınırlılığı olarak çevre bilincinin etkisi gösterilebilir. İsraktan kaçınma ile de bağdaştırılabilecek çevre bilinci ve duyarlılık, ikinci el ürünlerin ekonomiye yeniden kazandırılması için yapılacak bağış faaliyetini olumlu yönde etkileyebilir. Bu doğrultuda yine kurulacak mekanizmaların etkisinden söz edilmelidir. Nitekim, yukarıda da bahsedildiği gibi ikinci el eşyanın doğru şekilde kullanılmama veya muhatabına ulaşmama ihtimalinin bağışçıları bağıştan geri bırakan etmenlerden biri olması mümkün görünmektedir.

Sonuç olarak, makaleye veri sağlamak için yürütülen anket ile öncelikle ikinci el ürünlerin ekonomiye potansiyel katkısı ölçülmeye çalışılmıştır. Anket sonuçlarının yorumlanması ve makalede sunulması ile ikinci el ürünlerin bir bağış aracı olarak etkin kullanılması noktasında farkındalığın artırılması amaçlanmaktadır. Bu konuda yapılan benzer çalışmalar arasında bağış potansiyelini ölçmeye yönelik olanlar bulunmakla beraber, bu çalışmalarda ikinci el eşya bağış odak noktası değildir. Bu çalışmada ise diğerlerinden farklı olarak sorulara verilen yanıtların ikinci el eşyanın doğrudan veya dolaylı olarak bir yardımlaşma mekanizması olarak kullanılabileceği "Charity Shop" (Hayır Dükânı) gibi modeller için öngörüler sunması amaçlanmıştır. Böylece makalenin ikinci el eşya bağış konusunda veri, analiz ve değerlendirme sunarak, bu alandaki yeni çalışmalar ve ortaya çıkabilecek yeni kurumlar için bir temel sunması hedeflenmiştir. Bu konuda yapılacak ileri çalışmalarla israfın önlenmesine ve sosyal sorumluluğun yaygınlaştırılmasına yönelik bilinç geliştirilmesine katkı sağlanabilir.

Kaynakça

- Charities Aid Foundation. (2023). *CAF World Giving Index 2023: Global Trends in Generosity*. https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-research/wgi_report_2023_final.pdf?sfvrsn=402a5447_2
- Charity Retail Association. (2023). *Key Statistics*. <https://www.charityretail.org.uk/key-statistics/>
- Horne, S., & Maddrell, A. (2004). *Charity Shops: Retailing, Consumption and Society*. London: Routledge.
- Orman, S. (2018). *Gazâlî, Adalet ve Sosyal Adalet*. İstanbul: İktisat Yayınları.
- Özdemir, Ö., Özdemir, M., & Beşel, F. (2019). Vakıftan Hayır Dükkanına: İngiltere'deki "Charity Shop" Kurumu Üzerinden Türkiye'deki Yardım Kuruluşları İçin Bir Model Önerisi. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 19(44), 655-694.
- Parsons, E. (2002). Charity Retail: Past, Present and Future. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 30(12), 586-594. <https://doi.org/10.1108/09590550210453066>
- Parsons, E. (2004). Charity Shop Managers in The UK: Becoming More Professional? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 11(5), 259-268.
- Sarıçam, İ., & Erşahin, S. (2011). *İslam Medeniyeti Tarihi*. Ankara: Diyanet Vakfı Yayınları.
- Tiltay, M. A. (2014). *Bir Tüketici Davranışı Olarak Bireysel Bağış: Bağış Motivasyonlarının Doğrudan ve Dolaylı Bağış Üzerindeki Etkisi* (Doktora). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı. (2018). *Türkiye İsrâf Raporu*. <https://ticaret.gov.tr/data/5c51a78e13b8762dc06a72c9/31-01-2019%20ISRAF%20RAPORU.pdf>
- Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı. (2022). *Türkiye'de Bireysel Bağışçılık ve Hayırseverlik*. <https://www.tusev.org.tr/userfiles/images/TurkiyedeBireyselBagiscilikveHayirseverlik2021.pdf>
- United Nations. (t.y.). *Sustainable Development Goal 12: Ensure sustainable consumption and production patterns*. <https://sustainabledevelopment.un.org/sdg12>
- Whithear, R. (1999). Charity Shop Volunteers: A Case for 'Tender Loving Care'. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 4(2), 107-120. <https://doi.org/10.1002/nvsm.62>
- Yediyıldız, B. (2012). Vakıf. *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi* içinde (C. 42, ss. 479-486). <https://islamansiklopedisi.org.tr/vakif#2-tarih>