

ISSN: 2667-5897

**Sosyal  
Araştırmalar ve Yönetim  
Dergisi (SAYOD)**

**SAYOD**

*Editör*  
*Prof. Dr. Şebnem ASLAN*

(Yıl: 2020, Sayı: 1 / Year: 2020, Issue: 1)



# SAYOD

**Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi (SAYOD)**

**(Journal of Social Research and Management)**

Sayı: 1 • Mayıs 2020

Issue: 1 • May 2020

ISSN: 2667-5897

<http://dergipark.gov.tr/sayod>  
e-posta: [www.sayodergisi@gmail.com](mailto:www.sayodergisi@gmail.com)

**Dergi Ofis Adresi (Office Address)**

Prof. Dr. Şebnem ASLAN  
Selçuk Üniversitesi  
Sağlık Bilimleri Fakültesi, Konya

SAYOD, ulusal hakemli ve açık erişimli bilimsel bir dergidir.

**Editör (Editor)**

Prof. Dr. Şebnem ASLAN

**Editör Kurulu (Editorial Board)**

Prof. Dr. Şebnem ASLAN, Selçuk Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. John CLARK, Warwick Üniversitesi, İngiltere

Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ, Selçuk Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. Nilgün Caner SARP, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Türkiye

Prof. Dr. Afsun Ezel ESATOĞLU, Ankara Üniversitesi, Türkiye

Doç. Dr. Onur KÖKSAL, Konya Gıda ve Tarım Üniversitesi, Türkiye

Dr. Agnes N. TOTH, Eötvös Lorand Üniversitesi, Macaristan

Dr. Anna MARİNOVA, Vratsa Üniversitesi, Bulgaristan

Dr. Öğr. Gör. Demet AKARÇAY ULUTAŞ, KTO Karatay Üniversitesi, Türkiye

Dr. Öğr. Üyesi Erhan KILINÇ, Selçuk Üniversitesi, Türkiye

Öğr. Gör. Fatih SÜN BÜL, Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Türkiye

**Temel İletişim [Primary Contact]**

Dr. Öğr. Gör. Demet AKARÇAY ULUTAŞ

demetakarcay@gmail.com

+90332 444 12 51-7460

Dr. Öğr. Üyesi Erhan KILINÇ

erhank23@hotmail.com

+90 554 125 46 53

Öğr. Gör. Fatih SÜN BÜL

fatihsunbul@kilis.edu.tr

+90 553 305 83 70

**Teknik İletişim [Technical Contact]**

Araş. Gör. Seda UYAR

seda\_inan@outlook.com

Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi (SAYOD) yılda bir kez yayınlanan ulusal hakemli bir dergidir. Gerek duyulduğunda özel veya ek sayı çıkarılabilir. Dergide yer alan yazılar kaynak gösterilmeksizin kısmen ya da tamamen iktibas edilemez.

Bu dergide yayınlanan çalışmaların bilim ve dil sorumluluğu yazarlarına aittir.

Dergimize gönderilen çalışmalar, alanında uzman iki ayrı hakem tarafından incelendikten sonra uygun görülenler yayınlanmaktadır.

Yazım kurallarına ilişkin bilgilere dergimizin web adresinde yer verilmiştir.

Bu derginin tüm hakları saklıdır. Önceden yazılı izin almaksızın hiçbir iletişim ve kopyalama sistemi kullanılarak yeniden kopyalanamaz, çoğaltılamaz ve satılamaz.

Journal of Social Research and Management is an national peer-reviewed journal which is published one times a year. Special or additional issues may also be published if necessary. The articles cannot be cited partly or entirely without showing resources.

The responsibility about scientific and grammatical issues is belong to authors.

The papers sent to the journal are reviewed by two referees and after their approval, they will be sent to edit before being published.

Writing & Publishing Policies can be found in the journal's website.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored or introduced into a retrieval system without prior written permission.

**DERGİ ADI: SOSYAL ARAŞTIRMALAR VE YÖNETİM DERĐİŐİ (SAYOD)**

**AMAÇ VE KAPSAM**

Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi (SAYOD) sosyal bilimler ile yönetim bilimleri alanında gerçekleştirilen özgün nitelikteki çalışmalarına yer vererek literatüre katkı sağlamanın yanında sosyal bilimler ile yönetim bilimleri alanındaki sorunların çözümü noktasında da araştırmacılara yol göstermektedir. Derginin amacı, sosyal bilimler ve yönetim bilimleri alanında yapılan ulusal düzeyde bilimsel nitelikteki çalışmalarını evrensel ilke, değer ve yöntemlere uygun olarak yayımlayarak sosyal bilimler ve yönetim bilimleri alanına katkıda bulunmaktadır. Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi (SAYOD), sosyal bilimler (eğitim bilimleri, ilahiyat, iletişim, coğrafya, tarih, dilbilim, psikoloji, antropoloji, felsefe, filoloji, müzikoloji, güzel sanatlar, sosyoloji, arkeoloji, ekonomi, uluslararası ilişkiler, sosyal hizmet, siyaset bilimi, uluslararası çalışmalar, iş yönetimi, ekonometri, uygulamalı istatistik, hukuk, kamu yönetimi) ile yönetim bilimleri alanında yapılan özgün nitelikte çalışmalarını yayımlanmaktadır.

**JOURNAL NAME: JOURNAL OF SOCIAL RESEARCH AND MANAGEMENT**

**AIMS AND SCOPE:**

The Journal of Social Research and Management provides support for researchers in the field of social sciences and management sciences, as well as contributes to the literature by including original studies in the social and management sciences. The aim of the journal is to contribute to the field of social sciences and management sciences by publishing scientific studies at the national level in the field of social sciences and management sciences in accordance with universal principles, values and methods. Journal of Social Research and Management publish original studies in varies fields such as social sciences (education sciences, theology, communication, geography, history, linguistics, psychology, anthropology, philosophy, philology, musicology, fine arts, sociology, archeology, economics, international relations, social work, political science, international studies, business management, econometrics, applied statistics, law, public administration) and management sciences.

## **GENEL İLKELER**

1. Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi (SAYOD) uluslararası hakemli bir dergi olup yılda 1 kez yayınlanır. Gerekli durumlarda özel ya da ek sayılar da yayınlanabilir.
2. Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi (SAYOD), ulusal ve uluslararası düzeyde bilimsel nitelikteki çalışmaları yayınlanarak sosyal bilimler ve yönetim bilimleri alanına katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi'nde (SAYOD) sosyal bilimler (eğitim bilimleri, ilahiyat, iletişim, coğrafya, tarih, dilbilim, psikoloji, antropoloji, felsefe, filoloji, müzikoloji, güzel sanatlar, sosyoloji, arkeoloji, ekonomi, uluslararası ilişkiler, sosyal hizmet, siyaset bilimi, uluslararası çalışmalar, iş yönetimi, ekonometri, uygulamalı istatistik, hukuk, kamu yönetimi) ile yönetim bilimleri alanında yapılan özgün nitelikte ve daha önce hiçbir yerde yayınlanmamış olan çalışmalar yayınlanmaktadır. Ayrıca sunulduğu yer, toplantı ve tarihin kaydedilmesi ile başka bir yerde yayınlanmamış olması şartıyla sempozyum bildirileri de yayınlanabilir. Ancak bu yayın etkinliğinden kaynaklanması muhtemel herhangi bir sorunun sorumluluğu yazara aittir.
3. Yayınlanması için Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi'ne (SAYOD) gönderilen yazıların daha önce herhangi bir mecrada yayınlanmamış olması ve sisteme eklendiğinde bir başka yayın organının yayın değerlendirme sürecinde bulunmaması gerekir.
4. Yayınlanması için Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi'ne (SAYOD) yayınlanması için yazı göndermek isteyenlerin, yazılarını [sayodergisi@gmail.com](mailto:sayodergisi@gmail.com) adresine göndermeleri gerekmektedir.
5. Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi'nde (SAYOD) yayınlanması için gönderilen çalışmaların [sayodergisi@gmail.com](mailto:sayodergisi@gmail.com) adresine gönderilmesi yazının yayınlanması için başvuru olarak kabul edilmekte ve yazının değerlendirilme süreci başlamaktadır.
6. Başvurunun yapılmasından yazının yayınlanması aşamasına kadar uzanan süreçteki bütün işlemler mail ortamında gerçekteşmektedir.
7. Yayınlanması için Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi'ne (SAYOD) gönderilen yazıların basım ve yayın hakları dergiye devredilmiş olur. Bu yazılar dergi yönetiminden izin alınmaksızın bir başka yayın organında yayınlanamaz, çoğaltılamaz ve kaynak gösterilmeden kullanılamaz. Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi (SAYOD), yayınlamış olduğu metinleri çeşitli mecralarda yayımlayabilir.
8. Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi'ne (SAYOD) gönderilmiş yazılardan kaynaklanması muhtemel herhangi bir yasal, hukuksal, ekonomik ve etik sorumluluk, söz konusu yazı yayınlanmış olsa bile yazar/yazarlarına aittir. Dergi herhangi bir yükümlülük kabul etmez.
9. Sosyal Araştırmalar ve Yönetim (SAYOD) Dergisi'ne yayın dili Türkçe olmakla birlikte İngilizce, Almanca dillerinde yazılmış yazılar da değerlendirmeye tabi tutulur ve hakemler tarafından yayımlanması uygun görüldüğu takdirde yayınlanır.

## **DEĞERLENDİRME SÜRECİ**

1. Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi'ne (SAYOD) gönderilen yazılara isim veya yazarın kimliğini deşifre edici herhangi bir bilgi yazılmamalıdır. Hakem sürecinden geçerek yayınlanması uygun görülen yazıların yazarlarına ait bilgiler yayın aşamasında editörler tarafından eklenir.
2. Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi'ne (SAYOD) gönderilen her yazı, ilk olarak editör veya editör yardımcısı tarafından yazım ve yayın ilkelerine uygunluğu bağlamından değerlendirilir. Bu değerlendirme sonucunda, yazar tarafından yapılması gereken düzeltmeler olursa, yazı, editörler tarafından düzeltme istenerek yazara iade edilir.
3. Yazım ilkelerine uygun olmayan yazılar hakeme gönderilmez.
4. Yazım ve yayın ilkeleri açısından değerlendirilmeye uygun bulunan yazılar hakemlere yönlendirilir. Editör onayından geçen her yazının değerlendirilmesi için en az iki hakem görevlendirilir. Hakemler yazının temsil ettiği alan ve anabilim dalında uzmanlıkları bulunan kimseler arasından seçilir.
5. Hakem ve yazarların isimleri karşılıklı olarak birbirlerinden gizli tutulur.
6. Hakemlerin kendilerine gönderilen yazıyı değerlendirme süreleri azami 20 gündür. Bu süreç sonunda rapor edilmeyen yazı için yeni bir hakem tayin edilir.
7. Alan değerlendirmesinden iki olumlu hakem raporu alan yazı yayınlanmaya hak kazanır. Bir olumlu bir olumsuz hakem raporu alan yazı, üçüncü bir hakeme gönderilir ve yazının yayınlanıp yayınlanmaması üçüncü hakemin raporu doğrultusunda belirlenir.
8. Hakemler, düzeltme istedikleri yazıyı yayınlanmadan önce bir kez daha görmek isteyebilirler. Bu talebin raporda belirtilmesi durumunda metnin düzeltilmiş biçimi sistem tarafından otomatik olarak hakeme gönderilir.
9. Yazarlar, makul çerçevede ve ikna edici verilerle birlikte hakem raporuna itiraz edebilirler. İtirazlar dergi yönetimi tarafından incelenir ve uygun görüldüğu takdirde konu ile ilgili olarak farklı bir hakemin (ya da hakemlerin) görüşlerine başvurulabilir.
10. Dergi editörleri, hakemler tarafından verilen düzeltmeleri titizlikle takip eder. Bu doğrultuda, editörler tarafından bir yazının yayınlanması ya da yayınlanmaması yönünde karar alınabilir.
11. Dergide yayınlar ücretsizdir.

## **YAZIM İLKELERİ**

1. Yayınlanması amacıyla Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi'ne (SAYOD) gönderilmiş olan özgün makalelerin yüklenecek word (.doc, .docx) uzantılı metni üzerinde yazarlara dair isim ve ya başka bir bilgi bulunmamalı, yazarlar bu bilgileri sistem üzerinde belirtmelidir. Makalenin başında en az 150, en fazla 200 kelimedenden oluşan Türkçe (Özet), İngilizce (Abstract) ve 3-5 kelimelik Türkçe (Anahtar Kelimeler), İngilizce (Keywords) ile Türkçe ve İngilizce başlık yer almalıdır. Tam metinler 8000 kelimeyi aşmamalıdır.
2. Makalelerde yapılan atıflar için APA sistemi kullanılmalıdır.
3. Metnin sonunda KAYNAKÇA başlığı altında çalışmada kullanılan kaynakların bir listesi verilir. Çalışmada kullanılan referansların listelendiği bu kaynakça, yazar soyadı sıralamasına göre ve alfabetik olarak hazırlanır.
4. Yazılara üst-bilgi, alt-bilgi ve sayfa numarası verilmez.
5. İmla ve noktalama işaretleri için, metnin içeriği ile ilişki olan farklılıklar dışında TDK'nin yazım ve imla kılavuzu esas alınır.
6. Sisteme eklenecek yazıların sayfa düzeninin yazar tarafından ve şu değerlere uygun bir biçimde yapılmış olması gerekir:  
Kâğıt Boyutu: A4 Dikey (Makalede yatay sayfalara yer verilmemeli)  
Üst Kenar Boşluk: 3 cm  
Alt Kenar Boşluk: 3 cm  
Sol Kenar Boşluk: 3 cm  
Sağ Kenar Boşluk: 3 cm  
Yazı Tipi: Times New Roman  
Yazı Boyutu: Başlıkta 12, metinde 11, özetlerde 10  
Paragraf Aralığı: Önce 6 nk – sonra 0 nk  
Paragraf Girintisi: Metinde paragraf girintisi kullanılmayacaktır.  
Satır Aralığı: Metinde 1.15
7. Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi (SAYOD) Yayın İlkeleri'ne herhangi bir açıdan uygunluk arz etmeyen yazılar değerlendirilmeye alınmaz.



## **PUBLISHING POLICIES**

1. Journal of Social Research and Management is published annually and has a peer review process. Special or additional issues may also be published if necessary.
2. Journal of Social Research and Management aims to contribute social and management sciences by publishing national and international scientific studies. Journal of Social Research and Management publishes original original studies in various fields such as social sciences (education sciences, theology, communication, geography, history, linguistics, psychology, anthropology, philosophy, philology, musicology, fine arts, sociology, archeology, economics, international relations, social work, law, public administration) and management sciences. Moreover, studies that presented in a scientific meeting may be published in the journal providing the records about venue, name and the date of the meeting and that it has not been published in any journal or media. In such a case, all responsibilities belong to the authors.
3. Submitted articles/manuscripts to the journal of social research and management should not be previously in any journal or media and sent to any journal review process.
4. All rights of the articles have been assigned to the journal within the publishing process. Accepted manuscripts for the publication are not reproduced, used or published in any other media without permission of the journal management. Journal of social research and management may publish the articles various data bases or the other media.
5. All legal, economic and ethical responsibility of the articles that sent to Journal of social research and management for publishing belong to the author(s).
6. Journal of social research and management publishes articles in English, Turkish and German.

## **EVALUATION PROCESS**

1. Any information about authors should not be written in paper/manuscripts that submitted to the journal of social research and management. Author information would be added to the papers in publication process.
2. All manuscripts are reviewed initially by the Editors as to aims, scope, principles and standards of the journal. The manuscripts may be sent to the authors for revision. After this editorial evaluation, appropriate manuscripts will be sent for outside review.
3. The manuscripts that are not appropriate for guidelines of the journal, are not directed to the reviewers.
4. All manuscripts are evaluated by at least two reviewers. Reviewers are determined as to science field.
5. The journal of social research and management performs a double-blind review process.
6. The manuscripts that fit within the aims and scope of the journal are reviewed by the reviewers within 15 days. If the manuscript is not reported at the end of this process, a new reviewer may be appointed for the article.
7. The manuscript that has two positive review reports from the field evaluation is eligible for publication. The manuscript that has only a positive review report is sent to a third reviewer and the publication of the manuscript is determined by the report of the third reviewer.
8. The reviewers may want to review the manuscripts after modifications. In such a case, revised manuscript will be directed to the reviewers automatically.
9. The authors can oppose the reviewer reports within scientific views and reasons. In such a case, editorial board examines the manuscripts and reports and may apply another reviewer, if necessary.
10. Editorial board follows the modifications that suggested by the reviewers rigorously.
11. There are no fees payable to submit or publish in this journal.

## **SUBMISSION GUIDELINES**

1. Articles must be written in the Microsoft Word Programme and the page structure must be created as follows:

Paper Size	A4 Vertical
Top Margin	3 cm
Bottom Margin	3 cm
Left Margin	3 cm
Right Margin	3 cm
Font	Times News Roman
Font Style	Normal
Type Size	(Head line) 12
Type Size	(Regular Text) 11
Type Size	(Footnote Text) 9
Type Size	(Abstract) 10
Paragraph Spacing	6 nk
Line Spacing	1

2. The abstract should be no more than 250 words and should have the following subsections.
  - **Summary** (which should contain details of the context for the article and methods/approached)
  - **Findings** (which should contain the key findings)
  - **Applications** (which should contain details of impact and application to Professional practice)
3. Full articles should be a maximum of 8000 words.
4. Manuscripts should have 3-5 keywords under the abstract.
5. The manuscripts should follow APA reference style.
6. The manuscripts that are not appropriate for submission guidelines cannot be include in peer review process.

# MAKALELER/ ARTICLES

2020 Yılı, Sayı: 1 Makaleleri (2020 Year, Issue: 1 Articles)

## **Özel Hastane Personelinin Motivasyonunu Etkileyen Faktörler**

(The Factors Affecting The Motivation of Private Hospital Staff)

*Araştırma/ Research* (1-8)

## **Sağlık Yöneticilerinde Örgütsel Değişim Sinizmi: Nitel Bir Araştırma**

(Organizational Change in Health Executives: A Qualitative Research)

*Derleme/ Review* (9-22)

## **Davranış Ekonomisi ve Tüketici Davranışları Açısından Bir Uygulama**

(Behavior Economy and An Application in Consumer Behavior)

*Araştırma/ Research* (23-40)

## **Çimento Sektöründe Etkinlik Analizi: İSO 500 İçerisinde Yer Alan Firmalar Üzerine Bir Uygulama**

(Activity Analysis in Cement Sector: An Application on Firms in the ISO 500)

*Derleme/ Review* (41-52)

## **Sosyal Jet-Lag Sendromu Üzerine Bir Değerlendirme**

(An Evaluation on Social Jet-Lag Syndrome)

*Araştırma/ Research* (53-61)

## **COVID-19 Pandemi Sürecine Yönelik Genel Bir Değerlendirme: Türkiye Örneği**

(An Overall Evaluation for The Covid-19 Pandemic Process: The Case of Turkey)

*Derleme/ Review* (62-79)

Eriş, H. ve Özdil, E.S. (2020). Özel Hastane Personelinin Motivasyonu Etkileyen Faktörler. *Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi*, (1), 1-8.

Araştırma/Research

Makale Geliş Tarihi:24.03.2019  
Makale Kabul Tarihi: 08.04.2019

## ÖZEL HASTANE PERSONELİNİN MOTİVASYONUNU ETKİLEYEN FAKTÖRLER<sup>1</sup>



<https://doi.org/10.35375/sayod.544001>,

Hüseyin ERİŐ<sup>2</sup>, Elif Sema ÖZDİL<sup>3</sup>

### ÖZET

Bu çalışmanın amacı, özel bir hastanede çalışan personelin motivasyonlarını etkileyen faktörleri ve sosyo demografik özelliklerine göre farklılık olup olmadığını tespit etmektir. Araştırmanın evrenini Gaziantep ilinde faaliyette bulunan özel bir hastanede çalışan yaklaşık 450 personel oluşturmaktadır. Araştırma 15.11.2017 – 30.12.2017 tarihleri arasında yapılmıştır. Araştırmada örneklem grubu seçilmemiş ve tüm evrene ulaşılmaya çalışılmıştır. Araştırmada hastane genelinde anket dağıtılan 450 hastane personelinin %61,5'i (277 sağlık personeli) anket formunu doldurarak, araştırmaya katılmıştır. Analizler %95 (p=0,05) güven aralığında gerçekleştirilmiştir. Tanımlayıcı istatistikler, güvenirlik analizi (Cronbach Alpha katsayıları), ve karşılaştırma testleri (Turkey testi ve Anova) kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre, ölçeğin ortalamalara bakıldığında yönetsel faktör alt boyutu (3,32/5), bireysel faktör boyutu (3,65/5) ve iş ile ilgili faktör boyutu (2,99/5) olarak tespit edilmiştir. Ayrıca hastane personelinin sosyo demografik özellikleri arasında sadece cinsiyet değişkeni açısından yönetsel faktörler ve iş ile ilgili faktörlerde istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Ortalamalar incelendiğinde yönetsel faktörlerde erkeklerin, iş ile ilgili faktörlerde ise kadınların ortalamasının daha yüksek olduğu görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Motivasyon, Hastane, Hastane Personeli

## THE FACTORS AFFECTING THE MOTIVATION OF PRIVATE HOSPITAL STAFF

### ABSTRACT

The aim of this study is to determine the factors affecting the motivation of the staff working in a private hospital and whether or not there are differences in terms of their socio-demographic characteristics. The population of the study consisted of approximately 450 staff members working in a private hospital located in Gaziantep province. The study was conducted between 15.11.2017 and 30.12.2017. The sample selection was not performed in the study and the whole population was tried to be reached. In the study, the questionnaire was delivered to 450 hospital personnel throughout the hospital and 61.5% of them (277 health personnel) filled out the questionnaire and participated in the study. The analyses were carried out at the confidence interval of 95% (p=0.05). The descriptive statistics, reliability analysis (Cronbach's Alpha coefficients) and comparison tests (Tukey test and Anova) were used. When the mean scores of the scale were examined according to the results of the study, it was determined that the administrative factor subscale was 3.32/5, individual factor subscale was 3.65/5 and job-related factor subscale was 2.99/5. In addition, a statistically significant difference was found between the administrative factors and job-related factors only in terms of gender variable among the socio-demographic characteristics of the hospital staff.

<sup>1</sup> Bu araştırma 2. Uluslararası 12. Ulusal hastane yönetimi kongresinde sözel bildiri olarak sunulmuştur.

<sup>2</sup> Dr.Öğr.Üyesi, Harran Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, erisharran@hotmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1685-9819>

<sup>3</sup> Kalite Direktörü, Özel Deva Hastanesi, [ozdilelifsema@gmail.com](mailto:ozdilelifsema@gmail.com), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0992-4990>

When the mean scores were examined, it was observed that while the mean score of the male staff members was higher in the administrative factors, the mean score of the female staff members was higher in the job-related factors

**Keywords:** Motivation, Hospital, Hospital Staff

## 1. GİRİŞ

Toplumlarda meydana gelen hızlı değişim aynı toplumlar gibi örgütlerin de hızlı değişimine yol açmaktadır bu değişim ile toplumun istek ve ihtiyaçları şekillenirken örgüt karşılığında ürettiği ürünü hatta büsbütün kendini değiştirme yoluna gidebilmektedir. Her alanda kendini gösteren ve rekabet koşullarını her geçen gün daha zor hale getiren bu koşullardan insan hayatı ile alakalı olduğundan hayati öneme sahip sağlık hizmeti sunan sektörler de etkilenmiştir (Kılıçarslan, 2017).

Hizmet sektöründe yer alan hastaneler, hasta ve yakınlarına kaliteli sağlık hizmeti sunabilmek için öncelikle insan gücüne ihtiyaç duyarlar. Sağlık hizmeti grubunda hekim, hemşire, ebe, laborant gibi sağlık çalışanlarının yanı sıra sekreter, temizlikçi, bilgisayar elemanı ve aşçı gibi çeşitli destek hizmetleri elemanları da çalışmaktadır. Çok farklı meslek gruplarının birlikte çalıştığı hastanelerde, personelin işlerini hastanelerin amaçları doğrultusunda yapabilmek için bir takım düzenlemeler yapmak gerekmektedir. Çünkü bütün işletmeler gibi hastanelerin başarısı da çalışanlarının başarısına bağlı olarak artmaktadır.

Hastane yönetimlerinin temel sorumluluklarının başında çalışan personelin ihtiyaçlarını belirlemek ve bu ihtiyaçlarını karşılamak gelmektedir. Huzurlu bir çalışma ortamının sağlanması, personelden beklenen performansın elde edilmesi için personelin özelliklerine göre ihtiyaçları belirlenmeli ve en iyi şekilde karşılanmaya çalışılmalıdır (Kıdak ve Aksaraylı, 2009). Tengilimoğlu (2005), personeli işletmenin hedeflerine götürebilmek için bu hedeflere ulaşmada personelin sağlayacağı kişisel arzu ve ihtiyaçlar ile çıkarların neler olduğunu takip ederek, personeli işletmenin hedefleri etrafında toplayarak güçlerini, cesaretlerini, arzu ve enerjilerini artırmanın gerekliliğinden bahsetmektedir.

### 1.1. Motivasyon

Türkçe’ de tam bir karşılığı olmayan motivasyon kavramı İngilizce ve Fransızca “Motive” kelimesinden türetilmiştir. Türkçe karşılığı olarak güdü, saik veya harekete geçirici olarak belirlenebilir. İş bağlamında motivasyon, bireyin istekliliğini artırmak ve örgütsel hedefler doğrultusunda bir çaba sağlamaktır. Sağlık sektörünün performansı ciddi olarak sağlık çalışanının motivasyonuna bağlıdır. Hizmet kalitesi, verimlilik ve öz kaynak ile çalışanların görevlerini yerine getirmesi onların istekliliğine bağlıdır (Künarcı, 2016; Kantar, 2017; ).

Literatürde motivasyonla ilgili birçok tanım bulunmaktadır. Motivasyon, genellikle bir kişiyi belli davranışları yapmaya ikna eden bir iç durumdur (Spector, 2000). Motivasyon, çalışan kişilerin mevcut koşullarda örgüt amaçları doğrultusunda, işlerini daha kaliteli, daha hızlı yapmaları ve içlerinde istek uyanması için tanınan ek haklar ve ödümler olarak tanımlanabilir (Manual ve Arkadaşları, 2007). Motivasyon, bir ihtiyacı gidermek için gerekli davranışları başlatan bir kuvvettir (Kim Sang 2005). Motivasyon bir veya birden fazla insanı, belirli bir gaye veya amaca doğru devamlı bir şekilde harekete geçirmek için yapılan çabaların toplamı olarakta tanımlanabilir (Kantar, 2017).

### 1.2. Sağlık Kurumlarında Motivasyon

Sağlık kurumlarında teşhis ve tedavi amaçlı kullanılan her türlü teknolojik araç sağlık personeli olmadan herhangi bir işe yaramamaktadır. Hizmet üretiminde tüm sektörlerde olduğu gibi sağlık sektöründe de insan temel üretim faktörüdür. Bu sebeple, insan bir şeyler ortaya koymak ve üretebilmek için, işletme tarafından ilk önce harekete geçirilmelidir (Oflezer ve Arkadaşları, 2011). Hastalarla bire bir iletişim içinde olan sağlık çalışanlarının iyi bir hizmet verebilmesi

için motivasyonlarının yüksek olması gerekmektedir. Çalışanların iyi anlaşılması, ihtiyaçlarının ve fikirlerinin dikkate alınması, çalışmaların planlanmasında bunların göz önünde bulundurulması gerekir (Kavuncubaşı 2007). Sağlık kurumlarında çok fazla meslek grubundan çalışan personel olduğu için, bu personelin motivasyonunu artırma çalışmaları da farklı uygulamalar gerektirmektedir.

Sağlık hizmetlerinde istenen kalite ve verimliliğin sağlanması ancak, sağlık personelinin sorunlarının anlaşılması ve çözümlenmesi ile mümkündür. Sağlık hizmetinin temelini oluşturan meslek grubunun motive olması, hizmet kalitesi ve standartları için önemli bir yere sahiptir. Yeterince iyi ve istenilen kalitede bir sağlık hizmeti sunulabilmesi için, teknolojik olanakların yanı sıra motive edilmiş, bilgili ve yetenekli sağlık çalışanlarına ihtiyaç vardır. Sağlık kurumlarında farklı meslek grupları bir arada, etkileşim içinde çalışmaktadır (Akbolat ve Arkadaşları, 2015).

Sağlık kurumlarında çalışan personelin motivasyonuna etki eden faktörlerin başında öncelikle ekonomik faktörler (ücret, ekonomik ödüller, prim veya ikramiye vb) gelmektedir. Sağlık çalışanlarının motivasyona etki eden faktör de sosya-psikolojik faktörlerdir. Yani çalışan personel yaptığı hizmete karşılık sadece ücret beklemez. Ücretin yanısıra personel, kurum yöneticileri tarafından takdir edilmeyi ve övülmeyi beklerler. Çalışan personele sosyal güvence ve iş güvenliğinin sağlanması çalışan motivasyonu üzerinde olumlu etki yaratacaktır. Bu motivasyon unsurlarının yanısıra iletişim, amaç birliği, yetki ve sorumluluklar, fiziksel çalışma koşulları gibi unsurlar, çalışan personelin motivasyonunu önemli derecede etkilemektedir (Oflezer ve Arkadaşları, 2011; Dieleman ve Arkadaşları, 2003; Manongi ve Arkadaşları, 2006; Stringhini ve Arkadaşları, 2009, Akbolat ve Arkadaşları, 2015).

## 2. YÖNTEM

**Araştırmanın Amacı:** Bu araştırmanın amacı, özel bir hastanede çalışan personelin motivasyonlarını etkileyen faktörleri ve sosyo demografik özelliklerine göre farklılık olup olmadığını tespit etmektir.

**Araştırmanın Evren ve Örnekleme:** Araştırmanın evrenini Gaziantep ilindeki özel bir hastanede çalışan yaklaşık 450 personel oluşturmaktadır. Araştırma yapılmadan önce Hastane Başhekimliğinden gerekli izin yazısı alınmıştır. Araştırma 15.11.2017 – 30.11.2017 tarihleri arasında yapılmıştır. Araştırmada örneklem grubu seçilmemiş ve tüm evrene ulaşılmaya çalışılmıştır. Araştırma sonucunda hastane genelinde anket dağıtılan 450 hastane personelinin %61,5'i (277 hastane personeli) anket formunu doldurarak teslim etmiştir.

**Veri Toplama Aracı:** Araştırmada hastanede çalışan personelin motivasyon düzeyini ölçmek amacıyla, Zehra Küreci'nin "Sağlık Çalışanlarının Motivasyonunu Etkileyen Faktörlerin Analizi" isimli yüksek lisans tezinden geliştirilen anket kullanılmıştır. Bu kısma hangi anketi kullanmışsan onun detaylarını yaz. Araştırmada kullanılan anket formu, Yönelimsel faktörler, Bireysel faktörler ve İş ile ilgili faktörler olmak üzere üç alt boyut ve toplamda 28 sorudan oluşmaktadır. Araştırmada 5'li likert yöntemi ile cevaplar toplanmıştır.

**Verilerin Analizi:** Bu araştırma betimsel ve ilişkisel tarama modeline göre modellenmiştir. Hastane personelinin var olan özelliklerine hiçbir değişiklik yapılmaksızın veri toplanarak, var olan durum hakkında hastane personelinin görüşleri alınmaya çalışılmıştır. Betimleme yöntemine göre, araştırmaya konu olan olay, kendi şartları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılmaktadır. Araştırmaya katılanların cinsiyet, yaş, kurumda toplam çalışma süresi ve medeni durum gibi demografik özelliklerini ölçmek amacıyla her bir değişken için frekans analizi yapılmıştır. Ayrıca gruplar arasında anlamlı farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla, Verilerin analizinde bağımsız gruplarda t-testi ve tek yönlü varyans analizi uygulanmıştır.

Elde edilen veriler SPSS 22 programına girilerek, gerekli istatistiksel analizler yapılmıştır. Tanımlayıcı istatistikler, güvenilirlik analizi (Cronbach Alpha katsayıları), ve karşılaştırma

testleri (Turkey testi ve Anova) kullanılmıştır.

**Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliklerine İlişkin Bilgiler:** Araştırmada kullanılan ölçeğın Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) katsayısı 0,781 olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre anketin genel güvenirlilik oranının yüksek olduğu görölmektedir.

### 3. BULGULAR

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular aşağıda verilmiştir.

**Tablo 1.** Araştırmaya Katılan Hastane Çalışanlarının Sosyo Demografik Özellikleri

Hastanedeki Çalıştığı Birim	N	%	Hastanede Çalışma Süresi	N	%
Doktor	5	1,8	1- 3 yıl	141	50,9
İdari personel	88	31,8	4 yıl ve üzeri	136	49,1
Sağlık çalışanları	129	46,6	<b>Eğitim durumu</b>		
Destek hizmetleri	34	12,3	İlk/orta/lise	136	49,1
Diğeri	21	7,6	Ön lisans	80	28,9
<b>Cinsiyetiniz</b>			Lisans	48	17,3
Kadın	149	53,8	Yüksek lisans	7	2,5
Erkek	128	46,2	Tıp fakültesi / Diş Hekimliğı	6	2,2
<b>Medeni durum</b>			<b>Toplam</b>	<b>277</b>	<b>100,0</b>
Evli	93	33,6			
Bekar	175	63,2			
Dul/boşanmış	9	3,2			
<b>Yaş Grup</b>					
23 yaş ve altı	114	41,1			
24 yaş ve üzeri	163	58,9			

Ankete katılan hastane çalışanlarının sosyo demografik özellikleri Tablo 1’de verilmiştir. Tablodaki verilere göre araştırmaya katılan hastane çalışanlarının %46,6’sı sağlık çalışanı, cinsiyet açasından %53,8’i kadın, %63,2’si bekar, yaş grubu açasından %58,9’u 24 yaş ve üzeri, hastanede çalışma süresi bakımından %50,9’u 1-3 yıl, %49,1’i ilk/orta/lise mezunu grubunda yer almaktadır.

**Tablo 2.** Ölçeğın Alt Boyutlarına Ait Ortalamalar

Ölçeğın Alt Boyutları	N	Ort.	Std. Sapma
Yönetsel Faktörler	277	3,32	0,744
Bireysel Faktörler	277	3,65	0,617
İş ile ilgili Faktörler	277	2,97	0,587

Tablo 2’de araştırmada kullanılan ölçeğın alt boyutlarına ait ortalamalar verilmiştir. Tablo 2’deki ortalamalara bakıldığında Yönetsel faktör boyutu (3,32/5), bireysel faktör boyutu (3,65/5) ve iş ile ilgili faktör boyutu (2,99/5) olarak tespit edilmiştir. Bu verilere göre sağlık personelini yönetsel faktörler ile bireysel faktörler boyutlarına genel olarak katıldıklarını, iş ile ilgili faktör boyutu konusunda ise kararsız oldukları değerlendirilebilir.



**Tablo 3.** Motivasyonu Etkileyen Faktörlerin Departman Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Departman	N	Ort.	Std. Sapma	F	p
Yönetmel faktörler	İdari Personel	88	3,36	0,696	0,468	0,627
	Sağlık Çalışanları	129	3,32	0,758		
	Destek Hizmetleri	34	3,22	0,760		
	Toplam	251	3,32	0,735		
Bireysel faktörler	İdari Personel	88	3,63	0,575	1,432	0,241
	Sağlık Çalışanları	129	3,69	0,632		
	Destek Hizmetleri	34	3,50	0,602		
	Toplam	251	3,64	0,610		
İş ile ilgili faktörler	İdari Personel	88	2,94	0,567	0,563	0,570
	Sağlık Çalışanları	129	3,00	0,615		
	Destek Hizmetleri	34	3,06	0,569		
	Toplam	251	2,99	0,591		

Motivasyonu etkileyen faktörlerin, departman değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 3’de verilmiştir. Yapılan ANOVA testine göre boyutlardan hiç birisinde departman değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır.

**Tablo 4.** Motivasyonu Etkileyen Faktörlerin Cinsiyet Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Cinsiyetiniz	N	Ort.	Std. Sapma	t	p
Yönetmel faktörler	Kadın	149	3,24	0,699	-2,034	<b>0,043</b>
	Erkek	128	3,42	0,784		
Bireysel faktörler	Kadın	149	3,62	0,511	-1,089	0,277
	Erkek	128	3,70	0,721		
İş ile ilgili faktörler	Kadın	149	3,08	0,574	3,366	<b>0,001</b>
	Erkek	128	2,85	0,578		

Motivasyonu etkileyen faktörlerin, cinsiyet değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 4’de verilmiştir. Yapılan student-t testine göre, yönetmel faktörler ve iş ile ilgili faktörlerde cinsiyet değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Ortalamalar incelendiğinde yönetmel faktörlerde erkeklerin ortalamasının yüksek, iş ile ilgili faktörlerde ise kadınların ortalamasının yüksek olduğu görülmektedir.

Motivasyonu etkileyen faktörlerin cinsiyet değişkeni bakımından incelenmesi sonucunda bireysel faktörlerin etkilenmediği yani cinsiyetin motivasyon üzerinde bireysel faktörler için anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüş yönetmel faktörlerde ise erkeklerin kadınlara oranla motivasyonunun daha çok etkilendiği, işle ilgili faktörlerde ise kadınların motivasyonunun erkeklere oranla daha çok etkilendiği görülmüştür.

**Tablo 5.** Motivasyonu Etkileyen Faktörlerin Eğitim Durumu Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Eğitim durumu	N	Ort.	Std. Sapma	F	p
Yönetmel faktörler	İlk/orta/lise	136	3,25	0,784	2,580	0,078
	Önlisans	80	3,47	0,661		
	Lisans	48	3,23	0,707		
	Toplam	264	3,31	0,740		
Bireysel faktörler	İlk/orta/lise	136	3,67	0,633	2,027	0,134
	Önlisans	80	3,71	0,597		
	Lisans	48	3,49	0,618		
	Toplam	264	3,65	0,622		
İş ile ilgili faktörler	İlk/orta/lise	136	2,94	0,616	1,170	0,312
	Önlisans	80	3,07	0,574		
	Lisans	48	2,96	0,502		
	Toplam	264	2,98	0,585		

Motivasyonu etkileyen faktörlerin, eğitim durumu değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 5’de verilmiştir. Yapılan ANOVA testine göre boyutlardan hiç birisinde eğitim durumu değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır.

Motivasyonu etkileyen faktörlerin eğitim durumu değişkeni bakımından incelenmesi sonucunda yönetmel faktörler ve bireysel faktörlerin eğitim durumu değişkeninden anlamlı bir şekilde etkilenmediği görülmüş fakat motivasyonu etkileyen iş ile ilgili faktörlerin eğitim durumları üzerinde etkisi gözlenmiş ve bu etki en fazla önlisans mezunlarında görülmüştür.

**Tablo 6.** Motivasyonu Etkileyen Faktörlerin Yaş Grupları Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Yaş grupları	N	Ort.	Std. Sapma	F	p
Yönetmel faktörler	23 yaş ve altı	114	3,33	0,715	0,044	0,988
	24 yaş ve üzeri	163	3,31	0,781		
	Toplam	277	3,32	0,744		
Bireysel faktörler	23 yaş ve altı	114	3,62	0,681	0,281	0,839
	24 yaş ve üzeri	163	3,64	0,571		
	Toplam	277	3,64	0,631		
İş ile ilgili faktörler	23 yaş ve altı	114	3,06	0,614	1,060	0,366
	24 yaş ve üzeri	163	3,02	0,554		
	Toplam	277	2,95	0,587		

Motivasyonu etkileyen faktörlerin, yaş grupları değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 6’de verilmiştir. Yapılan ANOVA testine göre boyutlardan hiç birisinde yaş grupları değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır.

**Tablo 7.** Motivasyonu Etkileyen Faktörlerin Hastanede Çalışma Süresi Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Hastanede Çalışma Süresi	N	Ort.	Std. Sapma	F	p
Yönetmel faktörler	2 yıl ve altı	141	3,37	0,781	1,779	0,151
	3 yıl ve üzeri	136	3,45	0,661		
	Toplam	277	3,32	0,744		
Bireysel faktörler	2 yıl ve altı	141	3,63	0,649	0,852	0,466
	3 yıl ve üzeri	136	3,63	0,633		
	Toplam	277	3,65	0,617		
İş ile ilgili faktörler	2 yıl ve altı	141	2,99	0,590	0,931	0,426
	3 yıl ve üzeri	136	2,92	0,546		
	Toplam	277	2,97	0,587		

Motivasyonu etkileyen faktörlerin, hastanede çalışma süresi değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 7’de verilmiştir. Yapılan student-t testine göre boyutlardan hiç birisinde hastanede çalışma süresi değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır.

**Tablo 8.** Motivasyonu Etkileyen Faktörlerin Medeni Durum Değişkeni Bakımından İncelenmesi

	Medeni Durum	N	Ort.	Std. Sapma	t	p
Yönetmel faktörler	Evli	93	3,31	0,784	-0,295	0,768
	Bekar	175	3,33	0,719		
Bireysel faktörler	Evli	93	3,69	0,618	0,832	0,406
	Bekar	175	3,62	0,628		
İş ile ilgili faktörler	Evli	93	2,88	0,593	-1,882	0,061
	Bekar	175	3,02	0,580		

Motivasyonu etkileyen faktörlerin, medeni durum değişkeni bakımından incelenmesi Tablo 8’de verilmiştir. Yapılan student-t testine göre boyutlardan hiç birisinde medeni durum değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunamamıştır.

#### 4. SONUÇ

Bu araştırmanın amacı, özel bir hastanede çalışan personelin motivasyonlarını etkileyen faktörleri ve sosyo demografik özelliklerine göre farklılık olup olmadığını tespit etmektir. Araştırmada kullanılan ölçeğin alt boyutlarının ortalamalarına bakıldığında Yönetmel faktör boyutu (3,32/5), bireysel faktör boyutu (3,65/5) ve iş ile ilgili faktör boyutu (2,99/5) olarak tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan hastane çalışanlarının ölçekteki yönetmel faktör boyutu ile bireysel faktör boyutlarına katıldıkları, iş ile ilgili faktör boyutunda ise kararsız olduklarını söyleyebiliriz. Yani bu verilere göre hastane çalışanlarının yönetmel faktörler ile bireysel faktörler boyutlarına ait algıları “kısmen düşünüyorum” düzeyine yakın, iş ile ilgili faktör boyutuna ait algıları ise kararsız olarak değerlendirilebilir.

Ayrıca Motivasyonu etkileyen faktörlerin departman, eğitim durumu, yaş, sektörde çalışma süresi, hastanede çalışma süresi ve medeni durum değişkeni açısından gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Motivasyonu etkileyen faktörlerin cinsiyet değişkeni açısından incelendiğinde; yönetmel faktörler (0,043) ve iş ile ilgili faktörlerde (0,001) cinsiyet değişkeni bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Ortalamalar incelendiğinde yönetmel faktörlerde erkeklerin ortalamasının, iş ile ilgili faktörlerde ise kadınların ortalamasının yüksek olduğu görülmektedir.

Motivasyonu etkileyen faktörlerin cinsiyet değişkeni bakımından incelenmesi sonucunda bireysel faktörlerin etkilenmediği yani cinsiyetin motivasyon üzerinde bireysel faktörler için anlamlı bir etkisinin olmadığı görölmüştür. Yönetimsel faktörlerde ise erkeklerin kadınlara oranla motivasyonunun daha çok etkilendiği, işle ilgili faktörlerde ise kadınların motivasyonunun erkeklere oranla daha çok etkilendiği görölmüştür.

Sonuç olarak, motivasyonu sosyo demografik özellikler açısından sadece cinsiyet grubuna göre etkileyen faktörler tespit edilmiştir. Bu faktörlere bakıldığında, ölçeğe ait yönetimsel faktörler alt boyutu ile iş ile ilgili faktörler alt boyutları tarafından motivasyonu etkileyen unsurlar belirlenmiştir.

### **Kaynakça**

- Akbolat M., Turgut. M., Över. G. (2015). Hemşirelerin Yaşam Kalitesi Algılarının Motivasyonlarına Etkisi: Bir Kamu Hastanesi Örneği, Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi Cilt: 4 Sayı: 2
- Kıdak L., Aksaraylı M. (2009). Sağlık Hizmetlerinde Motivasyon Faktörleri, Sosyal Bilimler cilt: 7 Sayı:1 (2009) s.75-94
- Kavuncubaşı, ř. (2010). Hastane ve Sağlık Kurumları Yönetimi, Ankara: Siyasal Kitabevi,
- Kılıçarslan. M., (2017). Sağlık Kurumlarında Kalite ve Yatan Hasta Memnuniyeti X Devlet Hastanesi Örneği, III. International Balkan and Near Eastern Social Sciences Congress Series - Edirne / Turkey March 4-5,
- Kim Sang, H. (2005). Kendinizi ve Başkalarını Motive Etmenin 1001 Yolu, (Çev: Çimen A.), İstanbul, Timaş Yayınları, 13.
- Küreci. Z. (2016). Sağlık Çalışanlarının Motivasyonunu Etkileyen Faktörlerin Analizi, Pamukkale Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Endüstri Mühendisliği ABD, Yüksek Lisans Tezi
- Manuel, G., Maroto, A., Rubalcaba, L., (2007). Innovation and motivation in public health professionals, Direct Scientific Journal, 84, 344-358,
- Manongi, R.N., Marchant, T.C., Bygbjerg, C. (2006). Improving motivation among primary health care workers in Tanzania: a health worker perspective”, Human Resource for Health, 4(6), 4-102.
- Oflezer, C., Ateş, M., Bektař, G., İrbán, A. (2011). “Kamu Hastanelerinde Çalışan Personelin İş Doyumunu Etkileyen Faktörler”, Sağlık Bilimleri Dergisi, 2(4), 204-213,
- Stringhini, S., Thomas, S., Bidwell, P., Mtui, T., Mwisongo, A., (2009). Understanding informal payments in health care: motivation of health workers in Tanzania, Human Resources for Health, 9(1), 94-95,
- Spector, P.E. (2000). Industrial and Organizational Psychology Tesearch and Practice, Second Edition, John Wiley & Sons, Inc., New York.
- Tengilimoğlu Dilaver, (2005). Hizmet İşletmelerinde Liderlik Davranışları ile İş Doyumu Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakóltesi Dergisi, Sayı:1, 23-45.

Bozkurt, E. (2020) Sağlık Yöneticilerinde Örgütsel Değişim Sinizmi: Nitel Bir Araştırma. *Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi*, (1), 9-22.

*Araştırma/ Research*

*Makale Geliş Tarihi:02.08.2019  
Makale Kabul Tarihi: 12.09.2019*

## SAğLIK YÖNETİCİLERİNDE ÖRGÜTSEL DEğİŞİM SINİZMİ: NİTEL BİR ARAŞTIRMA<sup>1</sup>



<https://doi.org/10.35375/sayod.600575>

Eda BOZKURT<sup>2</sup>

### ÖZET

Kamu kurumlarının küreselleşme sürecinde örgütsel değişimi etkileyen önemli bir unsur olan sinizm konusunda bilgilenmeleri; kendilerini bu süreçte nerede gördükleri konusunda fikir sahibi olmaları, bilgi edinmeleri ve buldukları konuyla ilgili araştırmalar yaparak kendilerini revize etmeleri gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı; güçlü rekabetin yaşandığı, değişimin süreklilik arz ettiği çevre koşulları içerisinde yer alan örgütlerin varlıklarını sürdürebilmeleri açısından büyük önem taşıyan örgütsel değişimi ve bu değişime yönelik tutumların toplamıyla ortaya çıkan örgütsel değişim sinizmini farklı boyutlarıyla ele alarak incelemektir. Bu kapsamda Konya ilinde bulunan iki hizmet sektörünün değişim karşısındaki tavırları yorumlanmaya çalışılmıştır. Bu amaca yönelik olarak yapılan çalışmada veriler; hastane yöneticilerine görüşme tekniği uygulanarak elde edilmiştir. Yöneticilerin değişim süreçlerine yönelik davranışları nitel yöntemlerle ortaya konmaya çalışılmıştır. Konya ilinde yer alan kamu hastanesi ve tıp fakültesi hastanesinde görev yapmakta olan yirmi adet yönetici ile yapılan görüşmeler sonucunda; her iki kurumun da değişim faaliyetleri içinde buldukları ve değişimi gerçekleştirirken çalışanlarına gerekli bilgi ve eğitim olanaklarının sağlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Kurumların adil olma ve ödüllendirme sistemleri ile ilgili kendilerini revize etmeleri gerektiği sonucunu çıkarmak da mümkündür. Ayrıca kurumlarda değişim kararlarının yönetim ağırlıklı olduğundan yola çıkılarak merkezi yönetim anlayışının hâkim olduğuna da dikkat çekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Değişim, Örgütsel Değişim, Örgütsel Değişim Sinizmi.

## ORGANIZATIONAL CHANGE IN HEALTH EXECUTIVES: A QUALITATIVE RESEARCH

### ABSTRACT

To inform public institutions about cynicism which is an important factor affecting organizational change in globalization process; they need to have an idea of where they see themselves in this process, to obtain information and to revise themselves by conducting research on their position. The aim of this study is; The aim of this study is to examine the organizational change and the change in organizational change which is very important in terms of sustaining the existence of the organizations within the environmental conditions in which the strong competition is experienced and the continuity of change. In this context, it has been tried to interpret the attitude of two service sectors in the province of Konya.

<sup>1</sup>Bu çalışma Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>2</sup>Uzm. Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, edabozkurt27@hotmail.com.  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5327-5564>

In this study, the data; It was obtained by using interview technique. It has been tried to reveal behaviors of managers about change processes by qualitative methods. As a result of the interviews conducted with twenty executives working in the public hospital and medical faculty hospital in the province of Konya; it is concluded that both institutions are engaged in change activities and that the necessary information and training opportunities are provided to their employees. It is also possible to conclude that institutions need to revise themselves regarding fairness and reward systems. In addition, it is noteworthy that central government approach is dominant in the context of change management in institutions.

**Keywords:** Change, Organizational Change, Organizational Change Cynicism.

## GİRİŞ

Örgütsel değişim son yıllarda değerlenen kavramdır. Dünyadaki ekonomik, sosyal, siyasal ve teknolojik değişimler örgütsel değişimi gerekli kılmaktadır. Bilgi teknolojileri ve iletişim alanındaki yenilikler, müşteri talepleriyle değişen toplumsal yapı gibi nedenler örgütlerin yapı, sistem ve süreçlerini yeniden düzenlemelerini kaçınılmaz kılmaktadır (Turan 2011: 51-52). Böyle bir durum, örgütleri ansızın ortaya çıkan gelişmelere uyum sağlayabilecek esnek planlar ve yönetim tarzları oluşturmaya maruz bırakmaktadır. Bu yönetim anlayışıyla hareket etmeyen örgütlerin rekabetin yoğun olduğu günümüz şartlarında tehlikeli sonuçlarla karşı karşıya kaldıkları görülmüştür (Güçlü ve Şehitoğlu 2006: 243).

Örgütsel değişim toplumların nasıl evrimleştirdiğini ve tarihsel değişim kavramının da yolunu göstermektedir. Kurumlar aynı zamanda gündelik yaşamı belli bir yapıya bağlayarak belirsizlikleri azaltır (North 2002: 9). Örgütler için avantaj ve dezavantajları içinde barındıran örgütsel değişim ile ilgili farklı uygulama boyutları bulunmaktadır. Ancak burada önemli olan değişimin önceden planlanarak ve çalışan katılımını kapsayan bir anlayışla gerçekleştirilmesidir (Öztürk 1998: 1). Bir örgütün üyelerinin katılım ve desteğiyle gerçekleşen değişimle mecburi gerçekleştirilen değişimlerin farkında olmak gerekmektedir. Yeniliğin kabulü, katılımcı olarak yapılması ve insan ilişkileri açısından aralarında önemli farklılıklar olacaktır (Özdemir 2000: 55).

Sağlık sektöründe çalışanlar uzun çalışma saatleri, hasta sayısının çokluğu, ücret dağılımlarının adil olmaması gibi durumlarla karşılaşmaları sonucunda örgütlerine karşı negatif tutumlar sergileyebilmektedir. Bu durum hastaya verilen hizmet kalitesinin düşmesine, çalışma veriminin azalmasına, çalışanların performans ve motivasyonlarının azalmasına buna bağlı olarak işten ayrılmaya neden olabilmektedir. Sağlık sektöründe yer alanların iş verimini olumsuz açıdan etkileyecek sinizm konusu ayrı bir öneme sahiptir.

Son yıllarda örgütsel sinizm konusu başta örgütsel davranış olmak üzere pek çok bilim dalı tarafından incelenmektedir. Ancak ülkemizde sağlık sektöründe bu konu üzerine yeterli araştırmalar yapılmamıştır. Bu çalışma ile çalışanların sinizm düzeyleri ve sinizm konusunda yönetici davranışları tespit edilerek yapılmış araştırmalara katkı sağlamak hedeflenmiştir.

### 1. Değişim ve Örgütsel Değişim

Günümüzde sosyal, siyasal ve ekonomik faktörler örgütsel değişimi gerekli kılmaktadır. Örgütsel değişim son yıllarda değerlenen bir kavramdır. Bilgiye ulaşmada kolaylık, iletişim alanındaki yenilikler, değişen toplumsal yapı gibi nedenler örgütlerin sistem ve süreçlerini yeniden güncellemelerini gerekli kılmaktadır (Turan 2011: 51-52). Dolayısıyla yine çevre

eliyle doğan örgütler, bu çevrenin sürekli değişmesi karşısında, kendilerini bu değişimlere ayak uydurma yolunda bulmaktadırlar (Sağlam 1979: 6). Tüm çalışma alanları için bireysel veya örgütsel bağlamda farklı olmak sürekli bir çabayı gerektirir. Bu açıdan bakıldığında değişim bir süreklilik ifade etmektedir. Sürekli değişim kavramı da organizasyon ve kişilerle ilgili bütün konularda onları sürekli farklı hale getirme, yeni durumlar oluşturma şeklinde tanımlanabilir (Top 2008: 11-12).

Örgütlerde değişim iç ve dış çevreden gelen uyarıcı ve başlatıcılar ve zorlayıcı faktörlerin etkileriyle başlar. Uyarıcı çevrenin başında iç ve dış çevrenin sunduğu fırsatlar gelir. İşbirliği, bilgi paylaşımı ve öğrenme örgütlerin gelişmelerine büyük ölçüde katkı sağlar (Top, 2008: 36). Günümüzde, işletmelerin yapı ve işleyişlerini önemli ölçüde etkileyen gelişmeler, haberleşme ve bilgi işleme teknolojisindeki gelişmeler, ulusal ve uluslararası küreselleşme, örgütsel değişimin denetimi, insan hakları, kişilik kavramı, insanın her şeyden önemli bir varlık olarak ortaya çıkmasıyla insanların yaratıcılığından daha fazla yararlanma konusundaki gelişmeler şeklinde (Koçel 2014: 27). Yeni değişim anlayışı örgütlerin insana bakış açısın da değişirmiştir. Yönetimde insan faktörünün böylesine ön plana çıkmasında küreselleşme, yönetim ve üretim modellerindeki değişim, yabancılaşma, tatminsizlik gibi işgücündeki olumsuzluklara çözümlenmesi sonucu oluşan yeni anlayışlar etkili olmuştur (Güçlü ve şehitoğlu 2006: 246-247).

Değişimin nedenleri genel olarak iç ve dış nedenler olmak üzere ikiye ayrılır. İç nedenler işletmelerin kendi iç bünyelerindeki bazı gelişme, vaziyet, şart ve olaylarla ilişkilidir (Koçel 2005: 695). Dış nedenler açısından bir sistem içerisinde ele alınan her işletme çevreden girdi alır ve çevreye çıktı verir. Bu girdi çıktı süreci ne kadar düzenli, geliştirici, sürekli ve büyük ise işletmeler o derece başarılı olmaktadır (Top 2008: 12). Değişimle işletme yönetimi sürecini etkileyen bazı faktörlerin, sürekli hızla değişen çevre, değişen performans standartları, değişen iş ortamı ve örgüt yapısı olduğu görölmektedir. Bu faktörler birbiriyle etkileşim içinde olup, işletme yönetimi anlayışı, işleyişi açısından önemli değişimleri gündeme getirmektedir (Öztürk 1998: 9).

Örgütsel değişimin gerçekteştirilmesinde kullanılabilecek başlıca iki yöntem vardır. Bunlar geleneksel yöntem ile planlı değişim yöntemidir. Yönetimde sistem teorisinin gelişmesi değişim konusunun planlı bir şekilde gerçekteştirilmesini sağlamıştır (İraz ve şimşek 2004: 105). Planlı örgütsel değişme, tüm örgütsel değişkenlerin amaçlar yönünde daha etkin kullanılmasını amaçlamaktadır. Bu süreç örgüt tarafından sürdürölen etkinliklerin, bireylerin, grupların, örgütsel yapı ve süreçlerin değişim için hazırlanmasıdır. Planlı örgütsel değişme personelin, yöneticilerin, bölümlerin, örgüt mensuplarının örgütün geleceği üzerinde düşünmesini hedeflemektedir (Özdemir 2000: 55-56). Planlı değişim kuramsal ve uygulamalı bir özellik taşımakta olup, K. Lewin tarafından değişim görevlileri diye adlandırılan toplumsal değişim uzmanlarına başvurulmasını da önermektedir (Çelebioğlu 1988: 106). Planlı örgütsel değişimde yöneticiler işletme ortamını inceleyerek, işletmeyi etkileyebilecek trendler hakkında bilgi toplar ve çeşitli planlama araç / teknikleri arasından kurumuna rekabet pozisyonu sağlayabilecek en güçlü stratejiyi seçer (Catalanello ve Redding 1994: 21). Geleneksel değişim yönetimi, varsayımlar tamamen yönetici hakimiyeti üzerine kurulu, merkezileşmiş, ast-üst ilişkilerini gösteren, katı bir hiyerarşiyi savunan, çalışanlarını (insanı) her zaman ikici plana iten, ilke prosedür, yöntem ve standartlara ve bunların işlemesine öncelik veren bir

yönetim anlayışını ifade etmektedir (Barutçu 2000: 80). Geleneksel yaklaşım, genellikle teoriktir. Planlı değişme, hem teorik hem de pratik niteliğe sahiptir (Töremen 2002: 188).

Bir işletmede değişim yoluna gidildiğinde çalışma süreciyle alakalı görevler ve beceriler de değişecektir. Genellikle yeni bir organizasyon yapısıyla sonuçlanan bu değişimlerin ölçeği büyüdükçe eski değer sistemleri artık yetersiz kalacak veya işlemeyecektir (Beckhard vd 1997: 13). Örgütlerde çalışanların değişimlere yönelik algıları, değişime gösterecekleri tepkiyi etkilemekte, dolayısıyla örgütsel değişimin başarısında belirleyici rol oynamaktadır. Değişim algısı üzerindeyse, demografik özellikler, değişim deneyimleri gibi birçok faktör etkili olmaktadır. Ancak kullanılan değişim yönetimi modeli, çalışanların kurum değişimindeki bakışını etkileyen önemli faktördür (Kerman ve Öztop 2014: 92). Örgütlerde değişime karşı direnme çok çeşitli şekillerde olduğundan yöneticilerin en şaşırtıcı sorunlarından biridir. Açık/belirgin direnme iş bırakma, üretimi azaltma, kötü mal üretme biçiminde olabilir. Gizli/pasif direnme ise işe gecikmeyi artırma, işe gelmeme, iş değiştirme isteği, istifa şeklinde ortaya çıkabilir (Özdemir 2000: 61). Değişime aktif olarak direnenler genellikle değişim sebebiyle özel çıkar kaybına uğrayacak olan kesimlerdir veya değişim öncesi sahip olduğu avantaj ve ayrıcalıklardan mahrum kalmak istemeyenlerdir (Aktan 2003: 157).

Değişim yönetiminin her kademesince farklı algılanmaktadır. Üst düzey yöneticiler değişimi sorunları aşmada ve kariyerlerini geliştirmede bir fırsat olarak görürken orta kademe yöneticiler değişimi pek olumlu karşılamamaktadır (Karabal 2018: 9). Yöneticinin kıdemi ne kadar yüksek olursa, değişim programına yönelik riskler de o kadar yüksek olacaktır. Değişimden memnuniyetsiz olan yöneticilerse, o zaman değişimi baltalama potansiyeli daha büyüktür. (Hussey 1998: 65). Değişime direnmeyi yönetmede, direnmenin üstesinden gelebilmek için örgüt yöneticilerinin kullanabilecekleri birçok yöntem vardır. Bunlar haberleşme ve bilgi verme, eğitim, katılım sağlama ve fikir alma, ikna etme, anlayış gösterme, anlaşma ve uyuşma, açık ve kararlı baskı olarak sıralayabiliriz (Barutçu 2017: 141). Örgütte kurulacak iyi bir ekip ortamı ve katılımcılık anlayışı üretkenliği, verimi ve müşteri memnuniyetini artırırken; zamandan ve maliyetten tasarrufu sağlayacaktır (Duck 1998: 72).

## 2. Sinizm ve Örgütsel Sinizm

Sinizm son zamanlarda ilgi görmeye başlayan bir kavramdır. Konuyla ilgili çalışmalar çok yenidir ve sinizm akademik araştırmacılar tarafından çeşitli şekillerde çalışılmıştır. Sinizm araştırmaları belirli meslekler, örgütler, liderlerle ilişkili sinizme kadar uzanmaktadır (Wanous 2000: 132).

Kişilerin örgütleriyle ilgili öfke, kızgınlık, hayal kırıklığı, ümitsizlik gibi negatif duygulara sahip olması şeklinde çok basitçe ifade edilebilen sinizm, gerek çalışanlar gerekse örgütler açısından birçok sorunu da beraberinde getirmektedir (Özler vd 2010: 48).

Örgütsel sinizm, eylemlerin ve insan güdülerinin samimiyetiyle ilgili inançsızlığa eğilimden kaynaklanmaktadır. Sinikler adalet, dürüstlük eksikliği nedeniyle, örgütlerinin kendilerine ihanet ettiklerine inanmaktadırlar (Özler vd 2010: 49). Ücret sistemlerinin büyük çoğunluğu çalışanlara kıyasla yönetici kadrosunu daha fazla ödüllendirmektedir. Bu da yönetici kadrosuyla çalışanları birbirinden ayırarak motivasyon düşüklüğüne sebep olmakta, çalışan performansı değil; bireysel davranışlar ödüllendirilmektedir (Rosen 1998: 164). İşletme içindeki bu tepkili ortamın talepleri, organizasyon normları ve çalışan ihtiyaçları arasında uyum sağlanarak kabul edilebilir bir boyut kazanacaktır (Erskine 1991: 435). Bir örgüt, personelinin davranışlarını, ilgili çevrenin tepkileri ile uyumlu hale getirmediği değişemez.



Örgütlerin yaşamasında, gelişmesinde, başarılı olmasında, başarısızlığa uğramasında personel davranışlarının önemi hayli büyüktür (Özdemir 2000: 57).

Sinik tutumların önlenmesi için yönetim kademesi özellikle çalışanlar arasında haksızlıkların yapılmaması, stresin azaltılması, fazla iş yükünün olmaması, sosyal desteğin sağlanması, iletişim engellerinin ortadan kaldırılması gibi örgütsel bağlılığı artırıcı sinik tutumları azaltıcı unsurlar mutlaka yönetim kademesi tarafından yerine getirilmelidir (Altınöz vd 2011: 312). Özellikle insan hayatını doğrudan etkileyen hizmetlerin verildiği sağlık işletmelerinde diğer işletmelere göre iletişimin önemi bir kademe daha yüksektir (Tengilimoğlu vd 2011: 339).

Örgütsel sinizmin “bilişsel”, “duyuşsal” ve “davranışsal” boyutları bulunmaktadır (Kaygın ve Kavak 2017: 809). Örgütsel sinizmin bilişsel boyutunda kişiden kişiye değişiklik gösteren inançlardan ve bu inançların örgütsel sinizmin temellerini oluşturmasından bahsedilmektedir. İnanç boyutunu diğer boyutlardan ayıran en önemli nokta, bir tepki niteliği taşımasıdır. Bu boyut daha çok düşünceler kapsamında kalmaktadır (Ağırdan 2016: 19). Örgütün ilgili kurallardan yoksun olduğunun düşünülmesi, tutarsızlık, yalan ve hile bu boyuta örnek gösterilebilir (Altınkurt ve Yılmaz 2016: 125). Kızgınlık, saygısızlık, endişe, utanç duyma ve sinirlenme gibi tepkiler duyuşsal boyuta örnek olarak verilebilir (Altınkurt ve Yılmaz 2016: 125). Örgütsel sinizmin bilişsel boyutunun daha çok kişiden kişiye değişiklik gösteren inançlardan oluştuğundan ve bu inançların örgütsel sinizmin temellerini oluşturduğundan bahsedilebilir. İnanç boyutunu diğer boyutlardan ayıran en önemli nokta, bir tepki niteliği taşımasıdır. Bu boyut daha çok düşünceler kapsamında kalmaktadır (Ağırdan 2016: 19). Davranışsal boyuta ise şikâyet etme, dalga geçme, küçümseme, iğneleyici konuşmalar örnek gösterilebilir (Altınkurt ve Yılmaz 2016: 126). Kişilerin örgütleriyle ilgili bu tür öfke, kızgınlık, hayal kırıklığı, ümitsizlik gibi negatif duygulara sahip olması gerek çalışanlar gerekse örgütler açısından birçok sorunu da beraberinde getirmektedir (Özler vd 2010: 48).

Örgütsel sinizm kavramının tanımlanmasında farklı algılamalar olduğu gibi, sinizm türleri de farklı biçimlerde yorumlanmıştır. Yapılan araştırmalar incelendiğinde, örgütsel sinizmin beş türlerinin kişilik sinizmi, toplumsal sinizm, mesleki sinizm, iş gören sinizmi ve örgütsel değişim sinizmi olduğunu belirtmek mümkündür (Turan 2011: 95).

- **Kişilik sinizmi**, doğuştan gelen sabit bir kişilik özelliğidir ve genellikle insan davranışlarını olumsuzluğunu yansıtır. Bu özelliğe sahip kişiler insanların bencil, ve vurdum duymaz olduklarına inanırlar, buna bağlı olarak insanlara karşı derin bir güvensizlik hissederek (Ağırdan 2016: 10). Genel olarak olumsuz bir insan davranışı algısını yansıtan doğal ve istikrarlı bir özellik olan tek sinizmin biçimidir (Abraham 2000: 269).
- **Toplumsal sinizm**, kişi ile toplum arasındaki sosyal sözleşmenin ihlaliyle ortaya çıkmaktadır (Abraham 2000: 269). Toplumun karşılanamayan beklentileri sonucunda oluşmaktadır (Turan 2011: 96).
- **Mesleki sinizm**, işlerin, çalışma gruplarının ve denetlemenin özellikleri, çalışma koşulları, performans değerlendirmeleri, ödeme uygulamaları ve benzerleri, çalışanlar için odak iş uyarıcılarını oluşturur. Bunlar genellikle çalışma tutumlarının en iyi tahmin edicileri ve övgü veya eleştirilerinin en muhtemel konularıdır (Mirvis 2006: 47). Hizmet sektöründe yer alan belli mesleklerde, müşterilerle yaşanan stres yaratan etkileşimler çalışanların duygusal ve fiziksel olarak kendisini tükenmiş hissetmesine neden olmaktadır (Gün 2015: 18).
- **İşgören sinizmi**, çalışanların örgütlerindeki olumsuz çalışma şartları ile eşitsizlik ve adaletsizliğin varlığına dair inançları sebebiyle örgütlerine karşı geliştirmiş oldukları,

olumsuzluk ve güvensizlik ile özdeşleştirilebilecek bir tutumdur (Ağırdan 2016: 14). İş gören sinizminin, spesifik bir iş örgütüne yöneltilmiş biçimi olduğu söylenebilir (Sezgin vd 2016: 414). İş gören sinizminde özellikle eşit davranmama duygusu ön plana çıkmaktadır (Turan 2011: 99).

•**Örgütsel değişim sinizmi**, gelecekteki çabaların başarısı konusunda karamsarlıktan ve değişim ajanlarının beceriksiz olduğuna dair inançtan oluşan değişim çabalarına bir tepkidir (Abraham 2000: 271). Örgütsel sinizm, bireyin çalıştığı kuruma karşı başlıca üç boyutu içeren olumsuz tutumdur. Bunlar, örgütün bütünlüğünden yoksun olduğu inancı, kuruma karşı olumsuz etki, yine bu inançlarla bağlantılı olarak kuruma yönelik küçük düşürücü ve eleştirel davranış eğilimi şeklindedir (Delken 2004: 8). Örgütsel sinizmin nedenleri arasında kişilik, psikolojik sözleşme ihlali, liderlik davranışındaki eksiklikler v.b. sayılmaktadır (Özler vd 2010: 47).

## 2.1. Sağlık Kurumlarında Örgütsel Sinizm

Hizmet sektöründe bireyler arası ilişkiler gittikçe önem kazanmakta ve dolayısıyla hizmeti üreten ve tüketen kesimin doyuma ulaşabilmesi için insan ilişkileri niteliğinin geliştirilmesi gerekmektedir (Öğüt 2003: 192). Hastanelerdeki aşırı iş bölümü ve uzmanlaşma yapısal olarak karmaşaya yol açabilmektedir. Hastanede yüksek uzmanlık derecesindeki çalışanların fonksiyon esaslı bir takım oluşturmaları gerekmektedir (Ağırdan 2016: 41). Diğer sektörlerden farklı olarak sağlık kurumlarında sunulan hizmetlerin acil, ertelenemez ve stoklanamaz özellikleri sebebiyle sağlık çalışanları yoğun, stresli çalışma şartlarıyla karşı karşıya kalabilmektedir. Sektörün bu özellikleri, çalışanların hizmetlerinin nicelik/niteliğinde düşüşe neden olabilmektedir (Çelik vd 2016: 869). Sağlık kurumunda çalışanlar psikolojik/fiziksel yorgunluğa sebep olan mesailer, ücret dağılımındaki adaletsizlik algıları sonucunda örgütlerine karşı negatif tutum sergileyebilmektedirler. Çalışanların karşılaştıkları bu problemler, örgütsel sinizm yaşama ihtimallerini de artırmaktadır (Çimen ve Deniz 2017: 250). Sağlık sektöründe yer alan çalışanların buldukları ortamdan memnuniyetsizlik duymaları, hastalara ve çalışma çevrelerine olumsuz olarak yansıtacaktır. Bu nedenle sağlık sektöründe çalışanların örgütsel sinizm düzeylerinin araştırılarak sinizme neden olan faktörlerin ortadan kaldırılması için yöneticilerin çaba göstermesi gerekmektedir (Akyüz ve Yurtseven 2016: 63; Akman 2013: 2).

Hastane yöneticilerinin iş-yükünün azaltılması ve nöbet sürelerinin kısaltılması için çalışan sayısının artırılması gibi yollarla güvenli çalışma ortamlarını sağlayarak örgüt içinde destekleyici ve adil bir iklim oluşturmalı ve örgüte yönelik sinik tutumları önlemeye çalışması gerekmektedir. Yöneticiler her kademe çalışanın değer ve durumlarını düzeltmeye yönelik ödeme sistemleri geliştirmelidirler (Fayol 2005: 40). Sağlık kurumu içerisinde karşılaşılan sinik tutumlar güven ve fedakârlık ortamının oluşumunu engelleyecektir. Bu nedenle sağlık çalışanlarının işlerini sevmeleri için gereken alt yapı ve özlük haklarında iyileştirmeler yapılmalı, eğitimler destekleyici ve işbirliği oluşumuna ortam sağlayacak biçimde düzenlenmelidir (Akyüz ve Yurtseven 2016: 74).

## 3. YÖNTEM

### 3.1. Araştırmanın Amacı

Yapılan bu çalışmada bugüne kadar yurt içinde yapılmış olan araştırmaların kapsamına katkı sağlamak ve araştırmaya yeni bilgiler eklemek üzere konuyla ilgili yeni araştırmalarda tartışmaya açık biçimde hazırlanmıştır. Çalışma küreselleşme sürecinde değişimle en fazla

karşı karşıya kalan hizmet sektörü içerisindeki kamu hastanesinde görev yapan sağlık çalışanlarına yönelik uygulamalı bir araştırma olarak konunun önemini vurgulamayı hedeflemektedir. Ayrıca örgütsel değişimle ortaya çıkan sinizm tutumunun sağlık yöneticileri üzerindeki etkilerini ortaya koyabilmek de çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır. Bu anlamda değişim olgusu karşısında değişen ve gelişen yönetim anlayışı içerisinde örgütsel değişim ve sinizm kavramları analitik bir yaklaşımla ele alınmıştır.

### 3.2. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Yapılan araştırmada ana kütle, Türkiye'nin Konya ilinde faaliyet gösteren Konya Numune Hastanesinden 10 adet ve Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi Meram Tıp Fakültesi Hastanesi bünyesinde 10 adet olmak üzere; yönetici pozisyonunda çalışanlar arasından basit rastgele örnekleme yoluyla seçilen 20 adet üst, orta ve alt düzey yöneticiyi kapsamaktadır.

Hastanelerde üst kademe yönetim yürütme yetkisini kullanarak hastaneyi yöneten kesimdir. Bu yürütme yetkisinin başında hastane müdürü bulunmaktadır. Sağlık hizmetleri hastane müdürü ve fonksiyonel yöneticiler tarafından oluşan bir ekip tarafından yürütülmektedir. Orta kademe yönetimde fonksiyonel alanı oluşturan, yardımcı tıp hizmetleri, hemşirelik hizmetleri, destek hizmetler ve mali hizmetlerdir. Hizmetin fiilen yürütülmesini sağlayan ve üst kademe yönetimle ast üst ilişkisi içerisinde hareket eden kademedir. Alt kademe yöneticisi ise, şube şefliklerini veya sorumluluklarını ifade etmektedir. Örneğin hemşirelik hizmetlerindeki servis sorumlu hemşireleri alt yönetim pozisyonlarını göstermektedir.

Kamu Hastanesinde araştırma kapsamına alınan katılımcılar: Destek ve Kalite Müdür Yardımcısı, Sağlık Hizmetleri Müdür Yardımcısı, Hemşirelik Hizmetleri Müdür Yardımcısı, Sağlık Bakım Hizmetleri Müdür Yardımcısı olmak üzere dört adet üst kademe yöneticisi olup; Görüntüleme Birim Sorumlusu orta kademe yöneticisi ve alt kademe yöneticileri; Döner Sermaye Saymanlığı Birim Sorumlusu, Hasta Hakları Birim Sorumlusu, Mutemetlik Birim Sorumlusu, Bilgi İşlem Merkezi Birim Sorumlusu, Personel Şefi olmak üzere beş adet alt kademe yöneticisinden oluşmaktadır.

Tıp Fakültesi Hastanesi'nde araştırma kapsamına alınan katılımcılar: Hemşirelik Hizmetleri Müdür Yardımcısı ve iki adet Sağlık Bakım Hizmetleri Müdür Yardımcısı olmak üzere üç adet üst kademe yöneticisi, Servis Hizmetleri sorumlusu, Yoğun Bakım Sorumlusu ve Laboratuvar Sorumlusu olmak üzere üç adet orta kademe yöneticisi; Sarf Depo Sorumlusu, Biyomedikal Sorumlusu, Teknik Hizmetler Sorumlusu ve Personel Şefi olmak üzere dört adet alt kademe yöneticilerinden oluşmaktadır.

### 3.3. Veri Toplama Yöntemi

Çalışanlarla yapılan araştırma kalitatif bir nitelik taşımaktadır. Görüşmeler hastane yöneticilerinin çalıştıkları kurumdaki birimlerinde karşılıklı sohbet ortamında, yaklaşık olarak 25 – 30 dakika sürmüştür. Nitel araştırmalar kişilerin bilgi, tecrübe, algı ve duygularını kendi sosyal ortamı içerisinde anlamlı kılarak yine o ortam ile ilgili çeşitli fikirleri yansıtmaları nedeniyle çalışmamızda nitel araştırma yöntemlerinden olan yüz yüze görüşme tekniğinin kullanılması uygun görülmüştür. Çalışmayı değerlendirmemize yardımcı olacak mülakat soruları konunun amaç ve önemine uygun olabilecek bir nitelikte araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur.

#### 4. BULGULAR

Araştırmamız kapsamındaki görüşme verileri dikkate alındığında, “Kurumunuzda örgütsel değişimin size ifade ettiği çağrışımlar nelerdir? Sizce örgütsel değişimin önemi nedir?” sorusuna; Kamu Hastanesi ve Tıp Fakültesi Hastanesi’nde görüşülen katılımcıların büyük çoğunluğu çağın gereklerine ayak uydurma, yenilik, teknolojiyi takip etme, yönetmelik güncellemeleri, kendini revize etme, sıradanlığın dışına çıkmak, taleplere uygunluk, daha iyi hizmet sunumu şeklinde yorumlamışlardır.

Yine katılımcılar değişim aşamalarına ilişkin, “Kurumunuzda son 5 yıl içerisinde herhangi bir değişim gerçekleşti mi? Eğer gerçekleştiyse bu nasıl bir değişimdi, açıklar mısınız?” sorusuna yönelik iş rotasyonu, teknolojik yenilikler, makine ve teçhizat anlamında yapılan değişimler, yönetim kademesinde yapılan düzenleme ve yenilikler, fiziki anlamda hastane binasının yenilenmesi gibi temel değişim faktörlerini de içinde barındıran değişim aşamalarından söz etmişlerdir. Bu değişimler örgütü daha verimli hale getirerek başarılı kılmaya ve örgüt ikliminde değişiklikler yaparak iyileştirmelerle daha iyi bir örgüt kültürü ortamı sağlamaya yönelik çabaları kapsamaktadır (Öztürk 1998: 123).

Örgüt değişiminde yöneticilerin rol düzeylerini ortaya koyabilmek amacıyla sorulan “Kurumunuzda değişim girişimi yönetim tarafından mı yoksa kurumun tüm birimlerince mi belirlenmektedir?” sorumuza yönelik elde edilen verilere göre, %55-%60’lık kesim değişime büyük çoğunlukla yönetim tarafından karar verildiği üzerinde durmuştur. Bu sonuç alınan cevapların çoğunluğu ile doğrulanmaktadır. Buna göre yöneticilerin değişim kararı alma aşamasında kilit nokta olduğunu söylemek mümkündür.

Katılımcılara farklı bir soruda “Değişim başlamadan önce çalışanlara hedefler ve sürece yönelik bilgiler verilmekte midir? Eğer veriliyorsa bu bilgilendirme hangi yollarla yapılmaktadır?”, sorusu sorularak yönetici ve çalışanlar arasındaki iletişim seviyesi ortaya konmaya çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre yöneticilerin iş görenlerine değişim hakkında bire bir bilgi verdiği söylenebilir. Ayrıca yapılan toplantılar ve düzenlenen konferanslarla kısa zamanda çok sayıda katılımcıya ulaşmayı hedeflemişlerdir. İletişim, katılımın tercih edilmediği, doğrudan ve zorlayıcı yaklaşımların uygulandığı değişim halleri de dâhil olmak üzere, tüm değişim çabalarında hayati önem taşımaktadır. Değişimin çapı; etkilenecek insanların niceliği ne kadar büyükse, değişimi desteklemek için o kadar geniş çaplı iletişim kanalları geliştirilmelidir (Çimen 1998: 70).

Bir diğer sorumuzda yapılan değişimlerden sonra kazanılan hak ve menfaatlerin adil olarak dağıtılıp dağıtılmadığı bilgisine ulaşmak amacıyla “Örgütsel değişimle birlikte kazanılacak haklar/menfaatlerin liyakate dayalı olarak adil bir şekilde dağıtıldığını düşünüyor musunuz? Eğer düşünmüyorsanız sebebini belirtir misiniz?” sorusu aktarılmış, Kamu hastanesindeki katılımcılardan alınan cevapların aksine Tıp Fakültesi Hastanesi için yapılan değişimlerin yeteri kadar adil bir düzeyde olmayışının kurum içerisinde bir kaosa ve dolayısıyla çalışan sinizmine yol açabileceğini de belirtmek mümkündür. Çalışan sinizmi çalışanların örgütlerindeki olumsuz iş şartları, eşitsizlik ve adaletsizliğin varlığına dair inançları sebebiyle örgütlerine karşı geliştirmiş oldukları güvensizlik tutumudur (Ağırdan 2016: 14). Çalışanların birbirine güven duyması için, öncelikle işletme yöneticilerine güven duyması gerekmektedir. Başka bir açıdan bakıldığında ise, çalışanların yönetime güvenmesi için, yönetimin de çalışanlarına aynı güveni duyması zorunludur (Özler vd 2010: 52).

Örgütsel değişimlerde ortaya çıkan sorunlardan birisi de direnişle karşılaşılmasıdır. Bu durumu değerlendirmek amacıyla, “Kurumunuzdaki değişimlere karşı direnç gösterildiği durumlar oldu mu? Sizce bunun sebepleri nelerdir?”, sorusuna genel olarak her iki hastane katılımcılarının da verdiği yanıtlar benzer nitelikte olup yapılan değişimin mantıksız bulunması, fazla iş yükü getirisi ile karşılaşılması, mevcut düzenin bozulması, rutinin dışına çıkılması, değişimin algılanmasındaki yanlışlıklar, adaptasyon sorunlarının yaşanması gibi nedenlerden dolayı tepki ile karşılaşıldığını belirtmişlerdir. Değişime direniş gösterenleri değişime katmak ve çalışanlarla yapılacak bire bir görüşmeler de direnişle başa çıkmada etkili olabilir (Çimen 1998: 66-69). Sağlık çalışanlarının stres yaşamalarına neden olan etmenler göz önüne alınarak özellikle iş yükünün azaltılması, nöbet sürelerinin kısaltılması için çalışan sayısının artırılması gerekmektedir. Diğer yandan emek yoğun işleyen sağlık sektöründe çalışanların, emeklerinin karşılığını almaları da örgüte yönelik sinik tutumlarının azalmasını sağlayabilir (Bacaksız 2018: 58).

Katılımcılara “Kurumunuzda değişime gösterilen dirençle başa çıkma yolları sizce neler olabilir?” şeklinde yöneltilen soruda ise çalışan taleplerinin dikkate alınarak çözüm odaklı değişimlerin yapılması, etkili bir iletişim ağı ile değişimin çalışan faydası sağlayan yönleri üzerine dikkat çekilmesi, konuyla ilgili eğitim ve seminerlerin düzenlenmesi, değişimden sonra artan iş yükünü hafifletmek amacıyla personel takviyesi yapılması gerektiğini; bu durumda direnç düzeyinin en aza indirgenebileceğini vurgulamışlardır. Değişim, rutini bozması, bilinenden uzaklaşmayı gerektirmesi, alışıldandan vazgeçmeyi öngörmesi nedeniyle rahatsız edici bir olay olarak görülmektedir (Karabal 2018: 9). Dirençle başa çıkmada; teşvikler, tek tek ilişki kurmak, telkin, değişimin kaçınılmazlığını anlatmak, katılım, bireyleri çalışmanın birer parçası haline getirmek temel mekanizmalar olarak belirtilebilir (Hammer ve Stanton 1998: 84).

Katılımcılara aktarılan “Değişime bağlı yeni teknik ve uygulamalara yönelik eğitim ortamı sağlanmış mıdır? Kurumsal değişim sürecinde eğitim ve danışmanlık hizmeti dışarıdan mı yoksa kurum içerisinden mi sağlanır?” sorusundan yola çıkarak kurumların değişim aşamasında eğitimin önemine inanma düzeyleri aydınlatılmaya çalışılmıştır. Sonuçlara göre her iki kurumda da değişimle birlikte gelen yenilikler hakkında çalışanların bilgilendirilmesinin önemsendiği ortaya konulmaktadır. Kurumlar bu eğitimleri çoğunlukla kurum içerisinden sağlarken, yeterli görülmeyen kısımlar için dışarıdan danışmanlık hizmeti ile destek almışlardır. İş başında eğitim, çalışma alanındaki eksikliklerin üstesinden gelme ve çalışanlara yeni beceriler kazandırma açısından önemlidir (Ebert ve Griffin 2000: 210).

“Kurumdaki değişim sonrası çalışanların olumlu tutumlarına yönelik yönetimce ödüllendirilme gerçekleştirilir mi?” sorusuna katılımcıların birçoğu süregelen bir ödüllendirme sisteminin bulunmadığını, bu konu üzerindeki eksikliklere yönelik çalışmalar yapılması gerektiğine dikkat çekmişlerdir. Dolayısıyla bu kurumlarda ödüllendirme mekanizması güçlendirilmelidir. Teşvik, insanların değişime dirençleriyle baş etmede kullanılacak standart tekniklerdendir. Bu durum mali teşvikleri içermekle birlikte bununla sınırlı değildir. İş güvencesi etkili bir teşvik yöntemi olduğu gibi; manevi ödüller ve yeni kariyer fırsatları da diğer teşvik yöntemlerindedir (Hammer ve Stanton 1998: 84).

“Değişime uyum süreci değişim aşamasından sonra araştırmaya ve denetime tabi tutulur mu?” sorusuna ise her iki hastanenin katılımcıları da genel manada benzer cevaplar vererek; denetimlerin düzenli olarak yapıldığını, bu denetimlerin kalite ve verimlilik odaklı olduğunu,

yapılan değişimlerin denetimi destekler nitelikte olduğunu ve bu değişimlerden sonra denetimin daha kolay gerçekleştirilebildiğini vurgulamışlardır. Niteliksel değişim süreci için daha az denetim, daha az merkezi planlama ve güç üzerinde daha az yoğunlaştırıcı bir sistem örgüt içerisinde yerleştirilmelidir. Bu yönde aynı zamanda bilgilendirme yoğunluğu ile değişimin ortaya çıkarılabileceği karmaşıklık yok edilebilir (Keçecioglu 1998: 4).

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde artan rekabet ortamı, gelişen ve değişen teknolojiler, ürün/hizmet üretiminde kalite kavramının ön planda tutulması modern yönetim anlayışını gerektirmekle beraber işletmelerin başarıyı yakalayabilmeleri ve sürdürebilmeleri için geleneksel yönetim anlayışından uzaklaşmaları kaçınılmazdır. Örgütlerde uygulanacak olan yenilik hedefleri ve aşamaları bu açıdan geleneksel değişim modeli yerine planlı değişim modeli tabanına oturtularak “insan” faktörünü temel alan katılımcı bir tarza bürünmelidir. Katılım sağlanarak yapılan değişimler çalışanların motive olma eğilimini artırdığı gibi bireylerin içinde yer aldıkları kuruma aitlik hissini de en üst düzeye taşıyacaktır.

Araştırmamız, hastane yöneticilerinin örgütsel sinizm seviyelerinin belirlenmesi amacı ile gerçekleştirilmiştir. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın ana kütlesi ve örneklemini, hastane idari çalışanları oluşturmaktadır. Değişim çalışanlara geçerli sebepler sunularak dayatıldığında yönetimin her kademesinde dirençle karşılaşmak mümkündür. Araştırma bulguları çalışanların da değişime dahil edilmesiyle yürütülen değişim çabaları daha etkili sonuçlar ortaya çıkardığını göstermektedir. Ayrıca işletme içerisinde planlanan değişim, uygulama aşamasında ve değişim uygulandıktan sonra bazı denetimlere tabi tutularak genel durum kontrol edilmelidir. Değişimin kurumda etkili ve verimli sonuçlar doğurması için çalışanlara yeni uygulamalar ve işleyişe ayak uydurabilmeleri için süre tanınmalıdır.

Sağlık çalışanlarına yönelik olarak yapılan sinizm araştırması sonucunda örgüt içinde sinizme neden olan konuların örgüt yöneticileri tarafından özenle takip edilerek ortadan kaldırılması sağlanmalıdır. Karşılıklı olarak sorunların tartışılması ve iyi bir iletişim ağının kurulması örgüt verimi ve motivasyonu açısından son derece önemlidir. Bu amaçla örgüt içinde var olan iletişim kanalları her çalışan tarafından kullanılabilir duruma getirilmeli ve çalışanlar bu yolları kullanabilme güvenini kendileri hissedebilmelidir. Sağlık alanında verilen hizmetin başarılı olması işi sevmek ve özverili çalışmaktan geçmektedir. Sağlık örgütleri içinde oluşacak olan sinik davranışlar bu güven ve özverili çalışma ortamının oluşumunu engelleyecektir. Dolayısıyla sağlık çalışanlarının işlerini sevmeleri için gereken alt yapı ve özellikle özlük haklarında iyileştirmeler yapılmalıdır.

Araştırma bulguları literatürü destekler nitelikte sonuçlar ortaya koymuştur. Dolayısıyla değişimin başarıya ulaşabilmesi ve örgütte oluşabilecek bir kaos ortamıyla ortaya çıkabilecek olan örgütsel sinizmin önlenmesi için gerekli eğitimin sağlanması, ast-üst arası iletişim kopukluğunun önlenmesi, çalışanın kurum lehine güdülenmesi ve değişimde kilit nokta olarak görülmesi, ödüllendirme sistemlerinin yeterli düzeyde sağlanması gibi yönetsel faaliyetlerle sinizm düzeyinin olabildiğince en alt seviyeye indirgenebileceği belirlenmiştir.

Eğitimin her alanda önemi oldukça büyüktür. İşletmeler de eğitim kavramı üzerinde yoğunlaşarak yapılan yeniliklerle birlikte ortaya çıkan süreci eğitimle desteklemelidirler. Başarılı bir değişim yönetimine profesyonel yöneticiler ile gidilmesi örgütte rekabet avantajı sağlayacaktır. Bu sebepten yönetimi üstlenen bireylerin alacağı sorumlulukları layıkıyla yerine

getirebilmesi için gerekli bilgi ve donanıma sahip olması şarttır. Bu ise ancak profesyonel yöneticilik eğitimini almış yöneticilerle gerçekleştirilebilir. Etkin bir değişim modeli sağlanması için bir diğer önemli nokta ise çalışanların açık ve anlaşılır bir biçimde bilgilendirilmesidir. Bu bilgilendirme seminerler, toplantı ve paneller ile yapılabilecekken, kurumun yetersiz kaldığı durumlarda dışarıdan sağlanacak bir danışman veya değişim uzmanına başvurulabilir.

Sağlık sektöründe sürdürülebilir rekabetin ve çalışan memnuniyetinin artırılabilmesi için sinik tutumların azaltılarak örgütün bütününe yayılmasının önüne geçilmesi insan sağlığını temel alan bu hizmet sektöründe oldukça önemlidir. Değişim evresinde çalışanlara yönelik ödül, işe alım, terfi gibi pekiştirme mekanizmaları; riskten kaçınma ve başarısızlık korkusunu destekleyen yönetsel davranışlarla tamamlanırsa, çalışanların değişiklik önermek ya da üstlenmek isteyecekleri bir ortam sağlanmış olacaktır (Burnes 2000: 290).

Araştırma çerçevesinde çalışmanın farklı kısıtlılıkları söz konusudur. Bu anlamda önemli kısıtlılarından birisi sadece Konya ili kapsamındaki iki adet sağlık kuruluşunda gerçekleştirilmiş olmasıdır. Araştırmanın bulgularının temel olarak Konya İlinde yer alan iki Kamu Kurumu ile sınırlandırılmış olması çalışmanın sonuçlarının bu kamu kurumlarına yönelik olduğunu göstermektedir. Çalışmanın bir diğer sınırlılığını örneklem grubu ve sayısı oluşturmaktadır. Örgütsel değişim sinizmini sağlık yöneticileri kapsamında ele alma amacı yapılan görüşmelerin sınırlılığına sebep olmuştur. Dolayısıyla kurumlarda üst, orta ve alt düzey olmak üzere her kademededen yöneticiyle görüşme sağlanmıştır. Bir diğer sınırlılık araştırma yöntemi olmak üzere nitel araştırma ortamlarında olguları genellemek oldukça güçtür ve her olgu aslında kendi ortamında ve zamanında anlam kazanır. Bu çerçevede nitel araştırma yöntemleri, bizzat pratiğin içindeki bireylere anlamlı ve gerçekçi bulgular sağlayabilmekte ve olguları anlamada önemli bir tecrübe kaynağı oluşturabilmektedir (Yıldırım 1999: 11).

## KAYNAKÇA

- Abraham R, 2000. Organizational Cynicism: Bases and Consequences, Genetic, Socialand General Psychology Monographs, Farquhar Center for Undergraduate Studies Nova South Eastern Universty, 269-292. Erişim tarihi, 03 Şubat 2019. Erişim adresi, [https://www.researchgate.net/publication/12371070\\_Organizational\\_Cynicism\\_Bases\\_and\\_Consequences](https://www.researchgate.net/publication/12371070_Organizational_Cynicism_Bases_and_Consequences)
- Akman G, 2013. Sağlık Çalışanlarının Örgütsel ve Genel Sinizm Düzeylerinin Karşılaştırılması, Yüksek Lisans Tezi, T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hastane ve Sağlık Kuruluşlarında Yönetim Bilim Dalı, İstanbul, 2-10.
- Aktan CC, 2003.Değişim Çağında Devlet, 1. Baskı, Çizgi Kitabevi, Konya, 91.
- Akyüz İ, Yurtseven N O, 2016. Sağlık Çalışanlarının Örgütsel Sinizm Düzeylerinin İncelenmesi, Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 63-74. Erişim tarihi 10 Şubat 2019. Erişim adresi, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/202103>
- Altınkurt Y, Yılmaz K, 2016. Öğretmenlerin Mizah Tarzları İle Örgütsel Sinizm Düzeyleri Arasındaki İlişki, Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 122-143. Erişim tarihi, 08 Ocak 2019. Erişim adresi, <http://dergipark.gov.tr/sakaefd/issue/30334/327408>

- Altınöz M, Çöp S, Sığındı T, 2011. Algılanan Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Sinizm İlişkisi: Ankara'daki Dört ve Beş Yıldızlı Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 291.
- Ağırdan Ö, 2016.Örgütsel Sinizm: Hastane Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, T.C. İstanbul Kültür Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 10-81.
- Bacaksız F E, Seren H A K, Tuna R, 2018. Sağlık Çalışanlarında Performans ve Örgütsel Sinizm İlişkisi: Hemşireler Üzerinde Bir Araştırma, ACU Sağlık Bilgisi Dergisi, 57-58. Erişim tarihi 06 Ocak 2019. Erişim adresi, [http://acibadem.dergisi.org/uploads/pdf/pdf\\_AUD\\_422.pdf](http://acibadem.dergisi.org/uploads/pdf/pdf_AUD_422.pdf)
- Barutçu E, 2000. Örgütsel Değişim Yönetimi ve Denizli Tekstil İşletmelerinde Bir Uygulama, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 80-141.
- Beckhard R, Goldsmith M, Hessebein F, 1997. The Organization of The Future, Drucker Foundation Future Series, New York, 13.
- Burnes B, 2000. Managing Change A Strategic Approach to Organizational Dynamics, Third edition, Biritish Library Catalog, England, 290.
- Catalanello FR, Redding C J, 1994. The Jossey-Bass Management Series, Library of Congress Cataloging -in- Publication Data, 21.
- Çelebioğlu F, 1988. Davranış Açısından Örgütsel Değişim, İşletme Fakültesi Yayını, İstanbul, 4-106.
- Çelik Y, Kandemir A, Şantaş F, Uğurluoğlu Ö, 2016. Sağlık Çalışanlarında Örgütsel Sinizm, İş Performansı ve Örgütsel Özdeşleşme Düzeyleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 867-886. Erişim tarihi, 07 Ocak 2019. Erişim adresi, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/286734>
- Çimen M, Deniz S, 2017. Sağlık Kurumları Yönetiminde Örgütsel Davranış Konuları, 1. Basım, Sonçağ Matbaacılık ve Yayıncılık Ltd. Şti., Ankara, 250.
- Delken M, 2004. Organizational Cynicism: A Study among Call Centers, University of Maastricht Faculty of Economics and Business Administration Department of Organization and Strategy, 8-22. Erişim tarihi, 11 Ocak 2019. Erişim adresi, [http://www.studiosus.nl/scripties/organizational\\_cynicism.pdf](http://www.studiosus.nl/scripties/organizational_cynicism.pdf)
- Duck D J, 1998. Managing Change: The Art of Balancing-The Harward Business Review, Harward Business School Publishing, Boston, 72.
- Ebert J R, Griffin E, 2000. Business Essentials, 3. Baskı, PrenticeHall, USA, 210.
- Erskiner R, 1991. Business Management, Prentice Hall International Ltd., Cambridge, 435.
- Fayol H, 2005. Genel ve Endüstriyel Yönetim Planlama-Örgütlenme-Kumanda-Koordinasyon-Kontrol, Adres Yayınları, Ankara, 40.
- Güçlü N, Şehitoğlu E T, 2006. Örgütsel değişim yönetimi, Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, 243-247. Erişim tarihi, 11 Kasım 2018. Erişim adresi, <http://mehmetakif.dergipark.gov.tr/makusobed/article/260847>



- Gün F, 2015. Öğretim Elemanlarının Algılarına Göre Örgütsel Sinizm İle Tükenmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 18.
- Hammer M, Stanton A S, 1998. Değişim Mühendisliği Devrimi, 2. Baskı, Yön Matbaacılık, İstanbul, 84.
- İraz R, Şimşek G, 2004. Örgütsel Değişimin Gerçekleştirilmesinde Liderliğin Rolü: Transformasyonel Liderlik İncelenmesi, Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 99-117. Erişim tarihi, 12 Şubat 2019. Erişim tarihi, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/289617>
- Karabal C, 2018. Değişime Direnç, Örgütsel Hafıza ve Vazgeçme Arasındaki İlişkiler, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü e-dergi, 7-9. Erişim tarihi, 5 Ocak 2019. Erişim adresi, [dergipark.gov.tr/download/article-file/519183](http://dergipark.gov.tr/download/article-file/519183)
- Kaygın E, Kavak O, 2017. Determination of The Level of Organizational Sinizm on Academic Staff, Global Business Research Congress (GBRC), 809. Erişim tarihi, 8 Kasım 2018. Erişim adresi, [https://www.researchgate.net/publication/319906607\\_Determination\\_of\\_the\\_level\\_of\\_organizational\\_sinizm\\_on\\_academic\\_staff](https://www.researchgate.net/publication/319906607_Determination_of_the_level_of_organizational_sinizm_on_academic_staff)
- Keçecioğlu T, 1998. Örgüt Teorisindeki Yenilikler, 1. Baskı, Beta Yayıncılık, İstanbul, 4.
- Kerman U, Öztop S, 2014. Kamu Çalışanlarının Örgütsel Değişim Yönetimine Yönelik Algısı, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 92-93. Erişim tarihi, 15 Ocak 2019. Erişim adresi, <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/215122>
- Koçel T, 2014. İşletme Yöneticiliği, 15. Baskı, Beta Yayınevi, İstanbul, 27.
- Mirvis H P, Kanter D L, 2006. Beyond Demography: A Psychographic Profile of the Workforce, Human Resource Management, 45-68. Erişim tarihi, 03 Şubat 2019. Erişim adresi, [https://www.researchgate.net/publication/229634114\\_Beyond\\_demography\\_A\\_psychographic\\_profile\\_of\\_the\\_workforce](https://www.researchgate.net/publication/229634114_Beyond_demography_A_psychographic_profile_of_the_workforce)
- North C D, 2002. Kurumlar Kurumsal Değişim ve Ekonomik Performans, 1. Baskı, Sabancı Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 9.
- Öğüt A, 2003. Bilgi Çağında Yönetim, 2. Baskı, Nobel Basımevi, Ankara, 192.
- Özdemir S, 2000. Eğitimde Örgütsel Yenileşme, 5. Baskı, Pegem Yayıncılık, Ankara, 55-62.
- Özler D E, Atalay C G, Şahin M D, Örgütlerde Sinizm Güvensizlikle mi Bulaşır?, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt 2, 48-50. Erişim tarihi, 13 Kasım 2018. Erişim adresi, <http://dergipark.gov.tr/oybd/issue/16336/171027>
- Öztürk A, 1998. Değişim Yönetim Çağdaş Yaklaşım: Örgüt Geliştirme, Tayf Ofset Baskı, Adana Nobel Kitabevi, Adana, 1-9.
- Rosen H R, 1998. Leading People, Transforming Business from The Inside out Viking, Penguin, USA, 164.
- Sağlam M, 1979. Örgütsel Değişim, Doğan Basımevi, Ankara, 6-51.

- Sezgin B O, Tolay E, Sürgevil O, 2016. Örgütsel değişim sinizmi: Çalışanların değişime karşı tutumlarının incelenmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, Cilt 21, 412-414.
- [https://www.researchgate.net/publication/294576638\\_orgutsel\\_degısım\\_sınızmı\\_calısınların\\_degısım\\_karsı\\_tutumlarının\\_incelenmesine\\_yonelik\\_nitel\\_bır\\_arastırma](https://www.researchgate.net/publication/294576638_orgutsel_degısım_sınızmı_calısınların_degısım_karsı_tutumlarının_incelenmesine_yonelik_nitel_bır_arastırma). Erişim Tarihi, 9 Kasım 2018.
- Başbakanlık, 2003. Değişim Yönetimi İçin Yönetimde Değişim, Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma:1, Ankara, 128.
- Tengilimoğlu D, Işık O, Akbolat M, 2011. Sağlık İşletmeleri Yönetimi, 3. Basım, Nobel Yayın Dağıtım, 339.
- Top S, 2008. İşletmelerde Yenilik ve Yaratıcılık Yönetimi, 1. Baskı, Beta Yayınevi, İstanbul, 13-36.
- Töremen F, 2002. Eğitim Örgütlerinde Değişimin Engel ve Nedenleri, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 187-188. Erişim tarihi, 20 Şubat 2019. Erişim adresi, <http://web.firat.edu.tr/sosyalbil/dergi/arsiv/cilt12/sayi1/185-202.pdf>
- Turan Ş, 2011. Küreselleşme Sürecinde Örgütsel Değişimi Etkileyen Bir Unsur Olarak Örgütsel Sinizm ve Karaman İli Kamu Kurumlarında Bir Çalışma. Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman, 51-99.
- Wanous J P, Reichers A E, Austin J T, 2000. Cynicism about Organizational Change, 25, Group&Organization Management, 132, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.123.2613&rep=rep1&type=pdf>. Erişim tarihi, 21 Haziran 2019.
- Yıldırım A, 1999. Nitel Araştırma Yöntemlerinin Temel Özellikleri ve Eğitim Araştırmalarındaki Yeri ve Önemi Qualitative Research Methods, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Eğitim Bilimleri Bölümü, Ankara, 7-17. Erişim tarihi, 12 Kasım 2018. Erişim adresi, <http://egitimvebilim.ted.org.tr/index.php/EB/article/view/5326/1485>

Gedik, A. (2020). Davranış Ekonomisi Ve Tüketici Davranışları Açısından Bir Uygulama. *Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi*, (1), 23-40.

*Araştırma/ Research*

*Makale Geliş Tarihi:04.05.2020*

*Makale Kabul Tarihi: 15.05.2020*

## DAVRANIş EKONOMİSİ VE TÜKETİCİ DAVRANIşLARI AÇISINDAN BİR UYGULAMA



<https://doi.org/10.35375/sayod.731799>

Alper GEDİK<sup>1</sup>

### ÖZET

Davranışsal iktisat son yıllarda giderek popülaritesini artırmaktadır. İnsan davranışlarını inceleyen bilim olan psikoloji, insanların ekonomik davranışlarını incelemeye ekonomi bilimiyle bütünleşme durumuna gelmiştir. Böylelikle insanların ekonomik davranışlarını inceleyen davranışsal iktisat ortaya çıkmıştır. Davranış bilimi ile ilişkili olarak nöro ekonomi ve nöropazarlanma kavramı da önemli hale gelmişlerdir. Nöro ekonomi insanların finansal kararlarında nörolojik tepkilerin çalışmalarını yapmaktadır. Tüketici davranışları açısından yeni bir yaklaşım olan nöropazarlanmanın pazarlama alanında işletmeler için önemi artmaktadır. Yoğun rekabet ortamında bulunan işletmeler nöropazarlanma teknikleriyle müşterileri anlamaya çalışmak istemekte ve memnun müşterilerle satışlarının artmasını istemektedirler.

Bu araştırmada ilk tüketici davranışlarını anlamaya yönelik kavramlar ve davranışlarını etkileyen faktörler incelenerek daha sonra davranış ekonomisi ve nöropazarlanma birlikte incelenmiştir. Nöropazarlanmanın nörometrik ölçüm tekniklerinden beyin görüntüleme sistemi olan EEG (Elektroensefalografi) tekniği kullanılarak sosyal sorumluluk reklamlarının tüketici de yarattığı tepkiler ölçümlenmek istenmiştir. Antalya Korkuteli Devlet Hastanesinde gerçekteştirilen deneysel çalışmada 6 kişilik gönüllü grubuyla çalışılmıştır. Kişiler EEG cihazında bağlı durumdayken toplam 3 dakikalık 3 reklam izletilmiştir ve tepkileri ölçümlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Davranış Ekonomisi, Nöropazarlanma, Nöro İktisat, Tüketici Tercihleri.

## BEHAVIOR ECONOMY AND AN APPLICATION IN CONSUMER BEHAVIOR

### ABSTRACT

Behavioral economics has been increasing its popularity in recent years. Psychology, the science that examines human behavior, has become integrated with economic science in studying people's economic behavior. Thus, behavioral economics has emerged that examines the economic behavior of people. In relation to behavioral science, the concept of neuroeconomics and neuromarketing has also become important. Neuroeconomics conducts studies of neurological responses in financial decisions of people. Neuromarketing, which is a new approach in terms of consumer behavior, is gaining importance for businesses in the field of marketing. Businesses that are in an intense competitive environment want to try to understand customers with neuromarketing techniques and want their sales to increase with satisfied customers.

In this research, the concepts of understanding first consumer behaviors and the factors affecting their behaviors were examined and then behavioral economics and neuromarketing were examined together. By using the brain imaging system EEG (Electroencephalography) technique, which is one of the neurometric measurement techniques of neuromarketing, the responses created by the social responsibility advertisements in the consumer were measured. In the experimental study conducted in Antalya Korkuteli State Hospital, a volunteer group of 6 people was studied. A total of 3 minutes of 3 commercials were watched while people were connected on the EEG device and measured the responses.

<sup>1</sup> Dr. Öğr.Üyesi, Selçuk Üniversitesi, alpergedik@selcuk.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9085-5605>

**Keywords:** Behavior Economics, Neuromarketing, Neuro Economics, Consumer Preferences.

## GİRİŞ

İnsan davranışlarının ekonomik boyutları ekonomik olaylardır. Ekonomik olayların açıklanmasında nörolojiden faydalanma ile birlikte davranışsal iktisat ortaya çıkmıştır. Psikolojinin ekonomik olayları açıklamada yetersiz kalması davranışsal iktisada zemin hazırlamıştır. Artık ekonomik olaylar psikoloji yerine davranışsal iktisat çalışmalarıyla açıklanmaya başlamıştır. Davranışsal iktisat özellikle oyun teorisi, makro iktisat ve hukuk gibi alanlarla ilişkisinden dolayı geniş bir zemine oturmuştur (Soydal vd., 2010: 218). Gelişen dünyayla birlikte rekabet de artmaktadır. Bu rekabet ortamında pazarlama önem kazanmaktadır. Tüketici davranış ve ihtiyaçları göz önüne alarak yapılan pazarlama faaliyetleri ile ilgili satış verimliliği artacaktır. Bununla birlikte tüketicinin ve zihninin anlaşılmasına yardımcı olan nöropazarlama ortaya atılmıştır. Nöropazarlama günümüzde hızla gelişen ve araştırmacıların dikkatini çeken bir alandır. Nöropazarlama tüketicinin zihnindeki istekleri ve karar sürecinin anlaşılmasına yardımcı olur. Nöropazarlamaya bilim ve pazarlamanın buluşma noktası da denilebilir. Nöropazarlama tüketicinin satın alma eğilimlerini, beynin nasıl çalıştığını ve nasıl karar verdiğini bilimsel tekniklerle ölçen ve açıklayan bir pazarlama alanıdır.

Nöropazarlamada tüketicilerin tepkilerini izlemek kullanılan teknikler biyometrik ve nörometrik ölçüm teknikleridir. Nörometrik ölçümler bilişsel ve duygusal tepkileri anlamak için beynimizin nörolojik aktivitelerinin ölçülmesidir. Biyometrik ölçümler ise bilinçaltındaki yatan tepkilerin bedendeki çeşitli değişimler getirmesiyle yüz kaslarında, kalp ritminde, göz bebekleri hareketlerinde, solunum ve terleme gibi biyometrik tepkileri oluşturmasından sonra bu tepkilerin kaydedilmesi olayına denilmektedir. Bu kullanılan araştırma teknikleri nöropazarlama araştırmalarının vazgeçilmez unsurlarındandır.

Bu çalışmanın ilk bölümünde tüketici davranışlarını anlamaya yönelik kavramlar ve davranışlarını etkileyen faktörler incelenmiştir. İkinci bölümde davranış ekonomisi ve nöropazarlama birlikte incelenmiştir. Daha sonra ise uygulama aşamasına geçilerek kurumsal markaların sosyal sorumluluk reklamlarının tüketici üzerinde etkili olup olmadığı ölçülmeye çalışılmıştır.

### 1. Tüketici ve Tüketici Davranışı

İktisadi mal ve hizmetlerin yararlarının insanların ihtiyaçlarını karşılamak üzere kullanılması tüketimdir. Tüketim, günümüzde insan ihtiyaçlarını karşılamının yanında bireysel arzu ve isteklerin etkisinde kalan bir kavram haline gelmiştir (Aydın, 2009: 56). Zaman içinde yeni boyutlar kazanan tüketim olgusu genellikle olumsuz bir anlam taşımıştır. Tüketim toplumu söyleyişinin olumsuz kullanımın en açık dışı vurumu olduğunu ileri sürmek mümkündür

Tüketim toplumunun anlamı kitlesel tüketime işaret etmektedir. Tüketim insanlığın doğuşu ile başlamıştır demek mümkündür. Tüketim olgu ve süreçlerine karşı tavır değişimleri 1970'lerden başlayarak 1980 ve 1990'larda hız kazanmıştır. Tüketim olgusunun değişimlerinden biri de satılan ya da satın alınan malın önemi, kullanım değerinden çok, bir yaşam biçimini tanımlayıcı olmasıdır. Kimlik ve yaşam biçimini simgeleyen tüketim anlayışı böyle bir yapılanmayla olanaklı hale gelmiştir (Şengül, 2001: 40-41).

Tüketim işlemini gerçekleştiren kişiler tüketicilerdir. Başka bir deyişle, ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılamak amacıyla, satın alma faaliyetlerinde bulunan kişilere tüketici denir. Tüketiciler ile ilgili olarak bireysel ihtiyaçların ve arzuların karşılanması ya da örgütsel ihtiyaçların karşılanması amacıyla olmak bakımından bir ayırım yapılabilir. Örgütler üretim yapmak veya yeniden satış yapmak gibi nedenlerle tüketim yaparken, bireyler nihai kullanım amacıyla tüketim yaparlar (Özcan, 1996: 37). Tüketim ekonomik geliri olan veya hiç geliri olmayan kişilerin de ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları bir eylemdir. Geliri olmayanlar

yalnızca yaşamsal ihtiyaçlarını karşılamak için tüketim yaparlar. Bizim ilgilenilen kısım ise gelire bağı tüketim kısmıdır. Burada geliri olanlar ihtiyaç ve arzularına göre tüketim davranışı gösterirler. Tüketiciler tüketim unsurlarına göre öğrenci, hasta, müşteri gibi isimler alabilmektedirler (Özmen ve Torlak, 2013: 45).

Tüketici davranışını etkileyen faktörler bireyin çevreyle olan etkileşim sürecinin oluşumudur. Bu temel tüketici davranışını oluşturmaktadır. Diğer bir deyişle tüketici davranışı, ihtiyaç duyulan ve arzulanan ve karşılığında bedel ödenmesi gereken unsurları elde edebilmek için tüketicinin yapmış olduğı faaliyetlerdir (Odabaşı ve Barış, 2007: 29). Tüketicilerin satın alma kararını etkileyen faktörler olarak kişisel, sosyolojik, psikolojik ve ekonomik olmak üzere dört temel faktör sayılabilir (Özmen ve Torlak, 2013: 45).

**Kişisel faktörler:** Tüketicinin ihtiyaç duyduğı ürünlerin satın alma kararını etkileyen demografik özellikler yaş, aile durumu, meslek, öğrenim düzeyi ve gelirdir. Yaş; tüketicinin yaşıyla ihtiyaç ve istek duydukları ürünler yakından ilişkilidir. Aile durumu; yeni evlenmiş kişiler daha çok ev eşyalarına harcama yaparken, çocuklu ailelerin çocuklarının eğitim harcamalarının ön plana çıkmasıyla ilgilidir (Cemalcılar, 1996: 55). Aile içerisindeki işbirliği ve çatışma durumları davranışsal açıdan tüketicilerin karar vermelerinde değışik sonuçlar oraya çıkmasına neden olabilmektedir (Başev, 2017: 114).

**Sosyolojik faktörler:** Sosyolojik faktörlerin temel unsuru kültürdür. Kültür toplumun inanç, ahlak, adalet sanat, örf, adet, gelenek gibi birçok unsurunu içinde barındırır. Kültürel etkiler süreç içerisinde değışimlere uğrayabilir (Örücü ve Tavşancı, 2001: 2). Bütün bu değerler toplumsal bütünü oluşturan ortak noktalardır. Toplumsal değerler toplumlar arası sınıfların oluşmasını sağlar. Gelir, meslek, inanç gibi hususlar sınıfları belirginleştirirken, sınıflar arası geçiş olabilmektedir. Örneğin geliri yükselen bir kişinin sınıf değıştirmesi gibi ifade edilebilir (Mucuk, 1998: 83). Toplumda bulunan her sosyal sınıfta ihtiyaç ve arzular farklılaşacağı için satın alma davranışlarında farklılıklar söz konusu olabilmektedir (Örücü ve Tavşancı, 2001:2).

**Psikolojik faktörler:** Satın alma davranışlarını etkileyen birçok psikolojik unsur da söz konusudur. İnsan psikolojisi öğrenmeye bağıdır. Doğumundan itibaren öğrenmeye başlayan insan her türlü genel ve özel ihtiyaçlarını, isteklerini, fiziksel ve içgüdüsel ihtiyaçlarını, öğrenme yoluyla belirler. İşletme tüketicilerin mallarını öğrenmesine yardımcı olarak, mallarını başarıyla pazarlayabilir. Tüketiciler genellikle malları deneyerek öğrenirler. Tüketiciler malı doğrudan öğrendikleri gibi dolaylı olarak arkadaşlarından, reklamlardan ve satış görevlilerinden de öğrenebilirler (Cemalcılar, 1996: 57).

**Ekonomik faktörler:** Bireyler gelir sınırı içerisinde faydayı her zaman üst düzeye çıkarmak istemektedirler. Tüketiciler gelirlerini bir ürüne harcamazlar. Bir ürün ne kadar çekici olursa olsun, ek birimlerinin vereceğı doyunluk zamanla azalır. Başka bir ürünün bir biriminin vereceğı doyunluk da, aynı ürünün daha fazla biriminin vereceğı doyunluktan daha çok olabilir. Marjinal fayda kuramına göre, ekonomik etken, satın alma davranışını etkileyen önemli bir faktördür. Fakat pazarlamacılar bu kuramı pek benimsemezler. Tüm tüketicilerin rasyonel davrandığını düşünmemektedirler. Bu kuram satın alma davranışını tam olarak açıklamasa da faydalı yönleri de bulunmaktadır. Tüketiciler sık satın alınmayan yüksek ücretli ürünleri satın alırken, bu ilkeye uymaktadırlar. Bu görüşten şu varsayım ortaya atılabilir: Bir ürünün fiyatı düşerse satışı artar. Fakat bu görüş genelleştirilememektedir. Söz gelişi, ürünün fiyatı düştüğünde kalitesinin de düştüğünün inancına sahip tüketiciler, ürünü satın almayabilirler (Cemalcılar, 1996: 56).

## 2.Davranış Ekonomisi ve Nöropazarlama

21. yüzyılın getirdiğı her alandaki değışim elbette ekonomiyi de etkisi altına almıştır. Ekonomideki kaçınılmaz değışim davranış boyutuyla ön plana çıkmaktadır. Yeni ekonomi anlayışıyla birlikte finansal kararlar alınırken davranışsal faktörlerin etkisi kaçınılmaz olmaktadır. Bu durum birbiri ile bağımsız gibi görünen bilim alanlarının bir birleşme alanı

oluşturmasını gerekli kılmaktadır. Finansal hareketlerin davranışsal ve nörolojik etkilere ne şekilde duyarlılık gösterdiğinin araştırılması fikrinden hareketle davranış ekonomisi ortaya çıkmıştır (Kurtoğlu, 2014: 1). Ekonomi bilimi ile psikoloji bilimi arasındaki ilişki ifade edilirken davranış ekonomisi üzerinden bir tanımlama yapmak mümkün olabilmektedir. Psikoloji bilimi insan davranışlarını incelerken, davranış ekonomisi insanların ekonomik kararlarını incelemektedir. Bu yönüyle psikoloji ve davranış ekonomisi arasında doğrudan bir ilişki olduğunu söylemek mümkündür (Rabin, 1998: 15). Davranış ekonomisi ve nörofinans araştırmaları ekonomi alanında gelinen son durumun göstergesi olması açısından da önemlidir. Ekonomi bilimi nöroekonomi ile birlikte laboratuvar çalışmalarının da içine girmiştir (Kurtoğlu, 2014: 2). Nöroiktisat bilimsel olarak literatürde ilk defa, Prof. Kevin McCabe'nin 1998 yaptığı çalışmada kullanılmıştır (ifti, 2017:2).

Pazarlama sürekli olarak geliştiğinden ve yeni tanımlar ortaya atıldığından kesin bir tanımla bulunmamaktadır. Amerikan Pazarlama Birliği (American Marketing Association) tarafından literatüre kazandırılan ilk pazarlama tanımına göre: "Pazarlama, üreticiden tüketiciye doğru, malların ve hizmetlerin akışını sağlayan işletme faaliyetleridir".1985 yılında yeniden şekillenen tanıma göre ise: "Pazarlama, kişisel ve örgütsel amaçlara ulaşmayı sağlayacak değişimi meydana çıkarabilmek için mal, hizmet ve fikirlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması, dağıtımı ve tutundurulmasına yönelik planlama ve uygulama sürecidir".

APB tarafından 1985 yılında geliştirilen pazarlama tanımını önemli yapan ilk kez açık bir biçimde pazarlama karması elemanlarından bahsedilmiş olmasıdır. 2004 yılında geliştirilen pazarlama tanımı şöyledir: "Pazarlama, örgüt ve paydaşlarına fayda sağlayacak şekilde müşteriler için değer yaratmak, iletmek ve ulaştırma ve müşteri ilişkilerini yönetmeye yönelik bir örgütsel fonksiyon ve bir dizi süreçtir". Bu tanımda yer alan paydaşlar ifadesi kişisel ve örgütsel anlamında kullanılmıştır ve pazarlama karması paradigmasından uzaklaşılmış, ilişkisel pazarlama paradigması benimsenmiştir. 2007 yılında tekrar yorumlanan pazarlama tanımı: "Pazarlama, müşteriler, alıcılar, paydaşlar ve toplumun bütünü için değer ifade eden önerilerin geliştirilmesi, iletişimi, ulaştırılması ve değişimi için bir faaliyet, bir dizi kurum ve süreçtir". şeklini almıştır (Üner, 2009: 4-17).

Nöropazarlama, sinirbilim ile tüketici davranışları arasında köprü oluşturan yeni bir alandır. 2002'de ilk ortaya çıktığında tartışmalı olan alan, reklam ve pazarlama profesyonelleri arasında hızlı bir güvenilirlik kazanmıştır. Reklam kampanyalarına her yıl 400 milyar doların üzerinde yatırım yapılmaktadır. Bununla birlikte, bu yatırımların etkinliğini test etmek ve tahmin etmek konusunda geleneksel yöntemler genellikle başarısız olmuştur. Bu başarısızlığın nedeni olarak tüketicilerin bir reklama maruz kaldıklarında kendilerini nasıl hissettiklerini açıklama istekliliğine ve yeterliliğine sahip olmamaları görülmektedir. Nöropazarlama, bilişsel veya bilinçli katılım gerektirmeden zihinleri doğrudan araştırmak için en ileri yöntemleri kullanmaktadır (Morin, 2011: 131).

Tüketici davranışları ve karar verme süreçlerini incelemek için genel olarak sinirbilimsel yöntemler kullanılır. Nöropazarlama yöntemleri satın alma işlemlerindeki süreçleri daha iyi anlamak için satın almadaki psikolojik olaylar ve duygular gibi pazarlama fenomenlerinin etkinliğinin daha kapsamlı bir değerlendirmesine imkân sağlar. Bağımsız olarak, 'nöropazarlama' şemsiyesi altında nörobilimsel yöntemler sunan birçok işletme vardır. Genellikle bu tür firmalar tarafından sunulan hizmetlerin açıklayıcı güçleri sadelikten uzak abartılı reklamlardır (Javor vd., 2013: 2). Nöropazarlama, klinik psikolojiyi nöro bilim ve pazarlamayı bütünüleştirerek, tüketicilerin markalara nasıl tepki verdiğini reklamlara, ürünlere bakmaları sırasında beyin sinyalleri üzerinden inceleyen bir alandır. Nöropazarlamanın amacı, başarılı bir pazarlama kampanyası ortaya koymak ve bu pazarlama kampanyasının başarısını ölçmektir. Nöropazarlama beyin fonksiyonları ile ilgili bilgileri kullanarak tüketici beyninin içinde neler olduğunu, tüketici davranışlarında nelerin etkili olduğunu ortaya çıkarmaya çalışmaktadır. Nöropazarlamanın sağlamış olduğu bilgilerle, beynin olumlu tepkiler verdiği reklamlar ve ürünler pazarlama faaliyetlerinde kullanılabilecektir (Başev, 2017: 63).

Nöropazarlama işletmelerin müşterilerinin tercihlerini beyin tabanlı manipüle etme çalışması olarak görülebilir. Tüketiciler ürün ve markaları izlerken beyinlerindeki değişimler dikkate alındığında, tüketici davranışlarını değerlendirme imkânı sumaktadır. Bu durum iki hususu ortaya koymaktadır. Birincisi müşterilerin veya tüketicilerin verilerini gizli tutarak korunmasıdır. İkincisi ise nöropazarlamanın uygulanmasıdır. Birinci kısımda sorun çözülebilecekken, ikinci hususla ilgili olarak, nöropazarlamanın tüketici davranışlarını etkili bir şekilde manipüle ettiği düşünülebilir. Tüketiciler bu manipülasyonu bilmemekte olup bu duruma gizli nöropazarlama denilmektedir. Akademisyenler ve işletmeler nöropazarlama çalışmalarında bu etik kurallarda dikkate almalıdırlar (Murphy vd., 2008: 299).

**Nöropazarlama;** psikoloji, sosyoloji, pazarlama ve nörolojiyi bütünleştirerek, tüketicinin ihtiyaç ve arzularını karşılamak için satın alma kararı verirken “rasyonel olmayan”, “irrasyonel olan kararlarını” araştıran bir disiplindir (Çubuk, 2012: 16). Aynı zamanda nöropazarlama, insan beyninin karmaşık yapısını anlamaya çalışarak doğru pazarlama ve iletişim stratejileri belirlenmesini sağlar<sup>2</sup>. Günümüzde teknoloji ile birlikte rekabetin gelişmesi, toplumun davranışlarının değişime uğraması, bilinçlenen tüketici, pazarlama anlayışının değişmesi tüketici tercihlerini ve satın alma davranışlarını da değiştirmiştir. Tüketicilerin seçimlerinin, satın alma kararlarında yalnızca mantıkla izah edilen davranışlar ve tercihler içermediği açıktır. Tüketicilerin satın alma davranışlarında duyguların da çok önemli bir değer taşıması söz konusudur. Nöropazarlama yöntemleri, tüketicinin değişen seçimlerini belirleyebilmek duygusal etkileri ve satın alma karar sürecini tespit edebilmek için uygulanan bir yöntem olmuştur (Yücel ve Çubuk, 2014: 133). Günümüzde uygulandığı gibi nöropazarlama, şirketler çeşitli teknolojiler sunduğundan heterojendir. Birçok şirket akademisyen ve profesyonel istihdam eder, ancak çok azı müşterilerini veya ücretlerini listeler. Psikiyatri ile özellikle ilgili olan nöropazarlama, insan davranışının daha önce belirsiz olan yönlerinde nicelik ve kesinlik arayışının bir uzantısı olarak görülebilir. Nöropazarlama son zamanlarda tıp profesyonellerinin katılımıyla ilgili tartışmalar meydana getirmiştir (Fisher vd., 2010: 230). Sonuç olarak, irade özgürlüğü, gizlilik hakları ve ticari faaliyetlerle reklamların geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması sinirbilim yöntemlerinin dâhil edilmesiyle önemli bulgular önemli ölçüde genişletilmiştir. Pazarlama ve sinirbilimin birleşimi arttıkça, Kolektif Nöropazarlama Modeli, çok daha fazla bilim adamı ve uygulayıcı tarafından kullanılmaya başlanmıştır (Wilson vd., 2008: 406).

Tüketicilerin satın alma davranışlarında nelerin etkili olduğunu anlayacağımız en sağlam kaynak beyindir. Beyni doğru etkilemeyi başaran yöntem, satışta başarıyı elde eden yöntem olacaktır. Başarıya ulaştıracak olan bu yöntemler nöropazarlamanın içindedir. Çünkü beyin dalgaları yalan söylemez, dış etmenlere kapalıdırlar ve gerçek seçimleri gösterirler. (Çubuk, 2012: 9). Nörogörüntüleme yöntemlerinin ürün pazarlamasına uygulanması ile nöropazarlama son zamanlarda popülerlik kazanmıştır. Bu eğilimin iki ana nedeni olduğu ifade edilebilmektedir. İlki nörogörüntülemenin diğer pazarlama yöntemlerinden daha ucuz ve daha hızlı olma olasılığı ve ikincisi, beyin görüntülemenin pazarlamacılara elde edilemeyen bilgiler sunması umududur. Geleneksel pazarlama yöntemleri ile Nörogörüntülemenin daha ucuz olması muhtemel olmasa da yakın gelecekte diğer araçlar, hakkında gizli bilgi sağlayabileceğine dair artan kanıtlar mevcuttur (Ariely ve Berns, 2010: 284). Nöropazarlama araştırmalarında amaç, tüketicilerin davranışlarını daha iyi anlamaktır. Herhangi bir pazarlama uyarıcısı ile karşılaşıldığında tüketicilerin, beyinlerinin hangi bölümlerinin aktif hale geldiği ve yaşanan kimyasal değişiklikler ortaya çıkarılmaktadır. Nöropazarlama ile tüketici davranışları açısından önemli olan dikkat, duygusal bağlılık, akılda tutma gibi üç önemli parametre ölçülmektedir. Nöropazarlamanın, ölçülmesi çok zor görünen parametrelerle pazarlama faaliyetlerini yönlendirdiği öne sürülmektedir. Nöropazarlama ile ilgili yapılan çalışmalarda, nörobilimde ihtiyaç duyulan cihazlardan faydalanılabilmektedir. Nöropazarlamada kullanılan her türlü yöntem fiziksel tepkileri ölçmeyi amaçlayan yöntemlerdir. Bu ölçüm tekniklerini biyometrik

<sup>2</sup> (<http://www.neuro-mar.com/noropazarlama-nedir/>, 2.01.2018).

ölçüm teknikleri ve nörometrik ölçüm teknikleri olarak 2' ye ayırmak mümkündür (Aytekin ve Kahraman, 2014: 50-51).

**Biyometrik ölçüm teknikleri:** fiziksel değişimleri ölçümleyerek, beynin elektriksel tepkilerinin değerlendirmeye tabi tutulabildiği yöntemleridir: Yüz okuma (facial coding), gözbebeklerinin hareketlerinin takibi (eye-tracking), deri iletkenliği (GSR) ve kalbin elektrik faaliyetlerinin kaydedilmesi anlamına gelen elektrokardiyografi (EKG) gibi tekniklerdir<sup>3</sup>. Göz izleme tekniğinde (Eye Tracking); göz bebeği hareketleri incelenirken özellikle gözbebeği çapının büyüme küçülmesi milisaniye hızında Kızılötesi kameralarla kaydedilir. Göz izleme tekniği kolay kullanım testlerinde, okuma araştırmalarında, tüketici karar verme süreç araştırmalarında, problem çözmede ve dil psikolojisi alanlarında kullanılmaktadır (Başev, 2017: 68). Paul Ekman'ın yöntem bilimine dayanan yüz okuma tekniği ise; yüze yansıyan duygusal ifadelerin milisaniye hızında belirlenmesidir. İstem dışı gerçekleşen yüz ifadelerinin tanımlanmasında yüksek çözünürlüklü kamera kullanılmaktadır. Bu yöntemde belirlenmiş olan uyarıcı unsur karşısında deneklerin yüz ifadeleri toplanıp diğer nörometrik ve biyometrik verilerle birlikte incelenmektedir. Galvanik Deri Tepkimesi ya da cilt iletkenliği tekniğinde ise duygusal veya fizyolojik tepkilere duyarlı olarak el veya ayağındaki derinin elektriksel iletkenliği tespit edilir. Beynin bilinçaltı düzeyde ciltteki elektriksel iletkenlik seviyesi tepki verir. Bu tepki beynin motor tepkimeleri üzerindeki uyarıcı şiddetinin tespit edilmesinde kullanılır. Ayrıca bu teknik diğer ölçüm teknikleriyle birlikte kullanılan ve o teknikleri tamamlamayı amaçlayan uygulamadır (Erdemir, 2015: 10).

**Nörometrik Ölçüm Teknikleri:** Nörometrik ölçüm teknikleri beyin ve nöro tepkileri ölçerler. En yaygın kullanılanları EEG, SST, PET, MEG ve fMRI dir. Maliyet açısından uygun olmasından dolayı sıklıkla EEG tekniği kullanılır. Beynimizdeki nöral aktivitenin ölçülmesi amacıyla bilişsel ve duygusal tepkimelerimizi anlamak üzere kullanılan ölçümlerlerdir (Erdemir, 2015: 6). Diğer bir yöntem olan fMRI (Fonksiyonel Manyetik Rezonans Görüntüleme) yönteminde kan, radyo dalgaları ile ölçülür. Radyo dalgaları oksijen seviyeleri düşük ve yüksek olan kandan farklı tepkiler toplar ve bu ikisinin arasındaki fark araştırmacıya oksijenin beyinde nerede yoğunlaştığını göstererek hangi bölgede aktivite olduğunu belirler (Başev, 2017: 54). ABD'de yapılan bir araştırma fMRI kullanımına örnektir. Stanford üniversitesi ve Kaliforniya Teknoloji Enstitüsü araştırmacılarının 20 gönüllüyü fMRI cihazına bağlayarak değişik fiyatlardaki şarapları beğeni sırasına göre dizmeleri istenmiştir. Fakat şaraplardan bir tanesi, biri pahalı diğeri de normal fiyatta olmak üzere, ayrı ayrı iki kere sunulmuştur. Sonuç; pahalı fiyattan sunulan şarap deneklerin hoşlanma algısıyla ilgili ara orbitofontal korteksinde bir aktifleşme yaratmıştır, bu da yüksek fiyatlı ürünlerin hoşlanma duygumuzu artırdığı göstermiştir (Lindstrom, 2017: 188). EEG (Elektroensefalografi) tekniği ise; düşük maliyetli, taşınabilir ve milisaniye hızındaki çözünürlük avantajı gibi nedenlerden dolayı öne çıkmaktadır. EEG yöntemi insan davranışlarının açıklanmasında kullanılır. EEG yöntemi neredeyse bütün araştırma şirketleri tarafından kullanılmaktadır denilebilir. Duygularımız, düşüncelerimiz ve tepkilerimiz beynimizde çeşitli elektrik akımları oluşturmaktadır. EEG tekniği reklam filmi, ambalaj veya ürünlerle ilgili beynimizin hangi bölümlerinde dalgalanmalar olduğunu hangi bölgenin harekete geçtiğini belirlemektedir (Başev, 2017: 78). SST (Sabit Hal Tipografisi) adıyla bilinen teknik ise; TV reklamları gibi hareketli uyarıcı dizileri zamanındaki aktiviteyi ölçmek için kullanılmaktadır. Bu yöntem, görsel uyarın gerilimleri ölçmekte ve hafif başlıkta olan 64 elektrottan gelen sinyalleri saniyede 13 kez'lik bir oranla kayıt altına almaktadır. Bu olayla birlikte beyin görsel uyarıcılara verdiği titreşimle elektriksel tepkileri ölçümleyebilmektedir (Tapıklama, 2017: 49). Ayrıca bunların dışında PET (Pozitron Emisyon Tomografi) olarak bilinen görüntülenmek istenilen organa yollanan radyoaktif işaretli molekülleri kullanarak, hedef organın yapısı ve fonksiyonu belirlemeye

<sup>3</sup>(<http://www.neurodiscover.com/noro-pazarlamanin-6-temel-teknigi/>, 4.01.2018).



çalışan bir tekniği vardır<sup>4</sup>. Son olarak ise, MEG Manyetik Beyin Grafisi tekniği ile beyinin hücreleri arasında oluşan çok küçük elektrik akımları sayesinde beyni okumak mümkündür<sup>5</sup>.

### 3. Tüketicilerin Sosyal Sorumluluk Reklamlarına Gösterdikleri Tepkiler Üzerine Bir Uygulama

Literatüre bakıldığında; rekabetin yoğun olduğu bir pazar ortamında rakiplerine üstünlük sağlamak ve daha çok tüketicinin ilgisini çekmek isteyen birçok firmanın farklı araştırma yöntemlerinden biri olan nöropazarlamaya yönelmiş oldukları görülmektedir. Nöroloji bilimiyle pazarlamayı birleştiren nöropazarlama tüketici zihnindeki tüketicinin farkında olmadığı satın alma davranışlarını açıklamaya çalışmaktadır. Tüketici zihnini anlamaya çalışarak pazarlama stratejileri oluşturmaya yardımcı olmaktadır. Nöropazarlama yöntemlerini çok fazlaca kullanan ajanslardan biri de Alametifarika reklam ajansıdır. Alametifarika ajansının Pınar Labne için yaptıkları çalışmaya göre: “Pınar Labne reklamı için hazırladığımız animatik (hangi sahnenin ne kadar süreceği ve kurgunun alacağı seyir konusunda fikir veren ön prodüksiyon aşaması) ile çekilmişini birlikte test etmişlerdir. Asıl film ile animatiği izleyen kişiler aynı yerlerde heyecan duymuşlar, aynı yerde ilgileri yükselmiş ya da düşmüştür. Yaptıkları testlere bir diğer örnek olarak da Türkcell’in “Hayat Paylaşınca Güzel” reklam filmini verilebilir: “Yaptıkları testlerde müziğin etkisiyle her sarılmada artan duygusal ilgi çok net bir şekilde ortaya çıkmıştır. Filmin kısa sürümlerini yaparken bu verileri dikkate almışlardır, en can alıcı sahneleri tutmaya özen göstermişlerdir” denilmektedir. Hyundai, arabalarının dış tasarımında tüketicilerin belirli bölgelere bakarken tepkilerini ölçmek için EEG testi uygulamıştır. Araştırmada otuz bay ve bayandan 2011 model gümüş rengi bir spor arabanın test modelini incelemeleri istenmiştir. Tüketicilerden arabanın tamponu, ön camı ve tekerleklerini de içeren belirli parçalara bakmaları istenmiştir. Kafalarına takılan elektrotlar ile bu kişiler arabaya bir saat boyunca bakarken beyin aktivitelerini kaydetmişlerdir. Araştırma sonunda beyin aktivitelerinin satın alma kararı vermelerine neden olabilecek tercihleri yani kötü tasarımlar testlerde belirlenerek Hyundai’nin ürünün lansmanından sonra tasarımdan dolayı başarısız olacak arabalar üretmesine engel olmasıdır. Frito Lay EEG testi uygulayarak 2008’de kullandıkları parlayan ve parlak renkli patates cipsi ambalajlarının insan beyninde ön singulat korteks’i tetiklediğini ve bu alanın suçluluk duygusu ile ilgili olduğunu tespit etmiştir. Mat ve bej renklerin ise ambalajın sağlıklı olduğu algısı yarattığı ve ön singulat korteks’te herhangi bir aktivite gözlemlenmediği belirlenmiştir. Bunun sonucu olarak Frito Lay parlak malzemeli ambalajları terk ederek mat ve sağlıklı malzemelerin resimlerinin bulunduğu ambalajlara yönelmiştir (Başev, 2017: 136-137). Bunların dışında Young, yaptığı çalışmada EEG’yi reklam filmi oluşturmada kullanmıştır. Sonuç olarak reklam filmlerinin yalnızca belli kısımlarda tüketicilerin marka dikkatini oluşturduğunu ifade etmişlerdir. 15 İtalyan ve 13 Çinli gönüllüyle yapılan bir başka çalışmada ise 20 dakikalık bir belgesel izletilen denekler için markanın önemli olup olmadığının kültürel farklılık açısından meydana getirdiği bir değer ayrışımının oluşup oluşmadığı incelenmiştir. Deneklere 24 tane Coca Cola ve Pepsi Cola reklamları izletilmiştir. Her bir reklam 30 saniye sürmektedir. İtalyanlarda 10. 20. 25. dakikalarda beyinsel aktivitede artı gözlemlenirken Çinliler de ise 9. 18. 28 dakikalarda aktivitede artış olduğu tespit edilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre; her iki grupta marka beğenilerinde eşitlik vardır. Bunun dışında millet olarak Çinliler tek kişi reklamlarına İtalyanlara göre daha az dikkat etmektedir. Rosssiter vd., yaptıkları çalışmalarında EEG’yi kullanarak geçmişe duyarlılık ve bilgilenme süreci ile ilgili olarak belli görsel sahnelerin sol frontal kortekste çok fazla ve hızlı hareketlenmeye sebebiyet vermesi nedeniyle daha iyi açıklama sağladığını ortaya koymuşlardır (Yücel ve Çubuk, 2014: 135). Michael L. Rothschild, Yong J. Hyun (1990) yaptıkları çalışmalarında EEG ve hafıza arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Bu alandaki reklamlarla ilgili daha önceki çalışmalar, analiz birimi tamamen ticari olduğunda tutarsız sonuçlar gösterdiği sonucuna ulaşmışlardır. Fisher, CE, Chin, L. ve Klitzman, R. (2010), yaptıkları çalışmalarında nöropazarlamanın tarihçesini gözden geçirerek

<sup>4</sup> (<http://www.drkoray.com/goruntuleme-yontemleri/pet>, 8.01.2018).

<sup>5</sup> (<http://webnaturel.com/urunbilgi/id/731/katid/38/ustkatid/4/beyni-okuyan-cihaz.html>, 8.01.2018).

bu yeni alanın ortaya koyduğu etik sorunları göstermek için nöropazarlama Web sitelerinin keşif anketini kullanmışlardır. Çalışmaya göre Nöropazarlamanın medya kapsamı, alandaki hakemli raporların azlığına kıyasla orantısız olarak yüksek görünmektedir. Şirketler, sinirbilimin tüketici davranışını tahmin etme gücü hakkında erken iddialarda bulunabilirler.

#### 4.Yöntem

Bu araştırmada deneklere reklamlar izletilirken aynı zamanda nöropazarlama araştırma yöntemlerinden EEG (Elektroensefalografi) ile ölçümler yapılmıştır. EEG, nöronları tam olarak hücre gövdesinde ürettikleri sinyallerin sinapslerden aktarımı sırasında ortaya çıkan aktivetelerin ölçümüdür (Özkara, 2017: 12). EEG cihazı ile toplanan veriler algoritmalar aracılığıyla katılımcıların tepkilerini ölçümlenmiştir. Araştırmada kullanılan EEG cihazı elektrotlarının yerleşimi 10/20 sistemine göre yerleştirilmiştir ve 21 kanallı EEG cihazı kullanılmıştır.

Elektrotlar beyne yerleştirilirken elektrot isimleri harf ve beraberinde bir rakamla ifade edilirler. AF3, F7, F3, FC5, T7, P7, O1, O2, P8, T8, FC6, F4, F8, AF4 elektrot isimlerinde bulunan elektrotun özelliği beynin hangi kısmında bulunduğunu belirtir. Rakamlar tek ise elektrot sağ tarafa, çift ise sol tarafta olduğu anlamına gelmektedir. Rakamın küçülmesi elektrotun merkeze yakın olmasını ifade etmektedir. Harflerin anlamı F: frontal (ön), C: santral (merkez), O: oksipital (arka), P: parietal (yan), T: temporal (şakak) şeklindedir (Özkara, 2017: 19).

İzletilen reklamlar Torku, Volkswagen, Coca Cola şirketlerinin sosyal sorumluluk reklamlarıdır. Volkswagen gözünü yoldan ayırma kısa filminde otomobil sürerken teknolojik aletlerin elimizden düşmemesi trafik ve can güvenliğimiz açısından son derece tehlikeli bir durumdu diyerek çekilen reklamda; bir sinema salonunda geçen reklamda ekranda film gösterimdeyken, salonda bulunan özel bir sistem yardımıyla tüm seyircilerin cep telefonlarına aynı anda mesaj yollanıyor. Mesajı okumak için telefonuna bakan kullanıcılar ekranda bir otomobilin bir anda ağaca çarptığını görüyorlar.



Torku'nun ağaçlandırma projesi için yaptığı salıncak reklamında ilk olarak ekrana bir bozkırda boşlukta asılı duran salıncak gelmekte daha çok ağaç lazım yazısından sonra salıncak bir ağaçta asılı durmaktadır, küçük bir kız çocuğu salıncığa binmektedir.



Coca Cola kırmızı kamyon reklamı ise Coca-Cola, kırmızı kamyonlarının, kullanıldığı bir reklam kampanyasıdır. Bu reklam filminde, Coca-Cola'nın Türkiye'de yapmış olduğu kurumsal sosyal sorumluluk projelerinden çeşitli örnekler kullanılmıştır.



## 5.Araştırma Bulgularını Değerlendirme

**Denek 1, yaş:59 Cinsiyet: Erkek:** DENEK 1'e ilk olarak Volkswagen gözünü yoldan ayırma kısa filmi izlettirilerek EEG sonuçları ilk iki şekilde verilmiştir. Çıktılar değerlendirildiğinde Zemin aktivitesi iyi derece gelişip düzenlenmiş 8,5-9 Hz parietookspital alfa ve seyrek frontosantral beta dalgalarından oluşmaktadır. Göz açıp kapama ile alfa dalgaları bloke olmuştur. Şeklinde açıklama yapılmıştır. Yine 2. olarak Torku'nun ağaçlandırma projesi için yaptığı salıncak reklamı izlettirilmiştir. Çıktılar değerlendirildiğinde ilk reklam değerleri ile hemen hemen aynı verilerin alındığı görülmektedir. Üçüncü ve son reklam filmi olarak Coca Cola kırmızı kamyon reklamı izlettirilmiştir. Yine çıktılar incelendiğinde ilk iki reklam filminde elde edilen sonuçlara yakın bir değerlendirme elde edilmektedir. Sonuç olarak denek 1'in tüm reklamlar için aynı tepkiyi verdiği ifade edilebilir.

**Denek 2, yaş:25 cinsiyet: erkek:** DENEK 2'ye ilk olarak Volkswagen gözünü yoldan ayırma kısa filmi izlettiler EEG sonuçları ilk iki şekilde verilmiştir. Çıktılar değerlendirildiğinde Zemin aktivitesi iyi derece gelişip düzenlenmiş 8,5-9 Hz paryetooksipital alfa ve seyrek frontosantral beta dalgalarından oluşmaktadır. Göz açıp kapama ile alfa dalgaları bloke olmuştur. Şeklinde açıklama yapılmıştır. Yine 2. olarak Torqu'nun ağaçlandırma projesi için yaptığı salıncak reklamı izlettiler. Çıktılar değerlendirildiğinde ilk reklam değerleri ile hemen hemen aynı verilerin alındığı görülmektedir. Üçüncü ve son reklam filmi olarak Coca Cola kırmızı kamyon reklamı izlettiler. Yine çıktılar incelendiğinde ilk iki reklam filminde elde edilen sonuçlara yakın bir değerlendirme elde edilmektedir. Sonuç olarak denek 2'nin tüm reklamlar için benzer tepkiler verse de Coca Cola kırmızı kamyon filmine diğerlerine göre biraz daha farklı tepkiler verdiği ifade edilebilir.

**Denek 3, Yaş:22 Cinsiyet: Erkek:** DENEK 3'e ilk olarak Volkswagen gözünü yoldan ayırma kısa filmi izlettiler EEG sonuçları ilk iki şekilde verilmiştir. Çıktılar değerlendirildiğinde Zemin aktivitesi iyi derece gelişip düzenlenmiş 8,5-9 Hz paryetooksipital alfa ve seyrek frontosantral beta dalgalarından oluşmaktadır. Göz açıp kapama ile alfa dalgaları bloke olmuştur. Şeklinde açıklama yapılmıştır. Yine 2. olarak Torqu'nun ağaçlandırma projesi için yaptığı salıncak reklamı izlettiler. Çıktılar değerlendirildiğinde ilk reklam değerleri ile hemen hemen aynı verilerin alındığı görülmektedir. Üçüncü ve son reklam filmi olarak Coca Cola kırmızı kamyon reklamı izlettiler. Yine çıktılar incelendiğinde ilk iki reklam filminde elde edilen sonuçlara yakın bir değerlendirme elde edilmektedir. Sonuç olarak denek 3'ün tüm reklamlar için benzer tepkiler verse de Volkswagen gözünü yoldan ayırma filmine diğerlerine göre biraz daha farklı tepkiler verdiği ifade edilebilir.

**Denek 4, Yaş: 52 Cinsiyet: Erkek:** DENEK 4'e ilk olarak Volkswagen gözünü yoldan ayırma kısa filmi izlettiler EEG sonuçları ilk iki şekilde verilmiştir. Çıktılar değerlendirildiğinde Zemin aktivitesi iyi derece gelişip düzenlenmiş 8,5-9 Hz paryetooksipital alfa ve seyrek frontosantral beta dalgalarından oluşmaktadır. Göz açıp kapama ile alfa dalgaları bloke olmuştur. Şeklinde açıklama yapılmıştır. Yine 2. olarak Torqu'nun ağaçlandırma projesi için yaptığı salıncak reklamı izlettiler. Çıktılar değerlendirildiğinde ilk reklam değerleri ile hemen hemen aynı verilerin alındığı görülmektedir. Üçüncü ve son reklam filmi olarak Coca Cola kırmızı kamyon reklamı izlettiler. Yine çıktılar incelendiğinde ilk iki reklam filminde elde edilen sonuçlara yakın bir değerlendirme elde edilmektedir. Sonuç olarak denek 4'ün tüm reklamlar için benzer tepkiler verse de Torqu ağaçlandırma projesi filmine diğerlerine göre biraz daha farklı tepkiler verdiği ifade edilebilir.

**Denek 5, Yaş: 33 Cinsiyet: Erkek:** DENEK 5'e ilk olarak Volkswagen gözünü yoldan ayırma kısa filmi izlettiler EEG sonuçları ilk iki şekilde verilmiştir. Çıktılar değerlendirildiğinde Zemin aktivitesi iyi derece gelişip düzenlenmiş 8,5-9 Hz paryetooksipital alfa ve seyrek frontosantral beta dalgalarından oluşmaktadır. Göz açıp kapama ile alfa dalgaları bloke olmuştur. Şeklinde açıklama yapılmıştır. Yine 2. olarak Torqu'nun ağaçlandırma projesi için yaptığı salıncak reklamı izlettiler. Çıktılar değerlendirildiğinde ilk reklam değerleri ile hemen hemen aynı verilerin alındığı görülmektedir. Üçüncü ve son reklam filmi olarak Coca Cola kırmızı kamyon reklamı izlettiler. Yine çıktılar incelendiğinde ilk iki reklam filminde elde edilen sonuçlara yakın bir değerlendirme elde edilmektedir. Sonuç olarak denek 5'in tüm reklamlar için benzer tepkiler verse de Volkswagen gözünü yoldan ayırma filmine diğerlerine göre biraz daha farklı tepkiler verdiği ifade edilebilir.

**Denek 6, Yaş: 20 Cinsiyet: Kadın:** DENEK 6'ya ilk olarak Volkswagen gözünü yoldan ayırma kısa filmi izlettiler EEG sonuçları ilk iki şekilde verilmiştir. Çıktılar değerlendirildiğinde Zemin aktivitesi iyi derece gelişip düzenlenmiş 8,5-9 Hz paryetooksipital alfa ve seyrek frontosantral beta dalgalarından oluşmaktadır. Göz açıp kapama ile alfa dalgaları bloke olmuştur. Şeklinde açıklama yapılmıştır. Yine 2. olarak Torqu'nun ağaçlandırma projesi için yaptığı salıncak reklamı izlettiler. Çıktılar değerlendirildiğinde ilk reklam değerleri ile hemen hemen aynı verilerin alındığı görülmektedir. Üçüncü ve son reklam filmi olarak Coca

Cola kırmızı kamyon reklamı izlettirilmiştir. Yine çıktılar incelendiğinde ilk iki reklam filminde elde edilen sonuçlara yakın bir değerlendirme elde edilmektedir. Sonuç olarak denek 6'nın tüm reklamlar için aynı tepkiyi verdiği ifade edilebilir.

## SONUÇ

Çalışmada temel amacımız deneklerin zihinsel davranışlarındaki değişimleri aynı reklam filmi ve çeşitlilik özelinde değerlendirebilmek nöropazarlama kavramını literatür olarak değerlendirebilmektir. Çalışmada deneklerin güvenli bir ortamda değerlendirmeye alınmaları önemsenmiştir. Çalışmada gönüllük esasına dayalı olarak rastgele erkek ve bayan tercih edilmiştir. Çalışmada zaman ve mekânsal olarak zorluklar söz konusu olabilmektedir. Çalışma EEG cihazı kullanarak yapıldığı için hastane ortamında ve sınırlı imkânlarla gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Deneklerden elde edilen EEG sonuçları incelendiğinde deneklerden bazılarının bütün reklamlarda tepkisinin çok fazla değişmediği gözlemlenirken, bazı deneklerin bazı reklamlara tepkisinin diğer reklamlara göre değiştiği gözlemlenmiştir. Bunun birçok nedeni olabilir fakat en önemli nedeni araştırmanın kısıtlarının çok olması bu nedenlerin tespitini engellediğidir. Aynı yaş ve meslek gurupları veya demografik özellikteki insan guruplarının incelenmesi ve psikolojik etkilerin ortadan kaldırılabilmesi için denek sayısının makul ölçüde artırılabilmesi gerekmektedir. Çalışma daha sonra yapılacak çalışmalara katkı sağlamayı amaçlanarak planlanmış ve deneysel çalışmalara örnek teşkil edebilmesi düşünülmüştür. Bilimsel çalışmalar yapabilmek için cihazların olduğu bir laboratuvar ve teknik personel olması denek sayısının daha geniş kitlelere ve geniş zaman dilimlerine yayılabilmesi açısından önem arz etmektedir.

## KAYNAKÇA

- Ariely, D., & Berns, G. S. (2010). Neuromarketing: the hope and hype of neuroimaging in business. *Nature reviews neuroscience*, 11(4), 284-292.
- Aydın, D. (2009). Marka konumlandırma ve sembolik tüketim ilişkisi üzerine teorik ve uygulamalı bir çalışma. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 21, 55-70
- Aytekin, P ve Kahraman, A (2014). Pazarlamada yeni bir yaklaşım: *Nöropazarlama. Journal of Management, Marketing & Logistics*, 1(1), 133-149.
- Başev, E. S. (2017). *Nörobilim ve Pazarlama Entegrasyonunda Teorik Yaklaşımlar ve Uygulama Örnekleri* (1.Baskı). İstanbul: Artikel.
- Cemalcılar, İlhan. (1996). *Pazarlama Kavramlar- Kararlar*. İstanbul: Beta.
- Çiftçi, H. (2017). İktisadın Farklı Bir Çehresi; Nöro İktisat. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 9(1), 1-15.
- Çubuk, F. (2012). *Pazarlamada Uygulamaya Yönelik Yeni Bir Yaklaşım: Nöropazarlama*, Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi, İstanbul.
- Erdemir, K. O. (2015). Nöropazarlama Araştırmalarını Anlama Kılavuzu. E-Makale, Analiz, Bir Brandmap Okuması.
- Fisher, CE, Chin, L. ve Klitzman, R. (2010). Nöropazarlamanın Tanımlanması: Uygulamalar Ve Mesleki Zorluklar. *Harvard psikiyatri incelemesi*, 18 (4), 230-237.
- Javor, A., Koller, M., Lee, N., Chamberlain, L., & Ransmayr, G. (2013). Neuromarketing And Consumer Neuroscience: Contributions To Neurology. *BMC neurology*, 13(1), 13.
- Kurtoğlu R. (2014). Davranış Ekonomisi Ve Nöro-Finans, *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Aralık, Cilt: 16 Sayı: 2 (1-25)
- Lindstrom, M. (2017). *Buy.ology*. (Çev: Ümit Şenşoy), İstanbul: Optimist.

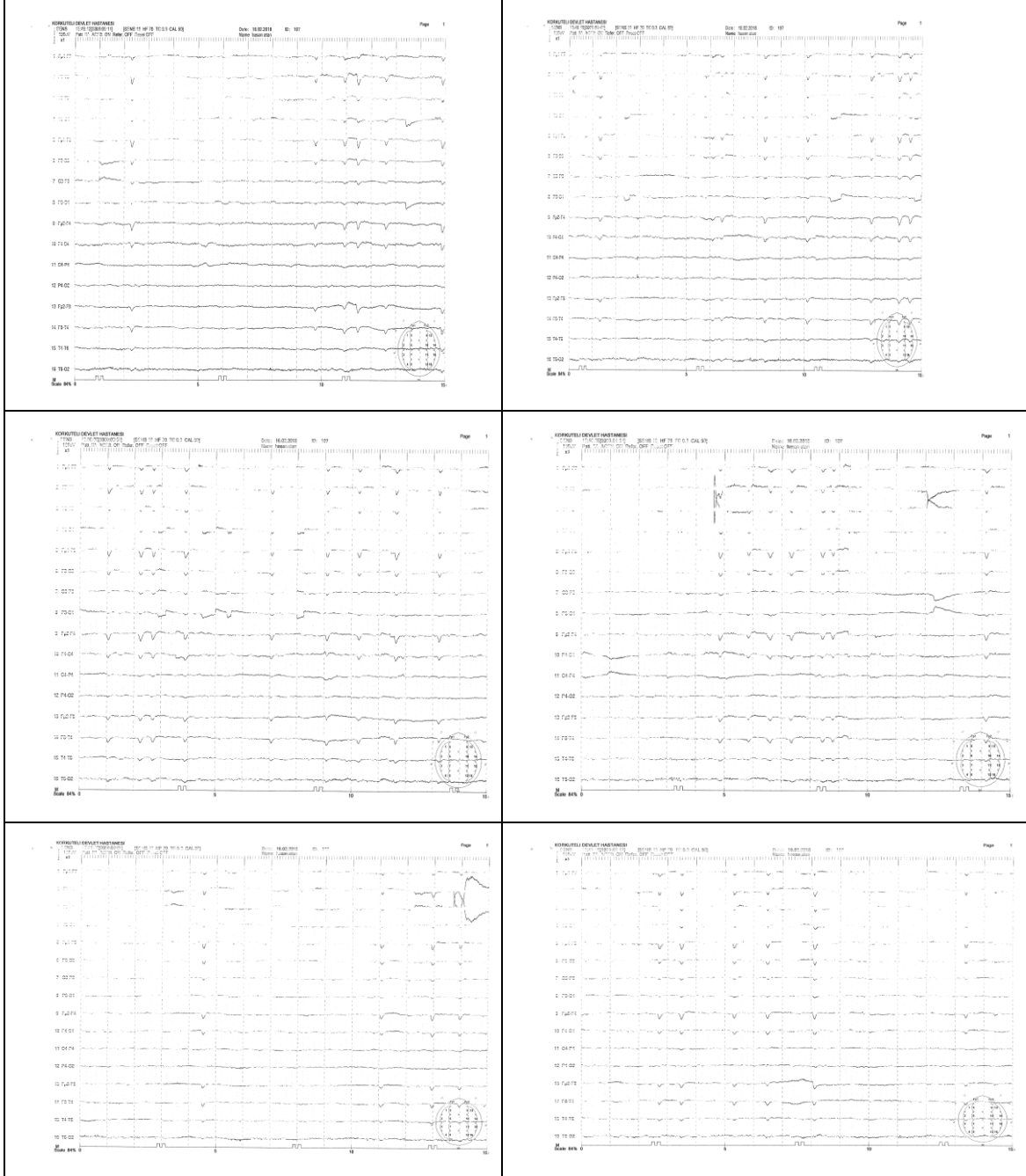
- Michael L. Rothschild, Yong J. Hyun (1990) "Predicting Memory for Components of TV Commercials from EEG" *Journal Of Consumer Research*. Vol. 16. March 1990, 472-478.
- Morin, C. (2011). Neuromarketing: the new science of consumer behavior. *Society*, 48(2), 131-135.
- Mucuk, İ. (1998). *Pazarlama İlkeleri* (9.Baskı). İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Murphy, E. R., Illes, J., & Reiner, P. B. (2008). Neuroethics of neuromarketing. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 7(4-5), 293-302.
- Odabaşı, Y ve Barış, G (2007). *Tüketici Davranışı* (7.Baskı). İstanbul: Mediacat.
- Örücü, Edip ve Tavşancı, Savaş (2001). *Gıda ürünlerinde tüketicinin satın alma eğilimini etkileyen faktörler ve ambalajlama*. Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi, (3), 1-13.
- Özcan, Murat (1996). *Kobi'lerde Pazarlama* (1.Baskı). Bursa: Ekin Kitapevi.
- Özkara, Y. L. (2017). *Nöropazarlamada Elektroensefalografi (EEG) Kullanımı*. İstanbul: Ekin.
- Özmen, Müjdat ve Torlak, Ömer (2013). *Pazarlama İlkeleri* (1.Baskı). Eskişehir Anadolu Üniversitesi.
- Rabin M., (1998). Psychology and Economics, *Journal Of Economic Literature*, Volume 36, s. 15.
- Soydal, H., Mızrak, Z., & Yorgancılar, F. N. (2010). Nöro Ekonomi Kavramı'nın İktisat Bilimi İçindeki Yeri, Önemi Ve Bilimselliği. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(19), 214-240.
- Şengül, Tarık H (2001). Tüketim Toplumu, Tüketim Kültürü Ve Tüketim Merkezleri. *Ege Mimerlik Dergisi*, 4 (40), 40-41
- Tapıklama, A. (2017). *Pazarlamada yeni bir yaklaşım: Nöropazarlama* (Master's thesis, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Üner, Mithat M (2009), Pazarlama karması paradigmasında pazarlama tanımı. *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 3, 4-16.
- Wilson, R. M., Gaines, J., & Hill, R. P. (2008). Neuromarketing and consumer free will. *Journal of consumer affairs*, 42(3), 389-410.
- Yücel, A ve Çubuk, F (2013). Nöropazarlama ve bilinçaltı reklamcılık yaklaşımlarının karşılaştırılması. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (2), 172-183.
- Yücel, A ve Çubuk, F (2014). Bir nöropazarlama araştırmasının deneysel yolculuğu ve araştırmanın ilk ipuçları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24 (2), 133-149.
- <http://www.neurodiscover.com/noro-pazarlamanin-6-temel-teknigi/>, 4.01.2018).
- <http://webnaturel.com/urunbilgi/id/731/katid/38/ustkatid/4/beyni-okuyan-cihaz.html>, Erişim Tarihi: 8.01.2018.
- <http://www.neurodiscover.com/bilimsel-ve-teknolojik-altyapi/neuro-marketing-noro-pazarlama-nedir/>, Erişim Tarihi: 4.01.2018.
- <http://www.neuro-mar.com/noropazarlama-nedir/>, Erişim Tarihi: 2.01.2018.
- <https://pazarlamaturkiye.com/pazarlama/noro-pazarlama-nedir/>, Erişim Tarihi: 4.01.2018.
- <http://www.drkoray.com/goruntuleme-yontemleri/pet>, Erişim Tarihi: 08.01.2018.
- <http://notoku.com/tuketim-ve-tuketici/#ixzz52fzVE52m> , Erişim Tarihi: 29.12.2017.



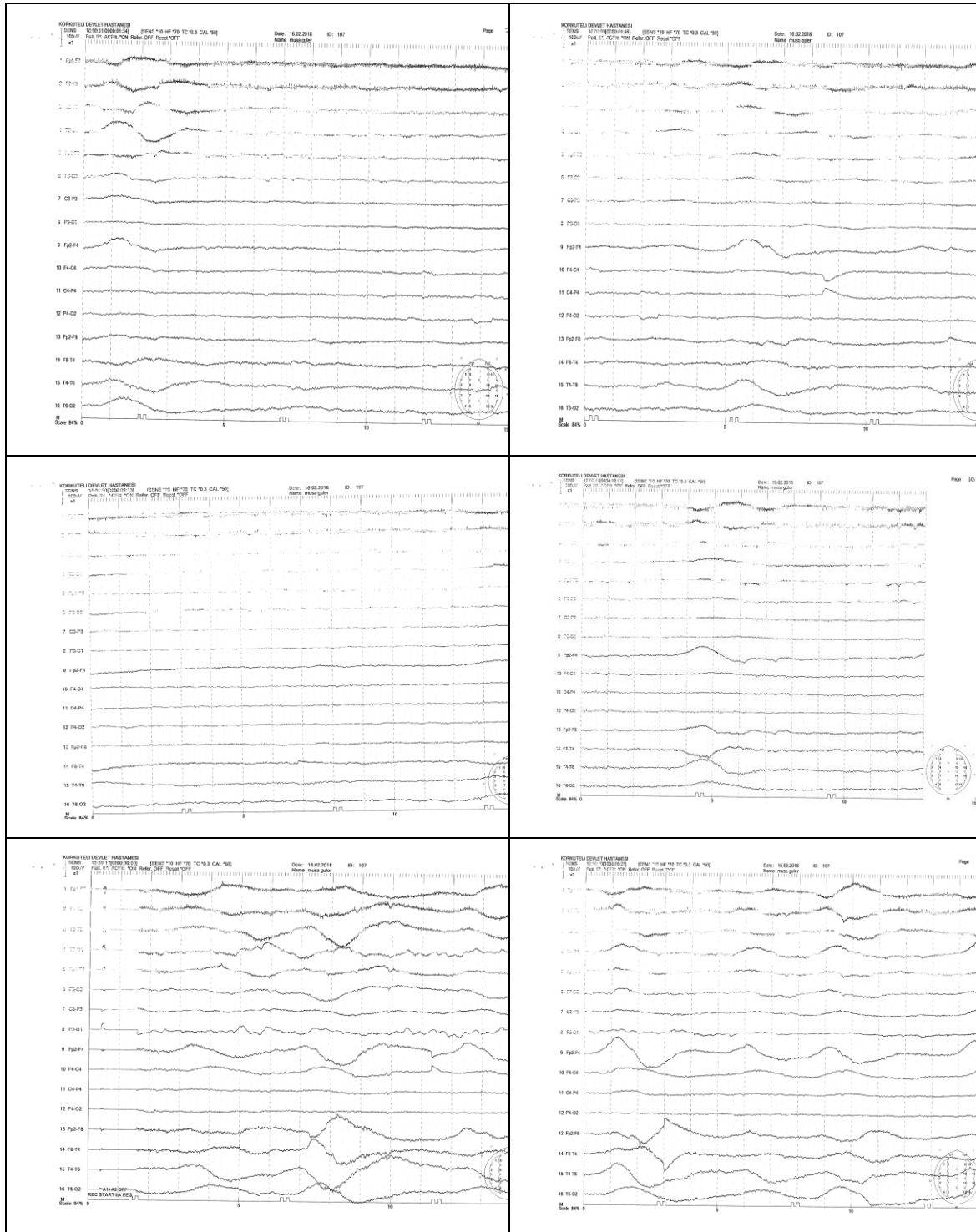
## EKLER

### EEG ÇIKTILARI

*Denek 1, yaş:59 Cinsiyet: Erkek*

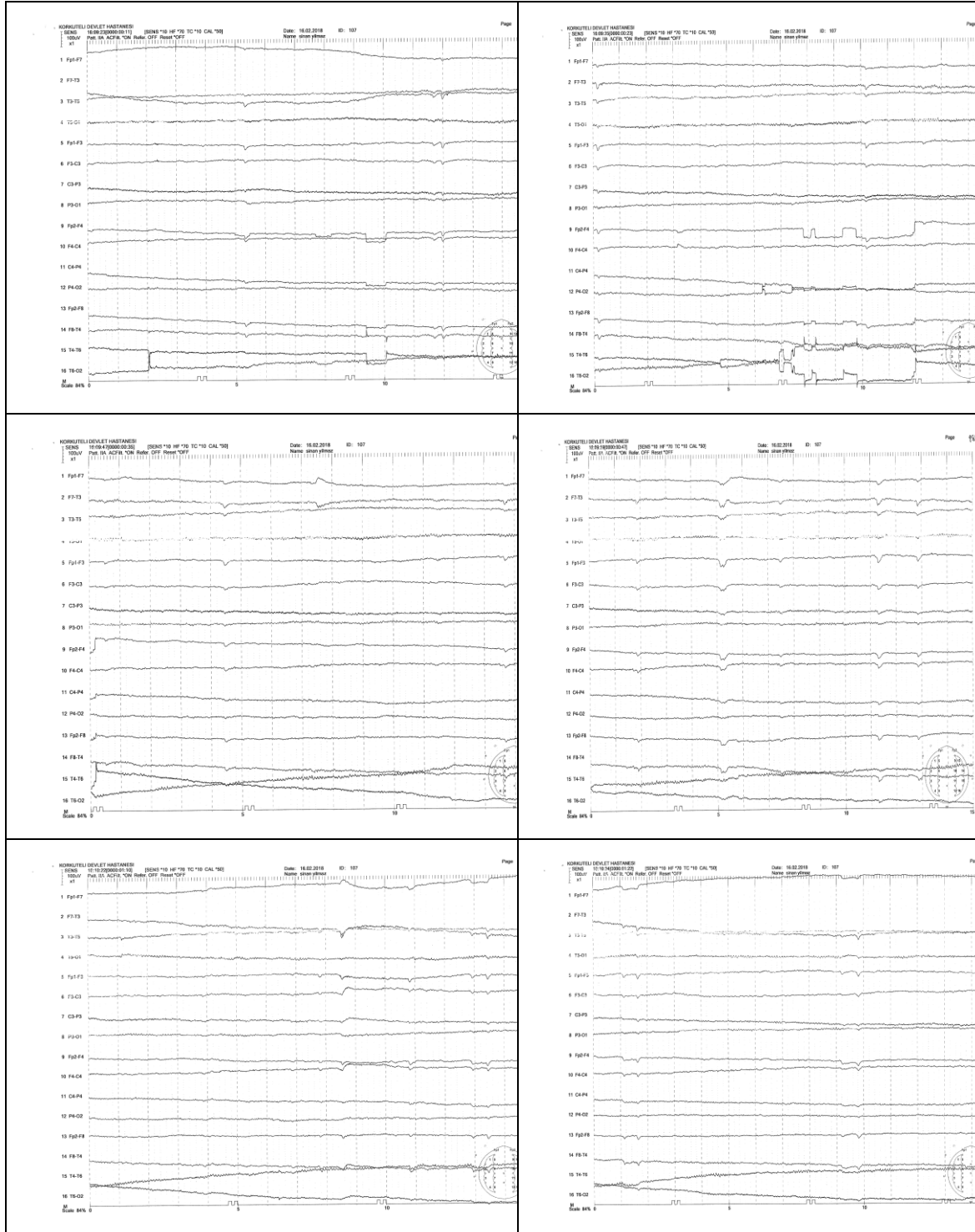


*Denek 2, yaş:25 cinsiyet: erkek*

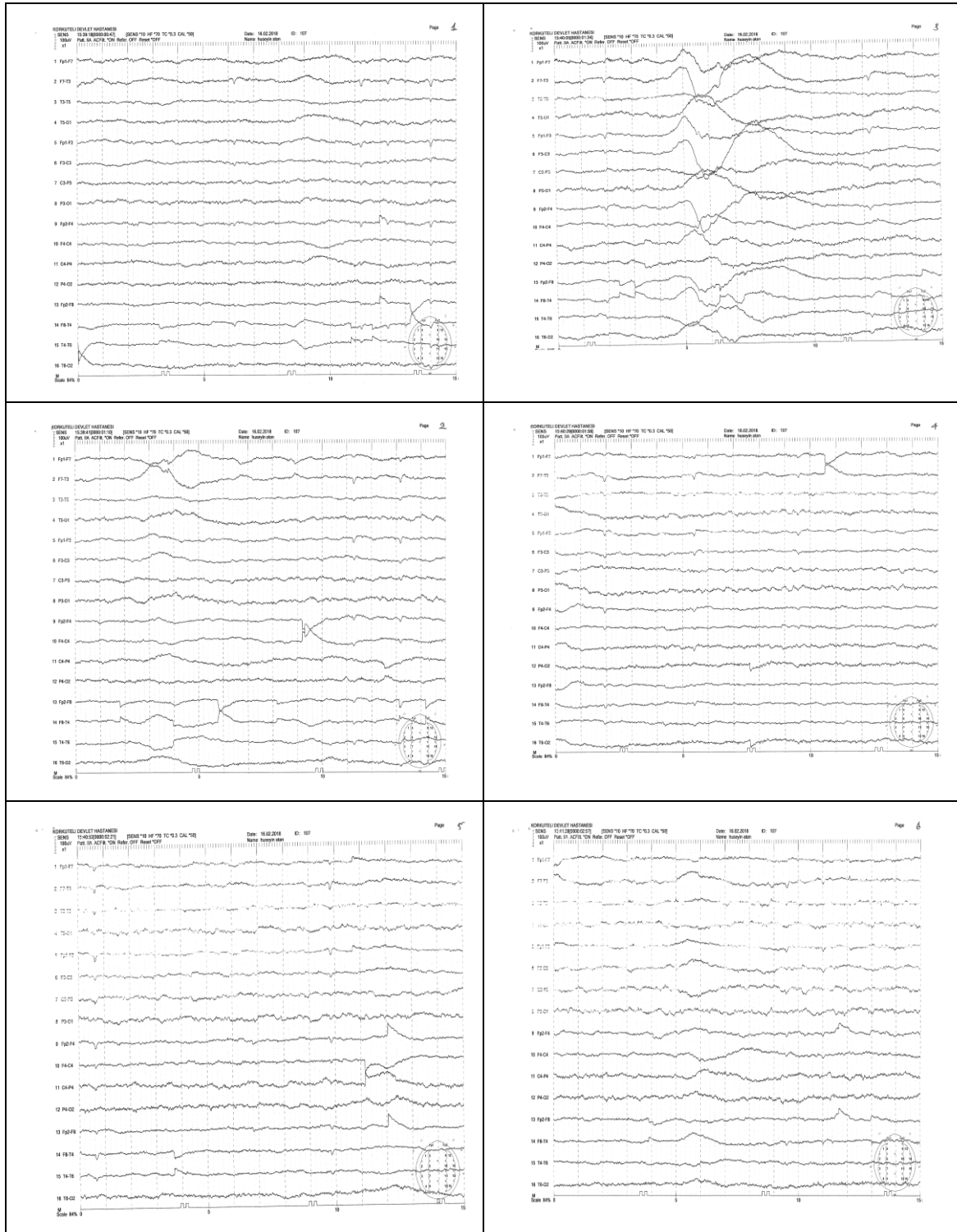




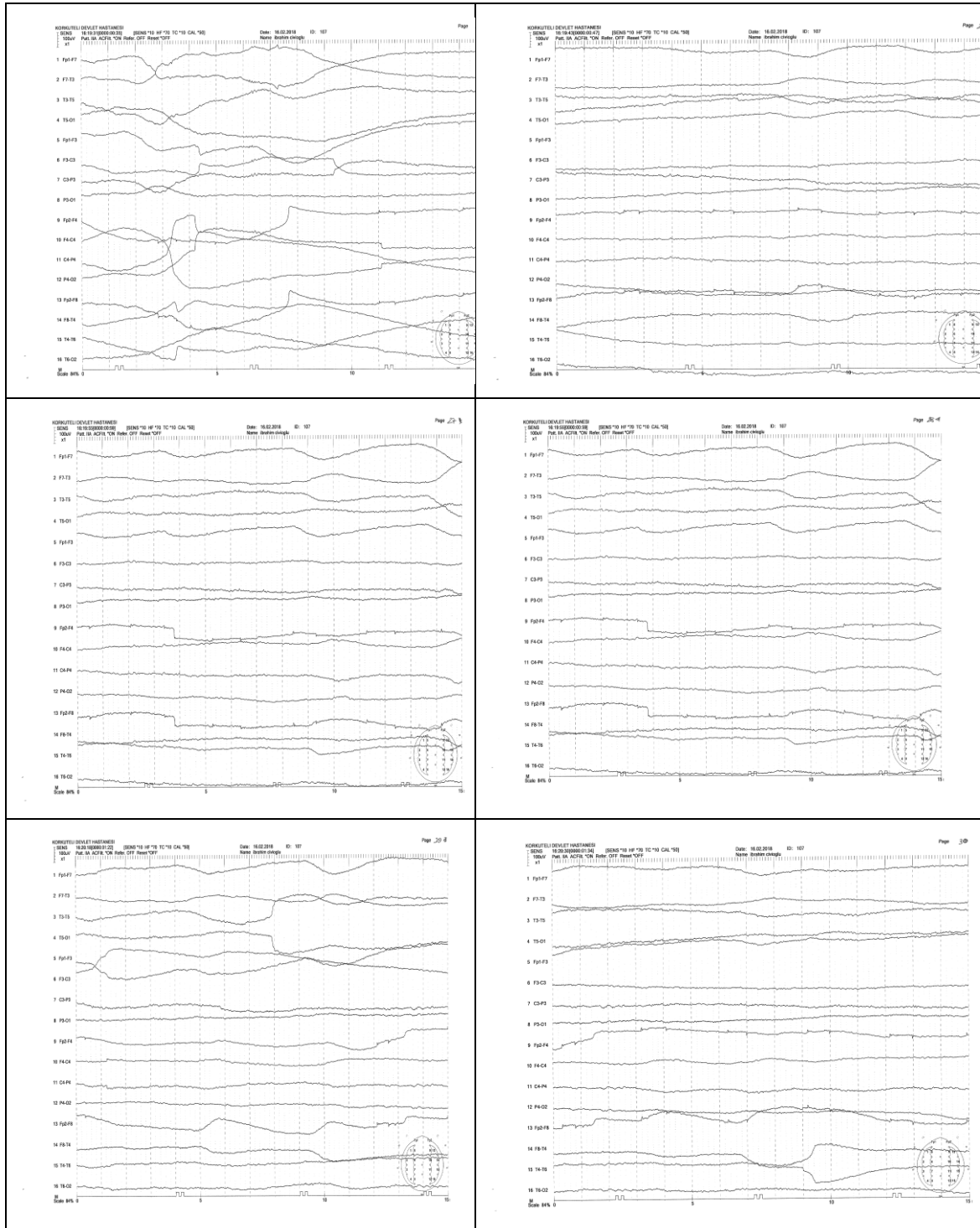
*Denek 3, Yaş:22 Cinsiyet: Erkek*



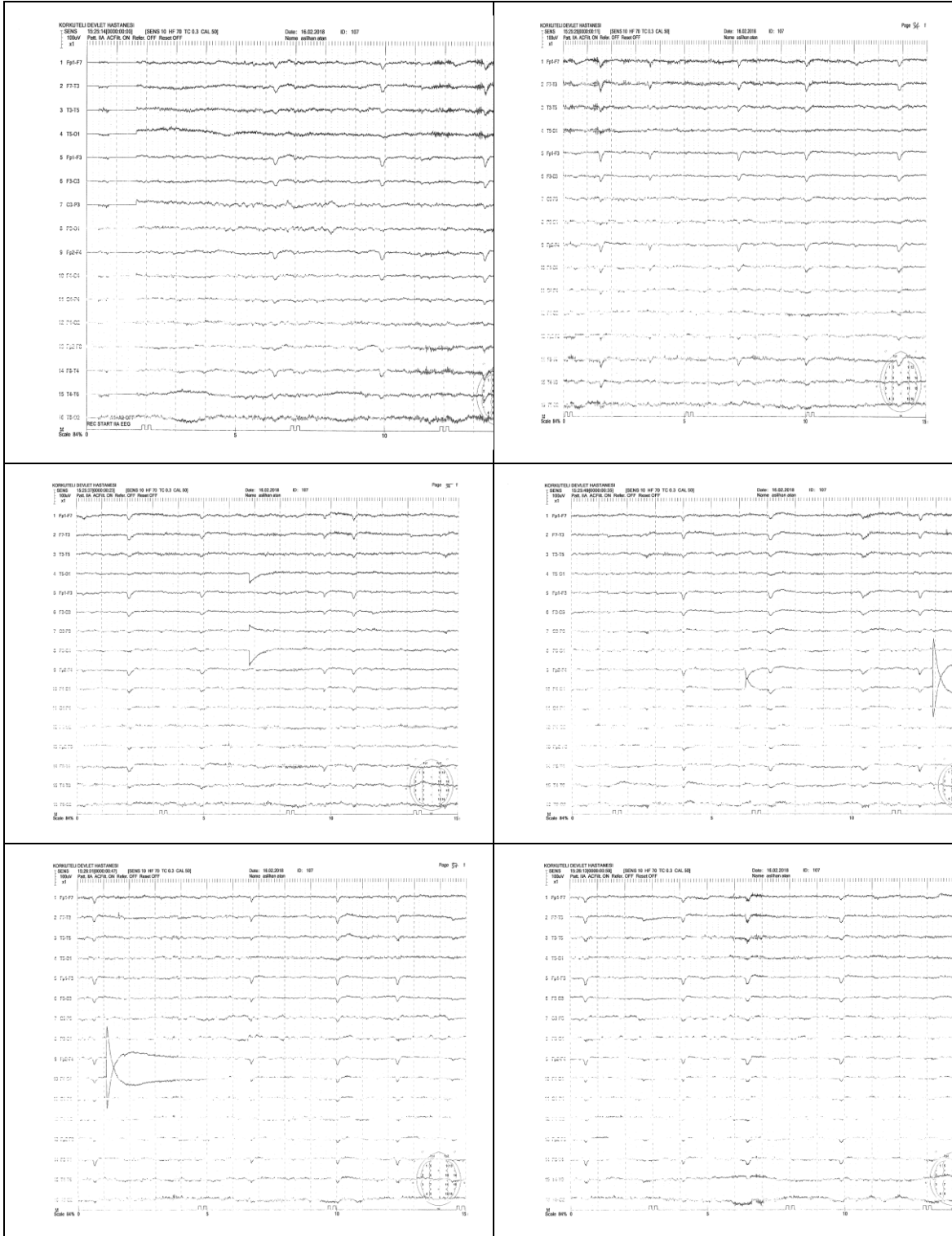
*Denek 4, Yaş: 52 Cinsiyet: Erkek*



*Denek 5, Yaş: 33 Cinsiyet: Erkek*



*Denek 6, Yaş: 20 Cinsiyet: Kadın*



Gedik, A. (2020). Çimento Sektöründe Etkinlik Analizi: İSO 500 İçerisinde Yer Alan Firmalar Üzerine Bir Uygulama. *Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi*, (1), 41-52.  
Derleme/ Review

Makale Geliş Tarihi:04.05.2020  
Makale Kabul Tarihi: 08.05.2020

## ÇİMENTO SEKTÖRÜNDE ETKİNLİK ANALİZİ: İSO 500 İÇERİSİNDE YER ALAN FİRMALAR ÜZERİNE BİR UYGULAMA



<https://doi.org/10.35375/sayod.731823>

Alper GEDİK<sup>1</sup>

### ÖZET

Rekabet olgusu günümüz işletmelerine de önemini hızla arttırmaktadır. Rekabetin artması işletmelerin birbirleriyle olan ilişkilerinde özellikle kaynak kullanımı hususunda ortaya çıkmaktadır. İşletmelerin kaynaklarını etkin ve verimli kullanmaları rakip işletmeler karşısında rekabet üstünlüğü oluşturmalarına zemin hazırlamaktadır. Rekabet olgusu her sektörde olduğu gibi çimento sektöründe de önem arz etmektedir. Çimento sektörünün diğer sektörlerle ilgisi ve özellikle inşaat sektörüne olan etkisi önemlidir. Ayrıca çimento sektörü ülke ekonomisinin kalkınmasında aktif rol oynamaktadır denilebilir. İnşaat sektöründe artan rekabet çimento sektöründeki işletmeleri da alternatif Pazar arayışına sürüklemiştir. Yapılan çalışmada İstanbul sanayi odası tarafından her yıl yayınlanan Türkiye'nin en büyük 500 işletmesi (İSO 500) raporundan yararlanılmıştır. İSO 500 de yer alan çimento sektöründe faaliyet gösteren işletmeler üzerine çalışma yapılmıştır. Çalışmada verilerine ulaşılabilen yedi işletmenin 2014-2016 yıllarını kapsayan Malmquist (TFV) endeksi kullanılarak etkinlikleri ölçülmüştür.

Çalışma sonucunda; uygulanan yöntemler sonrası çıkan sonuçlar incelendiğinde işletmeler 2014-2015 yılları arasında daha etkin olup 2015-2016 yıllarında bir düşüşe geçmiştir. Çimento sektörü bu yıllar arasında bir artışta iken ilerleyen yıllarda düşüş yaşamaktadır. Genel olarak bu işletmelerde sürekli etkin olarak görülen işletmeler Nuh ve Aslan Çimento olarak belirlenmiştir. Düşüş yaşamakta olan işletme ise genel olarak Akçansa Çimento olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Veri Zarflama Analizi, Etkinlik, Malmquist Toplam Faktör Verimliliği, Çimento Sektörü.

## ACTIVITY ANALYSIS IN CEMENT SECTOR: AN APPLICATION ON FIRMS IN THE ISO 500

### ABSTRACT

The phenomenon of competition is rapidly increasing its importance to today's businesses. The increase in competition arises especially in the use of resources in the relations of businesses with each other. The fact that businesses use their resources effectively and efficiently paves the way for them to create a competitive advantage over competitors. The phenomenon of competition is important in the cement sector as in every sector. The relationship of the cement sector with other sectors and its impact on the construction sector is important. It can also be said that the cement sector plays an active role in the development of the country's economy. Increasing competition in the construction sector has led the companies in the cement sector to search for an alternative market. Published every year study conducted by Istanbul Chamber of Industry, Turkey's largest 500 companies (ISO 500) were used in the report. Work was carried out on enterprises operating in the cement sector in ISO 500. In the study, the

<sup>1</sup> Dr. Öğr.Üyesi, Selçuk Üniversitesi, alpergedik@selcuk.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9085-5605>

effectiveness of seven enterprises whose data are available was measured using the Malmquist (TFV) index covering the years 2014-2016.

In the results of working; When the results after the applied methods are analyzed, the enterprises are more effective between 2014-2015 and they have decreased in 2015-2016. While the cement sector is in an increase between these years, it decreases in the following years. In general, the enterprises that are seen as active in these enterprises are determined as Noah and Aslan Cement. Akçansa Cement is determined to be the enterprise that is experiencing a decrease in general.

**Keywords:** Data Envelopment Analysis, Efficiency, Malmquist Total Factor Productivity, Cement Industry.

## GİRİŞ

Rekabetin hız kazandığı günümüzde; işletmeler açısından kıt kaynakların verimli kullanılabilmesi daha fazla önem kazanmıştır. Rekabet ortamında işletmelerin diğer rakipleriyle verimlilik olarak daha etkin hale gelmeleri gerekmektedir. Kaynakların etkin kullanılarak işletme verimliliğini arttırmak hem işletme yöneticileri açısından hem de akademik çalışma yapanlar açısından günümüzde önemli bir çalışma alanı haline gelmiştir. Verimlilik analizinde en sık kullanılan yöntemlerden biri de veri zarflama analizi yöntemidir. Bu yöntemde girdi ve çıktı verileri kullanılarak işletmelerin etkinlikleri ölçülebilmektedir.

Bu çalışmada, İSO 500 'de (İstanbul Sanayi Odasının her yıl açıkladığı Türkiye'nin en büyük 500 işletmesinin yer aldığı rapor) yer alan çimento işletmelerinin 2014- 2016 yıllarında göreceli etkinliğinin ölçülmektedir. Çimento İşletmelerinin etkinliğinin ölçülmesinde Veri Zarflama Analizi kullanılmıştır. Veri zarflama analizi uygulanırken Malmquist toplam faktör verimlilik endeksi kullanılarak, yedi işletme değerlendirilmeye alınmıştır. Çalışmanın ilk kısmında Çimento sektörü hakkında bilgi verilmiş ve Veri Zarflama Analizi Açıklanmıştır. Ardından bu alanda yapılmış literatür taramasına yer verilmiştir. Daha sonra çalışmada kullanılan materyal ve yöntem genel hatlarıyla izah edilmiştir. Son olarak, çalışmada yapılan analizin bulguları değerlendirilerek, sonuçlarına ve tartışmaya yer verilmiştir.

### 1.Çimento Sektörünün Genel Değerlendirmesi

Ekonomik ve finansal açıdan Çimento sektörü incelendiği zaman piyasa yapılarının genel olarak kabul edilen örnekleri olduğundan, piyasa olarak genel bir kabul gören bir sektördür. Çimento ve ürünlerine yapılan istek, dönem ve maliyet esnekliği oldukça düşüktür. Genel olarak dünyada yaygın kullanım oranına sahip olan çimento, inşaat alanında kullanımında maliyetlerinin düşük olmasından dolayı sektörde düşük bir yüzdeyi ifade eder. Bu yüzden çimentonun bedeli talep seviyesini yüksek miktarda etkilememektedir. Yüksek maliyette çimento üretiminin, malzemenin pazarda ve piyasada kargo ve taşıma maliyetleri ilave edildiği zaman, çimento işletmelerinin belirlenen standartların altında bir araya getirilip kurulması çok zor bir duruma gelmiştir. Böyle nedenlerden dolayı dönemin az sayıda çimento üreticisinden ibaret olması durumu vardır. Bu açıdan çimento sektörü değerlendirmede piyasa yapısı olarak, az sayıda üreticinin olduğu ve bu üreticilerin fiyatı belirleme yetisine sahip olabildiği ve çok sayıda tüketicinin olduğu bir yapıyı ifade eder (Topçuoğlu, 2016: 71).

Dünya üzerinde çimento üretmek maksadı ile kurulan ilk fabrika 1848 yılında İngiltere de olmuştur (Özen, 2013: 18). Türkiye’de ilk çimento üretimi 1911 senesinde Darıca bölgesinde kurulan üretim tesisi ile başlamıştır. İlk üretim seviyesi 20 bin ton/yıl kapasiteyle açılan bu tesis 1926 yılında üretim kapasitesini 55 bin ton/yıl seviyesine kadar arttırmıştır. 1950 senesinde dört yeni fabrika daha üretime katılarak kapasiteyi 515 bin ton/yıl ’a yükseltmiştir. 1962 yılında ise 11 yeni üretim tesisinin daha çalışmaya başlamasıyla kapasite 2,4 milyon ton/yıl seviyesine gelmiştir. Türkiye’nin büyümesi ile çimento sektörünün de paralel olarak gelişim gösterdiği görülmektedir. Çimento tüketimi Türkiye’de kişi başına 1930’larda 10 kg iken, 1950’lerde 25 kg rakamlarına yükselmiştir (Öztürk, 1980: 55-56). Türkiye’nin ihracata yönelik büyüme stratejisine geçtiği 1980 li yıllarda çimento sektörü açısından da değişimleri beraberinde getirmiştir. Özellikle 1985 yılında çıkarılan kararname ile devlet tarafından belirlenen çimento fiyatları, serbest bırakılarak piyasa tarafından belirlenmeye başlamıştır (Sey, 2004:199). 1994-1998 yılları arasında ise çimento sektörünün daralma yaşadığı yıllardır. Bu dönemlerde yaşanan krizler inşaat alanında daralmayı dolayısıyla çimento sektöründe daralmayı da beraberinde getirmiştir. 1999 yılı ise yaşana Marmara depremi felaketinin getirdiği baskı ile sektörü iyice zora sokmuştur. Ayrıca 2001krizi sonrası da inşaat sektöründe yaşanan küçülme çimento sektörünü de etkileyerek küçülmesine sebep olmuştur. Sektörde artışlar ancak 2005 li yıllardan sonra gerçekleşebilmiştir. 2009 yılında Türkiye yıllık 58 milyon ton üretim kapasitesine ulaşarak dünyada en çok çimento üreten 5. Büyük konumuna gelmiştir (Topçuoğlu, 2016: 75).

Türkiye de çimento üretimi Torbalı Çimento ve dökme çimento olarak yapılmaktadır. Torbalı çimento özel kâğıtlardan oluşan ve üç katlı olan bu çimento türü, torbalara konulur. Bu torbalar vasıtası ile istenilen miktarda çimento uygulama alanına taşınabilir. Belirtilen torbalar kullanılarak diğer birçok ölkelerde ve ölkemizde olmak üzere genel ağırlığı 50 kg’lıktır. Çok azda olsa 25 kg’lık paketler halinde üretimde bazı ölkelerde mevcuttur. Günümüzde kullanım alanı hızla artan dökme çimento ise; tankerler vasıtası ile direkt kullanılacak alana belirli araçlar vasıtası ile dökümü yapılan dağıtım şeklidir. Genellikle büyük şehirlerde yapılan inşaatlarda hazır beton kullanılmaktadır. Hazır beton üretimi için dökme çimento tercih edilir. Dökme çimento maliyet açısından paketleme vb. unsurlar olmadığından avantajlıdır. Ayrıca standartları sağlama açısından denetim ve uygulamada kolaylık sağlamaktadır. Torbalı çimentoya göre fiyatının ucuz olması kullanım imkanını artırmaktadır (Özen, 2013: 23).

Türkiye’nin çimento ihracatına bakacak olursak; Türkiye’nin çimento sektörü üzerinden 2016 yılını kapsayan ve ilk beş diş ölkelere yapmış olduğumuz ve deniz, demir, kara yolları ile gerçekleştirdiğimiz ihracat verileri Tablo.1 olarak gösterilmiştir.

**Tablo.1** Türkiye 2016 Yılı Diş Ölkelere Çimento İhracatı

ÖLKELER	TOPLAM	DENİZ YOLU	DEMİR YOLU	KARA YOLU
SURİYE	1.077.042		3.165	1.073.877
A.B.D	1.017.401	1.017.401		
LİBYA	829.986	829.986		
İSRAİL	600.125	600.125		
YEMEN	566.455	566.455		

Kaynak: (<http://www.tcma.org.tr/index.php> 2016)

Dış ölkelere çimento sektörü olarak, gerçekleştirdiğimiz ihracat verilerimize baktığımızda; ilk sırada Suriye gelmektedir. Bu ihracatın 3.165'lik kısmı demir yolu ile 1.073.877'lik kısmı ise kara yolu ile gerçekleştirilmiştir. Tabloya göre en verimli ihracat yapmış olduğumuz ölkeler Suriye olarak görölmektedir. Suriye dışındaki, A.B.D, Libya, İsrail, Yemen ölkeleri ile yapmış olduğumuz ihracatımız deniz yolu ile gerçekleşmiştir. İhracat sıralamamıza göre birinci olarak Suriye, ikinci A.B.D, üçüncü Libya, dördüncü İsrail ve beşinci olarak Yemen gelmektedir.

## 2.Literatür Taraması

Lorcu (2010), İSO 500 İşletme verileri içerisinden on dört firmaya ait olan otomotiv sektörü işletmelerin, toplam faktör verimliliklerini, girdi ve çıktı verileri tespit ederek Malmquist toplam faktör verimlilik analizi yapmıştır. Yapılan çalışma sonucunda 2013 ile 2017 dönemlerinde firmaların ortalama toplam faktör verimliliklerinde önemli bir etkinsizlik oluşmadığı belirtilmiştir.

Gençtürk ve Demir (2006), yılında yapmış oldukları çalışmalarında İstanbul Menkul Kıymetler Borsasında işlem gören bankalar (yerli ve yabancı) üzerine VZA yöntemini kullanmışlardır. Çalışmada 2000-2006 dönemi değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda 2000 ile 2004 seneleri arasında faaliyet gösteren yabancı bankaların bulunmadığı dönemde bankaların etkinliklerinde 2001 kriz dönemi dışında etkinlik artışı olduğu belirlenmiştir. 2005 yılı itibari ile yabancı bankalar yerli bankalardan daha fazla etkin duruma gelmişken, 2006 yılından sonra ise yerli bankaların etkinliği yabancı bankaları geride bıraktığı ifade edilmiştir.

Altan (2010), 2005 ile 2007 dönemleri için Türk sigorta sektöründe yer alan yirmi beş şirketin etkinliklerini veri zarflama analizi yöntemiyle tespit etmişlerdir. Çalışmaya göre etkin olmayan şirket sayısı ile bu sektöre ait ekonomik veriler benzerdir sonucuna ulaşmışlardır.

Cenger (2011), yılında yapmış oldukları çalışmalarında Çimento Sektöründe yer alan İstanbul Menkul Kıymetler Borsasında işlem gören işletmeler üzerine veri zarflama analizi yöntemini kullanmışlardır. Çalışmada on iki firmaya ait 1999 ile 2003 yıllarına ait veri seti kullanmışlardır. Çalışma sonucunda firmaların hepsini dönemler itibari ile değerlendirerek etkinlik durumlarını ortaya koymuşlardır.

Kayalıdere ve Kargın (2004), İstanbul Menkul Kıymetler Borsasında işlem gören çimento ve tekstil işletmelerinin 2002 yılına ait girdi ve çıktı verileri üzerinden yaptıkları çalışmada VZA ve etkinlik analizi gerçekleştirilmiştir. İlk analizde üç şirket, ikinci analizde dört şirket, üçüncü analizde beş şirket ve dördüncü analizde beş şirket etkin bulunmuştur. Bunların dışındaki şirketlerin etkinsiz olduğu tespit edilmiştir.

Kula ve Özdemir (2007), yılında yapmış oldukları çalışmalarında İMKB de işlem gören, çimento sektörlerindeki işletmelerin, girdi yönlü VZA kullanılarak etkinliklerini değerlendirmişlerdir. Bu çalışmada on yedi işletmeden yedi tanesi göreceli olarak etkin olarak belirlenmiştir. Ayrıca çalışmada etkin olmayan firmaların potansiyel iyileştirme oranları belirlenmiştir.

Ekinci (2013), Çalışmaya konu olan veri tabanı, 2000 ile 2011 dönemine ait Türkiye İmalat Sanayisinde faaliyet gösteren İMKB'ye kayıtlı firmaların bilanço ve gelir tablolarından



sağlanmıştır. Uygulamada etkinlik ölçme tekniklerinden Statik VZA, Dinamik VZA ve simülasyon temelli Bootstrap VZA yöntemleri kullanılmıştır.

Üstündağ (2009), İMKB'ye kote olan çimento şirketlerinin VZA 2005 ile 2008 yılları olarak ayrı ayrı yapılmıştır. İlk analizde yöneticiler açısından çıktı değişkenleri olarak karlılık ölçütleri kullanılmış, ikinci analizde de ayrı girdi çıktı değişkenleri kullanılmıştır. Firmaların daha etkin olabilmeleri için karlılıklarını arttırmaları gerekmektedir.

Kula, Kandemir ve Özdemir (2009), 2001 ile 2007 yılları arasında İMKB' da işlem gören çimento sektörlerinde ki firmaların etkinliklerinde ki gelişim incelenmiştir. Etkinlik değerleri VZA yöntemiyle tespit edilmeye çalışılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda analize dâhil edilen on altı firmanın yalnızca üç tanesi sürekli etkin olarak tespit edilmiştir. 2005 yılı ise firmalar açısından en etkin yıl olarak belirlenmiştir.

### 3.Araştırmanın Yöntemi

Etkinlik kavramının performans belirtisi olması durumunda, bugüne kadar üzerinde durulduğu disipline birçok değişiklik tanımla değerlendirildiği bilinmektedir (Bayrak, 2015:99). Etkinlik, verimlilik ve etkililik genel anlamda benzeyen anlamlarda kullanılmasına rağmen bu kavramlar hepsi farklı anlamları ifade eder. Kaynak araştırmasında etkenlik olarak da bilinen etkinlik, şirketler ve sektörler arasında hizmet ve ürünün yaratılması için ortaya çıkarılan girdi unsurlarının kullanımının, belirlenen tekniklerle saptanmış standartlarla yolu ile bulunan bir göstergedir. Başka bir anlamda ise etkinlik, ortaya çıkan performans, önceden hesaplanmış genel etkinlik ile karşılaştırıldığında ortaya çıkan etkinliğin standart etkinliğe hangi oranda ortaya çıktığını belirtmektedir verimlilik ve etkinlik araştırmaları için yapılan sonuçlar ve çıktılar arasında ayırım yapmak önemlidir. Sonuçları değerlendirmek ve ölçmek, çıktı ve girdileri ölçmek ve değerlendirmekten daha zor bir durumdur (Topçuoğlu, 2016: 33-34).

VZA, parametrik olmayan işletmelerin karar vericilerinin etkinliklerini ölçmesi ve yeterliliği açısından etkin olup olmadığını ama ile geliştirilmiştir. Charnes, Cooper ve Rhodes (1978) yılında yaptıkları çalışmalarında ilk defa bu yöntemi kullanmışlardır (Kula, Kandemir ve Özdemir, 2009: 191). VZA, bir veya daha fazla girdi ve çıktıyı bir arada değerlendirmeyi sağlayarak etkinlik ölçme imkânı sunan doğrusal programlama olarak bilinen bir yöntemdir. Karar birimlerinin ele alınarak analizin temelinde üretime yönelik faaliyetlerin etkinliklerinin belirlenmesi yer alır. Analizde yer alacak birimlerin aynı amaçlara ve benzer işleri oluşturması, benzer ve aynı Pazar şart ve koşullarında çalışması gerekmektedir. Çalışmaya konu olan unsurların bütün birimlerin verimli işleyip işlemediğini belirleyen etmenlerin, yoğunluk ve büyüklüklerdeki değişimler haricinde aynı olması gerekmektedir. (Karsak ve İşçan, 2000: 3). VZA analizi yöntemi kullanılırken, n sayıda kesirli doğrusal programlama modeli belirlenerek çözümlenmelidir. Kurulan bu doğrusal model, belirlendiği organizasyonla karar vericiler açısından 0 ile 1 sayıları aralığında değişebilen bir etkinlik değeri oluşturacaktır (Ulucan, 2000: 408).

VZA yöntemi sayesinde bir birinden farklılıkları olan girdi - çıktı değişkenleri kullanmak mümkün hale gelmektedir. Bu farklı girdi çıktıları kullanarak karar birimlerinin arasında etkinlik karşılaştırması yaparak görece performanslarını ölçmek mümkün olabilmektedir (Cingi ve Tarım, 2000: 5). Ayrıca girdi ve çıktıları kullanarak ağırlıklı girdi ve ağırlıklı çıktı

oluşturulabilmektedir. Bunların birbirine oranlanması ile karar birimlerinin göreliliği tespit edilebilmektedir. Bu ağırlık seçimi VZA yönteminde esnek bir yapıya sahiptir. Karar birimleri için ayrı ayrı ağırlık belirlemesi yapılabilmektedir (Kutlar ve Babacan, 2008: 150).

VZA yönteminde kullanılan iki model vardır. CCR ve BCC modelleri olarak ifade edilen bu modeller, girdi - çıktı odaklı olarak kullanılmaktadır. Girdi odaklı model de en uygun girdi bileşenleri tespit edilmeye çalışılırken, çıktı odaklı modelde en uygun girdi bileşenleri belirlenmeye çalışılmaktadır (Behdioğlu ve Özcan, 2009: 305).

Bu çalışmanın yöntemi VZA yöntemi olan Malmquist Toplam Faktör Verimliliği Endeksi Kullanılarak işlem gerçekleştirilip hesaplanmıştır. Malmquist toplam faktör verimliliği, genel olarak kullanılan teknolojilere göre veri noktalarının her biri için farklarının hesaplayarak oranla, iki unsur arasındaki toplam faktör verimliliği değişimlerini hesaplamada kullanılır (Kula, Kandemir ve Özdemir, 2009: 193).

Bu çalışmanın amacı, İSO 500' de yer alan çimento işletmelerinin verimliliğini ölçerek işletmelerin verimliliğindeki değişimlerin zaman içerisinde nasıl gerçekleştiğini tespit etmektir. Çalışmada, İSO 500'de bulunan çimento sektöründe yer alan işletmeler incelenmiştir. Analizde firmaların 2014-2016 seneleri aralığında İSO 500 'de her yıl yayınlanan finansal tablolarından faydalanarak hesaplanmış olan mali değerleri incelenerek etkinliklerinin hesaplanmasında girdiye odaklı VZA yöntemi kullanılmış ve DEAP 2. 1 programı kullanılmıştır.

#### **4.VZA Bulgularının Değerlendirilmesi**

Çalışma İSO 500 listesinde bulunan çimento sektöründe faaliyet gösteren işletmeler üzerinde çalışılmıştır. Veriler İSO 500 listelerinde yayınlanan finansal raporlar ve mali tabloların (2014-2016) yılları ele alınarak elde edilmiştir. Çalışmada girdisi olarak iki adet girdi, iki adet çıktı değişkeni kullanılmıştır. Girdi değişkeni olarak aktif toplam ve çalışan sayısı kullanılmıştır. Çıktı değişkeni olarak ise net satışlar ve kar/zarar değişkenleri kullanılmıştır. Çıktı ve girdi bileşenleri olarak bilinen verilerin hepsinin fabrikalar tarafından açıklanmaması ve bazı negatif verilerin olmasından dolayı yedi fabrika üzerine çalışma yapılmıştır.

Çalışmada ilk olarak teknik etkinlik (TED) değişimleri saf teknik etkinlik (STED) ve ölçek etkinlik (ÖED) değişimleriyle hesaplanmıştır. Daha sonra sırasıyla teknolojik etkinlik (TD) ve toplam faktör verimlilik (TFVD) değişimleri 2014-2016 yıllarını kapsayacak şekilde hesaplanmıştır. Aşağıdaki tablolarda bu değişimler sırasıyla veriler açıklanmıştır. Tablolarda yer alan firmalar şunlardır;

- Firma 1: Aksanç Çimento San. Ve Tic. A.Ş,
- Firma 2: Çimsa Çimento San. Ve Tic. A.Ş,
- Firma 3: Nuh Çimento Sanayi A.Ş,
- Firma 4: Bolu Çimento Sanayi A.Ş,
- Firma 5: Göldaş Göller Yöresi Çimento San. Ve Tic. A.Ş,
- Firma 6: Aslan Çimento A.Ş,
- Firma 7: Adoçim Çimento Beton San. Ve Tic. A.Ş.

**Tablo 2.** Teknik Etkinlik Değişimleri

İŞLETME ADI	2014-2015	2015-2016
Firma 1	1.000	1.000
Firma 2	1.029	0.993
Firma 3	1.000	1.000
Firma 4	1.000	1.000
Firma 5	0.895	0.944
Firma 6	1.121	1.045
Firma 7	1.015	0.980
<b>ORTALAMA</b>	<b>1.007</b>	<b>0.994</b>

Teknik etkinlik değişimleri 1'den büyük olduğu durumlarda teknik olarak işletmelerin geliştiğinin göstergesidir. Diğer bir anlamda ise 1'den aşağıda olması durumunda teknik olarak işletmelerin gerilediğini göstermektedir. İşletmelerin bütün TED değişimleri tablo 1'de yer verilmiştir. Bu verilere bakıldığında işletmelerin ortalamalarına bakılarak teknik etkinliklerinde azalma ve düşüş görölmektedir.

2014-2015 yıllarında ortalama TED'de %0.07 artış gerçekteşirken, en fazla artışın Firma 6'ya (%12) ait olduğu, ardından (yaklaşık %0.03 ) Firma 2 ve (%0.01 ) Firma 7 gelmektedir. En çok azalmanın göröldüğü işletmese ise Firma 5 (%12) olarak görölmektedir. Firma 1, Firma 3 işletmelerinin TED'lerinde her hangi bir artış veya azalış görölmemektedir.

2015-2016 yıllarında ortalama TED'de %0.06 azalış gerçekteşirken, en fazla artışın; Firma 6 (%0.04 ), ardından en çok azalışın ise Firma 5'e (%0.05 ) ait olduğu görölmektedir. Ardından (%0.02) Firma 7 ve (%0.07) Firma 2 işletmelerinde azalış görölmektedir. Firma 1, Firma 3, Firma 4 işletmelerinde bu dönemde her hangi bir artış veya azalışa rastlanmamıştır.

**Tablo 3.** Teknolojik Değişimler

İŞLETME ADI	2014-2015	2015-2016
Firma 1	0.995	0.951
Firma 2	1.035	0.980
Firma 3	1.346	0.638
Firma 4	1.034	0.928
Firma 5	1.035	0.990
Firma 6	1.039	0.963
Firma 7	1.035	0.950
<b>ORTALAMA</b>	<b>1.069</b>	<b>0.906</b>

Teknolojik Değişimleri 1’den büyük olduğu durumlarda teknik olarak işletmelerin geliştiğinin göstergesidir. Diğer bir anlamda ise 1’den küçük olması durumunda teknik olarak işletmelerin gerilediğini göstermektedir. İşletmelerin bütün TD değişimleri tablo 2’de yer verilmiştir. Bu verilere bakıldığında işletmelerin ortalamalarına bakılarak teknolojik etkinliklerinde azalma ve düşüş görülmektedir.

2014-2015 dönemlerinde ortalama TD ‘ de yaklaşık %0.07 artış gerçekleşirken, en fazla artışın olduğu işletme; Firma 3 (%32 ) olarak görülmektedir. Ardından; Firma 6 yaklaşık (%0.04) ve Firma 2, Firma 5, Firma 7 ve Firma 4 (%0.03 ) ile aynı artışları göstermektedir. En çok azalmanın görüldüğü işletme ise Firma 1 (%0.05) olarak görülmektedir.

2015-2016 yıllarında ortalama TD ‘ de yaklaşık %0.09 bir azalış gerçekleşmiştir. Bu dönemde işletmelerin hiç birinde hiçbir artış gerçekleşmemiştir. Tüm işletmeler hepsi azalıştadır ve en fazla azalışı Firma 3 (%36 ) olarak görülmektedir. Sırası ile Firma 4, Firma 1, Firma 7, Firma 6, Firma 2 ve en az azalış gösteren ve en karlı olan işletme Firma 5 olarak görülmektedir.

**Tablo 4.** TFV Değişimleri

<b>İŞLETME ADI</b>	<b>2014-2015</b>	<b>2015-2016</b>
Firma 1	0.995	0.951
Firma 2	1.066	0.973
Firma 3	1.346	0.638
Firma 4	1.034	0.928
Firma 5	0.927	0.934
Firma 6	1.165	1.006
Firma 7	1.050	0.932
<b>ORTALMA</b>	<b>1.076</b>	<b>0.901</b>

Teknolojik ve Teknik anlamda TFV’nin 1’den büyük göstermesi durumunda işletmelerdeki büyüme ve gelişmeyi ifade ederken diğer bir durumda 1’den küçük olması takdirde teknolojik ve teknik olarak işletmelerin gerileme ve küçülmesi anlamına gelmektedir. İşletmelerin TFV değerleri Tablo 3’de yer verilmiştir. Açıklanan değerlere bakıldığında işletmelerin ortalama TFV etkinliklerinde bir düşüş, azalma görülmektedir.

2014-2015 yıllarında TFV ortalamasına bakıldığında yaklaşık %0.08 bir artış görülmektedir. En fazla artışın olduğu işletme; Firma 3 (%34 ) olarak görülmektedir. Sırası ile Firma 6, Firma 2, Firma 7 ve Firma 4 işletmeleri artış göstermişlerdir. En fazla azalış gösteren işletme ise Firma 5 (%0,7 ) olarak görülmektedir. Firma 1 ise (%0.05) ile ikinci sırada yer almaktadır.

2015-2016 yıllarında TFV ortalamasına bakıldığında yaklaşık %0,1 bir azalış görülmektedir. En fazla artışın olduğu işletme; Firma 6 (%0.06 ) olarak görülmektedir. Diğer işletmelerin hepsinde azalma olmuştur. En fazla azalma; Firma 3 (%36) olarak görülmektedir. Firma 3 TFV’ ye göre

2014-2015 yıllarında en çok artış gösteren işletme iken 2015-2016 yıllarında TFV' ye göre en fazla azalış gösteren işletme konumuna gelmiştir.

**Tablo 5.** Malmquist Endeks Özeti

İŞLETME ADI	TED	TD	STED	ÖED	TFVD
Firma 1	1.000	0.972	1.000	1.000	0.972
Firma 2	1.011	1.008	1.008	1.003	1.019
Firma 3	1.000	0.927	1.000	1.000	0.927
Firma 4	1.000	0.980	1.000	1.000	0.980
Firma 5	0.919	1.012	0.855	1.075	0.931
Firma 6	1.082	1.000	1.000	1.082	1.083
Firma 7	0.997	0.992	1.000	0.997	0.989
<b>ORTALAMA</b>	<b>1.000</b>	<b>0.984</b>	<b>0.979</b>	<b>1.002</b>	<b>0.985</b>
< 1	2	4	1	1	5
=1	3	1	5	3	0
>1	2	2	1	3	2

Analiz olarak seçilen bu işletmelerin Malmquist endeks analiz sonuçlarına bakıldığında yedi işletmeden beş tanesinin TFV' sinin 1'den küçük olduğu iki işletmenin TFV' sinin 1'den büyük olduğu tabloda görülmektedir. İşletmelerin TFV' sinde yaklaşık olarak %0.02 bir azalış görülmektedir. Böyle bir sonucun ortaya çıkmasındaki en büyük etken ise TED'de her hangi bir artış veya azalışın olmayıp TD 'de ise azalışın olmasından kaynaklanmaktadır. TED'nin sabit olması durumundan dolayı STED' deki azalmaya neden olmuştur ve etkilemiştir. 2014-2016 yılları arasında ortalama olarak Firma 6 en çok TFV (%0.08 ) artışı görülürken; Firma 3 (%0.07) en çok azalış göstermiştir.

**Tablo 6.** Malmquist Toplam Faktör Verimliliği ve Unsurlarındaki Değişim Değerleri

YILLAR	TED	TD	STED	ÖED	TFVD
<b>2014-2015</b>	1.007	1.069	0.965	1.043	1.076
<b>2015-2016</b>	0.994	0.906	0.994	1.001	0.900
<b>ORTALAMA</b>	1.000	0.984	0.979	1.022	0.985

2014-2015 yıllarına ait TFVD değerlerine bakıldığında; %0.07'lik bir artış gerçekleşmiştir. Bu yıllarda işletmelerin çıktı ve girdi unsurlarının olumlu olması durumunda ve TED 'de gerçekleşen artışın TFVD'nin artışına yardımcı olmuştur. Bu yıllarda STED' deki azalış ve

ÖED’deki artış gerçekleşmiş ve bu sonuçları TED’ e yansımış olup fazla etkilememiştir. STED’deki gerçekleşen azalış, ÖED ve TFVD gerçekleşen artışa hiçbir etkisi olmamıştır.

2015-2016 yıllarına ait TFVD değerlerine bakıldığında; %0,1’lik bir azalış gerçekleşmiştir. Bu yıllarda işletmelerin çıktı ve girdi unsurlarının olumsuz olması durumunda ve TED’de gerçekleşen azalışın TFVD’de azalmasına yardımcı olmuştur. Bu yıllarda STED’deki azalış ve ÖED’deki artış gerçekleşmiş olup bu sonuçları TED’e yansımış ve düşmesine sebep olmuştur. STED’deki gerçekleşen azalış, ÖED’de artış ve TFVD azalışa etkisi olmuştur.

## 5.Sonuç ve Genel Değerlendirme

İSO 500’de bulunan çimento sektörlerindeki firmaları içeren bu çalışma, seçilen işletmelerin verimliliğini ve etkinliğini bulmak için yapılmıştır. Çalışmanın ilk aşamasında Türkiye’de Çimento sektörü bahsedilmiş olup, ikinci aşamasında bu alanlarda yapılmış olan literatür araştırması gerçekleştirilmiştir. Üçüncü aşamada ise araştırmanın amacından ve hangi yöntem kullanıldığından bahsedilmiş olup dördüncü bölümde yöntem uygulanıp işletmelerin analizleri yapılmıştır. Çalışmada 2014-2016 yılları arasındaki her yıl İSO 500 tarafından açıklanan verilerinden yararlanılarak, CCR modeli temelli Malmquist Toplam Faktör Verimliliği analiz yöntemi kullanılarak hesaplanmıştır. Analiz sonucunda, kullanılan 7 işletmeden Nuh ve Aslan çimento işletmelerinin diğer işletmelere göre daha verimli olduğu görülmüştür. İşletmelerin yıllara göre etkinliklerine baktığımızda genel olarak 2014-2015 yıllarında daha etkin oldukları belirlenmiş olup 2015-2016 yılları arasında fazla etkinliğini gösterememişlerdir. 2014-2016 yılları arasında işletmelerin ortalama teknik etkinliklerinde bir azalış vardır. 2014-2015 yıllarında TED ortalamasında %0.07 artış gerçekleşirken; 2015-2016 yıllarında TED ortalamasında %0.06’lık bir oranla azalış görülmektedir. 2014-2016 yılları arasında işletmelerin ortalama teknolojik değişimlerinde azalma ve düşüş vardır. 2014-2015 yıllarında TD ortalamasında yaklaşık %0.07’lik bir artış gerçekleşmiştir. 2015-2016 yıllarında TD ortalamasında yaklaşık %0.09’luk bir oranla azalış gerçekleşmiştir. İSO 500 içerisinde ele alınan bu işletmelerin 2014-2015 dönemleri TFVD’ine bakıldığında 2014-2015 döneminde %0.08 bir artış gerçekleştirirken, 2015-2016 yıllarında ise %0.1 bir azalış gerçekleşmiştir. Sonuç olarak işletmelere genel olarak 2014-2015 yılları arasında daha verimli iken 2015-2016 yılları diğer yıllara göre daha pasif durumdadır.

## KAYNAKÇA

- Altan, M. (2010). Türk Sigortacılık Sektöründe Etkinlik: Veri Zarflama Analizi Yöntemi İle Bir Uygulama. *Gazi Üniversitesi İktisai ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(1), 185-204.
- Bayrak, R. (2015). Savunma Sanayinde Etkinlik Analizi: Dünyanın En Büyük 100 Şirketine Sahip Ülkeler Arasında Bir Karşılaştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı*.
- Behdioğlu, S., ve Özcan, G. (2009). Veri Zarflama Analizi Ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(3).

- Cenger, H. (2011). İMKB'DE İşlem Gören Çimento Şirketlerinin Performanslarının Ölçülmesinde Veri Zarflama Analizi Yaklaşımı. *Atatürk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(3-4), 31.
- Cingi, S., ve Tarım, Ş. (2000). Türk Banka Sisteminde Performans Ölçümü DEA-MALMQUIST TEP Endeksi Uygulaması. *Türkiye Bankalar Birliği, Araştırma Tebliğleri Serisi*(1).
- Ekinci, R. (2013). Endüstriyel Genişleme Yolu: Demir Çelik Endüstrisinde Etkinlik Analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı İktisat Programı Yüksek Lisans Tezi*.
- Gençtürk, M., ve Demir, Y. (2006). İMKB'DE İşlem Gören Yerli Ve Yabancı Bankaların Görel Etkinliklerinin Veri Zarflama Analizi İle Ölçümü. *D.E.Ü.İ.İ.B.F.*, 21(2), 49-74.
- Karsak, E., ve İşcan, F. (2000). Çimento Sektöründe Görel Faaliyet Performanslarının Ağırlık Kısıtlamaları Ve Çapraz Etkinlik Kullanılarak Veri Zarflama Analizi İle Değerlendirilmesi. *Galatasaray Üniversitesi, Endüstri Mühendisliği Bölümü*, 2(3).
- Kayalıdere, K., ve Kargın, S. (2004). Çimento Ve Tekstil Sektörlerinde Etkinlik Çalışması Ve Veri Zarflama Analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1).
- Kula, V., ve Özdemir, L. (2007). Çimento Sektöründe Göreceli Etkinsizlik Alanlarının Veri Zarflama Analizi Yöntemi İle Tespiti. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 6(1).
- Kula, V., Kandemir, T., ve Özdemir, L. (2009). VZA Malmquist Toplam Faktör Verimlilik Ölçüsü: İMKB'YE Koteli Çimento Şirketleri Üzerine Bir Araştırma. *SÜ İİBF Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*.
- Kutlar, A., ve Babacan, A. (2008). Türkiye'deki Kamu Üniversitelerinde CCR Etkinliği, Ölçek Etkinliği Analizi: DEA Tekniği Uygulaması. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15.
- Lorcu, F. (2010). Malmquist toplam faktör verimlilik endeksi: Türk otomotiv sanayi uygulaması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*.
- Özen, Y. (2013). Türkiye'de Çimento Sanayi Ve (Elazığ İlinde Altınova Çimento Fabrikası Örneği). *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı*.
- Öztürk, E., (1980), Türkiye Çimento Endüstrisinde Verimlilik, *Verimlilik Dergisi, Özel Sayı*,
- Sey, Y. (2004). *Türkiye Çimento Tarihi*, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı; Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliği; Çimento Müstahsilleri İşverenleri Sendikası.
- Topçuoğlu, Ö. (2016). Özelleştirmenin Etkinlik Ve Verimliliğine Yansımaları: Çimento Sektörü Üzerine Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı*.
- Ulucan, A. (2000). Şirket Performanslarının Ölçülmesinde Veri Zarflama Analizi Yaklaşımı: Genel Ve Sektörel Bazda Değerlendirmeler. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1).

Üstündağ, E. (2009). Veri Zarflama Analizi İle Verimliliğın Değerlendirilmesi: Çimento Sektörü Üzerine Uygulama. *Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi İstatistik Anabilim Dalı.*



Uzunay, A.Ş., Kalfaoğlu, S. ve Akgemci, T. (2020). Sosyal Jet-Lag Sendromu Üzerine Bir Değerlendirme. *Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi*, (1), 53-61.

Araştırma/ Research

Makale Geliş Tarihi: 10.05.2020  
Makale Kabul Tarihi: 13.05.2020

## SOSYAL JET-LAG SENDROMU ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME



<https://doi.org/10.35375/sayod.735128> Aybanu Süheda UZUNAY<sup>1</sup>, Serap KALFAOĞLU<sup>2</sup>, Tahir AKGEMCİ<sup>3</sup>

### ÖZET

Sosyal jet-lag sendromu, hafta sonları uyku düzeni değiştirildiğinde, geç yatıp geç kalkıldığında, dolayısıyla vücudun doğal uyku düzeninin bozulduğunda ortaya çıkmaktadır (Roenneberg, 2012). Bu sendroma yakalanan çalışan insanın obezite gibi olumsuz biyolojik sonuçlarla karşılaşma ihtimali artarken; uyku hali, yorgunluk, kötü ruh hali, depresyon gibi olumsuz sosyo-psikolojik etkilere de maruz kaldığı görölmektedir.

Bu alışma, sosyal jet-lag üzerine farkındalığı artırmak ve yüz yüze katılım ile özellikle bu sendroma maruz kalmış insanların yaşadığı sosyo-psikolojik etkileri ortaya çıkarmak amacını taşımaktadır. Bu amaçla, Konya ilinde bir işletme çalışanları üzerine bir araştırma yapılmıştır. Araştırma, nitel araştırma yöntemini esas alan, olgu bilim deseni kullanılarak hazırlanmıştır. Araştırmada kullanılan teknik ise yarı-yapılandırılmış görüşme tekniğidir. Görüşmeler sonucunda, çalışanların sendroma ilişkin farkındalık düzeyi, çalışma yaşamlarına yansıyan etkileri ve sendromla başa çıkmada kullandıkları yöntemler açıklanmış; kişinin kendisine uygun bir uyku ritmine sahip olmasıyla çalışma yaşamındaki etkileri üzerine değerlendirmeler yapılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Jet-Lag Sendromu, Uyku, Biyolojik Saat, Sirkadiyen.

## AN EVALUATION ON SOCIAL JET-LAG SYNDROME

### SUMMARY

Social jet-lag syndrome occurs when the sleep pattern is changed on the weekends, when you go to bed late and get up late, so when the body's natural sleep pattern is disturbed (Roenneberg, 2012). While the probability of working people suffering from this syndrome to experience negative biological consequences such as obesity increases; it is observed that they are also exposed to negative socio-psychological effects such as somnolence, fatigue, bad mood and depression.

This study aims to raise awareness on social jet-lag and to reveal the socio-psychological effects experienced by people who have been exposed to this syndrome through face-to-face participation. For this purpose, a research has been conducted on a business employees in Konya. The research has been prepared by using a case study pattern based on qualitative research method. The technique used in the research is semi-structured interview technique. As a result of the interviews, the awareness level of the employees about the syndrome, the effects reflected on their working lives and the methods they used to

<sup>1</sup> YL Öğr., Selçuk Üniversitesi, SBE, Yönetim ve Organizasyon ABD, aybanuzunay@gmail.com ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0044-722X>

<sup>2</sup> Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, serapkalfaoglu@selcuk.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7248-8370>

<sup>3</sup> Prof., Dr., Selçuk Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, takgemci@selcuk.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5936-7462>

deal with the syndrome have been explained; evaluations have been made on the effects of the person on working life by having a suitable sleep rhythm.

**Keywords:** Social Jet-Lag Syndrome, Sleep, Biological Clock, Circadian

## GİRİŞ

Herkeşçe bilinmektedir ki, modern iş yaşamı hızlı ve popüler olmayı gerektirmiş ve rakiplere karşı çoğu zaman acımasız olunması zorunluluğunu doğurmuştur. İçinde bulunulan çağın bu özellikleri dikkate alındığında, insan daha fazla çalışmakta, daha az uyumakta ve farklı boyutlardaki ekranlara bakarak sağlıklı zaman harcamaktadır. Söz konusu yeni gerçeklik, kaçınılmaz olarak yeni sağlık risklerini de beraberinde getirmektedir (Clark, 2019).

Son yıllarda uyku konusunda uzmanlar, “*sosyal jet-lag*” adı verilen uyku bozukluğunun insan sağlığı üzerindeki uzun dönemli olumsuz sonuçlarına dikkat çekmiştir. Sosyal jet-lag, hafta sonları uyku düzeni değiştirildiğinde, geç yatıp geç kalkıldığında, dolayısıyla vücudun doğal uyku düzeninin bozulduğunda ortaya çıkmaktadır. Kavramın tanımı ilk olarak, Münih'teki Ludwig-Maximilian Üniversitesi'nde Kronobiyoloji Profesörü olan Till Roenneberg tarafından 2012 yılında “*Internal Time (Vücut Saati)*” adlı kitapta yapılmıştır (Burda, 2017).

Normal jet-lag yaşayan herkes tarafından bilindiği üzere, jet-lag'ın en belirgin semptomlarından biri uyku problemidir. Vücudun yeni bir zaman dilimine uyum sağlaması biraz zaman alır – ki bu süre genellikle geçtiğiniz her zaman dilimi için bir günü temsil eder-. Benzer şekilde, Roenneberg de konu üzerine; “Sosyal jet-lag ve uyku yoksunluğu neredeyse birbirinden ayrılamaz.” demiştir (Geddes, 2019).

Sosyal jet lag sendromu nispeten yeni bir terim olmasına karşılık, İngiltere gibi sanayileşmiş ülkelerdeki insanların yaklaşık %87'si bu rahatsızlıktan muzdariptir. Sendromun etkileri gerçek bir jet-lag sendromunu yansıtır ve günlük görevlerden uzun dönemli sağlığı içine alan her şeyi etkileyebilir. Ayrıca sendrom, yeterli güneş ışığının alınmamasının doğrudan bir sonucu olarak da ortaya çıkmaktadır. Vücudun doğal biyolojik döngüsü ile sosyal norm olduğuna inanmak için şartlandırılan şey arasındaki tutarsızlıktır (Malbon, 2018).

Konu üzerine farkındalığı artırmak ve yüz yüze katılım ile özellikle bu sendroma maruz kalmış insanların yaşadığı sosyo-psikolojik etkileri ortaya çıkarmak amacıyla hazırlanan bu çalışmada, ilerleyen kısımlarda, sendromun konunun uzmanları tarafından açıklamalarına ve detaylıca nedenlerine yer verilmiştir. Ayrıca bu sendromla başa çıkma yollarından birkaç tanesi sunularak, yol gösterici olmak hedeflenmiştir. Sendroma ilişkin oluşturulan kuramsal çerçeve sonrası bir kooperatifte çalışan kişilere Ekteki sorular sorularak sendromun etkileri bizzat gözlenmiş ve yorumlanmıştır.

## 1. SOSYAL JET-LAG SENDROMU ÜZERİNE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Sosyal jet-lag, iki farklı uyku düzenine sahip olma alışkanlığını tanımlar. Genellikle bu farklılık hafta içi ve hafta sonu rutini arasında ortaya çıkar. İnsan vücudunda ne zaman uyuması gerektiğini kendisine hatırlatan *sirkadiyen ritim* adı verilen akıllı bir yerleşik sistem vardır. Birçok insanın biyolojik süreci ve davranışsal fonksiyonu, metabolizması, hormon salgısı ve vücut ısısından uyku-uyanıklık kalıplarına ve sosyalleşmeye kadar değişen endojen yapısı, sirkadiyen saatler tarafından yönlendirilen 24 saatlik ritimler sergiler. İnsanlar arasındaki bu endojen günlük varyasyonlar, sirkadiyen saatler tarafından kontrol edilen, ancak dış çevresel faktörlerden etkilenebilen “kronotip” ile belirlenebilir. Sirkadiyen ritim hassastır ve onunla senkronize olmayan bir yaşam tarzı geliştirildiğinde, uyku sağlığında bozukluklar ortaya çıkar. Birçoğu için, bu 'çifte yaşam' jet gecikmesine çok benzeyen fiziksel semptomlarla sonuçlanır. Bununla birlikte, sosyal jet-lag, bir zaman diliminden diğerine basit bir geçişten daha karmaşıktır. Sosyal ve 'normal' jet gecikmesi arasındaki ana farklardan biri ise ışıktan etkilenme düzeyidir. Oldukça akıllı olan sirkadiyen ritim bunu tanır ve kendisini sıfırlar. Sosyal jet-lag, rutin bir değişim içerir, ancak fiziksel

konum değişikliği olmadığı için farklılıklar taşısa da sonuç, travma ve uyku düzeni bozukluğudur (Clark, 2019; Wittmann vd., 2006: 498-501). Araştırmacı Sierra Forbush da, insan vücudundaki hemen hemen tüm hormonların bir çeşit sirkadiyen ritim üzerinde olduğu vurgusunu yaparak, uyku zamanının değiştirildiğinde, tüm sistemin olması gerektiği kadar verimli çalışmadığını dile getirmiştir. Yakın zamanda, 984 yetişkin üzerinde yaptığı bir çalışmadan, bir kişinin her hafta yaşadığı sosyal jet-lag için kardiyovasküler hastalık olma ihtimalinde %11'lik bir artış olduğunu öne süren veriler sunmuştur. Sosyal jet-lag'ın aynı zamanda daha kötü ruh hali, daha yüksek uyku hali ve yorgunluk ile ilişkili olduğu gerçeği hatırlatılmıştır (Geddes, 2019).

Sosyal jet-lag sendromu biyolojik ve sosyal zaman arasındaki düzensizliktir (hatalı hizalamadır) (Wittmann vd., 2006). Günlük yaşamda artan iş yükü ve iş stresi, vardiyalı çalışma, çevresel değişiklikler, yapay ışık kaynaklarına daha fazla maruz kalmanın yanı sıra aşırı tablet/akıllı telefon kullanımı, sosyal jet-lag sendromunun obezite, gündüz uyku hali ve yorgunluk, kötü ruh hali, depresyon ve metabolik ve kardiyovasküler bozukluklar gibi birçok sağlık sorunu ile ilişkili olduğu sonucunu getirmiştir. Sosyal jet-lag sendromunun azaltılması halk sağlığında önemli bir konudur (Zhang vd., 2019).

Sosyal jet-lag sendromunun bir nedeni, insanların normal biyolojik zamanlarından daha erken uyanmaları ve daha sonra hafta boyunca birikmiş uyku borcunu telafi etmek için serbest günlerde uyumaları, yani iş günlerinde yetersiz uyku uyumalarıdır (Wittmann vd., 2006: 497). Bu nedenle, uyku borcunu biriktirmeye karşı düzenli gündüz uykularının sosyal jet-lag sendromu semptomlarını hafifleteceğini varsaymak mantıklıdır (Roenneberg vd., 2012: 940).

Roenneberg'e göre sendrom, hafta sonu günlerinde daha geç uykuya geçildiğinde ve hafta içi günlerinde daha erken uykudan kalkıldığında meydana gelir. Normal jet-lag gibi sosyal olanı, vücudu iki zaman dilimi arasında değiştirmek zorunda kalmanın bir sonucudur; biri, iş ve sosyal yükümlülükler tarafından dikte edilir, diğeri iç zamanlama sistemimiz, sirkadiyen saatir. Araştırmalara göre çalışanların üçte ikisinin haftada en az bir saat sosyal jet-lag yaşadığı ve iki saat ya da daha fazla deneyim yaşadığı tahmin edilmektedir. Ayrıca yaşanan sosyal jet-lag, iki zaman dilimi arasındaki uyumsuzluğun büyüklüğüne de bağlıdır. İnsanların kronotipleri olarak bilinen uyku tercihi büyük ölçüde genlerden etkilenir (Geddes, 2019). Yine 2017 yılında Amerikan Uyku Tıbbı Akademisi'nde yapılan bir çalışma, düzensiz bir uyku programına sahip kişilerin, haftanın yedi günü düzenli bir uyku düzenini sürdüren insanlardan daha düşük ruh halleri, daha fazla sağlık sorunu ve daha fazla uyku işlev bozukluğu yaşadığını keşfetmiştir (Malbon, 2018). Bununla birlikte, sosyal jet-lag sadece uyku miktarını da bozmamaktadır. Lisans öğrencileri üzerinde yapılan bir araştırma, düzensiz uyku uyuyanların, daha tutarlı uyku programlarına sahip olanlardan çok daha düşük kaliteli uykuya sahip oldukları sonucuna ulaşmıştır. Düzensiz uyku da daha zayıf akademik performansla (başarıyla) ilişkilendirilmiştir. Melbourne'deki Monash Üniversitesi'nde çalışmayı yöneten Andrew Phillips'e göre bu durum, dikkatleri uyku konusunda düzenliliğin olması yönüne çekmiştir (Geddes, 2019).

Biyolojik açıdan ise yapılan bir diğeri araştırma, daha yüksek sosyal jet-lag seviyesine sahip yetişkinlerin aşırı kilolu veya obez olma olasılığının (metabolik sendrom (tip 2 diyabet gelişimi ile ilişkili)), düzenli uyku düzenine sahip olanlara kıyasla daha yüksek olduğunu tespit etmiştir (Geddes, 2019). Son on yıldaki araştırmalar, hafta sonları uyku takvimini değiştirmenin; kalp, diyabet, depresyon ve bir dizi diğeri kronik sağlık problemlerine neden olduğu sonucunu da ortaya koymuştur (Burda, 2017; Clark, 2019). Ayrıca uyku yoksunluğu; uyanıklık, el-göz koordinasyonu, hafıza, mantıksal akıl yürütme gibi yönleriyle günlük hayatı da olumsuz etkilemektedir (Clark, 2019).

Tüm bu açıklamalar ışığında, sosyal jet-lag için temel çözümün güzel ve uzun bir uykuya dalmak olacağını varsaymak yanlış olur. Sosyal jet lag, kırılması gereken negatif bir spiral yaratır ve uzmanlar, hafta sonları kayıp uykuyu yakalamayı planlayarak üstesinden gelemeyeceğinizi önermiştir. Bunun yerine, biraz daha erken uyumaya ve normalden biraz daha geç kalkmaya

çalışmanın çok daha etkili olduğunu öne sürmüşlerdir. Böylece yaşam tarzı ile birlikte sirkadiyen ritim yavaş yavaş yeniden uyumlaştırılır. Bir diğer öneri ise, -kimine göre daha zor gelse de-, akıllı telefonları, dizüstü bilgisayarları ve tabletleri yatak odasının dışında bırakmak ve yatmadan bir saat önce kullanmaktan kaçınmaktır (Clark, 2019).

Hünerli (2016)'ye göre ise sosyal jet-lag sendromu ile başa çıkma yolları şunlardır:

- En önemli adım, uyku düzeninin sağlanmasıdır. Kişinin uykusunun bir rutini olması ve mecbur kalınmadıkça hafta sonları da dahil olmak üzere bu rutinin dışına çıkılmamalıdır.
- Çalışma saatleri içerisinde mutlaka günde en az 2-3 kez kısa aralar verilmeli, temiz hava alınmalı ve mümkünse çalışma ortamı havalandırılmalıdır.
- Gün ışığından olabildiğince yararlanılmaya çalışılmalıdır. Fırsat olduğunda öğle yemeğinde dışarıya çıkmalı, ofis ya da çalışma alanı ışıktan maksimum düzeyde faydalanılacak şekilde düzenlenmeli, yemek ya da kahve molalarında pencereye yakın yerlerde bulunulmalı, gün ışığına yakın aydınlatmalar kullanılmalıdır.
- Beslenmeye dikkat etmeli ve bol miktarda sebze ve meyve tüketilmelidir. Özellikle öğle yemeklerinde karbonhidrat tüketimine dikkat edilmelidir.
- Alkol ve kafein kullanımına dikkat edilmeli, minimum düzeyde kullanılmalıdır.
- Aile-İş yaşamı dengesi için kişinin kendisine zaman yaratması gerekmektedir. Kişisel zamanda internet, televizyon, telefon gibi teknolojik aletlerden uzak durulmalıdır.
- Eğlenceli hafta sonu planları, gün içinde arkadaşlarla kısa kahve molaları gibi keyifli etkinliklerle sosyal yaşamı düzenlemek önem taşır.
- Yapmaktan keyif alınan, negatif enerjinin atılmasına yardımcı olan bir hobi mutlaka edinilmelidir.

Esasen, sosyal jet-lag sendromunu aşmak kişinin avuçları içerisinde. Kişisel programına neyin uygun olduğunu ve mümkün olduğunca küçük değişiklikleri nasıl yapabileceğini bulması, kişinin yaşam tarzında farklılık yaratabilir.

## **2. SOSYAL JET-LAG SENDROMUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

### **2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Bu çalışma, sosyal jet-lag üzerine farkındalığı artırmak ve yüz yüze katılım ile özellikle bu sendroma maruz kalmış insanların yaşadığı sosyo-psikolojik etkileri ortaya çıkarmak amacıyla taşımaktadır. Kişilerin içinde bulunduğu sendromları belirtileri sonrasında adlandırmak, sorunlarla başa çıkmada ve sendromu yenmelerinde anahtar adımlardır ve büyük önem taşımaktadır. Bu sendromun bilinirliği ile de daha çok çalışan yaşam tarzını iyileştirme konusunda adımlar atacaktır. Söz konusu nihai hedeflerle bilimsel bir yayın ortaya çıkarılarak, yerli literatürümüze katkı sağlanmıştır.

### **2.2. Araştırmanın Yöntemi**

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemini esas alan, olgu bilim deseni kullanılmıştır. Farkında olduğumuz ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olmadığımız olgulara odaklanması olgu bilim (fenomenoloji) deseni olarak adlandırılmaktadır. Nitel araştırmalar, gözlem, görüşme ve doküman inceleme gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamında gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik sürecin izlendiği araştırmalardır. Nitel araştırmalarda elde edilen sonuçlar evrene genellenememekle birlikte, elde edilen sonuçlar, konuya ilişkin bir bakış açısı sağlaması bakımından önemlidir (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 137). Ayrıca çalışma kapsamında yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak, katılımcıların kişisel duygu durumlarının bizzat gözlenmesi, anında sorulara geri dönüş alabilme, görüşmenin akışında değişikliğe gidilebilme serbestisi gibi özelliklerden yararlanılmıştır.

### 2.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırma Konya’da bulunan Çumra Tarım Kredi Kooperatifi’nde görev yapan altı personelle gönüllü olarak gerçekleştirilmiştir. Bu personellerden ikisi kadın, diğeri erkektir. Gizlilik esasına dayanarak araştırmaya katılan personelin gerçek isimleri kullanılmamıştır. Her birine bir kod ismi verilmiştir. Bunlar Seher, Gupset, Osman, Sami, Mustafa, Celaleddin’dir. Araştırmaya katılan personelin mesleki deneyimleri ortalama on yıldır. Yapılan görüşmeler sonucunda personelin aktif iş yaşamında bulunmaları sebebiyle sosyal jet-lag sendromuna maruz kaldıkları belirlenmiştir. Tablo 1’de katılımcıların demografik bilgilerine yönelik özet bilgiler yer almaktadır.

**Tablo 1.** Çalışma Grubundaki Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Katılımcı Adı	Görevi	Eğitim Durumu
Seher	Yetkili Memur	Lisans
Gupset	Müdür Yardımcısı	Lisans
Osman	Müdür	Lisans
Sami	Memur	Önlisans
Mustafa	Memur	Önlisans
Celaleddin	Hizmetli	Lise

### 2.4. Araştırmada Tercih Edilen Veri Toplama Süreci

Yazarlar, yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin gerektirdiği şekilde araştırmanın genel amacı ve sorularına yönelik görüşme soruları hazırlamıştır. Görüşmede hazırlanan soruların bir grup birey ile denemesi ve bu denemeye göre gerekli ifade değişikliklerinin yapılması ve gerekirse yeni sorular yazılması önemlidir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: ). Bu nedenle, araştırmacılar, personellerden biriyle ön görüşme gerçekleştirmişlerdir. Daha sonra bu görüşme incelenmiş ve gerekli değişiklikler sorular üzerinde yapılmıştır.

Araştırmaya katılan personellerin her birinin isteği üzerine öğle saatlerinde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmelerde, küçük boy etiket, not defteri ve kalem kullanılmıştır. Görüşmeler her bir personel için belirlenen sayfalarla not alınmış ve sırayla numaralandırılmıştır. Verilen cevapların gizli tutulması esası personele hatırlatılarak görüşmeler sonlandırılmıştır. Yapılan görüşmeler en az 30, en fazla 50 dakika sürmüştür. Buna göre araştırmada toplam 240 dakika süreli, 21 sayfa veri elde edilmiştir. Araştırmanın görüşme soruları (Ek) şunlardır:

1. Kendinizi kısaca tanıtır mısınız?
2. Uyku düzeniniz nasıldır? Gün içerisinde uyku problemleri yaşıyor musunuz?
3. Sosyal Jet-Lag Sendromu hakkında bilginiz var mı? Bu konu hakkında ne düşünüyorsunuz?
4. Sosyal Jet-Lag Sendromunun günlük aktivitelerinizde ne gibi sonuçlar doğurduğunu düşünüyorsunuz?
5. Sosyal Jet-Lag Sendromunu yaşamamanız adına geliştirdiğiniz yöntemler var mıdır? Varsa bunlar nelerdir?

### 2.5. Verilerin Analizi

Nitel araştırma yaklaşımı doğrultusunda tasarlanan bu araştırmada “içerik analizi” yapılmıştır. Verilerin içerik analiziyle incelenmesinin nedenleri olarak şu ifadeler yer verilebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 178);

- Temel amacının toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmak olması,

- İçeriklerle ilgili ortak ve sistematik verilere ulaşmayı öngörmesi,
- Mevcut metinlerin nitel ve nicel boyutlarından hareketle bilinmeyen sosyal gerçeğe yönelik çıkarım yapmak istemesi,
- Esas olarak birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirerek bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyecek yorumlamaya fırsat vermesi,
- Verileri daha derin bir işleme tabi tutması gibi özelliklerinden kaynaklanmaktadır.

## 2.6. Araştırmanın Bulguları

Bu bölümde görüşme yapılan personelin verdikleri bilgilerden elde edilen bulgular yer almaktadır. Ancak, yapılan analiz sonucunda ulaşılan verilerin zenginliği nedeniyle, araştırma bulgularının tamamına bu makalede yer verilmemiştir. Çalışmada bulgular aktarılırken yaygın görüşü belirtmek amacıyla frekansı en yüksek olan tema ve alt temalara ilişkin örnekler verilmiştir. Araştırmanın bulgularını oluşturan 4 tema şu şekilde sıralanabilir: 1. Uyku düzeni ve uyku problemleri, 2. Sosyal Jet-lag Sendromu hakkında düşünceler, 3. Sosyal Jet-lag Sendromunun Sonuçları, 4. Sosyal Jet-lag Sendromunu önleme tedbirleri.

### 2.6.1. Uyku düzeni ve uyku problemleri

Personellerin uyku düzeni ile ilgili olarak; Gupset ve Seher'in kadın olmaları sebebiyle işten sonra eve gittiklerinde çocukları ile alakadar olmaları gerektiğinden ve evin birçok sorumluluğunun kendi üzerlerinde olması sebebiyle belirli bir uyku düzenlerinin olmadığını ve bunun sonucunda da gün içerisinde uykusuzluk yaşadıklarını belirtmişlerdir. Hafta içi günlerinde iş çıkışı eve gidiş saatleri geç olmasından dolayı birçok işi hafta sonu günlerine bıraktıkları ve hafta sonunda da hafta içi yaşadıkları yorgunluğu atma fırsatı bulamadıklarını belirtmişlerdir. Erkek personellerimizden ise Osman, Sami, Celaleddin ve Mustafa'nın belirli bir uyku düzenlerinin olduğu ancak yine de iş sabahları erken uyanmak zorunda olmalarından kaynaklı olarak gün içerisinde uykusuzluk sorunu yaşadıklarını belirtmişlerdir. Uyku ihtiyaçlarını hafta sonu izin günlerinde karşılamak adına geç saatlerde uyandıkları, bunun sonucunda da özellikle pazartesi günü yani ilk iş gününde uyku sorunu ile daha çok karşılaştıklarını belirtmişlerdir.

### 2.6.2. Sosyal Jet-lag Sendromu Hakkında Düşünceler

Personelin hepsi jet-lag sendromu hakkında sahip oldukları görüşleri çeşitli şekillerde ifade etmişlerdir. Hepsinin ortak tanımı "uzun süren uçak yolculukları sonrasında ortaya çıkan biyolojik saat ile iniş yapılan yerin saatinin uyuşmamasından kaynaklı bir rahatsızlık" olduğunu söylemişlerdir. Sosyal Jet-lag Sendromu denildiğinde ise personellerden Osman "*Sosyal hayatımızda karşılaştığımız zaman problemleri, gün içerisinde yaşanan uyku sorunları bu sendromu tanımlayabilir.*" demiştir. Diğer personellerin verdikleri cevaplardan çıkarılan yorum şudur; kavramın aslında bilindiği hatta hepsinin bu sendromu yaşadığını fark ettiği fakat tam olarak tanımlayamadıkları görüşmeler sonucunda anlaşılmıştır.

### 2.6.3. Sosyal Jet-lag Sendromunun Sonuçları

Görüşülen personelden Sosyal Jet-lag Sendromunu tanımlamaları istenmesinin ardından kendilerine Sosyal Jet-lag Sendromunun açıklaması yapılmıştır. Açıklama yapıldıktan sonra tüm personelin bu sendromu yaşadığını belirttiği ve hatta personellerden Seher, "*Bahsettiğiniz tanımlamayı biliyorum aslında bir önceki soruda da bunu ifade etmek istedim ama tam anlamıyla kelimelere dökemedim ve gün içerisinde bu sendromu bir çok kez yaşadığımı söyleyebilirim.*" demiştir. Diğer bir personel Mustafa ise "*Gün içerisinde uykusuzluk yaşadığım zamanlarda işlerime konsantrasyon olmakta zorlanıyorum, bu durum sonucunda da işime karşı isteksiz tavırlar sergilediğimi görüyorum. Çalışma arkadaşlarıma karşı anlayışsız ve tahammülsüz davrandığımın da farkındayım. İş bitişi eve döndüğümde ailem ise yorgunluğumu gözlemlediklerini ve hatta işimden dolayı mutsuz olduğumu düşündüklerini birçok kez*

*belirttiler.”* Personellerin sıraladığı sonuçlar ise şu şekilde sınıflandırılmıştır; uykusuzluk, isteksizlik, sürekli yorgunluk, dikkat ve konsantrasyon bozukluğu, stres, gerginlik, öfke, tahammülsüzlük, umutsuzluk, mutsuzluktur.

#### **2.6.4. Sosyal Jetlag Önleme Tedbirleri**

Personellerin hepsinin bu sendromu yaşadığını ve gün içerisinde bu sendrom sebebiyle karşılaştıkları sorunlarla baş edebilmek ve bu yaşadıkları sendromu önlemek adına hemen hemen hepsinin kendince bazı önerileri olmuştur. Bunlar; Sami, “... *gün içerisinde yaşadığım uykusuzluk sorununu çözmek adına iş yerimin evime yakın olmasından faydalanarak öğle yemeği arasında eve gittiğimde kısa bir uyku molası verip günün geri kalan saatlerinde daha dinç kalmayı sağlıyorum.*” demiştir. Gupset, “*Çocuklarımla geçirdiğim her zaman dilimi benim için çok kıymetli ve onlarla vakit geçirdiğim zaman gün içerisinde işimle ilgili ya da eve geldiğimde beni bekleyen diğer sorumluluklarımla yaşadığım yorgunluğu onlarla vakit geçirerek atıyorum ve hayata karşı pozitif enerji ile dolu oluyorum.*” demiştir. Celalettin ise “*İşten çıktıktan sonra bazı günler hemen eve gitmeyip arkadaşlarımla vakit geçirip, onlarla izin günleri için planlar yapıyoruz. İzinli olduğumuz günlerde alarm kurmadan uyanıp uykumuzu aldıktan sonra güzel Pazar kahvaltı planlarımızı gerçekleştiriyoruz ki bu da tüm hafta yorgunluğumu atıp kendimi iyi hissetmemi sağlıyor.*” demiştir.

### **3. TARTIŞMA VE SONUÇ**

Sosyal jet-lag'ın varlığı, çoğu insanın uyumsuz bir vücut saatine sahip olduğunu, sağlığı ve refahı olumsuz etkilediği bilinen bir soruna sahip olduğunu göstermiştir. Daha açık bir ifadeyle, uykuya yönelik bakış açısının yanlışlığı beraberinde olumsuz sonuçları doğurmuştur. Esasen yıllardır uzmanlar, herkes için önemli görülen standart bir uyku saati önermişlerdir. Sosyal jet-lag ise belki de yanlış olunduğunu ve sağlık ve yaşam tarzı sonuçları açısından uyku ritminin taşıdığı önemi çarpıcı sonuçlarla ortaya koymuştur (Clark, 2019).

Bu çalışmada, yapılan araştırma sonrası elde edilen bulgulardan ortaya çıkan en önemli tartışma konularından biri Sosyal Jet-Lag Sendromunun insanlar tarafından henüz yeteri kadar (bilinçli bir şekilde) bilinen bir kavram olmadığı, bu konuda bilinenlerin eksik olduğu sorunudur. Üçte ikimizin haftada en az bir saat sosyal jetlag yaşadığı ve iki saat ya da daha fazla deneyim yaşadığı tahmin edilmektedir. Bunun sonucunda yaşanan bu sağlık sorunu konusunda kişilerin daha bilinçli hale getirilmesinin gerekliliği ortaya konulmuştur.

Başka bir tartışma konusu ise yaşanan bu sendrom ile nasıl başa çıkılması gerektiği noktasında kişilerin bu konuda eksik bilgilere sahip olması ve tam olarak ne yapmaları gerektiğini bilmemeleri sorunsalıdır. Sosyal Jetlag Sendromu ile başa çıkma yollarının kişilerin ulaşabileceği kaynaklarda paylaşılması, kavramın bu konudaki eksikliğini giderilmesi gerekliliğine dikkat çekilmesi gerekmektedir.

Kavramın henüz yeni ortaya çıkan bir kavram olması sebebiyle sosyal jetlag sendromunun sonuçlarının tam anlamıyla sınıflandırılmasında da eksiklik olduğu yapılan görüşmeler sonucunda ortaya koyulmuştur.

Konu üzerine ileride yapılacak çalışmalara getirilen öneriler ise şunlardır:

1. Araştırmadan elde edilen verilerin genellenebilmesi amacıyla, araştırma farklı çalışma ortamlarında, farklı katılımcılarla ve farklı araştırmacılarla yinelenabilir.
2. Farklı araştırma yöntemleri kullanılarak Sosyal Jetlag Sendromu'nu değerlendirmeye yönelik araştırmalar desenlenebilir.
3. Kamu ve özel sektörde çalışan kişilerle de görüşmeler gerçekleştirilerek elde edilen bulgular, bu araştırmanın bulgularıyla karşılaştırılabilir.

## KAYNAKÇA

- Burda, Doğan (2017). Dikkat! Sosyal jet lag kalbinize kötü geliyor. Erişim Adresi: <https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/saglik/dikkat-sosyal-jet-lag-kalbinize-kotu-geliyor-40556545> (Erişim Tarihi: 17.01.2020).
- Clark, Neil (2019). Social Jetlag. Erişim Adresi: <https://www.sleepcycle.com/sleep-deprivation/social-jetlag/> (Erişim Tarihi: 21.01.2020).
- Geddes, Linda (2019). Social jetlag – are late nights and chaotic sleep patterns making you ill? Erişim Adresi: <https://www.theguardian.com/lifeandstyle/2019/jan/21/social-jetlag-are-late-nights-and-chaotic-sleep-patterns-making-you-ill> (Erişim Tarihi: 17.01.2020).
- Hünerli, Gizem (2016). Sosyal Jet-Lag Sendromu. Erişim Adresi: [https://www.tavsiyedyorum.com/makale\\_17038.htm](https://www.tavsiyedyorum.com/makale_17038.htm) (Erişim Tarihi: 19.12.2019).
- Malbon, Abigail (2018). Social jet lag could be the reason why you're so tired all the time. Erişim Adresi: <https://www.cosmopolitan.com/uk/body/health/a22715169/what-is-social-jet-lag/> (Erişim Tarihi: 20.01.2020).
- Roenneberg, Till (2012). *Internal Time: Chronotypes, Social Jet Lag, and Why You're So Tired*. Harvard University Press.
- Roenneberg, Till, Allebrandt, Karla V., Mellow, Martha ve Vetter, Celine (2012). Social jetlag and obesity. *Curr Biol.*, 22(10): 939-943.
- Wittmann, Marc, Dinich, Jenny, Mellow, Martha ve Roenneberg, Till (2006). Social jetlag: misalignment of biological and social time. *Chronobiol Int.*, 23(1-2): 497-509.
- Yıldırım, Ali ve şimşek, Hasan (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zhang, Zhongxing, Cajochen, Christian ve Khatami, Ramin (2019). Social Jetlag and Chronotypes in the Chinese Population: Analysis of Data Recorded by Wearable Devices. *J Med Internet Res.*, 21(6): e13482 (Erişim Adresi: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6595939/>, Erişim Tarihi: 23.03.2020).

## EK

### GÖRÜŞME FORMU

**Araştırma Sorusu:** Sosyal Jet-Lag Sendromu Nedir?

**Yer:**

**Tarih ve Saat:**

**Giriş:**

Merhabalar. Yapılacak olan bu görüşmede temel amaç; ülkemizde Sosyal Jet-Lag Sendromunun kişiler üzerinde ne ifade ettiğini betimlemek ve bu durumun olumlu ve olumsuz yanlarını ortaya çıkartarak alan yazına katkı sağlamaktır. Bu araştırma sonuçlarının kişiler üzerinde yaşanılan problemlerin çözümünde öneriler sunulmasına katkıda bulunacağı düşünölmektedir.

Sizlerle görüşmelerden elde edilecek bilgiler gizlidir ve kimliğiniz ifşa edilmeyecektir. Soruları cevaplariken rahat olmanız ve gerçekleri yansıtmamız beklenmektedir. Katılımınız için teşekkür ederiz.



**Görüşme Soruları:**

1. Kendinizi kısaca tanıtır mısınız?
2. Uyku düzeniniz nasıldır? Gün içerisinde uyku problemleri yaşıyor musunuz?
3. Sosyal Jet-Lag Sendromu hakkında bilginiz var mı? Bu konu hakkında ne düşünüyorsunuz?
4. Sosyal Jet-Lag Sendromunun günlük aktivitelerinizde ne gibi sonuçlar doğurduğunu düşünüyorsunuz?
5. Sosyal Jet-Lag Sendromunu yaşamamanız adına geliştirdiğiniz yöntemler var mıdır? Varsa bunlar nelerdir?

Budak, F. ve Korkmaz, Ş. (2020). COVID-19 Pandemi Sürecine Yönelik Genel Bir Değerlendirme: Türkiye Örneği. *Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi*, (1), 62-79.

Derleme/ Review

Makale Geliş Tarihi: 17.05.2020  
Makale Kabul Tarihi: 17.05.2020

## COVID-19 PANDEMİ SÜRECİNE YÖNELİK GENEL BİR DEĞERLENDİRME: TÜRKİYE ÖRNEĞİ



<https://doi.org/10.35375/sayod.738657>

Fatih BUDAK<sup>1</sup>, Şerif KORKMAZ<sup>2</sup>

### ÖZET

Dünya Sağlık Örgütü Çin Ülke Ofisi, 31 Aralık 2019 tarihinde, Çin'in Hubei eyaletinin Wuhan şehrinde, sebebi o an için bilinmeyen zatürre vakaları bildirmiş ve 5 Ocak 2020 tarihinde ise, daha önce insanlarda tespit edilmemiş yeni bir koronavirüs tanımlanmıştır. Başlangıçta 2019-nCoV olarak ifade edilen bu hastalık, daha sonra Covid-19 olarak adlandırılmış ve Çin'de ortaya çıktıktan sonra, üç ay gibi kısa bir süre içerisinde tüm dünyayı etkisi altına almıştır. 12 Mart 2020 itibariyle Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi olarak ilan edilen Covid-19 salgını; fiziksel, ruhsal ve sosyal olarak dünya insanlığını tehdit etmeye devam etmektedir. Dünya Sağlık Örgütü verilerine göre; 12 Mayıs 2020 itibariyle, dünya genelindeki Covid-19 kaynaklı vaka sayısının 4 milyon 88 bin 848'e ulaştığı, ölüm sayısının ise 283 bin 153 olduğu görülmektedir. Türkiye'de ise ilk olarak 11 Mart 2020 tarihinde görülen Covid-19 vakasından 12 Mayıs 2020 tarihine kadar geçen süre zarfında; toplam vaka sayısı 141 bin 475 iken, Covid-19 kaynaklı toplam ölüm sayısı ise 3 bin 894 olarak belirtilmektedir. Bu çalışmanın amacı; güncel veriler ve literatür ışığında, Covid-19 pandemisini genel olarak değerlendirmek ve pandemi sürecinin, dünyadaki diğer ülkelerle birlikte Türkiye'deki etkisini de dikkate alarak, sağlık yönetimi bakış açısıyla, çıkarımlarda ve önerilerde bulunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Koronavirüs, Covid-19, Pandemi, Türkiye

### AN OVERALL EVALUATION FOR THE COVID-19 PANDEMIC PROCESS: THE CASE OF TURKEY

#### ABSTRACT

China- WHO Country Office announced that some pneumonia cases of unknown origin showed up in 31st of December, 2019 in Wuhan city of Hubei province of China and afterwards, It was described in January the 5th, 2020 as a corona virus which has not been diagnosed on human body. This illness, which was initially called 2019 n-CoV, has been afterwards called Covid-19. It has spread to whole World within 3 months after showing up in China. Covid-19, which was declared as a Pandemic by World Health Organization as of 12th March, 2020, are still posing a threat to the people in terms of physical, mental and social. According to WHO data, the number of cases worldwide caused by Covid-19, as of 12th May 2020, has reached up to 4 million 88 thousand 848 and the death number to 283 thousand 153. It showed up in Turkey 11th March, 2020 and from that date to 12th May, 2020, total number of confirmed cases in the country is 141 thousand 475 of which 3 thousand 894 is the total death number. The purpose of this study is basically perspective to assess Covid-19 basing on current data and literature and thus, from the

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Yusuf Şerefoğlu Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, fbudak@kilis.edu.tr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6873-6204>

<sup>2</sup> Tezsiz Yüksek Lisans Öğrencisi, Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı, serifikorkmaz@live.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6327-2669>

perspective of healthcare management, to make a conclusion, considering the effects of the pandemic both in Turkey and other countries.

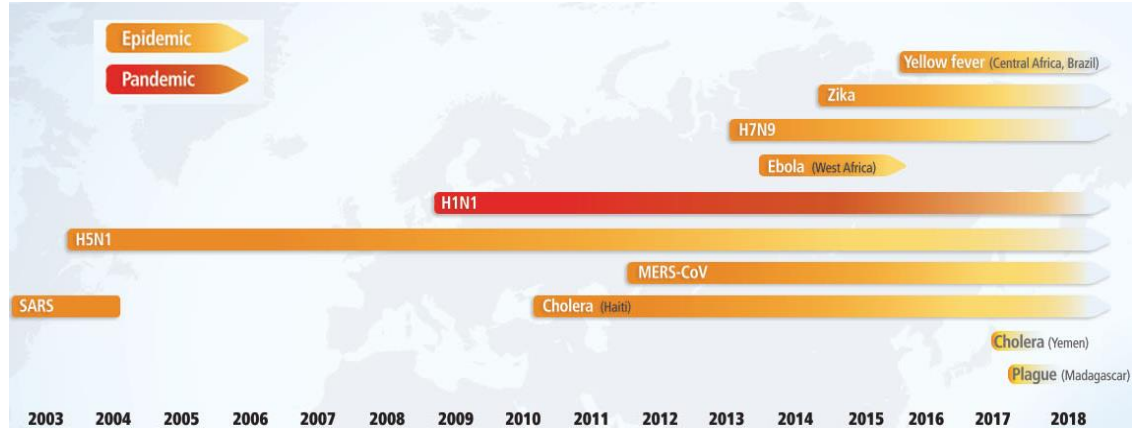
**Keywords:** Coronavirus, Covid-19, Pandemic, Turkey

## Giriş

Dünya Sağlık Örgütü, sağlık kavramını, yalnızca hastalık veya sakatlığın olmayışı değil; fiziksel, ruhsal ve sosyal yönden tam bir iyilik hâli olarak tanımlamaktadır (WHO, 1946). Mevcut sağlık standartlarından en yüksek şekilde yararlanabilmek ise; etnik köken, din, dil, siyasi düşünce gibi farklılıkları gözetmeksizin, her bireyin temel insani hakkıdır. Tarihsel süreçte, toplumların sağlık algıları da değişmiş; dolayısıyla, hastalık kavramına yüklenen anlamlarda da zamanla değişiklikler yaşanmıştır. Örneğin, geçmişte var olup da bilinmeyen birçok durum, bugün hastalık olarak tanımlanabilmektedir (Scully, 2004). Kelime anlamı olarak hastalık teriminin; eski Fransızca ve Latin dillerinde yer alan “dis-ease” yani rahatlığın olmayışı ve yeterli alanın bulunmaması kelimelerinden türetildiği düşünülmektedir (Boyd, 2000). Günümüzde ise hastalık kavramı; canlılarda meydana gelen bazı değişiklikler sonucu sağlıklı olma durumundaki değişim, ikincil olarak ruhsal durumdaki bozulmalar ve bitkilerde meydana gelen değişimler şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2020). Sağlık ve hastalık terimlerinin yanı sıra, özellikle Covid-19 ile birlikte sıkça kullanılan kelimelerden ikisi ise epidemik ve pandemi kavramlarıdır. Epidemik; bulaşıcı bir hastalığın belirli bir bölge içerisinde salgın haline dönüşmesi olarak tanımlanırken, pandemi ise; bir salgının belirli bir bölgenin de dışına taşarak, büyük bir nüfusu ve hatta bütün bir insanlığı etkilemeye başlaması olarak ifade edilmektedir (Aslan, 2020; Merriam-Webster, 2020).

Doğa, öngörülemez güçlerini sürekli olarak insanoğluna hatırlatmakta ve içinde yaşamış oldukları bu doğal çevre; sürekli olarak ve çoğu zaman da uyardıktan, insanlar için tehlike oluşturan birçok salgını da ortaya çıkarmaktadır. Geçmişten geleceğe uzanan salgın hastalıkların, geçmişte ve günümüzde yaşandığı gibi, gelecekte de yaşanacak olması muhtemeldir. Uzak geçmişe gitmeden, 21. yüzyılın ilk 20 yılında ortaya çıkan salgınlar bile, bulaşıcı hastalıklara karşı insanların ne kadar savunmasız olduğunu göstermeye yetmiştir. 1970’lerde bulunan aşı ve antibiyotikler ile birlikte, birçok bilim insanı, hastalıklar devrinin kapandığı yanılgısına kapılsa da zaman içerisinde hastalıklar yapısal değişiklikler göstererek yeniden dönmüştür. Sadece 1970’lerden bugünlere, %70’i hayvansal kökenli olmak üzere, bin beş yüzden fazla yeni hastalığa sebebiyet veren patojenler ortaya çıkmıştır. Her ne kadar bu patojenlerin tamamının büyük bir salgına dönüşmediği bilinse de 1976 yılında ortaya çıkan Ebola Virüsü ve 1983 yılından itibaren görülmeye başlanan HIV, insan sağlığı üzerinde küresel bir sorun olarak dikkat çekmektedir (WHO, 2018; Aslan, 2020).

## Şekil 1: Son 20 Yıl İçerisinde Görülen Önemli Salgın Hastalıklar



**Kaynak:** (WHO, 2018).

Şekil 1.'de, 2018 yılından geriye doğru son 20 yıl içerisinde gerçekleşmiş önemli salgınlar, tarih çizelgesi üzerinde görülmektedir. Özellikle bu salgınların yıllar içerisinde giderek arttığı ve yalnızca bölgesel salgınlar olarak kalmayıp bütün dünyayı tehdit eden pandemilere dönüştüğü görülmektedir.

Örneğin, en eski hastalıklardan olan veba hastalığı düşünülecek olursa; ilk duyulduğunda, bu hastalığın çok eskilerde kaldığı ve artık yeryüzünden silinip gittiği düşünülebilir. Ama ne yazık ki 21. yüzyılda, 2017 yılında, Madagaskar'da, 2 bin 417 veba vakası tespit edilmiş ve hastalık tespit edilen kişilerden de 209'u hayatını kaybetmiştir. Buradan anlaşılması gereken şudur ki bazı hastalıklar zamanla yok olup gitmemektedir. Dolayısıyla, hastalıkların nadiren ortadan kalktığını ve her zaman yeni türde hastalıkların ortaya çıkmasının da muhtemel olduğunu söylemek mümkündür (Raoult vd., 2013; WHO, 2018). 2002-2003 yılları arasında, koronavirüs ailesinden olup daha önce hiç görülmemiş olan, Ağır Akut Solunum Yolu Yetersizliği (SARS-CoV) hastalığı, ilk olarak Çin'de ortaya çıkmış ve özellikle Asya ülkelerinde büyük ekonomik sıkıntılara yol açmıştır. Hastalığın bulaştığı her 10 kişiden birinin hayatını kaybetmesine neden olan bu salgında, 8 bin 437 vakadan 813'ü ölümlü sonuçlanmıştır. 2009 yılına gelindiğinde ise 21. yüzyılın ilk grip pandemisi olarak H1N1 virüsü ortaya çıkmıştır. Kuzey Amerika'da ortaya çıkan bu virüs, domuz gribi olarak da adlandırılmış ve 100 bin ile 400 bin arası kişinin hayatını kaybetmesine neden olmuştur. 2012-2013 yılları arasında ise ilk olarak Suudi Arabistan'da görüldüğü var sayılan ve yine koronavirus ailesinden olan Orta Doğu Solunum Sendromu (MERS-CoV), insanlarda görülmeye başlanmıştır. Tek hörgüçlü develerden insanlara bulaştığı düşünülen bu hastalığın, ilk çıkış tarihinden itibaren 27 farklı ülkeden 2 bin 400 vaka sayısına ulaştığı düşünülmektedir. Yine, 2014 yılında, Batı Afrika'da, meyve yarasaları, goril ve şempanzelerden insanlara bulaştığı düşünülen Ebola virüsü ortaya çıkmıştır. Özellikle, bölgedeki sağlık imkânlarının yetersizliğinden dolayı, iki ay boyunca hiçbir müdahalede bulunulamayan bu hastalık, 1976 yılından itibaren üç kıta, yedi ülke ve 24 farklı bölgede görülerek, büyük bir paniğe neden olmuştur. 2015 yılında Brezilya'da ortaya çıkan, sivrisinekler aracılığıyla insanlara bulaştığı düşünülen ve dünya genelinde 70 ülkeyi etkileyen Zika virüsünün ise özellikle, anne rahmindeki bebeklerin beyinlerinde yıkıcı hasarlara sebep olduğu düşünülmektedir (Gire vd., 2014; Petersen vd., 2016; WHO, 2018; Johns Hopkins Medicine, 2020). Günümüzde ise zamana yayılmış bir şekilde devam eden en ölümcül pandemilerin

başında HIV (Human Immunodeficiency Virus)'den kaynaklanan AIDS (Acquired Immune Deficiency Syndrome) hastalığı gelmektedir. İlk olarak 1981 yılında ortaya çıktığı var sayılan AIDS, insan vücudunun sahip olduğu bağışıklık sistemini yavaşça yok ederek, kişiyi hastalıklara karşı savunmasız hale getirmektedir. HIV'in yanı sıra, Dünya Sağlık Örgütü'nün pandemi olarak adlandırdığı kolera, grip, menenjit, sıtma, sarıhumma gibi hastalıklar da halen dünyanın farklı yerlerinde etkisini sürdürmektedir. Sadece koleradan bir yıl içerisinde dünyanın 40 farklı bölgesinde salgınlar oluşabilmektedir. Çoğu zaman önlemler alınsa da grip benzeri virüslerin hızlı yayılım kabiliyeti, aşıların yeteri miktarda üretilmemesi ve en önemli neden olarak da hastalığın sürdüğü ülkelerdeki sağlık sistemlerinin zayıflığı, bu pandemilerin devam etmesine neden olmaktadır (Schwetz ve Fauci, 2019; WHO, 2018; Aslan, 2020).

## 1. Covid-19 Pandemisi ile İlgili Genel Bilgiler

Her ne kadar koronavirüsler (CoV) insanlarda genellikle soğuk algınlığı seviyesinde belirtiler gösteren bir RNA virüs ailesi olarak bilirse de aynı aileye mensup olan SARS-CoV ve MERS-CoV, bu virüs ailesinin daha ciddi hastalıklara neden olabildiğini ortaya koymuştur. Yüzeyinde bulunan çubuksu uzantıların taça benzetilmesi üzerine, Latince taç anlamına gelen "corona" kelimesiyle koronavirüs ismi telaffuz edilmeye başlanmıştır (WHO, 2020b; T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020b). RNA virüsleri; öncelikle vahşi hayvanlarda ortaya çıkan ve buradan insanlara sıçrayan, mutasyon becerileri yüksek virüsler olmaları nedeniyle, salgına yol açma oranı yüksek patojenler olarak tanımlanmaktadır (Carrasco-Hernandez vd., 2017). 2019 yılının Aralık ayına kadar, koronavirüs ailesinin 6 farklı bireyinden bahsedilmektedir. SARS-CoV ve MERS-CoV dışındaki diğer koronavirüsler (HCoV-OC43, HCoV-HKU1, HCoV-229E, HCoV-NL63) normalde yaşlı ve çocuklarda orta şiddetli üst solunum yolları enfeksiyonuna neden olurken, bebeklerde ise bazen şiddetli enfeksiyonlara sebep olabilmektedir. (Hasöksüz vd., 2020). 2019 yılında ortaya çıkan ve ilk olarak Çin'in Hubei eyaleti Vuhan şehrinde görülen koronavirüs ise, virüsle temasta bulunan kişilerde, tedavi edilemeyen zatürre benzeri belirtiler göstermiştir. Önceki bilinen koronavirüslerden farklı olarak, bu virüs; SARS-CoV-2 olarak adlandırılmıştır (Aslan, 2020; Xu vd., 2020). Virüsün sebebiyet verdiği hastalığın adı ise ilk olarak 2019 Novel Coronavirus, daha sonra ise Covid-19 olarak isimlendirilmiştir (WHO, 2020c).

Covid-19'un şu ana kadar net olarak bilinen en tipik belirtileri; yüksek ateş, kuru öksürük ve yorgunluktur. Bu belirtilerin genellikle hastalığın beşinci gününde ortaya çıktığı; ancak farklı vakalarda, ikinci günden on dördüncü güne kadar bir aralıkta farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (WHO, 2020b; Johns Hopkins, 2020). Daha nadir olarak bazı hastalarda ise baş ağrısı, burun tıkanıklığı, genel ağrı, tat ve koku duyusunda his kaybı, ishal, vücutta görülen kızarıklıklar, parmaklarda renk değişimleri de gözlemlenmektedir (WHO, 2020b). Yapılan araştırmalar; vakaların %80'lik kısmının ciddi bir tıbbi müdahale gerektirmeyecek şekilde hastalığı atlattığını; ancak ciddi vakalarda hastalığın zatürreye dönüşebildiğini ve suni solunum yöntemlerine ihtiyaç duyulabildiğini göstermektedir. Hastalığı hafif geçirenler için evlerinde istirahat, ateş düşürücü önlemler ve sıvı alımı önem kazanmaktadır. Hastalıkla temasta bulunan her beş kişiden biri, hastalığı ağır geçirmektedir. Özellikle şeker hastalığı, yüksek tansiyon, akciğer ve kalp hastalıkları gibi kronik rahatsızlıkları bulunan bireyler ve yaşlı insanlar, riskli grupta yer almaktadır. Yaşlıların haricinde, çocuk ve genç yaşta bulunan insanların da enfeksiyon kapma ve çevrelerine yayma ihtimalleri vardır. Bu yaş grubundaki insanların da hastalığı ağır geçirdiği vakalar tespit edilmiştir. Bu araştırmanın yapıldığı zaman diliminde

pandeminin devam ediyor olmasından dolayı halen dünya genelinden veri toplama süreci devam etse de şu ana kadar elde edilen veriler üzerinden yapılan hesaplamaya göre, virüs nedeniyle genel ölüm oranının %1,4 ile %4,7 aralığında olduğu gözlemlenmektedir (Johns Hopkins, 2020; T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020b). Hastalığın, insandan insana; konuşma esnasında, hapşırıldığında ya da öksürdüğünde dışarı atmış olduğu küçük damlacıklar yoluyla bulaştığı bilinmektedir. Bu damlacıklar havada asılı kalmaz ve uzak mesafelere hava yoluyla taşınmazlar. Kişiler, hasta bireyin dışarı atmış olduğu damlacıkları solumaları neticesinde hastalanırlar. Bu sebeptendir ki en az bir metre mesafe kuralı getirilmiştir. Bunun yanı sıra bu damlacıklar; kapı kolu, masa ve benzeri nesnelere de kolayca yerleşebilmektedir. Semptom gösteren veya göstermeyen hasta bireylerin; öksürme ve hapşırma yoluyla dağıttıkları bu damlacıkların bulunduğu yüzeye temas sonrası virüs, ağız, burun veya göz mukozası yoluyla vücuda girerek yayılmaktadır. Kişilerin ne süreyle taşıyıcı olduklarına dair kesin bir veri bulunmamakla birlikte; hiçbir belirti göstermeyen kişilerin de virüsü yaydığı gözlemlenmiştir. (WHO, 2020b; T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020b).

## 2. Covid-19 Pandemisinin Ortaya Çıkışı ve Dünyadaki Yayılım Süreci

Dünya Sağlık Örgütü Çin Ülke Ofisi, 31 Aralık 2019 tarihinde, Çin'in Hubei eyaletinin Wuhan şehrinde, sebebi o an için bilinmeyen zatürre vakaları bildirmiş ve 5 Ocak 2020 tarihinde ise, daha önce insanlarda tespit edilmemiş yeni bir koronavirüs tanımlanmıştır. Başlangıçta 2019-nCoV olarak ifade edilen bu hastalık, daha sonra Covid-19 olarak adlandırılmış ve Çin'de ortaya çıktıktan sonra, üç ay gibi kısa bir süre içerisinde tüm dünyayı etkisi altına almıştır (WHO, 2020e). Covid-19 hastalığının ilk ortaya çıktığı günden 12 Mayıs 2020 tarihine kadar geçen zaman diliminde yaşanan önemli gelişmeleri, aşağıdaki şekilde, kronolojik olarak sıralamak mümkündür (ALJAZEERA, 2020; EURONEWS, 2020; UNESCWA, 2020; Muccari vd., 2020; T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020b; WHO, 2020a).

31 Aralık 2019'da; Çin'de zatürre olarak belirtilen ilk vakalar, Dünya Sağlık Örgütü'ne bildirildi.

5 Ocak 2020'de; ilk kez Dünya Sağlık Örgütü bu yeni hastalığı salgın olarak adlandırdı.

10 Ocak'ta; SARS ve MERS gibi virüslere dayandırılarak, yeni virüsle ilgili ilk rehber yayınlandı.

11 Ocak'ta; Çin, virüsle ilgili genetik bulguları kamuoyuyla paylaştı ve bu hastalıktan ilk ölüm, Çin'de bu tarihte gerçekleşti.

13 Ocak'ta; ilk kez Çin dışında bir ülkede, Tayland'da yeni virüs vakası görüldü.

21 Ocak'ta; ABD, ilk virüs vakasını duyurdu.

23 Ocak'ta, 11 milyonluk Wuhan şehri karantinaya alındı; şehre giriş çıkışlar kapatıldı.

31 Ocak'ta; ABD, son 14 gün içinde Çin'e seyahat etmiş olan kişilere seyahat yasağı uygulayacağını açıkladı.

02 Şubat'ta; Çin dışındaki virüs kaynaklı ilk ölüm, Filipinler'de gerçekleşti.

04 Şubat'ta; The Diamond Princess isimli gemide on kişinin hastalık testinin pozitif çıkması üzerine, gemi 3 bin 700 yolcusu ve mürettebatı ile Yokohama'da karantinaya alındı.

- 07 Şubat'ta; virüsün ilk habercisi olarak bilinen ve Aralık 2019 sonunda, meslektaşlarını henüz salgın resmi olarak kabul edilmeden salgın konusunda uyararak Dr. Li Wenliang, virüs nedeniyle hayatını kaybetti.
- 09 Şubat'ta; virüs kaynaklı toplam ölüm sayısı, SARS'tan kaynaklanan toplam ölüm sayısını geçti.
- 11 Şubat'ta; hastalık, Covid-19 olarak adlandırıldı.
- 14 Şubat'ta; Mısır, ülkedeki ilk vakayı duyurarak Afrika kıtasında hastalığın görüldüğü ilk ülke oldu. Yine aynı tarihte; Asya dışında ilk ölüm, Fransa'da gerçekleşti.
- 17 Şubat'ta; Dünya Sağlık Örgütü, toplu alanlarda bir araya gelinmemesi konusunda kamuoyunu uyardı.
- 19 Şubat'ta; İran, ilk Covid-19 vakasını duyurdu.
- 22 Şubat'ta; Dünya Sağlık Örgütü Afrika Direktörü, Covid-19'a karşı strateji toplantısı çağırısı yaptı.
- 24 Şubat'ta; İtalya, Avrupa'da en çok etkilenen ülke olarak liste başına yerleşti.
- 26 Şubat'ta; Brezilya'da tespit edilen ilk vaka ile virüs, Latin Amerika'da ilk kez görüldü.
- 29 Şubat'ta; ABD, uçuş yasakları getirmeye başladı.
- 03 Mart'ta; koruyucu kıyafet ve cihazlardaki eksikliği gidermek için Dünya Sağlık Örgütü, bu ürünleri imal eden üreticilere, üretimi yüzde 40 artırma çağırısı yaptı.
- 05 Mart'ta; Suudi Arabistan, ilk Covid-19 vakasını açıkladı.
- 07 Mart'ta; toplam 100 ülkeye hastalığın yayıldığı ilan edildi.
- 08 Mart tarihinde; İtalya, Lombardiya bölgesinde genel karantina ilan etti.
- 10 Mart'ta; İtalya'daki karantina, bütün ülkeyi kapsayacak şekilde genişletildi.
- 11 Mart'ta; Türkiye'de ilk Covid-19 vakası görüldü ve aynı tarihte, Dünya Sağlık Örgütü, bu yeni gelişen virüsün bir pandemi olduğunu açıkladı. ABD, uçuş yasaklarını, Avrupa'yı kapsayacak şekilde genişletti.
- 13 Mart'ta; Birleşmiş Milletler, Dayanışma Müdahale Fonunu duyurdu. Yine 13 Mart itibarıyla; Dünya Sağlık Örgütü, toplamda 5 bin insanın yaşamını yitirdiğini ve yeni pandemi merkezinin Avrupa olarak güncellendiğini duyurdu.
- 14 Mart'ta; İspanya'daki vaka sayısında rekor bir artış yaşandı ve ülkede karantina kararı alındı.
- 15 Mart'ta; ABD'de, 50 kişi ve üzeri katılımcılı tüm etkinliklerin, 8 hafta boyunca yasaklandığı duyuruldu.
- 16 Mart'ta; Almanya ve Kanada, sınırlarını komşu ülkelere kapattı. Fransa, önlemleri daha da arttırarak; iki hafta boyunca, zorunlu durumlar dışında evden çıkılmaması yönünde karar aldı.
- 16 Mart'ta; ilk deneysel aşılama yapıldı.
- 17 Mart'ta; Avrupa Birliği, 30 günlük seyahat kısıtlamasını yürürlüğe koydu.

18 Mart'ta; İtalya, Fransa ve İspanya'dan sonra ülke geneli karantina kararı alan dördüncü ülke Belçika oldu. Kanada ve ABD, ortak sınırlarında seyahat kısıtlamasına gitti. Amerikan Borsası, iki hafta içinde dördüncü kez geçici süreyle işlem durdurdu. Yine aynı tarihte, Dünya Sağlık Örgütü, Covid-19'a karşı en etkili tedavi yöntemlerinin araştırılması için oluşturulan kapsamlı bir çalışma olan Dayanışma Denemesini duyurdu.

19 Mart'ta; Çin, salgının başlamasından itibaren ilk kez yerel bir vaka bildirmede. Avustralya ve Yeni Zelanda, sınırlarını kapatma kararı aldı. İtalya, salgından dolayı meydana gelen toplam 3 bin 405 ölümlü Çin'i geride bıraktı.

21 Mart'ta; Sri Lanka ve Ürdün, ülke geneli sokağa çıkma yasağı ilan etti. Vuhan'da üç gün üst üste yeni vaka tespit edilmemesi üzerine, bazı işletmelerin açılmasına izin verildi; ancak, eyalet dışına seyahat yasağı kaldırılmadı.

22 Mart'ta; Singapur'da yaşanan ilk ölümün ardından, seyahat kısıtlamaları getirildi.

23 Mart'ta; Birleşik Arap Emirlikleri, Güney Afrika ve Birleşik Krallıkta sokağa çıkma yasağı planları açıklandı. Hong Kong, tespit edilen vakaların çoğunun yakın zamanda seyahat etmiş kişiler olduğunu açıklayarak seyahat kısıtlamaları getirdi. Dünya Sağlık Örgütü, dünya çapında vakaların toplamının 300 bini aştığını duyurdu; ilk 100 bine 67 günde, ikinci 100 bine 11 günde ulaşılmışken, üçüncü 100 bine ise sadece 4 günde ulaşılmış olduğunu belirterek; alınması gereken önlemler konusunda bilgi verdi.

24 Mart'ta; Hindistan ve Mısır da sokağa çıkma yasağı, Fransa'da iki aylık olağanüstü hal ilan edildi. 2020 Tokyo Olimpiyatlarının, 2021 yazına ertelendiği duyuruldu. Dünya Sağlık Örgütü sözcüsü, ABD'deki vaka artışının endişe verici olduğunu ve ABD'nin, pandemiyi yeni merkezi haline gelme potansiyeli bulunduğu aktardı.

27 Mart'ta; İngiltere başbakanı Boris Johnson'a Covid-19 teşhisi konuldu. 06 Nisan'da yoğun bakıma kaldırılan Johnson, 12 Nisan'da hastaneden taburcu edildi, 27 Nisanda ise yeniden iş başı yaptı.

29 Mart'ta; dünya genelindeki ölümlerin sayısı, 30 bini aştı.

30 Mart'ta; Nijerya ve Rusya'da, sokağa çıkma yasakları ilan edildi. İspanya, ABD ve İtalya'da, vaka sayıları Çin'i aştı.

02 Nisan'da; Avrupa genelinde, sağlık otoritelerinin pandemiyi nasıl yönettiğine dair izleme amaçlı Sağlık Sistemi Müdahale Monitörü devreye sokuldu.

06 Nisan'da; Avusturya hükümeti, Nisan ortasında başlayacak normalleşme planını açıkladı. Çin'de ilk kez yeni bir vaka görülmediği bildirildi.

07 Nisan'da; İsrail'de, Hamursuz Bayramı boyunca sokağa çıkma yasağı ilan edilirken, Japonya da hızlı artış görülen vaka sayıları nedeniyle bir ay boyunca olağanüstü hal ilan etti. Fransa'da ve ABD'de, günlük en yüksek ölüm sayısı görüldü. Aynı gün, salgının ilk ortaya çıktığı Vuhan kentinde, karantina kaldırıldı.

09 Nisanda; Uluslararası Para Fonu (IMF) tarafından, Covid-19 nedeniyle, küresel ekonomik büyümenin negatif yönde olacağı açıklandı.

11 Nisan'da; İran, devlet dairelerini açacağını duyurdu.



14 Nisan'da; Dünya Sağlık Örgütü tarafından, Afrika ülkelerine hayati tıbbi malzeme temini sağlandı. İtalya'da bazı mağazaların açılmasına izin verildi. ABD başkanı Trump, ABD'nin Dünya Sağlık Örgütü'ne fon aktarımını durdurma planını açıkladı.

15 Nisan'da; dünyadaki toplam vaka sayısı, 2 milyonu aştı. Nisan ortasında, ABD ve Avrupa ülkelerinde sokağa çıkma yasaklarına karşı protesto gösterileri görüldü. Birleşmiş Milletler, Orta Doğu'da 74 milyon insanın virüsle mücadele için çok önemli olan temiz su ve sabuna erişimi olmadığını gösterir rapor yayınladı.

16 Nisan'da; AB Komisyonu, sürecin başından beri gereken desteği vermedikleri için İtalya'dan özür diledi.

20 Nisan'da; İspanya'da, beş haftadır devam eden sokağa çıkma yasağının 09 Mayıs'a kadar devam edeceği açıklandı. Ancak, 12 yaş altı çocukların kısa süreli olarak sokağa çıkmasına izin verildi. Almanya'da, küçük mağazaların kısmen açılması ile birlikte yasakların azaltılmasına başlandı. ABD, virüsten korunmak ve hızla yükselen işsizliği önlemek adına göçmen kabul etmeyi durdurduğunu açıkladı.

23 Nisan'da; Trump'ın, günlük bilgilendirme konuşmasında, vücuda dezenfektan enjekte edilmesine yönelik önerisinin ardından, dezenfektan firmaları ve sağlık örgütleri, insanları vücutlarına herhangi bir yolla dezenfektan almamaları konusunda uyararak durumunda kaldı. Ve aynı gün, ABD New York eyaletinde, iki kediye Covid-19 teşhisi konuldu.

24 Nisan'da; Dünya Sağlık Örgütü Avrupa Ofisi, alınan önlemlerin kademeli olarak azaltılmasına yönelik bir rehber yayınladı.

25 Nisan'da; Hindistan ve Pakistan, küçük işletmelerin kısmen açılmasına izin verdi. Birleşik Krallık'taki ölüm sayısı, 20 bini aştı.

27 Nisan'da; İtalyan hükümeti, 04 Mayıs'tan başlayarak iş yerlerinin, sonrasında da parkların ve paket servis yapacak restoranların açılması kararını açıkladı. Bunu, 18 Mayıs'ta müzelerin, kütüphanelerin ve mağazaların açılmasının takip etmesinin planlandığını bildirdi. Dünyada toplam vaka sayısı 3 milyonun üzerine çıktı; Dünya Sağlık Örgütü, pandeminin sonuna gelinmemiş olduğunu altını çizdi. Rusya'daki vaka sayısı, Çin'i aştı.

28 Nisan'da; ABD'de tespit edilen vaka sayısı, 1 milyonun üzerine çıktı. Fransa, 11 Mayıs'tan itibaren önlemlerin azaltılacağını açıkladı.

30 Nisan'da; Güney Kore, yeni vakasız ilk gününü yaşadı. Almanya kiliselerin, müzelerin, hayvanat bahçelerinin açılmasına karar verdi. ABD'de, işsizlik maaşına başvuranların sayısı 30 milyona ulaştı. Dünya Sağlık Örgütü, bazı ülkelerde görülen vakaların ardından, beş yaş altı çocuklarda görülen Kawasaki hastalığı ile Covid-19'un ilişkisinin araştırılacağını açıkladı.

01 Mayıs'ta; Çin'de, parklar ve öğren yerleri ziyarete açılırken, ateş ölçümlerinin ve fiziksel mesafe korunmasının sürdürüleceği belirtildi. Hindistan'da önlemler azaltılırken, çalışanların takibi ve fiziksel mesafe kontrolü için bir uygulama kullanmaları talep edildi.

02 Mayıs'ta; Afrika kıtasındaki vaka sayısı 40 bini aştı.

03 Mayıs'ta; Afganistan Sağlık Bakanlığı, başkent Kabil'de salgının hızla yayılmasından endişe duyulduğunu bildirdi. Çin, ABD, İngiltere ve Almanya'da Covid-19'a yönelik 11'e yakın aşı çalışmasının deney aşamasında olduğu bildirildi.

05 Mayıs'ta; Birleşik Krallık, 30 binden fazla ölümlle, Avrupa'daki Covid-19 kaynaklı en yüksek ölüm sayısına ulaşan ülke oldu.

06 Mayıs'ta; Polonya, cumhurbaşkanlığı seçimlerini ertelediğini duyurdu.

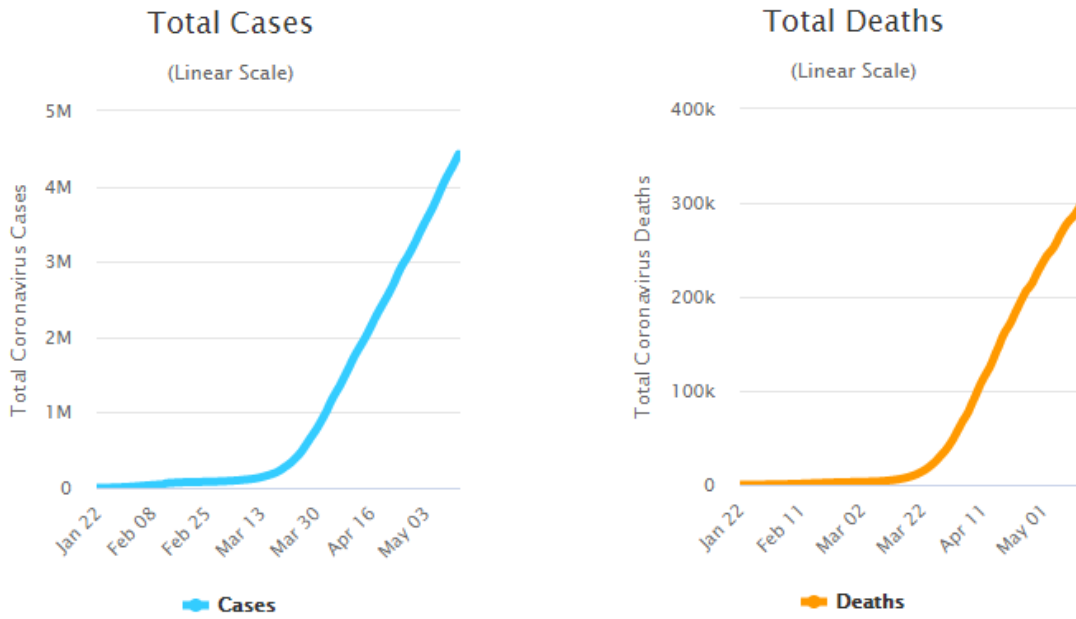
08 Mayıs'ta; Dünya Sağlık Örgütü, Afrika'da bu yıl içerisinde 83 bin ile 190 bin arası kişinin, Covid-19 sebebiyle ölebileceğini, yaklaşık 44 milyon kişinin de enfekte olabileceğini rapor etti. Aynı tarihte; İran Sağlık Bakanlığı, ülke genelinde 1529 yeni vaka olduğunu doğruladı.

10 Mayıs'ta; Çin ve Güney Kore, yeni vakalar olduğunu rapor ederken, Seul'de 34 yeni vaka tespit edildi.

11 Mayıs'ta; İngiltere başbakanı Boris Johnson, ülkedeki kısıtlamaların hafifletileceğini duyururken, John Hopkins Üniversitesi ise ABD'de, 80 binden fazla Covid-19 kaynaklı ölüm yaşandığını bildirdi.

12 Mayıs itibariyle ise dünya genelindeki Covid-19 kaynaklı toplam vaka sayısı; 4 milyon 88 bin 848, toplam ölüm sayısı ise 283 bin 153 olarak ifade edildi.

**Şekil 2:** Covid-19 Kaynaklı Güncel Vaka ve Ölüm Sayıları (12 Mayıs 2020)



**Kaynak:** (Worldometer, 2020).

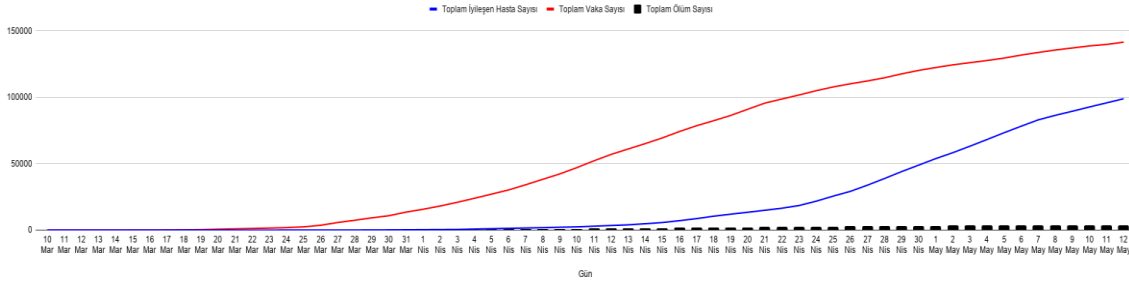
Şekil 2'de, Covid-19 salgınının başladığı Ocak ayından Mayıs ayına kadar geçen süre zarfında, dünya genelindeki toplam vaka ve ölüm artış grafikleri görülmektedir. Buna göre; özellikle Mart ayından itibaren gerçekleşen toplam vaka ve ölüm oranlarında ciddi bir artış olduğunu ifade etmek mümkündür. Buraya kadar ifade edilen ve kronolojik olarak verilen pandemi sürecinde, her ne kadar bölgesel düzeyde iyileşmeler olduğu görülse de toplam vaka ve ölüm oranları, her geçen gün artmaya devam etmekte ve yine bu artışlar da başlangıçtan bugüne,

geride bırakılan 4 aylık süre zarfında, pandemiye önleyecek küresel bazlı bir çözüm önerisinin henüz bulunamadığını göstermektedir.

### 3. Covid-19 Pandemisinin Türkiye’de Görülmesi ve Yayılım Süreci

Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığının yayınlamış olduğu ve günlük olarak güncellenen veri sayfasında belirtildiği üzere; Türkiye’deki ilk Covid-19 vakası, 11 Mart 2020 tarihinde tespit edilmiştir. (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020b). 12 Mayıs 2020 itibariyle Türkiye’de uygulanan toplam test sayısı 1 milyon 440 bin 671 iken; aynı tarihteki Covid-19 kaynaklı toplam vaka sayısı, 141 bin 475; toplam ölüm sayısı ise 3 bin 894 olarak bildirilmiştir. İlk vakanın tespit edildiği Mart ayı ortalarında, günlük ortalama 2-3 bin olan test sayısı, geride bırakılan 2 aylık bir süre zarfında, ortalama 35 bin adet test sayısına ulaşmıştır. Yine, Türkiye’deki Covid-19 vakaları içerisinde iyileşen hasta sayısı da dünya ortalamasının oldukça üzerinde seyretmektedir. 12 Mayıs 2020 itibariyle dünya genelindeki toplam vaka sayısının %35lik bir dilimi iyileşirken, Türkiye’deki iyileşme oranının %70 seviyelerinde olduğu görülmektedir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020a).

**Şekil 3:** Türkiye’de Gün Bazlı Covid-19 Kaynaklı Toplam Vaka Sayısı, Toplam İyileşen Hasta Sayısı ve Toplam Ölüm Sayısı Grafiği (11 Mart 2020 – 12 Mayıs 2020)



**Kaynak:** (TÜBİTAK, 2020).

Şekil 3.’te, Türkiye’deki ilk Covid-19 vakasının tespit edildiği gün olan 11 Mart 2020 tarihinden, bu çalışmanın kaleme alındığı 12 Mayıs 2020 tarihine kadar geçen zaman diliminde ortaya çıkan, Covid-19 kaynaklı; toplam vaka sayısı, toplam iyileşen hasta sayısı ve toplam ölüm sayısı, gün bazlı olarak görülmektedir. Buna göre, özellikle son iki hafta içerisinde, günlük vaka ve ölüm sayılarının azalma eğiliminde olduğunu, günlük iyileşen hasta sayısının ise hızla artmakta olduğunu ifade etmek mümkündür. Mevcut durumda, Türkiye; tespit edilen Covid-19 vaka sayısı sıralamasında, dünyada sekizinci ülke konumunda yer almaktadır. 12 Mayıs tarihi itibariye ABD 1 milyon 298 bin 2087 vaka sayısı ile listenin başında yer alırken; ABD’yi sırasıyla Rusya, Birleşik Krallık, İspanya, İtalya, Brezilya ve Almanya izlemektedir (WHO, 2020d).

Türkiye’de yürütülmekte olan vaka tespiti ve tedavi süreçleri, vakanın bulunduğu şehrin İl Sağlık Müdürlüğü Bulaşıcı Hastalıklar Birimi koordinasyonunda gerçekleştirilmektedir. Şüpheli vakalar, Halk Sağlığı Yönetim Sistemine U07.3 ICD 10 tanı kodu ile girilip vaka tespiti için numune alınarak tetkik talep edilmektedir. Olası/kesin vakalar ise pandemi hastanesi olarak belirlenmiş hastanelerde izole edilerek tedavi edilmektedir. Pandemi hastanelerinin bulunmadığı durumda, ikinci basamak erişkin yoğun bakım ünitesi bulunan hastaneler de pandemi hastanesi

olarak hizmet vermektedir. Özellikle bu süreçte, yurtdışından Türkiye'ye giriş yapan kişiler, olası vaka olarak kabul edilmekte ve aile hekimlikleri tarafından, evlerinde takip edilmektedir. Yine yurt dışından toplu olarak geldiği tespit edilmiş grupların izolesi ve takipleri de ilgili il sağlık müdürlüklerince koordine edilmektedir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020b). Covid-19 vakalarının Çin'de ilk görünmeye başladığı andan itibaren, Dünya Sağlık örgütü tarafından pandemi ilan edilmesi beklenmeksizin, hastalığın Türkiye'ye girişini önlemek adına, 10 Ocak 2020 tarihinde başlayan önleyici çalışmalar, güncellenerek devam etmektedir. Bu süreci doğru bir şekilde yorumlayabilmek adına, Covid-19 hastalığının ilk ortaya çıktığı günden bu araştırmanın yapıldığı 12 Mayıs 2020 tarihine kadar geçen zaman diliminde Türkiye'de yaşanan önemli gelişmeleri, aşağıdaki şekilde, kronolojik olarak sıralamak mümkündür (AA, 2020a; AA, 2020b; AA, 2020c; AA, 2020d; CNNTÜRK, 2020; DAILY SABAH, 2020; EURONEWS, 2020; T.C. İçişleri Bakanlığı, 2020; T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020b; T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020d; TTB, 2020; TÜBA, 2020).

10 Ocak'ta; Sağlık Bakanlığı koordinesinde, Koronavirüs Bilim Kurulu ve Operasyon Merkezi kuruldu.

14 Ocak'ta; hastalıkla ilgili bilgilerin tek elden toplanabilmesine yönelik, Covid-19 rehberi hazırlandı.

23 Ocak'ta; Bilim Kurulu tavsiyesi ile Vuhan uçuşları durduruldu, Çin'den gelen tüm uçuşlar için ise termal kameralarla tarama gibi ilave önlemler belirlendi. Ayrıca, Covid-19 belirtisi gösteren bütün ziyaretçilerin karantinaya alınması kararlaştırıldı.

31 Ocak'ta; Çin'e, salgınla mücadelede kullanılmak üzere, tıbbi malzeme yardımı yapıldı.

04 Şubat'ta; öncelikli olarak hastalığın görüldüğü ülkelerden gelen yolcuların ülkeye giriş noktaları, termal kameralarla gözlem altında tutulmaya başlandı.

05 Şubat'ta; Çin-Türkiye arasındaki tüm uçuşlar durduruldu.

23 Şubat'ta; İran-Türkiye arasındaki kara yolu gümrük kapıları kapatıldı.

29 Şubat'ta; Türkiye ile İtalya, Güney Kore ve Irak arasındaki gidiş-gelişler durduruldu.

1 Mart'ta; Sağlık Bakanlığı, umre ziyaretinden dönecek kişiler için Covid-19 önlemlerini içeren bir kitapçık yayınladı ve yurt dışından gelecek herkesin 14 Gün Kuralına dikkat etmesi gerektiğinin altı çizilmeye başlandı. Bu kurala göre; yurt dışından gelen kişilerin, 14 gün boyunca, mümkün olduğunca evden çıkmamaları, çıkmaları gerekmesi durumunda ise maske takmaları, riskli grupta olan 65 yaş üzeri ve kronik rahatsızlığı bulunan kişilerden uzak durmaları gerektiği ifade edildi.

11 Mart'ta; Türkiye'deki ilk Covid-19 vakası tespit edildi.

12 Mart'ta; ilk ve orta dereceli okullar ile üniversitelerde eğitime ara verildi.

13 Mart'ta; Diyanet işleri Başkanlığı tarafından yapılan açıklama ile Cuma namazlarının camilerde kılınmaması kararlaştırıldı.

15 Mart'ta; eğlence mekânlarının faaliyetlerine ara verildi ve yine, vaka sayıları tırmanan Almanya, İspanya, Fransa, Avusturya, Norveç, Danimarka, İsveç, Belçika ve Hollanda ile karşılıklı uçuşlar durduruldu.

16 Mart'ta; spor müsabakalarının seyircisiz oynanmasına karar verilirken, camilerde ise cemaatle namaz kılınmasına ara verildi.

17 Mart'ta; Türkiye'de Covid-19 kaynaklı ilk ölüm vakası yaşandı. Yine aynı tarihte; İngiltere, İrlanda, İsviçre, Suudi Arabistan, Mısır ve Birleşik Arap Emirlikleri ile uçuşlar durduruldu. İran'a, salgınla mücadelede kullanılmak üzere, tıbbi malzeme yardımı yapıldı.

20 Mart'ta; Cumhurbaşkanlığı genelgesiyle her türlü bilimsel, kültürel, sanatsal ve benzeri faaliyetler ertelendi. Aynı tarihte; bünyesinde enfeksiyon hastalıkları ve klinik mikrobiyoloji, göğüs hastalıkları, iç hastalıkları uzmanı hekimlerden en az ikisinin bulunduğu üçüncü seviye erişkin yoğun bakım yatağı bulunan tüm hastaneler, Sağlık Bakanlığı tarafından, pandemi hastaneleri olarak kabul edildi.

21 Mart'ta; Covid-19'un tespitini yapan test merkezi sayısı 73'e yükseltildi ve yine bu tarihte; 65 yaş üstü ve kronik hastalığı olanlara, sokağa çıkma sınırı getirildi. *Hayat Eve Sığar* kampanyası ile evden çıkması gerekmeyen herkesin evde kalması, evden çalışabilenlerin evden çalışması yönünde çağrılar yapıldı. Berber, kuaför ve güzellik merkezleri geçici süreliğine kapatıldı. Restoranların, yalnızca paket servis vermeleri yönünde kısıtlamalar getirildi.

22 Mart'ta; kamuda çalışanlar için çalışma saatleri esnetildi. Toplu taşıma hizmetlerinde ise taşıt kapasitesinin yarısı kadar yolcu taşınmasına karar verildi.

23 Mart'ta; marketlerin çalışma saatleri, 09.00-21.00 olarak güncellendi ve marketlere girebilecek müşteri sayısına sınırlandırma getirildi. Tüm yurttaki eğitim kurumlarında, uzaktan eğitime geçildi.

25 Mart'ta; koronavirüs ile ilgili ekonomik destek paketleri açıklandı.

27 Mart'tan itibaren, Sağlık Bakanlığı, Türkiye'deki Covid-19 verilerini, günlük tablolar halinde kamuoyu ile paylaşmaya başladı.

30 Mart'ta; Cumhurbaşkanlığı tarafından, dar gelirliilere destek olmak adına, *Biz Bize Yeteriz* kampanyası başlatıldı.

31 Mart'ta; Türkiye'deki toplam test sayısı, 92 bin 400, toplam vaka sayısı 13 bin 533, toplam ölüm sayısı 214 ve toplam iyileşen hasta sayısı ise 243 olarak açıklandı.

01 Nisan'da; İspanya'ya ve İtalya'ya, salgınla mücadelede kullanılmak üzere, tıbbi malzeme yardımı yapıldı.

03 Nisan'da; Türkiye'deki 30 büyükşehir ve Zonguldak ili de dâhil toplam 31 şehirde, 15 gün süreyle şehre giriş çıkışlar yasaklandı. Yine aynı tarihte; Sağlık Bakanlığı Bilim Kurulu genişletilerek, Halk Sağlığı öğretim üyelerinin de katılımıyla, Toplumda Salgın Yönetimi Kurulu, ilk toplantısını gerçekleştirdi. Aynı zamanda, bu tarihte; Türk hava Yolları iç hat seferlerini durdurdu.

04 Nisan'da; 20 yaş altı vatandaşlar için de sokağa çıkma sınırlandırması getirildi.

05 Nisan'da; 20-65 yaş arası vatandaşlar için, ücretsiz maske dağıtılması kararlaştırıldı.

09 Nisan'da; pandemi vakalarındaki tanı ve tedavi hizmetleri, acil durum kapsamına alınarak, kapsam dâhilinde özel hastanelerin Covid-19 tedavisinde katılım payı ve ilave ücret almayacağı bildirildi.

10 Nisan'da; Birleşik Krallığa, salgınla mücadelede kullanılmak üzere, tıbbi malzeme yardımı yapıldı. 30 büyük şehirde ve Zonguldak'ta, hafta sonu (11-12 Nisan) için geçerli olmak üzere, sokağa çıkma yasağı ilan edildi. Yasağın 2 saat öncesinden duyurulması üzerine, büyükşehirlerde yaşayan halk, sokaklara akın etti ve özellikle fırın ve marketlerde kuyruklar oluştu. Büyükşehirler ve Zonguldak için sokağa çıkma yasaklarına, halen, hafta sonları ve özel olarak belirlenen tarih aralıklarında devam edilmektedir.

14 Nisan'da; Türk Hava Yolları, tüm dış hat uçuşlarının, 20 Mayıs 2020'ye kadar durdurulduğunu açıkladı.

15 Nisan'da; pandemi nedeniyle, cezaevlerindeki doluluğu azaltmak amacıyla çıkarılan infaz düzenlemesinin akabinde, yaklaşık 90 bin hükümlü ve tutuklunun tahliyesine başlandı.

16 Nisan'da; özel sektörün, üç ay süreyle işçi çıkarmayacağına ilişkin düzenleme, TBMM tarafından kabul edildi.

17 Nisan'da; İstanbul valiliği tarafından, Covid-19 salgını nedeniyle 17 Nisan 2020 Cuma günü saat 23.59'dan itibaren, deniz yoluyla şehre giriş çıkışların yasaklandığı duyuruldu.

19 Nisan'da; toplam vaka sayısı 86 bin 306'ya çıkan Türkiye, bu sayı ile virüsün çıkış kaynağı olan Çin'i geride bıraktı.

20 Nisan'da; Türkiye'deki toplam vaka sayısı 90 bin 980, toplam ölüm sayısı ise 2 bin 140 olarak bildirildi.

23 Nisan'da; Türkiye'deki çocuklar, Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramını, evlerinde kutladı.

24 Nisan'da; Türkiye'de ilk kez günlük iyileşen hasta sayısı, o günkü vaka sayısını geçti.

26 Nisan'da; İsveç'te tedavisi gerçekleştirilmediği iddia edilen Emrullah Gülüşken isimli vatandaş, ambulans uçakla Türkiye'ye getirildi.

27 Nisan'da; Türkiye'de ilk kez, günlük iyileşen hasta sayısı, o günkü vaka sayısının iki katını geçerek, iyileşen toplam hasta sayısı bugünden itibaren hızla artmaya başladı.

28 Nisan'da; Türkiye tarafından ABD'ye, salgınla mücadelede kullanılmak üzere, tıbbi malzeme yardımı yapıldı.

30 Nisan'da; Türkiye'deki toplam test sayısı, 1 milyon 33 bin 617, toplam vaka sayısı 120 bin 204, toplam ölüm sayısı 3 bin 174 ve toplam iyileşen hasta sayısı ise 48 bin 886 olarak açıklandı.

04 Mayıs'ta; Cumhurbaşkanlığı tarafından, normalleşme takvimi açıklandı. Bu takvime göre, 7 ilde seyahat sınırlaması kaldırılırken; kuaför, berber ve alışveriş merkezlerinin 11 Mayıs'ta yeniden açılacağı duyuruldu.

05 Mayıs'ta; daha önce Temmuz ayı sonunda yapılacağı açıklanan Yükseköğretim Kurumları Sınavının (YKS) bir ay öne çekilerek Haziran ayı sonunda yapılacağı duyuruldu.

08 Mayıs'ta; Covid-19 kaynaklı ölüm sayısı, ilk kez 50'nin altına düştü. Dünya Sağlık Örgütü'nün Avrupa bölge temsilcisi, Türkiye'nin sağlamış olduğu küresel işbirliğinden dolayı yetkili makamlara teşekkür etti.

12 Mayıs'ta; Türkiye'deki toplam test sayısı, 1 milyon 440 bin 671, toplam vaka sayısı 141 bin 475, toplam ölüm sayısı 3 bin 894 ve toplam iyileşen hasta sayısı ise 98 bin 889 olarak açıklandı.

## Sonuç ve Öneriler

31 Aralık 2019 tarihinde, Çin'in Hubei eyaletinin Vuhan şehrinde başlayan ve 12 Mart 2020 tarihinde ise Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi olarak kabul edilen Covid-19 salgınının; şu ana kadar dünya üzerinde 4 milyondan fazla insanın hastalanmasına ve 300 bine yakın insanın da hayatını kaybetmesine neden olduğu düşünülmektedir. Genel olarak hastalığın ortaya çıkış sürecinden dünyadaki yayılım sürecine ve yine Türkiye'de ortaya çıkış sürecinden bugüne kadar geçen zaman dilimindeki yaşananların bilimsel ve güncel kaynaklar ışığında ortaya konulup değerlendirildiği bu çalışma neticesinde, aşağıdaki sonuç ve önerilere ulaşmak mümkündür.

Covid-19 ile birlikte, Ebola benzeri bölgesel etkiyle sınırlı kalan epidemilerin dışında, ilk kez gelişmiş ülkelerin de içinde olduğu ve bütün dünyayı etkileyen bir pandemiyle karşı karşıya kalınmıştır. Bu beklenmedik durum karşısında, insanların bir kısmı komplo teorilerinin ardına sığınmış, bir kısmı ise içinde bulunulan bu çağda böyle bir durumun gerçek olabileceğine ihtimal vermemiştir. Esasında bu rahat tavır, yalnızca vatandaşlarda değil; devletlerin karar mekanizmalarında da belirgin bir şekilde görülmüştür.

Daha önceki yıllarda yapılan araştırmalar ve bilim insanlarının yayınladığı raporlara bakıldığında; aslında küreselleşen dünyada daha fazla salgınlarla karşı karşıya kalınacağı ve bu hastalıkların, ayırt etmeksizin bütün toplumları etkileyeceği, yıllar öncesinden öngörülmüştür. Bu noktada salgınların hangi kaynaktan, ne zaman ya da hangi şekilde ortaya çıkacağı, tahmin edilememektedir. Ancak, bu salgınların şiddetini; siyasi karar mekanizmalarının durumu nasıl yöneteceği ve hangi sağlık yönetim araçlarının kullanılacağı belirleyecektir.

Çok eski tarihlerde, kitlesel ölümlere sebep olmuş ve bugün, yeryüzünden silindiği düşünülen hastalıklar dahi, bugünün şartlarında kendilerini yenileyerek farklı bölgelerdeki insanların hayatlarını tehdit etmeye devam etmektedir. Burada önemli olan husus; dünyanın neresinde olursa olsun, bütün hastalıkların tedavisinde, dünya kamuoyunun ortak bir akıl ve sorumluluk içerisinde hareket edebilmesi ve bu salgınlara, daha fazla yayılmadan müdahale edebilmesidir.

Devletlerin salgınlara karşı hazır bulunması gerektiği gibi toplumların da salgınlara karşı nasıl bir tutum sergilemesi gerektiği, bu pandemi ile birlikte bir kez daha önem kazanmıştır. Özellikle, salgının yaratmış olduğu panik ortamı; insanları, kolay ulaşılabilir çareler aramaya yöneltmiştir. Dünya Sağlık Örgütü ve Sağlık Bakanlığı gibi kurumlar, hastalığa karşı alınan önlemlerin yanı sıra, mitlerin ve yanlış bilgilerin yayılımı için de uyarılar ve bildirimler yayımlamak durumunda kalmıştır. Öyle ki birçok gelişmiş ülkede, karantina uygulamalarına karşı çıkılmış ve insanlar, sokaklarda protestolar düzenlemiştir.

Covid-19 ile birlikte ortaya çıkan bir diğer önemli sonuç ise; ekonomik, sosyal ve askeri imkânlarla sahip olma açısından dünyanın en güçlüleri arasında yer alan ülkelerin, herhangi bir salgın karşısında güçlerinin ne kadar kırılğan olduğu gerçeği olmuştur. Özellikle sağlık temelli yapılan araştırmalara göre; sağlık sistemlerine çokça güvenen ve bundan dolayı iyi performans sergilemesi beklenen birçok ülkenin (İngiltere, Amerika, İtalya, İspanya vb.), bu pandemi ile birlikte mevcut sağlık sistemlerinin ne kadar güvenilir olduğu da sorgulanır hale gelmiştir. Muhtemeldir ki pandemi sonrası süreçte, dünya üzerindeki bütün ülkeler, sağlık sistemlerini

yeniden tasarlamak ve planlamalarını, bu süreçteki tecrübelerine dayandırarak yenilemek zorunda kalacaktır.

Salgının ortaya çıkmasından 12 Mayıs tarihine kadar geçen dört aylık süre zarfında, Türkiye; hem içerde bu salgınla mücadele ederek sağlık sistemini etkin bir şekilde yönetmeye çalışmış hem de kendi dışındaki yaklaşık 44 ülkeye tıbbi malzeme yardımında bulunarak onların ihtiyaçlarına cevap vermeye çalışmıştır. Bu noktada, bugüne kadar Türkiye'nin; sosyo-ekonomik ve sağlık hizmetleri gücü açısından kendisinden çok daha iyi durumda olan ülkelere kıyasla, pandemi sürecinde daha iyi bir performans sergilediği görülmektedir. Buradaki en önemli iki etken ise kuşkusuz ki Türkiye'nin geleceği öngören bir sağlık hizmetleri planlamasına ve yine donanımlı ve fedakâr sağlık insan gücüne sahip olmasıdır. Çünkü Türkiye, geride bıraktığı yaklaşık 100 yıl içerisinde, sürekli salgın hastalıklarla mücadele etmiş, bu hastalıklarla nasıl baş edebileceği konusunda tecrübeler edinmiş ve gerek sağlık politikalarını, gerekse sağlık insan gücü eğitimini de bu doğrultuda planlamaya gayret etmiştir.

Yine, Çin'de hastalığın ilk ortaya çıktığı andan itibaren Türkiye'de oluşturulan komisyonlar, bilgilendirme amaçlı yapılan yayın ve rehberler; belki de şu ana kadar hastalığın daha kötü sonuçlar doğurmasına engel olmuştur. Ayrıca, sağlık hizmetleri finansman yönetiminin yanı sıra kalifiye sağlık personellerinin ve sunulan sağlık hizmetlerinin koordinasyonu adına da sağlık yönetiminin; insanlık ve sağlık sistemleri adına ne kadar önemli olduğu, bir kez daha ortaya çıkmıştır.

Şu an için insanlık ile Covid-19 arasında, adeta bir tanışma evresi yaşandığını ifade etmek mümkündür. Dolayısıyla, bundan sonraki süreçte, pandeminin nasıl bir yol izleyeceği bilinmemekle birlikte; sağlık sistemleri içerisinde, koruyucu sağlık hizmetlerine yönelik çalışmaların ve yatırımların artırılması gerektiği düşünülmektedir. Yine, geride bırakılan bu dört aylık zaman dilimi göstermiştir ki insanoğlu, bundan sonraki süreçte, bugüne kadarki normallerini değiştirmeye hazır olmalıdır. Özellikle, devlet yönetimleri tarafından; toplumun sağlık okuryazarlık seviyesini ve edinilen bilginin gündelik davranışlara aktarılma derecesini artırmaya yönelik planlamaların yapılması ve bu yönde toplumsal eğitim faaliyetleri başlatılması gerektiği düşünülmektedir.

Son olarak; yukarıda da ifade edildiği gibi, bundan sonrası için pandeminin nasıl bir yol izleyeceği bilinmemektedir. Dolayısıyla, ülkelerin ve bireylerin, rehavete kapılarak, salgın bitti diye rahatlaması ve tedbirlere uymaksızın eski normallerine geri dönmesi, daha büyük bir felaketin başlangıcı olabilir. Bu sebeptendir ki gerek ülkeler ve şehirler ve gerekse insanlık olarak, bundan sonraki yaşamımızı, pandemilerle mücadeleye uyumlu bir şekilde yeniden planlayıp bireysel çıkarlar yerine, insanlığın çıkarları doğrultusunda hareket etmeyi başarabilmeliyiz.

## Kaynakça

- AA. (2020a). *A'dan Z'ye Kovid-19 rehberi*. <https://www.aa.com.tr/tr/kategori-sayfasi-manset/adan-zye-kovid-19-rehberi/1777116> (Erişim Tarihi: 11 Mayıs 2020).
- AA. (2020b). *Çin'den gelen uçuşlar şubat sonuna kadar durdurulacak*. <https://www.aa.com.tr/tr/koronavirus/saglik-bakani-koca-cinden-gelen-butun-ucuslarin-ay-sonuna-kadar-durdurulmasi-kararini-aldik/1722807> (Erişim Tarihi: 10 Mayıs 2020).



- AA .(2020c). *Cumhurbaşkanı Erdoğan: Normal hayata dönüşü kademe kademe başlatacağız.* <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/cumhurbaskani-erdogan-normal-hayata-donusu-kademe-kademe-baslatacagiz/1828617> (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2020).
- AA. (2020d). *Türkiye'nin koronavirüsle mücadele politikasına 'Bilim Kurulu' yön veriyor.* <https://www.aa.com.tr/tr/koronavirus/turkiyenin-koronavirusle-mucadele-politikasina-bilim-kurulu-yon-veriyor/1777215> (Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2020).
- ALJAZEERA. (2020). *Timeline: How the new coronavirus spread.* <https://www.aljazeera.com/news/2020/01/timeline-china-coronavirus-spread-200126061554884.html> (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2020).
- Aslan, R. (2020) Tarihten Günümüze Epidemiler, Pandemiler ve Covid-19. *Ayrıntı Dergisi*, 8(65): 35-41.
- Boyd, K. M. (2000). Disease, illness, sickness, health, healing and wholeness: exploring some elusive concepts. *Medical Humanities*, 26(1): 9-17.
- Carrasco-Hernandez, R., Jacome, R., Vidal, L. ve Leon, P. (2017). Are RNA Viruses Candidate Agents for the Next Global Pandemic? A Review. *ILAR Journal*, 58(3): 343-358.
- CNNTÜRK. (2020). *İşte Türkiye'nin salgın boyunca tıbbi yardım gönderdiği ülkeler.* <https://www.cnnturk.com/dunya/iste-turkiyenin-salgin-boyunca-tibbi-yardim-gonderdigui-ulkeler?page=1> (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2020).
- DAILY SABAH. (2020). *China virus sends shockwaves across travel sector, including in Turkey.* <https://www.dailysabah.com/tourism/2020/01/28/china-virus-sends-shockwaves-across-travel-sector-including-in-turkey> (Accessed: 10 May 2020).
- EURONEWS. (2020). *Dünyada Covid-19: İlk 4 ayında neler yaşandı? Salgının seyri ne durumda?* <https://tr.euronews.com/2020/05/04/dunyada-covid-19-salg-n-n-ilk-100-gununde-yasananlar-ilk-nerede-ortaya-c-kt-nas-l-yay-ld> (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2020).
- Gire, S.K., Goba, A., Andersen, K.G.,..., Sabeti, P.C. (2014). Genomic surveillance elucidates Ebola virus origin and transmission during the 2014 outbreak. *Science*, 345 (6202): 1369-1374.
- Johns Hopkins Medicine. (2020). *Coronavirus COVID-19 (SARS-CoV-2).* [https://www.hopkinsguides.com/hopkins/view/Johns\\_Hopkins\\_ABX\\_Guide/540747/all/Coronavirus\\_COVID\\_19\\_\\_SARS\\_CoV\\_2\\_](https://www.hopkinsguides.com/hopkins/view/Johns_Hopkins_ABX_Guide/540747/all/Coronavirus_COVID_19__SARS_CoV_2_) (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2020).
- Merriam-Webster. (2020). *Outbreak vs. Epidemic: Spreading Illness.* <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/spanish-flu> (Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2020).
- Petersen, L.R., Jamieson, D.J., Powers, A.M. ve Honein, M.A. (2016). Zika Virus. *The New England Journal of Medicine*, 374 (16): 1552-1563.
- Raoult, D., Mouffok, N., Bitam, I., Piarroux, R. ve Drancourt, M. (2013). Plague: History and contemporary analysis. *Journal of Infection*, (66): 18-26.
- Schwetz, T.A. ve Fauci, A.S. (2018). The Extended Impact of Human Immunodeficiency Virus/AIDS Research. *The Journal of Infectious Diseases*, 2018(20): 1-4.
- Scully, J. L. (2004). What is a disease? *EMBO Reports*, 5(7): 650-653.

- Hasöksüz, M., Kiliç, S. ve Saraç, F. (2020). Coronaviruses and SARS-CoV-2. *Turkish Journal of Medical Sciences*, 2020(50): 549-556.
- Merriam-Webster. (2020). When Does an Outbreak Become an Epidemic? <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/spanish-flu> (Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2020).
- Muccari, R., Chow, D. ve Murphy, J. (2020). *Coronavirus timeline: Tracking the critical moments of COVID-19*. <https://www.nbcnews.com/health/health-news/coronavirus-timeline-tracking-critical-moments-covid-19-n1154341> (Erişim Tarihi: 11 Mayıs 2020).
- Schwetz, T.A. ve Fauci, A.S. (2019). The Extended Impact of Human Immunodeficiency Virus/AIDS Research. *The Journal of Infectious Diseases*, 219(1): 6-9.
- Scully, J. L. (2004). What is a disease? *EMBO Reports*, 5(7): 650-653.
- T.C. İçişleri Bakanlığı. (2020). *Koronavirüs Salgını ile Mücadele Kapsamında Pazar/Satış Yerleri İle İlgili Ek Genelge*. <https://www.icisleri.gov.tr/koronavirus-salgini-ile-mucadele-kapsaminda-pazar-satis-yerleri-ile-ilgili-ek-genelge> (Erişim Tarihi: 11 Mayıs 2020).
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2020a). *COVID-19 - Yeni Koronavirüs Hastalığı Güncel Durum*. <https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/> (Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2020).
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2020b). *COVID-19 (SARS-CoV-2 Enfeksiyonu) Rehberi*. [https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/depo/rehberler/COVID-19\\_Rehberi.pdf](https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/depo/rehberler/COVID-19_Rehberi.pdf) (Erişim Tarihi: 02 Mayıs 2020).
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2020c). *Günlük Covid19 Tablosu*. <https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/gunluk-vaka.html> (Erişim Tarihi: 10 Mayıs 2020).
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2020d). *Türkiye'deki Güncel Durum*. <https://covid19.saglik.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2020).
- TDK. (2020). Güncel Türkçe Sözlük. <https://sozluk.gov.tr/?kelime=> (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2020).
- TTB. (2020). *Covid-19 Pandemisi İki Aylık Değerlendirme Raporu*. <https://www.ttb.org.tr/userfiles/files/covid19-rapor.pdf> (Erişim Tarihi: 11 Mayıs 2020).
- TÜBA. (2020). *COVID-19 Pandemi Değerlendirme Raporu*. <http://www.tuba.gov.tr/files/yayinlar/raporlar/Covid-19%20Raporu-revize.pdf> (Erişim Tarihi: 10 Mayıs 2020).
- TÜBİTAK. (2020). *Türkiye'de Durum*. <https://covid19.tubitak.gov.tr/turkiyede-durum> (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2020).
- UNESCWA. (2020) *74 million in the Arab region at risk of COVID-19 due to lack of access to a handwashing facility*. <https://www.unescwa.org/news/escwa-74-million-arab-region-risk-covid-19-due-lack-access-handwashing-facility> (Erişim Tarihi: 10 Mayıs 2020).
- WHO. (1946). *The International Health Conference*. New York: 19 Haziran-22 Temmuz.
- WHO. (2018). *Managing epidemics: Key facts about major deadly diseases*. <https://www.who.int/emergencies/diseases/managing-epidemics/en/> (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2020).

- WHO. (2020a). *Rolling updates on coronavirus disease (COVID-19)*. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/events-as-they-happen> (Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2020).
- WHO. (2020b). *Q&A on coronaviruses (COVID-19)*. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/q-a-coronaviruses> (Erişim Tarihi: 3 Mayıs 2020).
- WHO. (2020c). *Naming the coronavirus disease (COVID-19) and the virus that causes it*. [https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-\(covid-2019\)-and-the-virus-that-causes-it](https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/naming-the-coronavirus-disease-(covid-2019)-and-the-virus-that-causes-it) (Erişim Tarihi: 3 Mayıs 2020).
- WHO. (2020d). *WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard*. <https://covid19.who.int/> (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2020).
- WHO. (2020e). *Coronavirus disease 2019 (COVID-19) Situation Report – 52*. [https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200312-sitrep-52-covid-19.pdf?sfvrsn=e2bfc9c0\\_4](https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200312-sitrep-52-covid-19.pdf?sfvrsn=e2bfc9c0_4) (Erişim Tarihi: 10 Mayıs 2020).
- WORLDMETER. (2020). *Covid-19 Coronavirus Pandemic*. <https://www.worldometers.info/coronavirus/> (Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2020).
- Xu, X., Yu, C., Zhang, L., Luo, L. ve Liu, J. (2020). Imaging features of 2019 novel coronavirus pneumonia. *European Journal of Nuclear Medicine and Molecular Imaging*, 47: 1022-1023