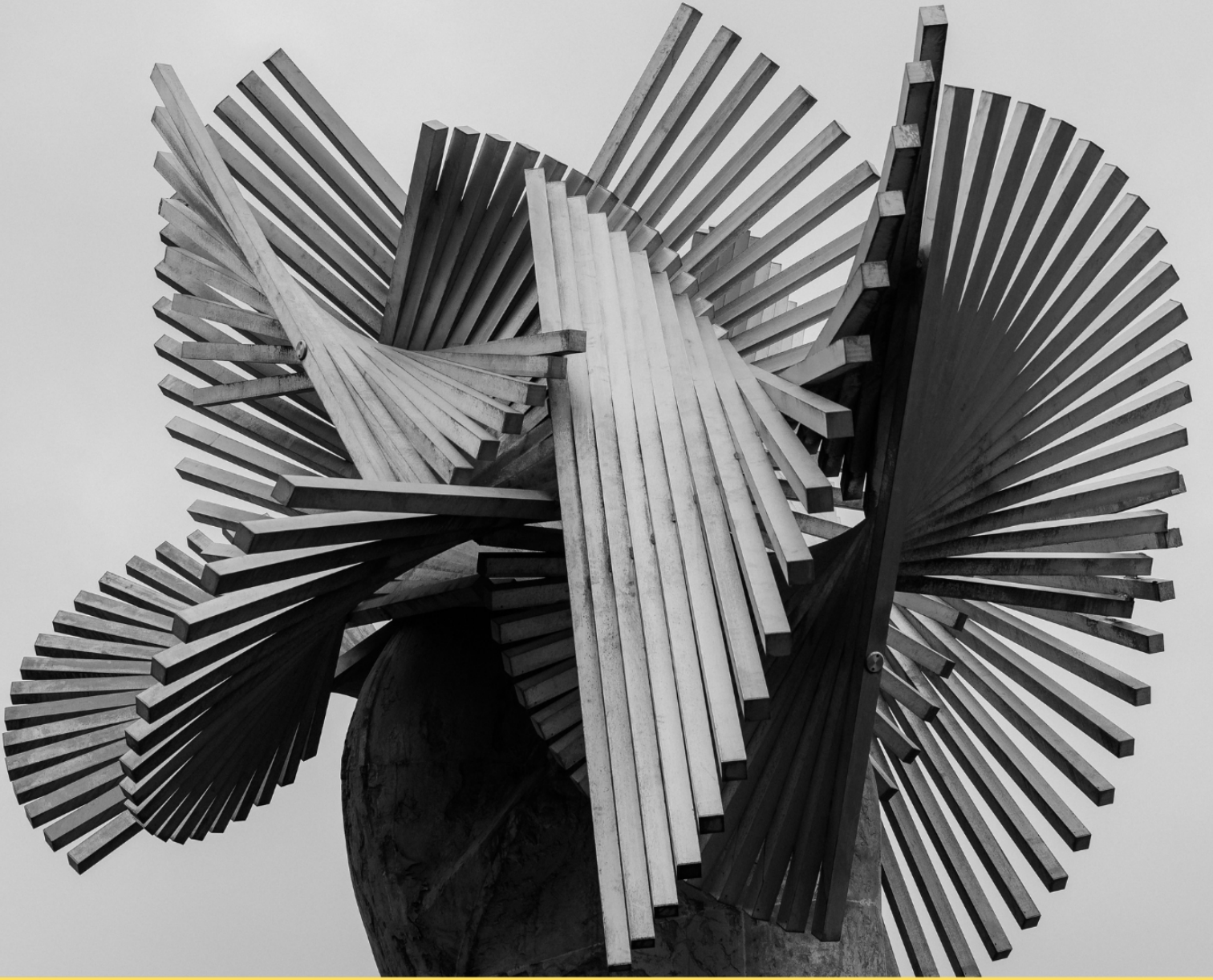


Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi

ISSN: 1309-6729

Yıl: 14

Sayı: 15



SELÇUK
ÜNİVERSİTESİ

AKŞEHİR MESLEK YÜKSEKOKULU

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

Yıl:14 • Sayı 15 • ISSN 1309-6729 • 2023

Sahibi

Selçuk Üniversitesi
Akşehir Meslek Yüksekokulu Adına
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet ŞAHİN

Editör

Doç. Dr. Mehmet ŞAHİN

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Ahmet KAYA – Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Fehmi KARASİOĞLU – Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Alper ATEŞ - Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Beyza ERER - Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Kadir ÖZTAŞ – Selçuk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa METE – İstanbul Aydın Üniversitesi

Yazışma Adresi

Selçuk Üniversitesi Akşehir Meslek Yüksekokulu Dergisi Editörlüğü
Kozağaç Mevkii 42550 – Akşehir – Konya
Telefon: 0 332 814 01 11
E-mail: aksehirdergi@selcuk.edu.tr
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/akmyosb>

Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi yılda iki defa yayınlanan uluslararası indekslerde taranan hakemli bir dergidir. Dergide yayınlanan makalelerdeki her türlü sorumluluk yazarlara aittir.

BU SAYININ HAKEMLERİ / GUEST ADVISORY BOARD

- Prof. Dr. Rahmi ÇİÇEK, Karadeniz Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. F. Atıl BİLGE, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Ayşenur TARAKCIOĞLU ALTINAY, Uşak Üniversitesi
Doç. Dr. Betül YILMAZ, Marmara Üniversitesi
Doç. Dr. Beyza ERER, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr. Gökhan AKANDERE, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Halil AKMEŞE, Necmettin Erbakan Üniversitesi
Doç. Dr. H. Arif TUNÇEZ, Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Yavuz HAYKIR, Fırat Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet GENÇ, İstanbul Aydın Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Bilal COŞAN, Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Bülent Altay, Afyon Kocatepe Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Derya AĞCADAĞ, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Emel CELEP, Selçuk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Funda H. SEZGİN, İstanbul Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İsmail SECER, İstanbul Beykent Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa METE, İstanbul Aydın Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nursel AYDINTUĞ MYRVANG, Biruni Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Süreyya KOVACI, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Şule DARICAN, İstanbul Aydın Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yasemin ASLAN, Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yasemin SAVAŞ, KTO Karatay Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yılmaz UZER, Afyon Kocatepe Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Bilal ERDEM, Selçuk Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Ebru DEMİREL, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
-

İÇİNDEKİLER / TABLE OF CONTENTS

<i>Gülşah GENÇER ÇELİK</i>	1. İÇSEL PAZARLAMA FAALİYETLERİNİN KURUM İTİBARI ETKİSİ: VAKIF YÜKSEKÖĞRETİM KURUMLARINDA BİR ARAŞTIRMA / EFFECT OF INTERNAL MARKETING ACTIVITIES ON CORPORATE REPUTATION: A RESEARCH IN FOUNDATION HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS 1-10
<i>Beyza ERER</i>	2. EĞİTİM VE GELİŞTİRME FAALİYETLERİ ÇALIŞAN PERFORMANSINI ETKİLER Mİ? ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME BAĞLAMINDA BİR ARAŞTIRMA / DO TRAINING AND DEVELOPMENT ACTIVITIES AFFECT EMPLOYEE PERFORMANCE? A RESEARCH IN THE CONTEXT OF ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION 11-20
<i>Serdar KIZILCAN Haydar HOŞGÖR Hacer GÜNGÖRDÜ</i>	3. HAVALİMANI YER HİZMETLERİ ÇALIŞANLARINDA TEKNOSTRES VE İŞ PERFORMANSI İLİŞKİSİ / THE RELATIONSHIP BETWEEN TECHNOSTRES AND WORK PERFORMANCE IN AIRPORT GROUND HANDLING EMPLOYEES 21-30
<i>Hilal PAKSOY Mehmet ALAGÖZ</i>	4. TÜRK TARIMI ÖRGÜTLENME DESENİNE ELEŞTİREL BİR BAKIŞ / A CRITICAL LOOK AT THE ORGANIZATIONAL PATTERN OF TURKISH AGRICULTURE 31-40
<i>Bilal ÇİLKAYA Ersin ERASLAN</i>	5. DEZAVANTAJLI GRUPLARIN BİLİMSEL ÜRETİMDEKİ YERİ: BİBLİYOMETRİK BİR DEĞERLENDİRME / THE PLACE OF DISADVANTAGED GROUPS IN SCIENTIFIC PRODUCTION: A BIBLIOMETRIC EVALUATION 41-52
<i>Durmuş ÇALIŞKAN Selim Adem HATIRLI</i>	6. İSRAF EKONOMİSİNİN TEORİK ANALİZİ / THEORETICAL ANALYSIS OF WASTE ECONOMY 53-64

<i>Rahmi DOĞANAY</i> <i>Gül YILMAZ</i>	7. MİLLİ MÜCADELE YILLARINDA AKŞEHİR KAZASI'NIN SIHHİ VE İÇTİMAİ DURUMU / THE SANITARY AND SOCIAL SITATUS OF AKŞEHİR DURING THE NATINAL STRUGGLE 65-72
<i>Feride KOÇ</i> <i>Şule DARICAN</i>	8. SATIŞ SONRASI HİZMETLERİN DİJİTAL PLATFORMDA YÖNETİLMESİNDE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ VE SADAKATI / COSTEMERS SATISFACTION AND LOYALY IN MANAGING AFTER SALES SERVICES ON THE DIGITAL PLATFORM 73-90
<i>Tuğçe BORAN</i>	9. İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ KRİZİNİN GÖLGESİNDE YEŞİL PAZARLAMA, YEŞİL ÜRÜN VE EKO-ETİKET KAVRAMLARINA YÖNELİK BİR LİTERATÜR TARAMASI / A LITERATURE REVIEW ON THE CONCEPTS OF GREEN MARKETING, GREEN PRODUCT AND ECO-LABELS IN THE SHADOW OF THE CLIMATE CHANGE CRISIS 91-102
<i>Hilal PAKSOY</i> <i>Mehmet ALAGÖZ</i>	10. TERSİNE LOJİSTİĞİN ÖNEMİ VE UYGULAMA ÖRNEKLERİ / THE IMPORTANCE OF REVERSE LOGİSTİCS AND PRACTİCE EXAMPLES 103-112
<i>Furkan Aslan ÜNAL</i>	11. MATRAH ARTTIRIMININ KAPSAMI VE ETKİLERİ / SCOPE AND EFFECTS OF BASE INCREASE 113-120
<i>Berna KAHVECİ CEYLAN</i> <i>Mustafa METE</i>	12. KANITA DAYALI HEMŞİRELİK KAVRAMI VE KANIT NİTELİĞİ OLUŞTURAN DURUMLAR / THE CONCEPT OF EVIDENCE-BASED NURSING AND EVIDENCE-GENERATION SITUATIONS 121-132
<i>Bilgen ŞİMŞEK</i> <i>Mustafa METE</i>	13. TÜRKİYE'DE SAĞLIK HİZMETLERİNE ERİŞİMİN SAĞLIK COĞRAFYASINA DAYALI MORTALİTEYE ETKİSİ / THE EFFECT OF ACCESS TO HEALTH SERVICES ON MORTALITY BASED ON HEALTH GEOGRAPHY IN TURKEY 133-154

<i>Gizem Zevde AYDIN</i> <i>Hasan Fehmi DEMİRÇİ</i>	14. YAŞLILARIN SAĞLIK HİZMETİ MEMNUNİYETİNİ ARTIRMAYA İLİŞKİN BİR UYGULAMA: YAŞLI DOSTU HASTANE / AN APPLICATION TO INCREASE THE SATISFACTION OF THE ELDERLY WITH HEALTH SERVICE: AGE-FRIENDLY HOSPITAL 155-167
--	--	---------------

Dergi Yazım Kuralları / Journal of Writing Rules 168-169
---	---------------

Geliş Tarihi: 28/03/2023

Kabul Tarihi: 05/06/2023

İÇSEL PAZARLAMA FAALİYETLERİNİN KURUM İTİBARI ETKİSİ: VAKIF YÜKSEKÖĞRETİM KURUMLARINDA BİR ARAŞTIRMA

Gülşah GENÇER ÇELİK*

ÖZET

Kurumların içsel pazarlama faaliyetleri, çalışanların iç müşteri olarak görülmesini esas alan bir yaklaşımdır. İçsel pazarlama faaliyetleri çalışanlar açısından olumlu bir algı oluşturarak öncelikle çalışanlara, sonrasında kurumlara fayda sağlamaktadır. Bu çalışmada vakıf yükseköğretim kurumlarındaki içsel pazarlama faaliyetlerinin kurum itibarına etkisinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında İstanbul ilindeki bir vakıf yükseköğretim kurumundaki 398 personelden anket verisi toplanmıştır. Araştırmanın modelini test etmek için regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre yükseköğretim kurumundaki içsel pazarlama faaliyetleri çalışanlar tarafından olumlu algılandığında, çalışanlar kurumlarını yüksek düzeyde itibarlı olarak algılamaktadırlar. Araştırma sonucunda, vakıf yükseköğretim kurumlarında çalışan idari personellerin içsel pazarlama uygulamaları hakkında olumlu bir algıya sahip olduğunda kurumun itibarını da olumlu şekilde algıladığı görülmektedir. Kurumların içsel pazarlama faaliyetlerini kaliteli olarak gerçekleştirmesi öncelikle çalışanların refahına, sonrasında da kurumun olumlu şekilde algılanmasına neden olabilir. Covid-19 sonrasında vakıf yükseköğretim kurumlarında söz konusu ilişkilerin nasıl geliştiğinin incelendiğini bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle elde edilecek sonuçlar önemli olarak görülmektedir. Sonuçlar göz önüne alınarak kurumlara ve araştırmacılara öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İçsel Pazarlama, Kurum İtibarı, Vakıf Yükseköğretim Kurumları.

EFFECT OF INTERNAL MARKETING ACTIVITIES ON CORPORATE REPUTATION: A RESEARCH IN FOUNDATION HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

ABSTRACT

Institutions' internal marketing activities are based on seeing employees as internal customers. Internal marketing activities create a positive perception of employees and benefit the employees first and then the institutions. This research is aimed to determine the effect of internal marketing activities in foundation higher education institutions on corporate reputation. Within the scope of the research, survey data were collected from 398 personnel in a foundation higher education institution in Istanbul. Regression analysis was used to test the research model. According to the research findings, when employees perceive internal marketing activities in higher education institutions positively, they perceive their institutions as highly reputable. As a result of the research shows that when administrative personnel working in foundation higher education institutions have a positive perception of internal marketing practices, they also perceive the institution's reputation positively. The quality of internal marketing activities of institutions may cause the employees' welfare and the institution's positive perception. No study has been found that has examined how these relations have developed in foundation higher education institutions after Covid-19. Considering the research results, suggestions were presented to institutions and researchers.

KeyWords: Internal Marketing, Institutional Reputation, Foundation Higher Education Institutions

* Dr. Öğr. Üyesi, Beykent Üniversitesi, Meslek Yüksek Okulu, İşletme Yönetimi Pr., gulsahg@beykent.edu.tr, ORCID: 0000-0001-8610-3673

GİRİŞ

Türkiye’de Yükseköğretimde yer alan çok sayıda vakıf yükseköğretim kurumu arasında kalıcı olabilmek ve rekabet avantajı elde etmek önemi her geçen gün artan bir konudur. Rekabet avantajı unsuru olarak insan sermayesi örgütlerde devamlılığın ve verimliliğinin sağlanması, firmanın sektörde kendisine yer bulabilmesi için önemlidir. Bu nedenle çalışanların örgütte uzun süreli tutulmasına, alanında geliştirilmesine ve sosyal sermayesinden faydalanmaya yönelik yaklaşımlar ortaya çıkmaktadır. Bunlardan birisi de içsel pazarlamadır. İçsel pazarlama, çalışanların iç müşteriler olarak düşünülerek onların isteklerinin göz önünde bulundurulmasını ifade eder.

Son yıllarda içsel pazarlamanın örgütlere faydaları üzerine birçok araştırma yapılmıştır. Bu faydalardan birisi çalışanların içsel pazarlama faaliyetlerine bağlı olarak gelişen itibar algısıdır. Araştırma gündemi çok yoğun olmasa da bulgular, içsel pazarlama faaliyetlerinin iyi olduğu örgütlerde çalışanların kurumlarının itibarını yüksek olarak algıladığı sonucuna ulaşılmıştır (Toksarı, 2012). Özellikle yükseköğretimde YÖK (Yüksek Öğretim Kurumu) düzenlemeleri önemli kısıtlar oluştursa da çalışanların kurumlarını olumlu şekilde algılamaları onların kurumu itibarlı olarak algılamalarına ve etkin performans göstermelerine yardımcı olabilir.

İçsel pazarlama faaliyetlerinin kaliteli şekilde uygulanması, çalışanların örgüte bağlılıkları (Moreira vd. 2020), iş tatminleri (Black vd. 2011; Chung vd. 2021), işletme performansı (Ergün, 2013) ve kurumun itibarı (Baskındağlı ve Altındağ, 2022) gibi birçok konu ile ilişkilendirilmektedir. Ancak örgüt alanyazınında içsel pazarlama ve kurum itibarının arasındaki ilişkilerin incelendiği az sayıda çalışma bulunmaktadır (Baskındağlı ve Altındağ, 2022; Ahabab, 2022). Özellikle Türkiye’de vakıf yükseköğretim kurumları arasındaki rekabetin yüksek olduğu düşünüldüğünde, içsel pazarlama ve kurum itibarı arasındaki ilişkilerin incelenmesi alanyazına güncel bulguların yer aldığı çalışmaların kazandırılması konusunda yardımcı olabilir. Bu düşünceden hareketle araştırmanın amacı, vakıf yükseköğretim kurumlarında içsel pazarlama faaliyetlerin çalışanların kurum itibarı algılarına etkisinin tespit edilmesi olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın ilk bölümünde, içsel pazarlama ve kurumsal itibar algısı kavramları tanıtılmaktadır. Ayrıca birinci bölümde içsel pazarlama ve kurum itibarı konusunda yapılmış olan çalışmaların kısa özeti sunulmaktadır. Alanyazın özetine bağlı olarak araştırmanın hipotezleri oluşturulmaktadır. Takip eden bölümde ise araştırmanın metodu hakkında bilgiler sunulmaktadır. Araştırmanın metodu ile ilgili bilgiler verildikten sonra araştırmanın bulguları, sonrasında ise sonuç ve öneriler kısmı ile araştırma sonuçlandırılmaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Araştırmanın bu bölümünde içsel pazarlama kavramı ve kapsamı, kurum itibarı kavramı ve kapsamı, kavramlar arasındaki ilişkiler ve hipotez geliştirme başlıkları sunulmaktadır.

İçsel Pazarlama

İçsel pazarlama (İP), bir organizasyonun insan kaynakları yönetimini temsil etmektedir. İçsel pazarlama yaklaşımı, 1970’lerde çalışanların ihtiyaçlarını karşılayarak yüksek kaliteli hizmet sunumuna olası bir çözüm olarak görülmüştür (Berry vd. 1976). İçsel pazarlama yaklaşımı çalışanları iç müşteri olarak görmektedir. İçsel pazarlama yaklaşımı ile çalışanların ihtiyaçlarını karşılama yönündeki bir dizi görevden oluşmaktadır. Bu şekilde kuruluş, iç müşterileri ile birlikte belirlenen hedef ve stratejilerine ulaşabilir (Berry ve Parasuraman, 2004).

İP özellikle hizmet işletmeleri için ön planda tutulan bir unsur olarak ele alınmıştır. Alanyazının, birebir insan ile temasın olduğu ve hizmet pazarlaması sektörü olarak sınıflandırılabilir, sağlık, bankacılık, eğitim, konaklama gibi alanlara odaklandığı görülmektedir. Kavramsal gelişimi açısından İP’nin çalışan tatmini, müşteri yönlülük ve strateji uygulama/değişim yönetimi aşaması olmak üzere üç aşaması olduğu söylenebilmektedir (Ay ve Kartal, 2003). İP uygulamalarının hayata geçirilmesi noktasında özellikle vizyon, ödüllendirme ve gelişim (kariyer) olarak ifade edilen bileşenlerinin dikkate alınması önemlidir (Özdemir, 2014). İçsel pazarlama uygulamalarından birisi örgüt içinde vizyon geliştirmedir. Vizyon geliştirme, içerisinde bulunulan durum ile gelecekte gerçekleşmesi beklenen koşulların birleştirilip örgüt için istenen bir gelecek imajı yaratma süreci olarak ifade edilir. Örgütler açısından değerlendirildiğinde yöneticiler ve çalışanlar tarafından kabul edilmiş, inanılan ve paylaşılan bir vizyon olması durumunda örgütün gelecekte hayal edilen noktaya ulaşması sağlanabilir (Demir vd., 2008).

Çalışanları ödüllendirmek ve motive etmek, onların talep ve ihtiyaçları ile samimi şekilde ilgilenmek ile sağlanabilir. Bu sayede bütün kademelerde motive olmuş ve müşteri yönlü çalışanlar oluşturularak İP'nin temel amacı da sağlanmış olur (Şenol ve Öngel, 2019). Ödüllendirme süreci performans değerlendirmesine bağlı olmalı ve sadece maddi ödüllendirmeler ile sınırlı düşünülmemelidir. Kariyer geliştirme, çalışanın mevcut yetenekleri ve bilgilerinin artırılmasına yönelik olarak gerçekleştirilecek eğitim ve geliştirme faaliyetleri ile birlikte söz konusu kişinin öz güveni ve yeterliliklerinde sağlanacak iyileşmeler iş yaşamındaki gelişim ve değişimlere ayak uydurmasına imkan tanır (Demir vd., 2008; Nemteanu ve Dabija, 2021).

Kurum İtibarı

Bir örgütün iç ve dış paydaşlarının örgüt ile ilgili görüşleri ve algılamaları kurum itibarını (Kİ) oluşturmaktadır. Elde edilmesi uzun bir süreç gerektiren olumlu kurum itibarı, örgütün varlığı ve rekabet avantajı için büyük öneme sahiptir (Aydın, 2015). Kurumsal itibar, kimliğin önemli bir unsurudur ve şirketin piyasadaki değerinin bir bileşenini temsil etmektedir. Örgütün toplum nezdinde sahip olduğu itibar, imaj veya önem, özünde şirketin gelişimi, iş kararları ve geçmiş eylemleri sonucunda ortaya çıkan soyut bir değeri temsil eder (Babic-Hodovic vd., 2013). Diğer bir ifade ile tüm paydaşların kurum ile ilgili algıları, yargıları ve değerlendirmelerinin toplamı kısaca bir kurum hakkında bilinen her şeyin toplamı kurum itibarı olarak ifade edilebilir (Oktar ve Çarıkçı, 2012).

Budd (1994)'e göre kurumsal itibar kavramı güvenilirlik ve inanç olmak üzere iki temel unsura bağlıdır. Güvenilirlik yetenek, bilgi, beceri ve deneyim anlamına gelmekteyken, bir organizasyonda çalışan iş görenlerin yetkinliğinden kaynaklanmaktadır. İtibar, güvenilirlik ve etkileme gücü olarak da tanımlanır. Söz konusu unsurların bir sonucu olarak itibar kavramı, inanç ve itibar kazanmanın ortak çıktısı olarak tanımlanabilir. Helm (2011)'e göre kurumsal itibar, paydaş ilişkileri geliştirmek ve özellikle halkın güvenini yeniden kazanmak için kritik öneme sahiptir. Kurumsal itibar, çalışanların itibar yönetiminde oynadıkları önemli rolü vurgulayarak, firmanın paydaşlarıyla olan etkileşimlerinden kaynaklanmaktadır. Özellikle hizmet çalışanları, hizmet işletmelerinin itibarının yaratılmasında ve sürdürülmesinde çok önemli bir rol oynamaktadır. Çalışanların firmaya karşı tutumları ve bağlılıkları, müşterilerin kalite ve sadakat algılarına yansımakta ve sonuçta kurumsal performansı arttırmaktadır (Babic-Hodovic ve Kalajdzic, 2019).

Kurumsal itibarın işgörenlerin tutum ve davranışları üzerinde etkili olarak yüksek iş doyumu ve örgütsel bağlılık duyan çalışanların kurumun temsilcileri olarak tüm paydaşlar nezdinde örgütün itibar kazanmasına aracılık edeceği düşüncesi, ağırlıklı olarak içsel pazarlama alanyazını çerçevesinde değerlendirilmektedir. Pazarlama prensiplerinin insan kaynakları süreçlerine uygulanması ile birlikte tatmin olan iç müşteriler, dış müşteriler gözünde örgüt ile ilgili tatmin ve itibar oluşmasının önemli araçları olarak görülebilmektedir. İçsel pazarlama faaliyetleri yoluyla iç müşteri tatmini ve pozitif iş tutum ve davranışlarının oluşturulması ile olumlu kurumsal itibar kazanılması daha kolay olabilmektedir (Çekmecelioglu ve Dinçel, 2013).

Kavramlar Arasındaki İlişkiler ve Hipotez Geliştirme

Örgüt araştırmaları ile ilgili alanyazında, kurum itibarının oluşması konusunda birçok araştırma mevcuttur. Bu araştırmalardan farklı olarak, kurum itibarının iç paydaşlar tarafından algılanması hakkında yapılan araştırmalar oldukça kısıtlıdır. İç paydaşları esas alan içsel pazarlama faaliyetlerinin kurumun itibarını nasıl etkilediğine dair yapılan bu araştırmada kavramlar arasındaki ilişkilerin incelenmesi için alanyazın taraması yapılmıştır. Shamma ve Hassan (2009) tarafından yapılan araştırmada müşteriler ve müşteri olmayanların kurumsal itibarı nasıl algıladıkları incelenmiştir. Araştırma sonucunda müşteriler ve müşteri olmayanların kurumun itibarını algılama yönünden farklı bakış açılarına sahip olduğu tespit edilmiştir. Farklı bir çalışma ise itibar oluşumuna departmanlar açısından yaklaşım sergilemiştir. Fröhlich ve Grimm (2016) tarafından yapılan araştırmada çalışılan departmanın itibarının nasıl geliştirildiğinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda içsel pazarlama faaliyetlerinin firmanın az itibara sahip departmanlarında itibar artırıcı etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Babic-Hodovic vd. (2013), hizmet işletmelerinin müşteri bazlı kurumsal itibarını ölçmek ve bu yapı içerisinde içsel pazarlamanın önemini analiz etmeyi amaçlamışlardır. Çalışmaya göre müşteri bazlı kurumsal itibar ölçüsü, içsel pazarlama unsurları olarak sınıflandırılan “müşteri odaklılık” ve “sorumlu işveren” boyutlarını içermektedir. Bulgular, müşteri temelli kurumsal itibarın unsurlarının müşteri memnuniyeti üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir.

Türkçe alanyazında kurumsal itibar ve içsel pazarlama ilişkisini araştıran çalışmaların özellikle çalışanlar üzerine daha fazla yoğunlaştığı görülmüştür. Örneğin; Dayanç-Kıyat ve Kaya (2022)'nin 501 vakıf ve devlet

üniversitesi çalışanından elde ettikleri ve yapısal eşitlik modeli kullanılan çalışmaları neticesinde içsel pazarlama faaliyetlerinin kurumsal itibar üzerinde olumlu etkisi olduğu belirlenmiştir. Ayrıca vakıf çalışanlarının içsel pazarlama uygulamalarına karşı tutumlarıyla kurum itibarı algılarının devlet üniversiteleri çalışanlarına kıyasla çok daha yüksek olduğu görülmüştür. Diğer bir çalışmada Baskındağlı ve Altındağ (2022). İP ve Kİ'nin sağlık profesyonellerinin örgütsel bağlılık ve iş tatmini üzerine olan etkisini araştırmışlardır. Çalışma bulgularına göre çalışanların içsel pazarlama algıları ile kurum itibarı algılarının arasında çok yüksek düzeyde ilişki olduğu görülmektedir.

Türkçe ve yabancı alanyazında yer alan araştırma bulgularına göre içsel pazarlama faaliyetlerinin çalışanların kurum itibarı algılarını önemli düzeyde arttırması beklenebilir. Bu nedenle oluşturulan araştırma hipotezi şu şekildedir;

H₁: Vakıf yükseköğretim kurumlarındaki içsel pazarlama faaliyetlerinin kurum itibarına olumlu yönde bir etkisi bulunmaktadır.

METOT

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Vakıf yükseköğretim kurumlarının içinde bulunduğu piyasa, yüksek düzeyde dinamizmi barındıran ve rekabetin çetin olduğu bir piyasadır. Bu piyasada rekabet avantajı kazanmanın yollarından birisi insan kaynağıdır. İnsan kaynağının geliştirilmesi firmanın performansına olumlu yönde katkılar sunmaktadır. Diğer yandan insan kaynağının kalitesi de firmanın rekabet avantajı sağlamak konusunda en önemli faktörlerden birisi olmaktadır. Bu düşünceden hareketle çalışanların geliştirilmesi ve memnun edilmesi firma açısından önemli hale gelmektedir. İç paydaşların memnuniyeti dış müşterinin tatmini ile ilişkili olacak ve sonuç olarak firmanın itibarı ve performansı olumlu yönde etkilenecektir (Dayanç-Kıyat ve Kaya, 2022). Bu araştırma kapsamında kurum itibarı ile içsel pazarlama algılarının ilişkilendirilmesi ve çalışanların içsel pazarlama algılarının firmanın kurumsal itibarı algısını nasıl etkilediğinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Araştırma kapsamında iki ana konu incelenmektedir. İçsel pazarlama ve kurum itibarı araştırmanın yapısını oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında vakıf yükseköğretim kurumlarında çalışanların kurumlarının itibarını nasıl algıladıklarının, içsel pazarlama faaliyetlerinin çalışanların itibar algısı ile nasıl ilişkili olduğunun ve içsel pazarlama faaliyetlerinin kurum itibarını nasıl etkilediğinin tespit edilmesi sağlanacaktır. Alanyazındaki çalışmalar incelendiğinde, içsel pazarlama ve kurum itibarı konularının (örn; Baskındağlı ve Altındağ, 2022; Ahbab, 2022; Toksarı, 2012) birlikte çalışıldığı görülmektedir. Ancak Covid-19 önlemleri sonrasında vakıf yükseköğretim kurumlarında söz konusu ilişkilerin nasıl geliştiğinin incelendiğini tespit eden bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle elde edilecek sonuçlar önemli olarak görülmektedir.

Araştırmanın Veri Toplama Araçları

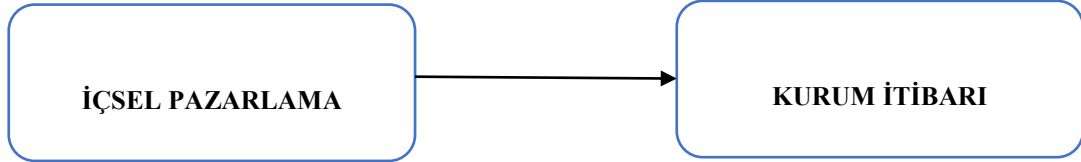
Katılımcıların kurumsal itibar algılarını ölçmek için Fombrun vd. (2000) tarafından oluşturulan Kurumsal itibar yönetimi ölçeği kullanılmıştır. Araştırma kapsamında ölçeğin 16 maddelik kısa formu kullanılmıştır. Katılımcıların kurumdaki içsel pazarlama faaliyetlerinin değerlendirilebilmesi için ise Foreman ve Money (1995) tarafından geliştirilen 15 maddelik İçsel Pazarlama Ölçeği kullanılmıştır. Ölçekler katılımcılara 5'li Likert tipinde sunulmuştur (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum). Son olarak ölçekte katılımcıların yaş, cinsiyet ve deneyim gibi özelliklerini ölçen altı soru yer almıştır. *Verilerin toplanması için Beykent Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler İçin Yayın Etiği Kurulundan 27.01.2023 tarihli 90769 sayılı belge ile izin alınmıştır.*

Araştırmanın Örneklemi ve Örneklem Tekniği

Araştırmanın örneklemi basit tesadüfi örneklem tekniği ile belirlenmektedir. Böylece İstanbul'daki bir vakıf yükseköğretim kurumundaki idari personelden veri toplanmıştır. Söz konusu yükseköğretim kurumunun seçiminde, en önemli idari personel sayısının ve öğrenci sayısının fazlalığı ve kurumun kuruluş yılının diğer yükseköğretim kurumlarından daha eski olması gibi faktörler etkili olmuştur. Veri toplama sürecinde öncelikle

personelin listesi çıkarılıp mail adresleri üzerinden mail gönderimi sağlanmıştır. Veri toplama işlemi Şubat-2023 tarihinde gerçekleşmiştir. Gönderilen anket formlarından 417 tanesine olumlu yanıt alınmıştır. Yanıt alınan formlardan 19 tanesi eksik-uygunsuz doldurulduğundan söz konusu anketler araştırma kapsamının dışında bırakılmıştır. Sınırsız evreden örneklem seçiminde yaygın olarak kullanılan 384 kişi sınırı göz önüne alınarak araştırma kapsamında uygun katılımcı için 398 sayısına ulaşıldığında veri toplama süreci sonlandırılmıştır.

Araştırmanın Kavramsal Modeli



Şekil 1. Araştırmanın Kavramsal Modeli

Araştırmanın kavramsal modeli Şekil 1’de yer almaktadır. Kavramsal modelde içsel pazarlama bağımsız değişken (x), kurum itibarı bağımlı (y) değişkeni temsil etmektedir.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Faktör ve güvenilirlik analizi: Araştırmada kullanılan ölçüm araçlarının uygunluğunu değerlendirmek için faktör ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Bulguların değerlendirilmesinde aşağıdaki sınır değerleri kullanılmıştır (Hair vd. 2014);

KMO örneklem yeterliği > 0,60/0,70

Bartlett’s küresellik testi < 0,05

Açıklanan toplam varyans >0,60

Faktör yükleri > 0,30/0,40

Cronbach’s Alpha katsayısı > 0,60/0,70

Tablo 1. Faktör Analizi Ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	KMO	Kurum itibarı	İçsel pazarlama
		,702	,832
Bartlett’s testi	Ki-kare	4703,698	5634,269
	SD	66	78
	Anlamlılık	,000	0,000
Açıklanan toplam varyans		%77,808	%80,183
Cronbach’s Alpha katsayısı		,901	,947
Madde sayısı		13	13

Faktör analizi ve güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 1’de yer almaktadır. Kurum itibarı ölçeğinin KMO değeri 0,702, içsel pazarlama ölçeğinin KMO değeri 0,832’dir. Her iki ölçeğin Bartlett küresellik testi <0,05 düzeyinde anlamlıdır. Kurum itibarı ölçeğinin açıklanan toplam varyansı %77,8, içsel pazarlama ölçeğinin açıklanan toplam varyansı %80,1’dir. Kurum itibarı ölçeğinin Cronbach’s Alpha katsayısı 0,901, içsel pazarlama ölçeğinin ise 0,947’dir. Her iki ölçüm aracında da madde sayısı 13’tür. Analizler esnasında kurum itibarı ölçeğindeki 3 madde ve içsel pazarlama ölçeğindeki 2 madde, uygun faktör yükleri sağlamamalarından dolayı araştırma kapsamından çıkarılmıştır. Kriter değerleri göz önüne alındığında her iki ölçüm aracının da araştırma kapsamında kullanımının uygun olduğunu ifade etmek mümkündür.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler

		Kişi	%			Kişi	%
Yaşınız?	20-29	114	28,6	Toplam tecrübeniz?	1-5 yıl	206	51,8
	30-39	158	39,7		6-10 yıl	104	26,1
	40+	126	31,7		11+	88	22,1
	Total	398	100,0		Total	398	100,0
Medeni Durumunuz?	Evli	221	55,5	Cinsiyetiniz	Kadın	102	25,6
	Bekâr	177	44,5		Erkek	296	74,4
	Total	398	100,0		Total	398	100,0
Kaçınıcı işyeri	1.	223	56,0	Kaçınıcı işyeri	4+	48	12,1
	2-3.	127	31,9		Total	398	100,0

Araştırmanın örnekleminde yer alan kişilerin demografik özellikleri ile ilgili bilgiler Tablo 2’de yer almaktadır. Bilgiler şu şekildedir; katılımcıların %28,6’sı 20-29 yaş arasındaki, %39,7’si 30-39 yaş arasındaki, %31,7’si 40 yaş ve üzerindeki kişilerden oluşmaktadır. Katılımcıların toplam tecrübe bilgileri incelendiğinde; katılımcıların %51,8’si 1-5 yıl arasında, %26,1’i 6-10 yıl arasında, %22,1’i ise 11 yıl ve üzerinde toplam tecrübeye sahip kişilerden oluşmaktadır. Katılımcıların medeni durum bilgileri incelendiğinde; katılımcıların %55,5’i evli, %44,5’i ise bekâr kişilerden oluşmaktadır. Katılımcıların %25,6’sı kadın, %74,4’ü ise erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların %56’sı ilk kez bir iş yerinde çalışan kişilerden, %31,9’u 2 ya da 3 farklı yerde çalışma deneyimine sahip kişilerden, %12,1’i ise 4 ve daha fazla yerde çalışma deneyimine sahip kişilerden oluşmaktadır.

Korelasyon ve regresyon analizi: Korelasyon analizinin yapılmasından önce çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir. Söz konusu değerlerin -1,5/1,5 arasında olması verilerin normal dağılımı sağladığı varsayımı (Tabachnick ve Fidell, 2013; George ve Mallery, 2010) ile analiz yapmaya dayanak oluşturmaktadır. Normal dağılım varsayımı ile Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçlarının değerlendirilmesinde (Karahana, 2017; Kocaay vd. 2022); “0= ilişki yok, 0,01-0,19=çok düşük ilişki, 0,2-0,39= düşük ilişki, 0,4-0,59= orta düzeyde ilişki, 0,60-0,79= yüksek ilişki, 0,80-0,99= çok yüksek ilişki, 1= tam ilişki” sınır değerleri kullanılmıştır. Ölçüm araçlarının ortalamalarının yorumlanmasında “1.00-2.33=düşük, 2.34-3.66=orta, 3.67-5.00=yüksek” (İşcan, 2002) sınır değerleri kullanılmıştır.

Tablo 3. Korelasyon Analizi Sonuçları

	\bar{x}	σ		Kurum itibarı	İçsel pazarlama
Kurum itibarı	3,76	0,784	Pearson korelasyon	1	,772**
			Sig. (2-kuyruk)		,000
			N	398	398
İçsel pazarlama	3,45	1,072	Pearson korelasyon		1
			Sig. (2-kuyruk)		
			N		398

** . Korelasyon anlamlı *, 0,01 düzeyinde (2-kuyruk).

Korelasyon analizi sonuçları Tablo 3’te yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre kurum itibarı ile içsel pazarlama arasında yüksek düzeyde, pozitif yönde ve $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ölçüm aracında yer alan maddelere verilen yanıtların ortalama değerleri incelendiğinde kurum itibarının yüksek, içsel pazarlamanın ise orta düzeyde olduğu görülmektedir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda regresyon analizine geçilmiştir.

Tablo 4. Regresyon Analizi Sonuçları

Model özeti ^b					Anova	Katsayılar			
Model	R	R ²	Std. hata	Durbin-Watson	Sig.		Std. olmayan katsayılar (B)	Std. katsayılar (B)	Sig
1	,772 ^a	,596	,4994	2,488	,000 ^b	Kurum itibarı (y)	1,811		,000
Bağımsız (y)= içsel pazarlama Bağımlı= kurum itibarı						içsel pazarlama (x)	0,565	0,772	,000

İçsel pazarlamanın kurum itibarını açıklama düzeyini tespit etmek için yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 4'te yer almaktadır. Analiz bulgularına göre içsel pazarlamanın kurum itibarını açıklama düzeyi %59,6'dır. Kurum itibarının katsayısı 1,811, içsel pazarlamanın katsayısı 0,772'dir. İçsel pazarlamadaki bir birimlik artık kurum itibarı algısında 0,772 birimlik bir artışı ifade etmektedir. Açıklama düzeyi $p < 0,05$ düzeyinde anlamlıdır. Bulgular genel olarak değerlendirildiğinde; vakıf yükseköğretim kurumlarında uygulanan içsel pazarlama faaliyetlerinin kurumun itibarı ile ilgili algıyı olumlu yönde arttırması beklenir. Bulgulardan hareketle "*H₁: Vakıf yükseköğretim kurumlarındaki içsel pazarlama faaliyetlerinin kurum itibarına olumlu yönde bir etkisi bulunmaktadır*" hipotezi desteklenmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Vakıf yükseköğretim kurumlarındaki içsel pazarlama faaliyetlerinin kurum itibarı algısına etkisini tespit etmek için yapılan araştırma sonucunda önemli bazı bulgulara ulaşılmıştır. Vakıf yükseköğretim kurumlarında çalışan idari personelin kurum itibarı algıları yüksek düzeydedir. Ancak çalışanların içsel pazarlama algıları kararsız/orta düzeydedir. Araştırma sonucunda vakıf yükseköğretim kurumlarındaki çalışan idari personelin içsel pazarlama uygulamaları hakkında olumlu bir algıya sahip olduklarında kurumun itibarını da olumlu şekilde algıladıkları görülmektedir.

Çalışanların kurumun iç müşterileri olduğu düşünüldüğünde elde edilen sonuçlar önemli hale gelmektedir. Öyle ki çalışanların rekabet avantajı, normalin üzerinde karlılık (Barney, 1991) açısından kilit kaynaklar olduğu düşünüldüğünde, içsel pazarlama faaliyetleri çalışanların kurumlarını olumlu itibarla ilişkilendirmelerine yardımcı olacaktır. Böylece çalışanların kurumda kalma, kuruma bağlılık geliştirme ya da iyi performans verme eğilimleri de artacaktır (Moreira vd. 2020; Black vd. 2011; Chung vd. 2021; Baskındağlı ve Altındağ, 2022). Çalışanlarından uygun performans alan firmalarda performans artışı görmek mümkündür. Ayrıca çalışanlar kurumun müşteri ve dış paydaşları ile sürekli irtibatlı olmaktadır. Bu nedenle iç müşterinin memnun olması, onların dış paydaşlara olumlu söylemler aktarmasına da yardımcı olacaktır. Bunun yanında olumlu bilgi akışı henüz çalışan ya da müşteri olmayan kişilerin firmaya olumlu yaklaşımına zemin oluşturabilecektir.

Araştırmada yükseköğretim kurumunun içsel pazarlama faaliyetlerinin yeterince iyi düzeyde olmadığı (orta düzeyde) görülmektedir. Kurumun içsel pazarlama faaliyetlerinden, ödüllendirme, vizyon sunma, kariyer planları hazırlama ve kurum içindeki iletişimi bütün paydaşlara yayma faaliyetlerinin kaliteli olması çalışanların kurumu daha itibarlı olarak görmelerini sağlayabilir. Ayrıca kurumların rekabet avantajı kaynağı olarak çalışanları geliştirmesi, çalışanların performansını, sonrasında ise kurumun performansını olumlu yönde etkileyecektir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular vakıf yükseköğretim kurumlarının çalışanlarının sermayesinden uzun süreli faydalanmalarını sağlayacak bulgulara ulaşılmıştır. Vakıf yükseköğretim kurumlarında çalışanların ödüllendirilmesi ve değerli hissetmelerinin sağlanması, çalışanların kurumda uzun süreli kariyer planı yapmalarını sağlayabilir. Kurumların itibarlı olarak algılanması personelin görevlerini daha verimli şekilde yerine getirmeleri konusunda motivasyon sağlayabilir. Çalışanların etkin performansı vakıf yükseköğretim kurumlarının itibarına ve sonuç olarak performansına olumlu yansiyebilir. Bu nedenle, vakıf yükseköğretim kurumlarına bazı öneriler sunulmaktadır. Bunlardan ilki, çalışan personeli iç müşteriler olarak görerek, onların refahlarını attırarak stratejilerin uygulanmasıdır. Diğer bir öneri ise çalışanların kurum dışında algılanan itibarının güçlendirilmesine yönelik çalışmalara ağırlık verilmesidir. Dış paydaşların kurum itibarını

yüksek olarak algılamaları, yeni çalışan adaylarının ve dış paydaşların kuruma olan yaklaşımını olumlu hale getirebilir.

Vakıf yükseköğretim kurumlarında içsel pazarlama ve itibar konularındaki araştırmalar için de bazı öneriler sunulabilir. Bu önerilerden ilki, vakıf yükseköğretim kurumlarının dış paydaşlar ve iç paydaşlar tarafından algılanışlarının karşılaştırılarak, paydaşlarının algılarındaki farklılığının incelenmesidir. Söz konusu araştırma şekli, kurumların itibarlarının daha sağlıklı şekilde tespit edilmesine olanak sağlayabilir. Araştırmacılara sunulabilecek diğer bir öneri ise araştırmalarda akademik personelin görüşlerinin incelenmesidir. Akademik personelin de görüşlerinin incelenmesi araştırma bulgularında farklılığa neden olabilir. Gelecekte yapılacak araştırmalar için araştırmanın örnekleminin idari personelin yanında, akademik personeli ve öğrencileri de kapsayacak şekilde genişletilmesi önerilir. Akademik personelin görüşleri, vakıf yükseköğretim kurumlarının bilimsel yetkinliklerinin de değerlendirilmesine olanak sağlayabilir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulguların yorumlanmasında bazı kısıtlar yer almaktadır. Bu kısıtların en önemlisi çalışanların sadece idari personelden oluşmasıdır. Araştırmanın diğer bir kısıtı ise kullanılan teknik açısından ortaya çıkmaktadır. Standart anket formları çalışanların görüşlerin derinlemesine incelenmesi açısından kısıtlıdır. Odak grup görüşmeleri ve mülakat tekniklerinin kullanılması, kurum itibarı ve içsel pazarlama faaliyetlerinin etkinliğini değerlendirmede avantaj sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Ahbab, M. (2022). *Covid-19 krizinde içsel pazarlama uygulamaları: Hewlett Packard Enterprise örneği* (Yüksek Lisans Tezi), Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- Ay, C. ve Kartal, B. (2003). İçsel pazarlama: Literatür incelemesi. *Öneri Dergisi*, 5(20), 15-25.
- Aydın, A. F. (2015). Kurumsal itibar açısından sosyal medyaya ilişkin bir değerlendirme. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 5 (1), 78-92.
- Babić-Hodović, V. ve Arslanagić-Kalajdžić, M. (2019). Perceived corporate reputation and pride as drivers of frontline employees' reputation impact awareness: Mediating role of job satisfaction. *Market-Tržište*, 31(2), 171-185.
- Babic-Hodovic, V., Arslanagic, M. ve Mehic, E. (2013). Importance of internal marketing for service companies corporate reputation and customer satisfaction. *Journal of Business Administration Research*, 2(1), 49-57.
- Back, K. J., Lee, C. K., ve Abbott, J. (2011). Internal relationship marketing: Korean casino employees' job satisfaction and organizational commitment. *Cornell Hospitality Quarterly*, 52(2), 111-124.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Baskındağlı, Y. ve Altındağ, E. (2023). Sağlık sektöründe içsel pazarlama ve kurumsal itibarın çalışanların iş tatmini ve örgütsel bağlılıklarına etkisi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 17(2), 129-153.
- Berry, L. L. ve Parasuraman, A. (2004). *Marketing services: Competing through quality*. Simon and Schuster.
- Berry, L. L., Hensel, J. S. ve Burke, M. C. (1976). Improving retailer capability for effective consumerism response. *Journal of Retailing*, 52(3), 3-14.
- Budd, J. F. (1994). How to manage corporate reputations. *Public Relations Quarterly*, 39(4), 11– 13.
- Chung, M., Jang, Y. H. ve Edelson, S. A. (2021). The path from role clarity to job satisfaction: Natural acting and the moderating impact of perceived fairness of compensation in services. *Service Business*, 15(1), 77-102.
- Çekmecelioglu, H. G. ve Dinçel, G. (2013). Çalışanların iş tutum ve davranışlarının kurumsal itibar üzerindeki etkileri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(47), 125-139.
- Dayanç Kıyat, G.B. ve Kaya, C. (2022). İçsel pazarlama ile kurumsal itibar algısı arasındaki ilişkiler. *Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi*, 5(1), 53-86.

- Demir, H. , Usta, R. ve Okan, T. (2008). İçsel pazarlamanın örgütsel bağlılık ve iş tatminine etkisi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(2), 135-161.
- Ergün, Z. (2013). İçsel pazarlama uygulamalarının işletme performansı üzerine etkisi: Kamu-özel hastane karşılaştırması. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(25), 223-248.
- Fombrun, C.J., Gardberg, N.A., ve Sever, J.M. (2000). The reputation quotient: A multistakeholder measure of corporate reputation. *The Journal of Brand Management*, 7(4), 241-255.
- Foreman, S.K. ve Money, A.H. (1995). Internal marketing: Concepts, measurement, and application. *Journal of Marketing Management*, 11, 755-768.
- Fröhlich, E. ve Grimm, S. (2016). Internal marketing: How to increase a department's reputation within its company. *Journal of Media Critiques*, 2(8), 239-248.
- George, D., ve Mallery, M. (2010). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. 17.0 update (10a Ed.), Pearson. <https://wps.ablongman.com/wps/media/objects/385/394732/george4answers.pdf>
- Hair, J., Black, W., Babin, B., ve Anderson, R. (2014). *Multivariate data analysis*. (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Helm, S. (2011). Employees' awareness of their impact on corporate reputation. *Journal of Business Research*, 64(7), 657-663.
- İşcan Ö. F. (2002). *Küresel işletmecilikte dönüştürücü liderlik anlayışı büyük ölçekli işletmelerde bir uygulama*. (Yayımlanmış Doktora Tezi), Atatürk Üniversitesi. Erzurum.
- Karahan, M. (2017). Denetim raporlarının yayınlanma süresini etkileyen faktörler BİST 100 endeksinde yer alan şirketler üzerine ampirik bir uygulama. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*. 4(15), 1819-1830.
- Kocaay, F., Demir, B. T. ve Biçer, B. K. (2022). Üniversite öğrencilerinde internet, sosyal medya ve oyun bağımlılığının değerlendirilmesi. *Sağlık Bilimlerinde Değer*, 12(3), 511-519.
- Moreira, M. N., Hidalgo, F. A. ve Loor, A. M. I. ve Gonzalez, S.C.F. (2020). Influence of internal marketing dimensions on organizational commitment: An empirical application in ecuadorian co-operativism. *Sage Open*, 10(3), 21-32.
- Nemteanu, M. S. ve Dabija, D. C. (2021). The influence of internal marketing and job satisfaction on task performance and counterproductive work behavior in an emerging market during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(7), 3670.
- Oktar, Ö. F. ve Çarıkçı, İ. H. (2012). Farklı paydaşlar açısından itibar algılamaları: Süleyman Demirel Üniversitesi'nde bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(15), 127-149.
- Özdemir, G. (2014). Hizmet işletmelerinde içsel pazarlama yaklaşımı. *Isguc The Journal Of Industrial Relations And Human Resources*, 16(1), 54-66.
- Shamma, H. M., ve Hassan, S. S. (2009). Customer and non-customer perspectives for examining corporate reputation. *Journal of Product & Brand Management*, 18(5), 326-337.
- Şenol, Ş. ve Öngel, V. (2019). İçsel pazarlama uygulamalarının çalışanların iş tatmini üzerine etkisi ve örgütsel adaletin aracılık rolü. *Akademik Hassasiyetler*, 6(12), 477-490.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6th ed.). Pearson.
- Toksarı, M. (2012). İçsel pazarlama bağlamında, iç müşterinin çalıştığı iş yerinden tatmin olma düzeyi ile demografik özellikleri arasındaki farklılıkların tespitine yönelik ampirik bir çalışma. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(32), 155-183.

Geliş Tarihi: 12/05/2023

Kabul Tarihi: 26/05/2023

EĞİTİM VE GELİŞTİRME FAALİYETLERİ ÇALIŞAN PERFORMANSINI ETKİLER Mİ? ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞME BAĞLAMINDA BİR ARAŞTIRMA

Beyza ERER *

ÖZET

Çalışmanın amacı, işletmelerin insan kaynakları yönetimi (İKY) kapsamında gerçekleştirdikleri eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin çalışan performansı üzerindeki etkisini ve bu etkide örgütsel özdeşleşmenin aracı rolünü belirlemektir. Nicel araştırma modeli ve ilişkisel araştırma tasarımı kapsamında yürütülen bu çalışmanın verileri, hizmet sektöründe çeşitli şirketlerde çalışmakta olan 427 kişiden kolayda örneklem yöntemiyle elde edilmiştir. Verilerin analizinde SPSS 25, AMOS 25 ve PROCESS macro istatistik programları kullanılmıştır. Yapılan analizler sonucunda eğitim ve geliştirme, çalışan performansı ve örgütsel özdeşleşme değişkenleri arasında pozitif yönlü ve anlamlı düzeyde ilişkilerin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin çalışan performansı üzerinde hem doğrudan hem de örgütsel özdeşleşme aracılığı ile dolaylı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları, Eğitim ve Geliştirme, Çalışan Performansı, Örgütsel Özdeşleşme

DO TRAINING AND DEVELOPMENT ACTIVITIES AFFECT EMPLOYEE PERFORMANCE? A RESEARCH IN THE CONTEXT OF ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION

ABSTRACT

The aim of the study is to determine the effect of training and development activities carried out by enterprises within the scope of human resources management (HRM) on employee performance and the mediating role of organizational identification in this effect. The data of this study, which was carried out within the scope of quantitative research model and relational research design, were obtained by convenience sampling method from 227 people working in various companies in the service sector. SPSS 25, AMOS 25 and PROCESS macro statistical programs were used to analyze the data. As a result of the analysis, it was determined that there were positive and significant relations between the variables of training and development, employee performance and organizational identification. In addition, it has been determined that training and development activities have both a direct and indirect effect on employee performance through organizational identification.

KeyWords: Human Resources Management Practices, Training and Development, Employee Performance, Organizational Identification

* Doç. Dr. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Söke İşletme Fakültesi, İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü, berer@adu.edu.tr, ORCID: 0000-00030-08371-02

GİRİŞ

Gün geçtikçe önemi daha çok anlaşılan rekabet ve rekabette öncü olma eğilimleri insan kaynaklarının etkin ve verimli kullanımı ile ilgili arayışları da beraberinde getirmektedir. İş dünyasında hızlı gelişen ve değişen dış çevreye uyum sağlayarak rekabette başarılı olma arzusu içinde olan işletmeler, çoğunlukla nitelikli çalışanları bünyesine alıp yüksek performans göstermelerini hedefler. Çünkü günümüzde birçok işletmede çalışanların sergilemiş olduğu düşük performans, hem çalışanın kendisine ve iş arkadaşlarına hem de genel olarak şirkete büyük zararlar vererek küresel ekonomide gerilemeye neden olan örgütsel tasfiyelere yol açmaktadır (Aşkun vd., 2021; 30). Dolayısıyla işletmelerin yoğun rekabet koşullarında ayakta kalarak varlıklarını sürdürme ve rekabet üstünlüğü sağlama hususunda performans seviyesinin maksimuma çıkartılması büyük önem taşımaktadır. Bu noktada çalışanların görev ve sorumlulukları yerine getirmesi bir bütün olarak örgütsel performansı etkilediği için performansın maksimum seviyeye ulaşmasında çalışan performansı stratejik bir unsur niteliğindedir.

Çalışanların kaynakları etkili kullanarak yüksek performans sergilemelerini etkileyen birçok doğrudan ve dolaylı faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerin bazıları örgütsel yapıdan kaynaklıken, bazıları ise bireysel özelliklerden kaynaklıdır. Bu durumda çalışanların performansını olumsuz etkileyen faktörleri tespit edip düzeltmekle birlikte yüksek performansta çalışmalarını sağlayan unsurları keşfetmek hem çalışanların hem de işletmelerin başarıları açısından önem arz etmektedir. İlgili yazın incelendiğinde ise birçok çalışma eğitim ve geliştirme faaliyetleri ile performans arasındaki anlamlı ve pozitif yönlü ilişkiyi ortaya koymaktadır. Çünkü birçok işletme, iş dünyasında yaşanan teknolojik gelişmeler ve yeni işler kapsamında, çalışanlarda ihtiyaç duyulan bilgi ve becerilerin kazandırılması gibi değişen iş ihtiyaçlarını karşılayarak çalışan performansını arttırmak için eğitim ve geliştirme faaliyetlerine odaklanmakta ve amaçlarına ulaşmaktadır. Eğitim ve geliştirme faaliyetleri ile birlikte örgütsel özdeşleşme de çalışan performansını arttırmada önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı eğitim ve geliştirme faaliyetleri ile çalışan performansı arasındaki ilişkiyi ele alarak örgütsel özdeşleşmenin aracı rolünü belirlemektir. İlgili yazında eğitim ve geliştirme faaliyetleri ile çalışan performansı arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalarda örgütsel özdeşleşmenin aracı rolünü birlikte değerlendiren çalışma bulunmamaktadır. Dolayısıyla bu araştırmanın kaynak ve katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE HİPOTEZ GELİŞTİRME

Eğitim ve Geliştirme

Eğitim ve geliştirme kavramları kimi zaman karıştırılıyor (Örücü ve Karataş, 2018; 20) kimi zamanda aynı anlamda kullanılıyor olmalarına karşın aslında birbiri ile ilişkili iki boyutlu bir süreçtir (Bayır ve Harmancı, 2021; 1693). Eğitim, “işletme içinde veya dışında, formal programlar, bireysel veya tecrübe kazanma yoluyla kişinin bilgi, yetenek ve becerilerinde olumlu değişimlerin ortaya çıkmasını sağlayan faaliyetler süreci” şeklinde tanımlanmaktadır (Koçel, 2011; 76). Diğer bir tanıma göre eğitim, çalışanların mevcut rollerindeki performanslarını yükseltmek amacıyla belirli bilgi ya da becerileri öğrenmelerine katkı sağlayan bir programdır (Allencomm, 2023). Geliştirme ise; “yetişmiş çalışanların üst seviyeye ulaşmış becerileri ile süreçlerinde ve işlerinde değişim sağlayarak daha çok verim alabilecek duruma getirme sürecidir” (Mirze, 2014; 183-184). Geliştirme faaliyetleri ile çalışanların karar verme, liderlik yetenekleri, amaç belirleme gibi daha kapsamlı becerilerine odaklanılmaktadır (Inc., 2023). Bu bağlamda geliştirme çalışanın eğitim yoluyla önceden edinmiş olduğu bilgilere yenilerin eklenmesiyle ortaya çıkan bir süreçtir (Bayraktaroğlu, 2011; 77).

Genel olarak eğitim ve geliştirme, çalışanların mevcut ve ilerideki işlerin nasıl yapılması gerektiğini öğreten düzenli öğrenme deneyimleridir (Tahir vd., 2014; 87). İşletmelerde iyi planlanan eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin bireysel ve örgütsel birçok faydası veya çıktısı bulunmaktadır. Bunlar; çalışan verimliliğinin ve iş tatmininin artması, ürün veya hizmetlerdeki kalitenin yükselmesi, iş kazalarında azalma, nitelikli eleman sayısının artması, işe ve kuruma yabancılaşmanın ortadan kalkarak örgütsel uyumun sağlanması, işgücü devir oranının düşmesi, hatalardan kaynaklanan maliyetlerin azalması, etkin zaman yönetimi, çalışanlarda motivasyon ve güven duygusunun oluşması, çalışan memnuniyetinin artmasıdır (Bierama, 2000; 12; Sabuncuoğlu, 2005; 128; Şimşek ve Öge, 2007; 234).

Eğitim ve Geliştirme ile Çalışan Performansı Arasındaki İlişki

Fransızca kökenli bir kavram olan performansın TDK sözlüğünde Türkçe anlamı “başarım” dır (TDK, 2023). Genel olarak performans, önceden belirlenmiş olan amaçlara veya hedeflere ulaşmadaki etkinlik ve verimlilik şeklinde ifade edilmektedir (Yılmaz ve Günay, 2020; 94). Yani performans amacın gerçekleştirilme derecesidir (Çöl, 2008; 39).

Yazın incelendiğinde performans kavramının “örgütsel performans” ve “çalışan performansı” olmak üzere iki boyutta incelendiği görülmektedir. Örgütsel performans, bir kurumun başarı seviyesinin saptanabilmesi için gerçekleştirmiş olduğu faaliyetleri neticesinde elde ettiği bütün nicel ve nitel sonuçlardır (akt. Tonul ve Aykanat, 2019; 4). Çalışan performansı ise yazında; bireysel performans, bireysel iş performansı, görev performansı ya da bireysel iş çıktısı olarak da ifade edilmektedir. Hangi ifadenin kullanımı tercih edilirse edilsin çalışan performansı, işletme tarafından belirlenmiş olan görev ve sorumlulukların yerine getirilmesi amacıyla gösterilen çaba sonucunda elde edilen başarı düzeyi şeklinde tanımlanmaktadır (Çavmak ve Acar, 2020; 205). Diğer bir ifade ile çalışan performansı, çalışandan beklenen performansına kıyasla elde ettiği başarıdır (akt. Maryati ve Astuti, 2022; 323). Dolayısıyla çalışan performansı, örgütlerin hedeflemiş olduğu amaçlara ulaşmasında oldukça büyük bir öneme sahip olan ve başarısını direkt etkileyen bir unsur niteliğindedir.

Performansa yönelik geliştirilen yaklaşımlarda çalışan performansı çok boyutlu olarak da ele alınmaktadır. Borman ve Motowidlo (1993) çalışanların performansını, kişisel ve örgütsel hedefler doğrultusunda çalışırken gereksinim duyulan yetkinliklerin niteliğine göre “görev performansı” ve “bağlamsal performans” şeklinde iki boyutta sınıflandırmışlardır. Görev performansı yapılmakta olan işin uzmanlık ve teknik bilgi gerektiren kısmına odaklanmaktadır. Yani çalışanların kendilerine verilen görevleri ne kadar iyi bir biçimde tamamladıkları ile ilgilidir. Mesela bir satış işi için çalışanın görev performans ölçütleri ürün bilgisi, satış kapatma, zaman ve organizasyon yönetimi gibi faaliyetlerden oluşabilir. Bağlamsal performans ise çalışanların resmi olarak işin bir parçası olmayan görev etkinliklerini gerçekleştirmek için gönüllü olmasıdır. Bu kapsamda bağlamsal performans; çalışanların kendi görevlerini başarılı bir şekilde tamamlamak için coşkuyla devam etme, kuruluştaki diğer kişilere yardım etme ve onlarla işbirliği yapma, kişisel olarak uygun olmasa bile örgüt kural ve prosedürlerini takip etme, örgütsel hedefleri destekleme ve savunma gibi davranışları içermektedir (Borman ve Motowidlo, 1997; 99-100; Motowidlo ve Van Scotter, 1994; 476).

Çalışan performansı hem bireysel hem de örgütsel açıdan önem arz eder. Böylesi önemli bir kavramı ortaya çıkaran çalışmalar incelendiğinde ise, eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin çalışan performansı üzerinde belirleyici etkilerinin olduğunu ortaya çıkarmıştır (Kaya ve Kesen, 2014; Jouda vd., 2016; Bayır ve Harmancı, 2021). Bu bilgiler doğrultusunda araştırmanın kurulan ilk hipotezi şu şekildedir:

H₁: Eğitim ve geliştirme faaliyetleri çalışan performansını pozitif yönde etkilemektedir.

Örgütsel Özdeşleşmenin Aracı Rolü

Örgütsel özdeşleşmenin teorik temellileri, sosyal kimlik teorisi ile sağlanmıştır (Tuna, 2020; 1837). Bu teoriye göre kişiler, üye oldukları sosyal grubu göz önünde bulundurarak kendilerini tanımlar, değerlendirir ve sınıflandırır. Sınıflandırma sonucunda kendilerini konumlandıkları grup ile özdeşleştirmekte ve neticede sosyal kimlikleri ortaya çıkmaktadır (Demirtaş, 2003; 129). Özdeşleşme kavramı örgütsel açıdan irdelendiğinde, kişinin çalıştığı kurum ile ilgili inanç, tutum ve değerleri kendisi ile özdeşleştirerek bağdaştırması ve özümsemesidir (Carmeli vd., 2007; 974). Toplumsal özdeşleşmenin özel bir şekli olarak karşımıza çıkan örgütsel özdeşleşme, kişinin üyesi olduğu örgüt ile kendini tanımlaması, örgütün başarısını ve başarısızlığını kendi başarı ya da başarısızlığı olarak görmesi kısacası örgütü ile birteliktelik hissetmesi ya da örgüte ait olma algısı şeklinde tanımlanmaktadır (Mael ve Ashforth, 1992; 104).

Örgütlerin faaliyet gösterdiği dış çevre şartlarındaki sürekli yaşanan önemli değişim ve dönüşümler, çalışanlar ile aralarındaki psikolojik ilişkiyi daha da önemli hale getirmiştir. Dolayısıyla yöneticiler, çalışanlarından ait olduğu kurumu sevmelerini ve kuruma karşı sadık olmalarını yani çalışanlardan kurumlarını kişisel kimlikleriyle özdeşleştirecek derecede benimsemeleri beklenmekte ve istenmektedir (Eren ve Titizoğlu, 2014; 280). Çünkü örgütsel özdeşleşmenin hem bireysel hem de örgütsel birçok faydası bulunmaktadır (Zencirkıran ve Keser, 2018; 293):

- Örgütsel özdeşleşme ile çalışanlar yaptığı işten daha fazla keyif alır ve işlerini anlamlı bulur.
- Çalışanların örgüte olan bağlılıkları artar ve işten ayrılmayı düşünmezler.

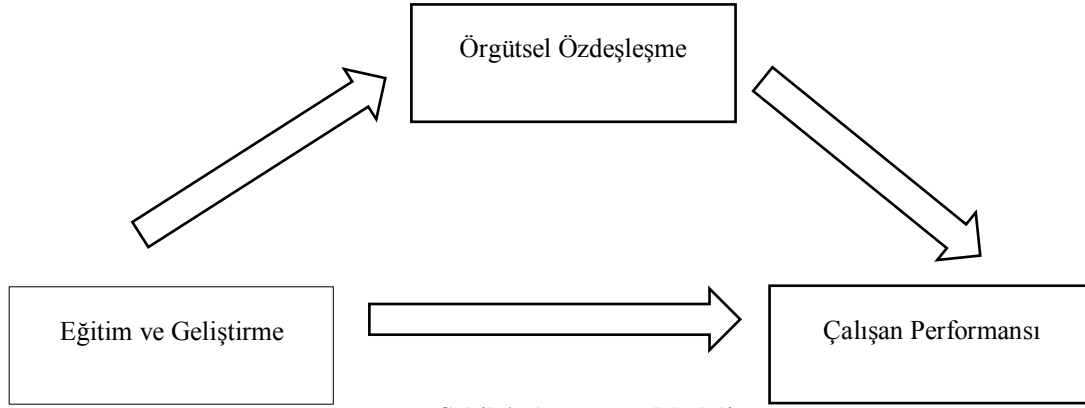
- Çalışanlar özdeşleşme sayesinde kişisel amaçları ile örgütsel amaçları bir bütün görekerek örgüte daha fazla katkı sağlar.
- Örgüte yönelik daha çok istekli çalışma gerçekleşir.

Örgütsel özdeşleşme, yukarıda bahsi geçen faydalardan da anlaşıldığı üzere önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmakta ve çalışanlardaki var olma düzeyine göre yapıcı ve olumlu sonuçlar sağlamaktadır. Bu sonuçlardan biri de iş performansıdır (Tyler, 1999; Carmeli vd., 2007; Liu vd., 2011; Şantaş vd., 2016; Saygılı vd., 2018). Yani, örgütü ile yüksek düzeyde özdeşleşme yaşayan çalışanların yüksek performans sergiledikleri ortaya çıkmıştır. Ayrıca yapılan araştırmalar sonucunda, birçok çalışmada (Kesen, 2015; Ateş vd., 2018; Tuna, 2020) örgütsel özdeşleşmenin performans üzerinde aracı role sahip olduğu tespit edilmiştir.

Bu açıklamalar ve daha önce yapılmış araştırma sonuçlarına dayanarak aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

H₂: Eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin çalışan performansına etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolü bulunmaktadır.

Yukarıda yer alan hipotezler dikkate alınarak Şekil 1'deki araştırma modeli oluşturulabilir:



Şekil 1. Araştırma Modeli

YÖNTEM

Örneklem ve Prosedür

Araştırmanın örneklemini, Türkiye’de kurumsal olarak hizmet sektöründe faaliyet gösteren çeşitli şirket çalışanlarından oluşmaktadır. Kolayda örnekleme yönteminin tercih edildiği bu çalışmada, veriler anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Şubat 2023 – Nisan 2023 döneminde araştırmaya katılmak isteyen çalışanlara elektronik ortamda anketler iletilerek 436 kişiye ulaşılmıştır. Fakat çeşitli nedenlerden dolayı analizlere uygun olmayan 9 anketin analiz dışı bırakılmasının ardından 427 geçerli anket değerlendirmeye alınmıştır. Böylelikle analiz için ihtiyaç duyulan örneklem büyüklüğü sağlanmıştır (Büyüköztürk, 2012; 22).

Örneklem grubunun demografik bilgilerine yönelik sonuçlar incelendiğinde, katılımcıların %58’i erkek çalışanlardan oluşurken geriye kalan %42’si kadın çalışanlardan oluşmaktadır. Medeni durum yönünden katılımcıların %54’ü bekârdır. Katılımcıların yaş ortalaması 32,81 şeklinde bulunmuş olup büyük çoğunluğunun (%49) lisans eğitimine sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların %36’sının da yönetici konumunda olduğu belirlenmiştir.

Ölçekler

Araştırmada kullanılan ölçeklere (eğitim ve geliştirme, örgütsel özdeşleşme ve performans) ilişkin kapsamlı bilgiler aşağıda verilmiştir. Ayrıca tüm ölçekler 1 (Kesinlikle Katılmıyorum) ile 5 (Kesinlikle Katılıyorum) arasında değişen 5 puanlık bir likert ölçeğine göre derecelendirilmiş ve sonuçlar bu değerlere göre değerlendirilmiştir.

Eğitim ve Geliştirme Ölçeği: Katılımcıların eğitim ve geliştirme faaliyetlerine yönelik algılarını belirlemek için Barlett (1999) tarafından geliştirilen, Türkçe uyarlaması Yıldız (2011) tarafından yapılan Eğitim ve Geliştirme ölçeğinden faydalanılmıştır. Ölçek otuz madde ve altı boyuttan (algılanan eğitim olanağı, algılanan amir desteği, algılanan çalışma arkadaşı desteği, öğrenme motivasyonu, bireysel kazançlar ve kariyer beklentileri) oluşmaktadır. Ters ifade bulunmayan ölçekte “Çalıştığım yerde tüm çalışanlara eşit eğitim olanakları tanınır”, “Çalıştığım yerde iyi bir öğrenme ve iletişim ortamı mevcuttur” şeklinde maddeler bulunmaktadır.

Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği: Katılımcıların çalıştıkları kuruma yönelik özdeşleşme seviyelerini belirlemek için Mael ve Ashforth (1992) tarafından geliştirilen, Türkçe uyarlaması Tak ve Aydemir (2004) tarafından yapılan Örgütsel Özdeşleşme ölçeği kullanılmıştır. Ölçek altı madde ve tek boyuttan oluşmaktadır. Ters ifade bulunmayan ölçekte “Çalıştığım iş yerinin başarısı benim başarımdır”, “Çalıştığım iş yeri hakkında konuştuğumda, ‘onlar’ yerine ‘biz’ kelimesini kullanırım” şeklinde maddeler bulunmaktadır.

Performans Ölçeği: Araştırmada kullanılan son ölçek ise, Kirkman ve Rosen (1999) tarafından geliştirilen daha sonra Sigler ve Pearson (2000) tarafından revize edilen Çalışan Performans ölçeğidir. Çöl (2008) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan ölçek 4 ifade ve tek boyuttan oluşmaktadır. Ters ifade bulunmayan ölçekte “Görevlerimi tam zamanında tamamlarım”, “İş hedeflerime fazlasıyla ulaşıyorum” şeklinde maddeler bulunmaktadır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Doğrulamalı Faktör ve Güvenirlik Analizi

Doğrulamalı faktör analizi yapılırken ölçekte bulunan maddelerin standardize edilmiş regresyon katsayısının .70’den düşük; p değerinin ise .05’ten büyük olmaması (Hair vd., 2009; 679) gerektiği hususu dikkate alınmıştır. Ayrıca ölçeklere ilişkin uyum indeks değerlerini belirleyebilmek için “CMIN/DF, RMR, IFI, CFI, RMSEA” değerleri incelenmiştir. Analiz sonucunda bazı değerlerde iyileştirme yapmak amacıyla maddeler arasında modifikasyonlar yapılmış ve modifikasyon sonrası değerler Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Uyum İndeks Değerleri

	Referans Değeri	Eğitim ve Geliştirme	Örgütsel Özdeşleşme	Performans
CMIN/DF	$0 < \chi^2/sd \leq 5$	2.76	2.92	1.87
RMR	$\leq .10$.01	.02	.00
IFI	$\geq .90$.98	.94	.99
CFI	$\geq .90$.97	.96	.98
RMSEA	$\leq .09$.07	.08	.08

Tablo 1 incelendiğinde, ölçeklere ilişkin uyum indeks değerlerinin referans alınan (Meydan ve Şeşen, 2015; 37) değerler aralığında olduğu tespit edilmiştir.

Ölçeklerin güvenilirliğini belirlemek için yapılan analiz sonucunda Cronbach Alpha katsayılarının (eğitim ve geliştirme=.976; örgütsel özdeşleşme=.937; çalışan performansı=.961) .80’den büyük olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bu sonuçlar, ölçeklerin yüksek iç tutarlılığa sahip olduğunu göstermektedir (Uzunsakal ve Yıldız, 2018; 19).

Hipotezlerin Testi

Hipotezler test edilmeden önce çalışma kapsamında kullanılan değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler ve değişkenler arası korelasyonlar Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler ve Değişkenler Arası İlişkiler

Değişkenler	Ort.	S.S.	Çarpıklık	Basıklık	1	2	3
1.Eğitim ve Geliştirme	3.47	1.17	-.614	-1.213	1		
2.Örgütsel Özdeşleşme	3.26	1.36	-.811	-1.263	.654**	1	
3.Çalışan Performansı	3.96	1.22	-.427	-1.377	.727**	.821**	1

**p<0.01 düzeyinde anlamlı bir ilişki vardır

Tablo 2 incelendiğinde, çarpıklık ve basıklık katsayılarının $\pm 1,5$ değer aralığında olduğu görülmektedir. Söz konusu katsayıların bu değer aralığında olması, verilerin normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir (Tabachnick and Fidell, 2013; 481-498). Ayrıca tabloda görüldüğü üzere tüm değişkenler arası korelasyonlar anlamlı ve olumlu yöndedir.

Araştırmanın hipotezleri bootstrap tekniğini temel alan regresyon analizi kullanılarak test edilmiştir. Veriler normal dağılım gösterdiğinden dolayı Maximum Likelihood hesaplama yönteminden faydalanılmıştır (Gürbüz ve Şahin, 2016). Yapılan analiz sonucunda, eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin çalışan performansını ($\beta=.65$; $t=6.89$; $p < .01$) anlamlı düzeyde ve olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç ile H1 hipotezi desteklenmiştir.

Araştırmanın ikinci hipotezini test etmek için (Eğitim ve Geliştirme→Örgütsel Özdeşleşme→Çalışan Performansı) aracı değişkenin olduğu ayrı bir model oluşturulmuştur. Bu tarz bootstrap ile yapılan analizlerde, hipotezlerin desteklenmesi için %95 güven aralığındaki (GA) değerlerin “0” değerini kapsamaması gerektiği belirtilmiştir (Gürbüz, 2021; 62). Dolayısıyla bu çalışmada modeldeki eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin örgütsel özdeşleşme aracılığıyla çalışan performansı üzerinde dolaylı bir etkisinin bulunup bulunmadığı bootstrap tekniğiyle ulaşılan güven aralıklarına göre belirlenmiştir. Analiz sonuçlarına göre, eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin örgütsel özdeşleşme vasıtasıyla çalışan performansı üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı olduğu belirlenmiş ($\beta =.29$, %95 GA [.007, .126]) ve H2 hipotezi de desteklenmiştir. Aracı değişken modele dâhil edildikten sonraki doğrudan etkisi ise ($\beta=.35$, $t=3.01$, $p<.001$) olarak belirlenmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Tarihsel süreç içerisinde “İnsan Kaynakları Yönetimi” değişimin ve dönüşümün öncüsü haline gelmiştir. Bu değişim ve dönüşüm bilhassa yönetim alanında ortaya çıkan düşünsel değişimlerle birlikte yaşanmış ve yalnızca istihdam odaklı olmayarak “insan” faktörüne olan bakış açısında da etkisini göstermiştir. Yani ilk zamanlarda istihdam odaklı bir anlayışa sahip olan insan kaynakları departmanı, zamanla faaliyet alanını genişleterek işletmelerin performansının ve rekabet gücünün artırılmasında en çok önem verdiği bölümler arasında yerini almıştır. Özellikle küreselleşmenin etkisiyle birlikte rekabetin yoğun olarak hissedildiği dönemlerde, insan kaynağının rasyonel bir şekilde kullanılması ve niteliğinin geliştirilmesi gerektiği zorunlu hale gelmiştir. Bu durum insan kaynakları yönetiminde eğitim ve geliştirmeye yönelik faaliyetlerin uygulanmasını güçlendirmiştir.

İşletmelerde gerçekleştirilen eğitim ve geliştirme faaliyetleri ile çoğunlukla çalışanların bilgi, yetenek ve becerileri daha çok gelişmekte ve ileride üstlenecekleri görev ve sorumluluklara hazır duruma gelmektedirler. Bu sayede çalışanlar örgütleri ile özdeşleşmekte buda çalışanın performansını hem doğrudan hem de dolaylı olarak olumlu yönde etkilemektedir. Bu kapsamda araştırmanın konusu, hizmet işletmelerinde uygulanan eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin çalışan performansı üzerindeki etkisini ve bu etkide örgütsel özdeşleşmenin aracı rolünü belirlemektir.

Genel olarak sonuçlar irdelendiğinde; eğitim geliştirme faaliyeti ile çalışan performansı ve örgütsel özdeşleşme değişkenleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişkilerin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca örgütsel özdeşleşme ile çalışan performansı arasında da anlamlı ve kuvvetli bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Değişkenler arasındaki pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı değişkenlerin birlikte arttığının göstergesidir. Yani işletmelerde gerçekleştirilen eğitim ve geliştirilme faaliyetleri arttıkça hem çalışanın performansı artmakta hem de çalıştığı kurumla özdeşleşme düzeyi artmaktadır. Çoklu korelasyon analizi ile değişkenler arasındaki ilişki belirlendikten sonra araştırma hipotezleri test edilmiştir. Yapılan regresyon analizi sonucunda, eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin çalışanların performansı üzerindeki etkisinin anlamlı düzeyde ve olumlu yönde olduğu bulunmuştur. Elde edilen bu sonuç ilgili yazındaki araştırmaların sonuçlarıyla benzer niteliktedir (Kaya ve

Kesen, 2014; Jouda vd., 2016; Bayır ve Harmancı, 2021). Bu bağlamda, işletmelerde sunulan eğitim olanaklarının, eğitim ve geliştirme faaliyetleri kapsamında hedeflenen bilgi ve beceri edinme hususunda yönetici ve iş arkadaşı desteğinin, öğrenme motivasyonunun, bireysel kazançların ve kariyer beklentilerinin iş performansı üzerinde önemli etkilerinin olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca eğitim ve geliştirme uygulamaları sonucunda çalışanların teknik becerilerinde artış, davranışlarında ise olumlu değişimlerin yaşanması kaçınılmazdır. Regresyon analizi sonucunda elde edilen ikinci sonuç ise aracılık rolüne ilişkindir. Yapılan analiz sonucunda eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin, çalışan performansı üzerinde dolaylı etkisinin anlamlı olduğu, dolayısıyla da örgütsel özdeşleşmenin eğitim ve geliştirme faaliyetleri ile çalışan performansı arasındaki ilişkiye aracılık ettiği tespit edilmiştir. Neticede, eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin hem doğrudan hem de dolaylı bir şekilde çalışan performansını etkilediğini söylemek mümkündür.

İşletmelerin başarısı çalışanların başarısına bağlıdır. Genel olarak örgütsel performansı artırarak başarılı olmak isteyen yöneticiler her anlamda çalışanların eğitim ve gelişimine önem vererek onları daha nitelikli duruma getirmeli, örgütle özdeşleşmelerini sağlayarak performanslarını yükseltmelidirler.

Araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Çalışma yalnızca hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmelerdeki çalışanlara yönelik yapılmıştır. Bu durum araştırma sonuçlarının genellemesini kısıtlamaktadır. Dolayısıyla, farklı sektörlerde gerçekleştirilecek olan araştırmalar ile farklı sonuçların ortaya çıkması muhtemeldir. İleride yapılması planlanan araştırmalarda sektörel bazlı veya şehir bazlı kıyaslamaların yapılmasıyla elde edilecek yeni ve detaylı bulgular, verilerin genellenebilirliğine destek olacaktır. Ayrıca araştırma değişkenleri eş zamanlı ölçüldüğü için nedensel olarak sonuç çıkarımları yapılamamaktadır. Bu nedenle konu ile ilgili yapılacak boylamsal çalışmalar gelecekte yapılması planlanan araştırmalar açısından önem teşkil etmektedir.

KAYNAKÇA

- Allencomm, (2023). What is employee training and development?. <https://www.allencomm.com/what-is-employee-training-development/>, [Online] Available at: , [Erişim tarihi: 29.04.2023].
- Aşkun, V., Çizel, R. ve Ajanovic, E. (2021). Comparative analysis of factors affecting employee performance according to job performance measurement method: the case of performing artists. *Ege Academic Review*, 21 (1):29-45.
- Ateş, M. F., Turgut, H. ve Çelik, M. (2018). Psikolojik sermayenin iş performansına etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracılık rolü. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 17. ÜİK Özel Sayısı: 781-798.
- BARLETT, K.R. (1999). "The Relationship Between Training and Organizational Commitment In The Health Core Field". Unpublished doctoral thesis, The University Of Illinois.
- Bayır, Ş. ve Harmancı, Y. (2021). İnsan kaynakları yönetimi uygulamalarının çalışan performansına etkisi: Kayseri'de bulunan özel hastanelerde bir araştırma. *Erciyes Akademi*, 35 (4):1689-1720.
- Bayraktaroğlu, S. (2011). İnsan Kaynakları Yönetimi (4. Baskı). Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Bierema, L. (2000). Development of Individual Leads To A More Productive Workplace. In: R. Rowden (Ed.), *Workplace Learning: Debating Five Critical Questions of Theory And Practice*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Borman, W. C. ve Motowidlo, S. J. (1997). Task performance and contextual performance: The meaning for personnel selection research. *Human Performance*, 10 (2):99-109.
- Büyüköztürk, Ş. (2012). Örneklem Yöntemleri. <http://cv.ankara.edu.tr/duzenleme/kisisel/dosyalar/21082015162828.pdf>, [Online] Available at: , [Erişim tarihi: 01.05.2023].
- Carmeli, A., Gilat G. ve Waldman, D.A. (2007). The role of perceived organizational performance in organizational identification, adjustment and job performance. *Journal of Management Studies*, 44 (6):972-992.

- Çavmak, D. ve Acar, F. (2020). Pozitif psikolojik sermaye ile performans algısı arasındaki ilişki: Sağlık çalışanları üzerine bir araştırma. *İş ve İnsan Dergisi*, 7 (2):203-212.
- Çorum, M. ve Öge, E. (2018). İnsan kaynakları yönetimi fonksiyonlarından eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin örgütsel vatandaşlık davranışına etkileri: Bankacılık sektöründe bir araştırma. *ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi*, 5 (10):24-36.
- Çöl, G. (2008). Algılanan güçlendirmenin işgören performansı üzerine etkileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9 (1):35-46.
- Demirtaş, H. A. (2003). Sosyal kimlik kuramı, temel kavram ve varsayımlar. *İletişim Araştırmaları*, 1 (1):123-144.
- Eren, M. Ş. ve Titizoğlu, Ö. Ç. (2014). Dönüşümcü ve etkileşimci liderlik tarzlarının örgütsel özdeşleşme ve iş tatmini üzerindeki etkileri. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (27): 275-303.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2016). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe, Yöntem, Analiz, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürbüz, S. (2021). Amos ile Yapısal Eşitlik Modellemesi (Temel İlkeler Ve Uygulamalı Analizler). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Inc. (2023). Training and Development. <https://www.inc.com/encyclopedia/training-and-development.html>. [Online] Available at: , [Erişim tarihi: 29.04.2023].
- Jouda, A. A., Ahmad, U. N. U. ve Dahleez, K. A. (2016). The impact of human resource management practices on employees performance: The case of Islamic University of Gaza in Palestine. *International Review of Management and Marketing*, 6 (4):1080-1088.
- Kaya, N. ve Kesen, M. (2014). İnsan kaynakları yönetimi uygulamaları ve örgüt kültürü tiplerinin çalışan performansı üzerindeki etkilerini incelemeye yönelik ampirik bir çalışma. *EKEV Akademi Dergisi*, 58:97-122.
- Kesen, M. (2015). Örgütsel demokrasinin çalışan performansı üzerine etkileri: Örgütsel özdeşleşmenin aracılık rolü. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (2):535-562.
- Kirkman, B. L. ve Rosen, B. (1999). Beyond self-management: Antecedents and consequences of team empowerment. *Academy of Management Journal*, 42 (1):58-74.
- Liu, Y., Loi, R. ve Lam, L.W. (2011). Linking organizational identification and employee performance in teams: The moderating role of team-member exchange. *The International Journal of Human Resource Management*, 22 (15):3187-3201.
- Mael, F. ve Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13 (2):103-123.
- Maryati, T. ve Astuti, R. J. (2022). The influence of spiritual leadership and employee engagement toward employee performance: The role of organizational commitment. *Quality-Access to Success*, 23 (189).
- Meydan, H. C. ve Şeşen, H. (2015). Yapısal eşitlik modellemesi amos uygulamaları. 2. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mirze, S. K. (2014). İşletme (4. Baskı). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Motowidlo, S. J. ve Van Scotter, J. R. (1994). Evidence that task performance should be distinguished from contextual performance. *Journal of Applied Psychology*, 79 (4):475-480.
- Noe, R. A. (2009). İnsan Kaynaklarının Eğitimi ve Geliştirilmesi. (4. Baskı). Editör ve Çeviren: Canan Çetin, Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Örücü, E. ve Karataş, D. D. (2018). Eğitim geliştirme faaliyetleri ve örgütsel sinizm ilişkisi ve bir sağlık işletmesinde uygulama. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (ICEESS'18):19-27.
- Sabuncuoğlu, Z. (2005). Uygulamalı İnsan Kaynakları Yönetimi. İstanbul: Alfa Aktüel Basım.

- Saygılı, M., Özer, Ö. ve Öke, P. (2019). Örgütsel özdeşleşme ve çalışan performansının incelenmesi: bir kamu hastanesinde uygulama. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35:175-184.
- Sigler, T.H. ve Pearson, C. M. (2000). Creating an empowering culture: Examining the relationship between organizational culture and perceptions of empowerment. *Journal of Quality Management*, 5:27-52.
- Şantaş, F., Uğurluoğlu, Ö., Kandemir, A. ve Çelik, Y. (2016). Sağlık çalışanlarında örgütsel sinizm, iş performansı ve örgütsel özdeşleşme düzeyleri arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (3): 867-886.
- Şimşek, Ş. ve M. S. Öge (2007). Stratejik ve Uluslararası Boyutları ile İnsan Kaynakları Yönetimi. İstanbul: Gazi Kitabevi.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). Using Multivariate Statistics (6th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Tahir, N., Yousafzai, I. K., Jan, S. ve Hashim, M. (2014). The impact of training and development on employees performance and productivity a case study of United Bank Limited Peshawar City, KPK, Pakistan. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4 (4):86.
- Tak, B. ve Aydemir, B. A. (2004). Örgütsel özdeşleşme üzerine iki görgül çalışma. 12.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiri Kitabı (ss. 59-63).
- Tonbul, İ. ve Aykanat, Z. (2019). Örgütsel stresin çalışan performansına etkisi: Yerel yönetimlerde bir uygulama. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21 (37):1-20.
- Tuna, A. A. (2020). Örgütsel kısıtların görev performansı ve bağlamsal performans üzerindeki etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracılık rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (2): 1834-1847.
- Tyler, T.R. (1999). Why people cooperate with organizations: An identity based perspective. *Research in Organizational Behavior*, 21:201-246.
- Uzunsakal, E. ve Yıldız, D. (2018). Alan araştırmalarında güvenilirlik testlerinin karşılaştırılması ve tarımsal veriler üzerine bir uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (1):14-28.
- Yıldız, N. (2011). İnsan Kaynaklarında Eğitim ve Geliştirme Faaliyetlerinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkileri Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Yılmaz, G. ve Günay, G. (2020). Presenteeism ve iş stresinin çalışan performansına etkisi: Tekstil sektöründe bir uygulama. *Social Sciences Research Journal*, 9 (1):91-106.
- Zencirkıran, M. ve Keser, A. (2018). Örgütsel Davranış (1. Baskı). Bursa: Dora Basım-Yayın.

Geliş Tarihi: 15/05/2023

Kabul Tarihi: 22/06/2023

HAVALİMANI YER HİZMETLERİ ÇALIŞANLARINDA TEKNOSTRES VE İŞ PERFORMANSI İLİŞKİSİ

Serdar KIZILCAN***Haydar HOŞGÖR******Hacer GÜNGÖRDÜ*****

ÖZET

Antalya Havalimanı yer hizmetlerinde çalışan 112 personelin katılımıyla yürütülen bu çalışma, teknostres ile iş performansı arasındaki potansiyel ilişkiyi incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Günümüzün giderek dijitalleşen çalışma ortamında beklenenin aksine, çalışmanın bulguları bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olmadığını ortaya koymuştur. Katılımcıların orta düzeyde bir teknostrese sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu sonuç, katılımcıların teknolojiye ilişkin bir dereceye kadar rahatsızlık veya endişe yaşadıklarını, ancak bu durumun aşırı derecede zarar verici bir seviyede olmadığını göstermektedir. Teknolojinin havacılık sektöründeki önemli rolü düşünüldüğünde, bu sonuçların oldukça kayda değer olduğu belirtilebilir. Çalışma sonuçları, iş performansı açısından daha da olumludur. Havacılık yer personelinin yüksek bir iş performansına sahip oldukları anlaşılmıştır. Bu da, görevlerini etkili ve verimli şekilde yerine getirebildiklerini göstermesi bakımından son derece önemlidir. Orta düzeydeki teknostres deneyimine rağmen bu yüksek performans sürdürülmüş, bu da teknostresin iş performansları üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı sonucunu güçlendirmiştir. Ayrıca, katılımcıların tanımlayıcı nitelikleri ile ölçek ortalamaları arasında da anlamlı farklılıkların olduğu tespit edilmiştir. Özetle, bu çalışma, havacılık sektöründe teknostres ve iş performansı arasındaki ilişkiye dair içgörülü sonuçlar sağlamıştır. Katılımcılar tarafından rapor edilen orta düzeydeki teknostrese rağmen, iş performansları etkilenmemiş ve yüksek kalmıştır. Bu, havacılık yer personelinin, teknostresin işlerini olumsuz etkilemeden yönetmeye yönelik dayanıklılık veya başa çıkma stratejileri geliştirmiş olabileceği olasılığını düşündürmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sivil Havacılık, Havalimanı Çalışanları, Teknolojik Stres, İş Performansı

THE RELATIONSHIP BETWEEN TECHNOSTRES AND WORK PERFORMANCE IN AIRPORT GROUND HANDLING EMPLOYEES

ABSTRACT

This study, conducted with the participation of 112 personnel working at an airport in Antalya, was conducted to examine the potential relationship between technostress and job performance. Contrary to what is expected in today's increasingly digital work environment, the findings of the study revealed that there is no significant relationship between these two variables. It has been determined that the participants have a moderate level of technostress. This result shows that the participants experienced some degree of discomfort or anxiety related to technology, but not at an excessively damaging level. Considering the important role of technology in the aviation industry, it can be stated that these results are quite remarkable. Study results are even more positive in terms of job performance. It has been understood that aviation personnel have a high job performance. This is extremely important in terms of demonstrating that they can perform their duties effectively and efficiently. This high performance was maintained despite moderate technostress experience, reinforcing the conclusion that technostress had no significant effect on job performances. In addition, it was determined that there were significant differences between the descriptive qualities of the participants and the scale averages. In summary, this study provided insightful results on the relationship between technostress and job performance in the aviation industry. Despite the moderate technostress reported by respondents, their job performance remained unaffected and high. This suggests the possibility that aviation personnel may have developed resilience or coping strategies to manage technostress without adversely affecting their jobs.

KeyWords: Civil Aviation, Airport Employees, Technological Stress, Job Performance

* Öğr. Gör., Uşak Üniversitesi, Sivil Havacılık MYO, serdar.kizilcan@usak.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8209-2804

** Doç. Dr., Uşak Üniversitesi Sağlık Hizmetleri MYO, haydar.hosgor@usak.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1174-1184

*** Öğr. Gör., Uşak Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri MYO, haker.gungordu@usak.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3978-9259

GİRİŞ

Rekabetin sürekli ve yoğun olduğu havacılık sektöründe, yer hizmetleri kuruluşlarının ayakta kalabilmelerinin ve rakiplerine üstünlük kurabilmelerinin yollarından biri de yeniliğe uyum sağlamak ve gelişen teknolojiyi kullanmaktır. Bu bağlamda şirketlerde kullanılan teknolojik araç ve teçhizatlar, çalışanların performansına önemli katkılar sağlamakla birlikte; çalışanların yeniliklere dair algılarını değiştirebilmekte, örgütsel davranışlarını negatif olarak etkileyebilmekte ve çalışanlar için stres faktörü haline gelebilmektedir.

Teknostres düzeyi yüksek olan çalışanlar, müşterilere ve ekip arkadaşlarına karşı olumsuz davranışlar sergileyebilirler ve standartların altında hizmet verebilirler. Dolayısıyla örgütlerdeki teknostresin önemli bir risk faktörü olduğu da görülmektedir. Bu yüzden teknostrese neden olan faktörlerin araştırılması, etkilerinin bilinmesi ve teknostresi önlemeye ya da azaltmaya yönelik tedbirlerin alınması hem çalışanlar hem de örgütler açısından önemlidir.

Teknolojinin yarattığı strese ilişkin yazın taramasına bakıldığında, teknostres kavramının ilk kez Brod (1984) tarafından literatüre kazandırıldığı görülmektedir. Brod, teknostres kavramını “yeni bilişim sistemleri teknolojisi ile baş edebilmek için yetersiz kaynakların neden olduğu modern bir rahatsızlık türü” olarak tanımlamıştır (Yan vd., 2013). Literatür incelendiğinde, teknostres ile ilgili yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak sağlık, bankacılık, kütüphane ve eğitim alanlarında yapıldığı görülmektedir. Havacılık sektörü ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında ise; Türen vd. (2015), havacılık ve bankacılık sektöründe teknostresin yaygınlık durumunu incelemiş ve iki sektör arasında anlamlı bir fark bulunmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Sever ve Sever’in (2017) çalışmasında ergonomi ve teknostresin sivil havacılık sektöründeki etkisi incelenmiştir. Teknostresin cinsiyete göre farklılık gösterdiği, öte yandan yaş faktörünün teknostres için önemli bir değişken olmadığı saptanmıştır. Çoban ve Aydoğdu (2020), havacılık endüstrisinde zaman baskısının teknostres üzerindeki etkisini ve uçak bakım personelinin zaman baskısı ve teknostres algılarının demografik özelliklere göre değişip değişmediğini incelemiştir. Altıntaş (2020), havalimanı yer personeline teknostres ile değişime direnç arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Erdem ve Sökmen’in (2022) çalışmasında ise; teknostresin uçak bakım personelinin verimliliğini nasıl etkilediği ve bu etkide öğrenen örgüt yapısının nasıl bir etkisi olduğu incelenmiştir. Havacılık sektörü ile ilgili uluslararası arenada yapılan çalışmalara bakıldığında ise, dikkat çeken çalışmalardan birinin Alam (2016)’a ait olduğu bilgisine erişilmektedir. Pilotlar ve bakım görevlileri üzerinde Pakistan’da yürütülen bu çalışmada, havalimanı çalışanları tarafından algılanan iş yükü arttıkça teknostres düzeylerinin de arttığı ve bunun sonucunda iş görenlerin takım performanslarının azaldığı rapor edilmiştir. Cheng (2018) ise, havalimanı işletmelerinde uçuş iptallerinin önüne geçmek amacıyla uçakların her daim uçuşa hazır halde bulundurulması gerektiğine atıfta bulunmakta ve bunun da iş görenler tarafından zaman baskısının daha yoğun şekilde hissedilmesine neden olduğuna vurgu yapmaktadır. Sonuç itibarıyla zaman baskısını aşırı derecede hisseden havalimanı çalışanlarında ise yüksek bir teknostres düzeyi baş gösterebilmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Teknostres Kavramı

Teknostres, çalışanları olumsuz yönde etkileyen, refahın azalmasına, aşırı yorgunluğa ve düşük iş performansına yol açan modern bir iş stresi biçimidir (Tarafdar vd., 2007). Anderson (1985), teknostresi "bilgisayarların dikte ettiği tempoda işten kaynaklanan stres, gün boyu devamlı ekrana bakmanın vermiş olduğu gerginlik ve yeni ekipmanlarda ustalaşamayan çalışanlarda benlik saygısının yitirilmesi" olarak tanımlamıştır. Caro ve Sethi (1985), teknostresi "kişi ve çevre arasında, sosyopsikolojik süreçlerin aracılık ettiği ve teknolojik çevrenin doğasından etkilenen, algılanan, dinamik bir uyum durumu" olarak tanımlamaktadır. Teknostres, kuruluşların teknolojik olarak bağımlı bir çalışma ortamında karşı karşıya kaldıkları bir yönetim sorunudur. Teknostres olgusunu betimleyen bazı durumlar arasında sürekli bağlantı, aşırı bilgi yüklemesi, işle ilgili teknolojinin güvensizlikleri, çoklu görev ve teknoloji ile ilişkili teknik sorunlar yer alır (Tarafdar, 2010).

Teknostres ile en sık karıştırılan iki yapı, teknofobi ve teknobağımlılıktır (Fu vd., 2020). Teknofobi, teknolojinin toplum üzerindeki etkisine ilişkin insanların endişelerini veya korkularını ifade ederken (Osiceanu, 2015; 1138), teknostres, bireylerin bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) ile başa çıkamadıkları zaman yaşadıkları uyum sorununu ifade etmektedir. Teknobağımlılık, teknoloji ile bilişsel meşguliyet, kompulsif kullanım ve bunun sonucunda günlük aktivitelerin ve temel gereksinimlerin ihmal edilmesi gibi olumsuz deneyimleri ifade

ederken teknostres, BİT kullanıcılarının sıklıkla yaşayabileceği duygusal bir tepki olarak karşımıza çıkar (Lee vd., 2014).

Teknostres, teknostresörler olarak tanımlanan beş ana boyutta kendini gösterir. Bunlar (Taraftar vd., 2007):

• **Tekno-Aşırı Yüklenme:** Bilgi ve iletişim teknolojisi kullanıcılarının daha hızlı olmaları ve yapabileceğinden daha fazla görevi yerine getirmeleri gerektiğinde hissettikleri yükür.

• **Tekno-İstila:** Bilgi ve iletişim teknolojisi kullanıcılarına her an ulaşılabilir olma durumunu ifade etmektedir.

• **Tekno-Karmaşıklık:** Zihinsel çöküntüye neden olabilecek ve teknolojiyi kullanma konusunda güvensizlik hissini artırabilecek bilgi ve iletişim teknolojisinin karmaşıklığıdır.

• **Tekno-Güvensizlik:** Çalışanların sürekli değişmekte ve gelişmekte olan bilgi ve iletişim teknolojileri nedeniyle işlerini kaybetmekten korkmalarıdır.

• **Tekno-Belirsizlik:** Bilgi ve iletişim teknolojisi kullanıcılarının sürekli gelişen ve değişen ortamda durumlarını belirsiz görmelerini ifade eder.

Teknostres, kişinin iş yerinde teknolojiyi kullanarak görevini yerine getirirken deneyimlerini olumsuz olarak değerlendirdiğinde ortaya çıkar ve genel iş stresi çalışmalarından farklıdır (Ahuja vd., 2007). Araştırmacılar, teknostresin olası nedenlerini şu şekilde sıralamışlardır: 1-Aşırı bilgi yüklemesi: Çalışanlara önemli ölçüde bilgi sağlayan çok sayıda kaynak nedeniyle, bu bilgileri bilememe ve kontrol edememe hissi (Derks vd., 2014; 76). 2-Tabletlerin, bilgisayarların ve internet ağının artması sonucu yetkililerin çalışanlar ile sürekli iletişim halinde olmaları ve çalışanlardan yetkili taleplerine kesintisiz yanıt vermeleri beklentisi (Ghislieri vd., 2017). 3-Çok sayıda e-posta almak ve e-posta mesajlarının kalitesinin düşük olması (Brown vd., 2014). Ennis (2005), teknostresin başlıca nedenlerini örgütlerde artan iş yükü, teknolojinin hızlı değişimi, teknolojide standardizasyon eksikliği, donanım ve yazılım güvenilirliğinin yetersiz olması, eğitim ve bilinç eksikliği olarak belirtmiştir.

Birey-teknoloji etkileşiminden dolayı bireyin iş yükü artabilir, özel hayatı kısıtlanabilir ve işine dair bilgi yükü artmış olabilir. Çalışma ortamında beklentilerin yüksek olmasına rağmen kullanılan teknolojilerin kapasitesi bu beklentileri karşılamayabilir. Diğer yandan birey, teknolojiden kaynaklanan artan iş yükünden ötürü ailesine karşı sorumluluklarını yerine getiremez hale gelebilir, aşırı bilgi yüklemesinden dolayı işine yeterince motive olamayabilir. Birey, yaşadığı olumsuzlukların kaynağını "iş yerindeki teknoloji kullanımı" olarak düşünebilir. Böylece kullandığı teknolojiye karşı şüphe ile yaklaşabilir ve güvensizlik doğabilir. Aslında teknolojinin söylendiği gibi insanların hayatını kolaylaştırmadığını, tam aksine yaşadığı olumsuzlukları artırdığını düşünebilir (Yener, 2018; 89).

Teknostres, dolaylı olarak daha yüksek iş baskılarına, aşırı iş yükü algısına, bilgi yorgunluğuna, hüsrana, moral bozukluğuna, motivasyon kaybına, iş tükenmişliğine, düşük iş performansına, işten ayrılma niyetine ve işte doyumsuzluğa yol açabilir (Taraftar vd., 2007). Teknostres, örgütsel bağlamda çalışanların bilgi sistemlerini kullanmalarının bir sonucu olarak yaşadıkları streştir; iş doyumunu, işe bağlılığı, üretkenliği azaltabilir ve kişisel yaşamda bir istilaya neden olabilir (Ayyagari, vd., 2011; 832).

Teknostresin fizyolojik, psikososyal ve örgütsel açıdan sonuçları olabilir. Çalışanların sorunlar geliştirmesi ve sağlıklarının bozulması teknostresin fizyolojik bir sonucudur. Kaygı, iş doyumsuzluğu, işe bağlılığın azalması gibi psikososyal problemler, zihinsel yorgunluğa veya çalışanın yetersiz olduğu inancına yol açabilir. Düşük performans, devamsızlık, bilgi ve iletişim teknolojisinin aşırı kişisel kullanımı veya kötüye kullanımı ise örgütsel bağlamda yaşanan sorunlar arasında yer alır (Salanova vd., 2013).

Yer Hizmetleri Kavramı

Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü tarafından yetkilendirilmiş yer hizmetleri kuruluşlarının havalimanlarında temsil, yolcu trafik, uçuş operasyonu, yük kontrolü, haberleşme, uçak hat bakım, ramp, ulaşım, ikram servis, gözetim ve denetim, uçak özel güvenlik hizmeti şeklinde sundukları hizmetlere yer hizmetleri adı verilir (DHMI, 2022; 143).

Havayolu şirketleri ya da onların adına hizmet veren yer hizmetleri kuruluşları tarafından verilen hizmetler şu bölümlerden oluşur: Yolcu hizmetleri (Uçuşa yolcu kabulü (check-in), uçağa yolcu kabulü (boarding), uçağı karşılama (arrival), kayıp bagaj (lost&found)), ramp hizmetleri, kargo hizmetleri ve harekât hizmetleri (SHGM, 2013; 40).

Yolcuların havalimanına girişlerinden uçağa binişlerine kadar olan süreçte, uluslararası havacılık kuralları ve havayolu standartlarına göre bilet, bagaj ve pasaport kontrol işlemleri, varış meydanında dış hat yolcularının karşılanarak pasaport kontrolüne sevk edilmesi ve yolcu bagajı ile ilgili her türlü probleme yardımcı olunması yolcu hizmetleri olarak adlandırılır. Harekât hizmetleri ise yerdeki operasyonel hizmetlerin koordine edilmesidir. Yük planlama ve kontrol, haberleşme, koordinasyon, uçuş operasyonu, kayıt tutma ve arşivleme bu hizmetin ana bölümlerini oluşturmaktadır (SHGM, 2013; 41-42).

GEREÇ VE YÖNTEM

Bu tanımlayıcı ve ilişki arayıcı çalışmanın verileri 03-28 Nisan 2023 tarihleri arasında Antalya Havalimanı'nda çalışan katılımcılardan e-anket yöntemiyle toplanmıştır. Havaalanında çalışan tüm personele erişilmesi hedeflendiği için tamsayım örnekleme yöntemi kullanılmıştır. 112 havacılık personelinin katılımıyla gerçekleştirilmiş olan bu çalışmada, örneklemin evreni temsil oranı %63'dür. Çalışma kapsamında "Tanımlayıcı Bilgi Formu", "Teknostres Ölçeği" ve "İş Performansı Ölçeği" kullanılmıştır.

Tanımlayıcı Bilgi Formu

Mevcut literatüre bağlı kalınarak hazırlanan bu form; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslekte çalışma süresi ve güncel teknolojilere yatkınlık durumundan oluşan altı değişkenden oluşmaktadır. Havalimanı yer hizmetleri çalışanlarının güncel teknolojilere yatkınlık durumuyla akıllı telefon, tablet ve bilgisayar gibi teknolojilere yönelik yetkinlikleri kastedilmektedir.

Teknostres Ölçeği

Ölçek, teknolojik stres seviyesini ölçmek için Tarafdar vd. (2007) tarafından geliştirilmiş ve Alam (2015) tarafından sadeleştirilmiştir. Ölçek 14 maddeden ve "Tekno İşyükü", "Tekno Karmaşıklık" ve "Tekno Belirsizlik" adlı üç alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçek 5'li Likert türündedir. Her iki çalışmada da ölçek ve alt boyutlarına ait Cronbach's Alpha (Ca) iç güvenirlik katsayılarının, %80'den büyük olduğu ifade edilmiştir. Türen vd. (2015) tarafından Türkçeye uyarlama, geçerlilik ve güvenirlik çalışmaları yapılan ölçeğin Ca katsayıları sırayla; %90, %81 ve %88'dir. Bu çalışmada Türen vd. (2015)'in Türkçeye uyarladığı ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin herhangi bir kesim noktası veya toplam puanı yoktur. Ölçek ortalamasının artması, teknostres düzeyinin yükseldiği anlamına gelmektedir.

İş Performansı Ölçeği

Ölçek, çalışanların iş performansını ölçebilmek amacıyla Kirkman ve Rosen (1999) ile Sigler ve Pearson (2000) tarafından geliştirilmiş olup Çöl (2008) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. 0,70 düzeyinde bir Ca değerine sahip olan ölçek dört maddeden ve tek boyuttan meydana gelmektedir. Türkçeye geçerlik ve güvenirliği yapılan ölçek 0,83 düzeyinde bir Ca değerine sahip olup tek boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin herhangi bir kesim noktası veya toplam puanı yoktur. Ölçek ortalamasının artması, iş performansı düzeyinin yükseldiği anlamına gelmektedir.

İstatistiksel Analiz

Çalışma kapsamında toplanan verilerinin analizi SPSS V.26. paket programı kullanılarak yapılmıştır. Mevcut verilere ilk olarak frekans, yüzde, aritmetik ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum gibi betimsel istatistikler uygulanmıştır. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini test etmek için basıklık ve çarpıklık değerleri incelenmiş ve ilgili değerlerin Tabachnick ve Fidell (2007)'in de belirttiği üzere $\pm 1,96$ aralığında olduğunun saptanması sonucunda parametrik testlerden faydalanılmıştır. Dolayısıyla çalışma verilerinin

çözümlemesinde t-testi, One-Way ANOVA testi ve Pearson korelasyon analizi kullanılmıştır. Veriler %95 güven aralığında ve $p<0.05$ anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

BULGULAR

Çalışanların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslekte çalışma süresi ve güncel teknolojilere yatkınlık durumu bilgileri Tablo 1.'de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Tanımlayıcı Nitelikleri (N: 112)

Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Kadın	54	48,2
	Erkek	58	51,8
Yaş (\bar{x} : 28,21±6,52)	≤ 29	71	63,4
	≥ 30	41	36,6
Medeni Durum	Bekâr	68	60,7
	Evli	44	39,3
	Lise	30	26,8
Eğitim Düzeyi	Üniversite	77	68,8
	Lisansüstü	5	4,4
Meslekte Çalışma Süresi (\bar{x} : 4,97±4,41)	≤ 4 yıl	63	56,2
	≥ 5 yıl	49	43,8
	Hiç yatkın değilim	4	3,6
Güncel Teknolojilere Yatkınlık Durumu	Biraz yatkınım	21	18,8
	Yatkınım	52	46,4
	Çok yatkınım	35	31,2

Tablo 1'e göre katılımcıların %51,8'i erkeklerden, %63,4'ü 29 yaş ve altındakilerden, %60,7'si bekârlardan, %68,8'i üniversite mezunlarından, %56,2'si meslekte 4 yıl ve daha az süredir çalışanlardan, %46,4'ü ise güncel teknolojilere yatkın olanlardan oluşmaktadır. Ayrıca katılımcıların yaş ortalaması 28,21±6,52, meslekte çalışma süresi ortalamaları ise 4,97±4,41'dir.

Tablo 2. Ölçekler ve Alt Boyutların Tanımlayıcı İstatistikleri ve Güvenirlik Değerleri

Ölçekler ve Alt Boyutları	Tekno İşyükü	Tekno Karmaşıklık	Tekno Belirsizlik	Teknostres (Genel)	İş Performansı
N	112	112	112	112	112
Ortalama (\bar{x})*	2,68	3,18	2,63	3,11	3,87
Standart Sapma (\pm)	1,06	0,68	0,75	0,89	0,80
Minimum	1	1	1	1	1
Maksimum	5	5	5	5	5
Çarpıklık	0,22	-0,56	0,23	-0,38	-0,84
Basıklık	-0,94	-0,23	-0,47	-0,49	1,07
C α	0,92	0,65	0,66	0,83	0,89
Düzey	Orta	Orta	Orta	Orta	Yüksek

*1,00-1,80: Çok düşük; 1,81-2,60: Düşük; 2,61-3,40: Orta; 3,41-4,20: Yüksek; 4,21-5,00: Çok yüksek

Tablo 2 incelendiğinde, çalışanların teknostres ortalamasının $3,11 \pm 0,89$, iş performansı ortalamasının ise $3,87 \pm 0,80$ olduğu görülmektedir. Teknostres alt boyutlarından Tekno İşyükü boyutu ortalamasının $2,68 \pm 1,06$, Tekno Karmaşıklık boyutu ortalamasının $3,18 \pm 0,68$ ve Tekno Belirsizlik boyutu ortalamasının ise $2,59 \pm 0,75$ olduğu görülmektedir. Bu veriler göstermektedir ki; havalimanı çalışanları orta düzeyde bir teknostrese, yüksek düzeyde bir iş performansına sahiptir. Ayrıca her bir ölçeğin yüksek düzeyde α iç güvenirlik katsayısına sahip olduğu da görülmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Tanımlayıcı Özellikleri ile Ölçek Ortalamaları Arasındaki Farklılıkların Analizi

Özellikler	Teknostres Ölçeği			İş Performansı Ölçeği		
	$\bar{x} \pm$	t	p	$\bar{x} \pm$	t	p
Cinsiyet[†]						
Kadın	3,14±0,81	-0,415	0,679	3,98±0,77	-1,348	0,180
Erkek	3,07±0,96			3,77±0,83		
Medeni Durum[†]	$\bar{x} \pm$	t	p	$\bar{x} \pm$	t	p
Bekar	3,13±0,84	-0,412	0,681	4,13±0,73	-4,691	0,000*
Evli	3,06±0,97			3,46±0,75		
Eğitim Düzeyi[‡]	$\bar{x} \pm$	F	p	$\bar{x} \pm$	F	p
(a) Lise	2,96±1,11			3,43±0,71		
(b) Üniversite	3,14±0,81	0,910	0,405	4,09±0,65	11,487	0,000*
(c) Lisansüstü	3,50±0,61			3,10±1,74		
Tukey HSD Post-Hoc Testi				a < b		
Güncel Teknolojilere Yatkinlik Durumu[‡]	$\bar{x} \pm$	F	p	$\bar{x} \pm$	F	p
(a) Hiç yatkin değilim	4,00±0,70			2,50±1,08		
(b) Biraz yatkinım	3,38±0,90	3,179	0,027*	3,14±0,70	22,110	0,000*
(c) Yatkinım	3,11±0,93			3,94±0,55		
(d) Çok yatkinım	2,84±0,74			4,37±0,67		
Tukey HSD Post-Hoc Testi	d < c < b < a			a < b < c < d		

Semboller: [†] (t-Testi); [‡] (One-Way ANOVA Testi); *(p<0.05)

Tablo 3'te görüldüğü üzere havalimanı çalışanlarının teknostres ortalaması ile cinsiyet, medeni durum ve eğitim düzeyi değişkenleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yokken (p>0.05), güncel teknolojilere yatkinlik durumu değişkenleri açısından anlamlı farklılıklar saptanmıştır (p<0.05). Bu anlamlı farklılıkların ise güncel teknolojilere hiç yatkin olmadığını belirtenlerden kaynaklandığı tespit edilmiştir. Havalimanı çalışanlarının iş performansı ortalaması ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yokken (p>0.05), medeni durum, eğitim düzeyi ve güncel teknolojilere yatkinlik durumu değişkenleri açısından ise anlamlı farklılıklar saptanmıştır (p<0.05). Bu anlamlı farklılıkların ise bekârlar, üniversite mezunları ve güncel teknolojilere çok yatkin olduğunu belirtenlerden kaynaklandığı saptanmıştır.

Tablo 4. Ölçekler ve Değişkenler Arası İlişkiler

Ölçekler ve Değişkenler	Analiz	2	3	4	5	6	7
Teknostress (1)	Pearson Korelasyon	0,733**	0,126	0,716**	-0,111	0,024	-0,053
	p	0,000	0,186	0,000	0,243	0,803	0,580
Tekno İşyükü (2)	Pearson Korelasyon		0,110	0,599**	-0,250**	0,197*	0,073
	p		0,247	0,000	0,008	0,037	0,444
Tekno Karmaşıklık (3)	Pearson Korelasyon			0,234*	0,117	0,094	0,072
	p			0,013	0,220	0,326	0,452
Tekno Belirsizlik (4)	Pearson Korelasyon				-0,395**	0,052	0,025

	p	0,000	0,583	0,792
İş Performansı (5)	Pearson Korelasyon		-0,352**	-0,268**
	p		0,000	0,004
Yaş (6)	Pearson Korelasyon			0,855**
	p			0,000
Meslekte Çalışma Süresi (7)	Pearson Korelasyon			
	p			

** . Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (Çift kuyruk).

* . Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır (Çift kuyruk).

Tablo 4'e göre havalimanı çalışanlarının teknostres düzeyleri ile iş performansı düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki yoktur ($r: 0,243$; $p>0,05$). Teknostres ile onun alt boyutlarından Tekno İşyükü arasında $0,733$ ($p<0,05$) ve Tekno Belirsizlik arasında ise $0,716$ ($p<0,05$) düzeyinde pozitif yönlü ve anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Diğer yandan katılımcıların teknostres düzeyleri ile Tekno karmaşıklık alt boyutu arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$). Ayrıca katılımcıların teknostres düzeyleri ile yaş ve meslekte çalışma süreleri değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamışken; iş performansları ile yaş ve meslekte çalışma süresi değişkenleri arasındaysa anlamlı farklılıklar saptanmıştır ($p>0,05$).

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Havalimanı çalışanları üzerinde gerçekleştirilen bu çalışmada, teknostres ve iş performansı arasındaki ilişkilerin ele alınması amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda, katılımcıların teknostres düzeylerinin orta, iş performanslarının ise yüksek olduğu ortaya konulmuştur. Sivil havacılık endüstrisi, hızlı teknolojik gelişmeler ve yüksek derecede dijitalleşme ile karakterize edildiği için bu sonuçların daha yakından incelenip değerlendirilmesi gerekmektedir.

Çalışma kapsamındaki katılımcıların orta düzeyde teknostres algısına sahip olmaları birkaç faktöre bağlanabilir. İlk olarak, bu sektördeki teknolojik düzey sürekli olarak gelişmektedir. Uçak teknolojisindeki gelişmelerden hava trafik kontrolü, programlama ve müşteri hizmetlerine yönelik dijital araçlara kadar, değişim ivmesi oldukça hızlı ve sürekli. Bu durum ise, çalışanların sürekli olarak yeni sistemleri öğrenmeleri ve iş akışlarındaki strese yol açabilecek değişikliklere uyum sağlamları gerektiği anlamına gelebilmektedir.

Diğer yandan sivil havacılığın küresel doğasının da bu mevcut sonuçlar üzerinde önemli bir rol oynayabileceğidir. Teknoloji, farklı zaman dilimleri ve kültürel bağlamlardaki operasyonları birbirine bağlamak için kullanılır ve bu da, teknoloji kullanımıyla ilişkili karmaşıklık ve potansiyel stresi artırabilir.

Çalışma bulgularının sonuçlarını örgütsel açıdan ele alıp irdelemek de son derece kritiktir. Orta derecede teknostres çalışan üretkenliğini, iş memnuniyetini ve genel ruh sağlığını olumsuz etkileyebilir ve bu da havacılık endüstrisinde güvenliği, operasyonel verimliliği ve müşteri memnuniyetini düşürebilir. Fakat bu çalışmada, katılımcıların yüksek bir iş performansına sahip olduklarının saptanmış olması dikkate değer bir sonuçtur. Böyle bir sonucun elde edilmesi, katılımcıların yaptıkları işin büyük bir sorumluluk gerektirdiğini bilmelerinden ve düşük iş performansının yolcu memnuniyetsizliğine yol açabileceğinin farkında olmalarından kaynaklanıyor olabilir. Dolayısıyla havalimanı çalışanları her ne kadar orta düzey teknostres deneyimleseler de, bunun iş performanslarına yansımalarının olumsuz olmaması sevindirici ve umut verici bir sonuç olarak değerlendirilebilir.

Literatür incelendiğinde, araştırma sonuçlarımızla örtüşen ve farklılık gösteren çalışmaların olduğu bilgisine erişilmektedir. Örneğin 177 uçak ve helikopter bakım teknisyeninin katılımıyla gerçekleştirilen bir çalışmada (Çoban ve Aydoğdu, 2020); katılımcıların düşük düzeyde teknostrese, tekno iş yüküne ve tekno karmaşıklığa sahip oldukları rapor edilmiştir. Denizli Çardak Havalimanı'nda çalışan 90 personelin katılımıyla yürütülen bir çalışmada (Altıntaş, 2020), katılımcıların düşük teknostres düzeyinde oldukları belirlenmiştir. Öte yandan, İstanbul Atatürk Havalimanı'nda yer hizmetlerinde çalışan 825 kişinin katılımıyla yapılan bir çalışmada (Sever ve H. Sever, 2017), personellerin yüksek düzeyde bir teknostres düzeyinde oldukları rapor

edilmiştir. Bunlara ek olarak, havacılık işletmesi çalışanları üzerinde yapılan bir çalışmada (Akca, 2020), bizim bulgularımıza paralel olarak, katılımcıların yüksek bir iş performansına sahip oldukları ortaya konulmuştur.

Çalışmamızda havalimanı yer hizmetleri çalışanlarının teknostres düzeyleri ile iş performansları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna varılmıştır. Çalışma sonuçlarımızdan farklı olarak havacılık sektörü çalışanları üzerinden gerçekleştirilen bir çalışmada (Erdem ve Sökmen, 2022), çalışan verimliliği ile teknostres arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki görüldüğü belirlenmiştir. Can Yalçın vd. (2022) tarafından yapılan bir çalışmada ise teknostres ve iş performansı arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki rapor edilmiştir. İranlı mühendislerin katılımıyla yürütülen bir başka çalışmada (Hessari ve Nategh, 2022) ise, çalışanların iş motivasyonları üzerinde teknostresin negatif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu rapor edilmiştir. Alan yazın incelendiğinde genel olarak; çalışan verimliliği üzerinde tekno iş yükünün (Arshari ve Damiri, 2013), tekno karmaşıklığın (Sinclair-Desgagne ve Soubeyran, 2000), tekno belirsizliğin (Depoorter, 2009) ve teknostresin (Tu vd., 2005; Rajput vd., 2011) olumsuz etkileri olduğu bulgusunu rapor eden araştırmaların çoğunlukta olduğu anlaşılmaktadır.

Çalışmamızda havalimanı yer hizmetleri çalışanlarının teknostres düzeyleri ile yaş ve meslekte çalışma süreleri değişkenleri arasında anlamlı ilişki olmadığı görülmüştür. Diğer yandan güncel teknolojik gelişmelere hiç yatkın olmadığını belirten katılımcıların daha yüksek bir teknostres düzeyine sahip oldukları sonucuna varılmıştır. Çalışma sonuçlarımıza benzer olan bir araştırmada (Altıntaş, 2020), devlet hava meydanları işletmesi personelinin teknostres düzeyleri ile cinsiyetleri, eğitim düzeyleri ve meslekte çalışma süreleri arasında anlamlı farklılıkların olmadığı raporlanmıştır. Hollanda'da yürütülen bir çalışmada (Boutchich, 2020) da, çalışma sonuçlarımıza paralel olarak, bireylerin teknostres düzeyleri ile yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi ve kurumda çalışma yılı tanımlayıcı değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların olmadığı ortaya konulmuştur.

Çalışmamızda havalimanı yer hizmetleri çalışanlarının iş performansı düzeyleri ile cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir. Diğer yandan bekârların, üniversite mezunlarının ve güncel teknolojilere çok yatkın olduğunu belirtenlerin daha yüksek iş performansı düzeyine sahip oldukları bulunmuştur. Ayrıca bireylerin yaşları ve meslekte çalışma süreleri yükseldikçe, iş performansı düzeylerinin azaldığı sonucuna varılmıştır. Çalışma sonuçlarımızdan farklı olarak, Filipinler'de gerçekleştirilen bir çalışmada (Cahapay ve Bangoc II, 2021); 45 yaş ve üzerindeki bireylerin, evli katılımcıların, 21 yıl ve üzeri mesleki deneyime sahip olan bireylerin daha yüksek bir iş performansına sahip oldukları rapor edilmiştir. Atatürk Havalimanı çalışanları üzerinden gerçekleştirilen bir çalışmada (Nergiz ve Yılmaz, 2016) da, çalışma sonuçlarımızın aksine; yaş, medeni durum, eğitim düzeyi ve mesleki deneyim süresi değişkenleri ile iş performansı arasında anlamlı ilişkilerin olmadığı raporlanmıştır.

Potansiyel çözümler, yeni teknolojiler konusunda kendilerini rahat hissetmelerini sağlamak için tüm çalışanlara kapsamlı ve sürekli eğitim sağlamayı içerebilir. Ek olarak, bilgisayar teknolojileriyle ilgili yardım masaları ve ruh sağlığı yardımı gibi sağlam destek sistemlerinin uygulanması, çalışanların teknolojik değişikliklerle ilişkili stresi yönetmelerine yardımcı olabilir. Ayrıca, kullanıcı dostu sistemlerin benimsenmesi ve son kullanıcıların teknoloji geliştirme veya seçim sürecine dâhil edilmesi teknostresin azaltılmasına yardımcı olabilir. Şirketler, yeni teknolojilerin sezgisel olmasını ve çalışanların ihtiyaçlarını karşılamasını sağlayarak, öğrenme ve yeni sistemlere uyum sağlama ile ilgili stresi azaltabilir.

Son olarak, bu konuda daha fazla araştırma yapmak çok önemlidir. Havacılık endüstrisi gelişmeye ve dijitalleşmeye devam ederken, teknostresin nedenlerini ve etkilerini anlamak ve etkili müdahaleleri belirlemek son derece önemlidir. Bu çalışma, süregelen bu çabaya değerli bir katkıyı temsil etmektedir.

KAYNAKÇA

- Ahuja M. K., Chudoba K. M., Kacmar C. J., McKnight D. H. ve George J.F. (2007). "IT Road Warriors: Balancing Work-Family Conflict, Job Autonomy, and Work Overload to Mitigate Turnover Intentions", *MIS Quarterly*, 31 (1), s.1-17.
- Akca, M. (2020). "Stratejik Liderlik, Performans ve Örgütsel Özdeşleşme: Havacılık İşletmesi Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma", *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (34), s.206-237.
- Alam, M. A. (2016). "Tekno-stres and Productivity: Survey Evidence From Aviation Industry", *Journal of Air Transport Management*, 50, p.62-70.

- Altıntaş, M. (2020). "Teknostres ile Değişime Direnç Arasındaki İlişki: Havacılık Sektöründe Bir Araştırma ", ISPEC Journal of Social Sciences & Humanities, 4 (2), s.1-27.
- Anderson, A. (1985). Technostress: Another Japanese discovery. *Nature*, 317 (6032), 6-6. doi:10.1038/317006b0.
- Arshadi, N. ve Damiri, H. (2013). "The Relationship of Job Stress With Turnover Intention and Job Performance: Moderating Role of OBSE", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 84, p.706-710.
- Ayyagari, R., Grover, V. ve Purvis, R. (2011). "Technostress: Technological Antecedents and Implications", *MIS Quarterly*, 35 (4), p.831-858.
- Boutchich, M. (2020). "Technostress and Quality of Care; Does Leadership Help?", Master Thesis, Tilburg University,
- Brod, C. *Technostress: The Human Cost of the Computer Revolution*. MA: Addison-Wesley, Reading, USA, 1984.
- Brown, R., Duck, J. ve Jimmieson, N. (2014). "E-mail in The Workplace: The Role of Stress Appraisals and Normative Response Pressure in The Relationship Between E-Mail Stressors and Employee Strain", *International Journal of Stress Management*, 21(4), s.325-347.
- Can Yalçın, R., Gökmen, Y., Erdem, H. ve Türen, U. (2022). "The Mediating Role of Organisational Cynicism on the Relationship Between Technostress and Job Performance: A Research on Teachers", *Sosyoekonomi*, 30 (54), s.73-99.
- Cahapay, M. B., ve Bangoc II, N. F. (2021). "Technostress, Work Performance, Job Satisfaction, and Career Commitment of Teachers Amid Covid-19 Crisis in the Philippines", *IJERI: International Journal of Educational Research and Innovation*, (16), p.260-275.
- Caro, D.H.J. ve Sethi, A.S. (1985). "Strategic Management of Technostress - The Chaining of Prometheus", *Journal of Medical Systems*, 9 (5-6), p.291-304.
- Cheng, R. (2018). "Human Factor Analysis About Human Error on Aviation Maintenance", 4th International Conference on Social Science and Higher Education, 181, p.120-124.
- Çoban, R. ve Aydoğdu, T. (2020). "Havacılık Sektöründe Zaman Baskısının Teknostrese Etkisi: Uçak Bakım Teknisyenleri Üzerine Bir Araştırma", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (3), s.2442-2460.
- Çöl, G. (2008). "Algılanan Güçlendirmenin İşgören Performansı Üzerine Etkileri", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9 (1), s.35-46.
- Depoorter, B. (2009). "Technology and Uncertainty: The Shaping Effect on Copyright Law", *University of Pennsylvania Law Review* 157, p.1831-1868.
- Derks, D., van Mierlo, H. ve Schmitz, E. B. (2014). "A Diary Study on Work-Related Smartphone Use, Psychological Detachment and Exhaustion: Examining The Role of The Perceived Segmentation Norm", *Journal of Occupational Health Psychology*, 19 (1), p.74-84.
- DHMI, (2022). *Havacılık Terimleri Sözlüğü*, Gözden geçirilmiş ve güncellenmiş 2. Baskı, <https://www.dhmi.gov.tr/Documents/HavacilikTerimleriSozlugu/DHMi-Havacilik-Terimleri-Sozlugu.pdf> [Erişim tarihi: 19.04.2023]
- Ennis, L. A. (2005). *The Evolution of Technostress*, *Computers in Libraries*, 25 (8), p.10-12.
- Erdem, E. ve Sökmen, A. (2022). "Havacılıkta Teknostresin Verimlilik Üzerine Etkisinde Öğrenen Örgütlerin Aracılık Rolü: Hava Aracı Bakım Personeli Tutumları Üzerine Bir Alan Araştırması", *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14 (4), s.3105-3122.
- Fu, S., Li, H., Liu, Y., Pirkkalainen, H. ve Salo, M. (2020). "Social Media Overload, Exhaustion, and Use Discontinuance: Examining The Effects of Information Overload, System Feature Overload, and Social Overload", *Information Processing and Management*, 57 (6), Article number 102307.
- Ghislieri, C., Emanuel, F., Molino, M., Cortese, C. G. ve Colombo, L. (2017). "New Technologies Smart, or Harm Work-Family Boundaries Management? Gender Differences in Conflict and Enrichment Using The JD-R Theory", *Frontiers in Psychology*, 8, p.1070.

- Hessari, H. ve Nategh, T. (2022). "The role of Co-Worker Support For Tackling Techno Stress Along With These Influences on Need For Recovery and Work Motivation", *International Journal of Intellectual Property Management*, 12 (2), p.233-259.
- Kirkman, B. L. ve Rosen, B. (1999). "Beyond Self-Management: Antecedents and Consequences of Team Empowerment", *Academy of Management Journal*, 42(1), p.58-74.
- Lee, Y.K., Chang, C. T., Lin, Y. ve Cheng, Z.H. (2014). "The Dark Side of Smartphone Usage: Psychological Traits, Compulsive Behavior and Technostress", *Computers in Human Behavior*, 31, p.373-383.
- Nergiz, E., ve Yılmaz, F. (2016). "Çalışanların İş Tatmininin Performanslarına Etkisi: Atatürk Havalimanı Gümrüksüz Satış İşletmesi Örneği", *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (4), s.50-79.
- Osiceanu, M. E. (2015). "Psychological Implications of Modern Technologies: "Technofobia" Versus "Technophilia", *Social and Behavioral Sciences*, 180, p.1137-1144.
- Rajput, N., Gupta, M. ve Kesharwani, S. (2011). "Impact of Technostress in Enhancing Human Productivity: An Econometric Study ", *Global Journal of Enterprise Information System*, 3 (3), p.5-13.
- Salanova M., Llorens S. ve Cifre, E. (2013). "The Dark Side of Technologies: Technostress Among Users of Information and Communication Technologies", *International Journal of Psychology*, 48 (3), p.422-436.
- Sever, H. ve Sever, T.H. (2017). "Ergonomi ve Teknostresin Sivil Havacılık Sektöründeki Etkisi", *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 7 (1), s.39-46.
- SHGM, (2013). Yolcu Hizmetleri, Havaalanları Daire Başkanlığı Yayını, https://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/pdf/kurumsal/yayinlar/yolcu_hizmetleri_06.02.2014.pdf [Erişim tarihi: 20.04.2023]
- Sigler, T. H. ve Pearson, C. M. (2000). "Creating an Empowering Culture: Examining the Relationship Between Organizational Culture and Perceptions of Empowerment", *Journal of Quality Management*, 5 (1), p.27-52.
- Sinclair-Desgagné B. ve Soubeyran, A (2000). "A Theory of Routines as Mindsavers", *CIRANO Working Papers - Scientific Series*. CIRANO, Montréal.
- Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2007). *Experimental designs using ANOVA* (Vol. 724). Belmont, CA: Thomson/Brooks/Cole.
- Tarafdar, M., Tu, Q., Ragu-Nathan, B. S. ve Ragu-Nathan, T. S. (2007). "The Impact of Technostress on Role Stress and Productivity", *Journal of Management Information Systems*, 24 (1), p.301-328.
- Tarafdar, M., Tu, Q. ve Ragu-Nathan, T.S. (2010). "Impact of Technostress on End-User Satisfaction and Performance", *Journal of Management Information Systems*, 27 (3), p.303-334.
- Tu, Q., Wang, K. ve Shu, Q. (2005). "Computer-Related Technostress in China", *Communications of the ACM*, 48 (4), p.77-81.
- Türen, U., Erdem, H. ve Kalkın, G. (2015). " İşyerinde Tekno-Stres Ölçeği: Havacılık ve Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma", *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 6 (1), s.1-19.
- Yan, Z., Guo, X., Lee, M. K. O. ve Vogel, D. R. (2013). "A Conceptual Model of Technology Features and Technostress in Telemedicine Communication", *Information Technology & People*, 26 (3), p.283-297.
- Yener, S. (2018). "Teknostresin İş Performansı Üzerindeki Etkisi; Tükenmişliğin Aracı Rolü", *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20 (2), s.85-101.

Geliş Tarihi: 30/05/2023

Kabul Tarihi: 22/06/2023

TÜRK TARIMI ÖRGÜTLENME DESENİNE ELEŞTİREL BİR BAKIŞ¹

Hilal PAKSOY ***Mehmet ALAGÖZ ****

ÖZET

Günümüzde birçok gelişmiş ülke sahip olduğu sosyo-ekonomik ve coğrafik yapısına uygun şekilde oluşturduğu tarımsal kooperatifler aracılığıyla, tarım piyasasındaki müdahale edilebilir sorunların birçoğunu çözmüş ve çözmeye devam etmektedir. Bu bağlamda gelişmiş ülkeler, özellikle küçük ölçekli tarımsal üreticilerin tarımsal piyasalara adaptasyonunu sağlamıştır. Buna karşılık Türkiye'deki tarımsal kooperatiflerin önemli bir kısmının, sektörün sorunlarına çözüm olmaktan uzak olduğu hatta sektöre yeni ilave sorunları taşıdığı gözlenmektedir. Ayrıca kooperatifler, Türkiye'de sadece ekonomik amaçlı kurulan bir örgüt olarak görülmekte ancak bölgenin bir sosyal dinamiği oldukları gerçeği göz ardı edilmektedir. Dünyada başarılı kooperatif örneklerine bakıldığında bu ülkelerin çoğunun refahı yüksek ülkeler olduğu görülmektedir. Bunun temel sebebi; kooperatifleşmenin etkin ve verimli şekilde uygulandığı ülkelerde bir yandan kırsal kaynaklar en doğru şekilde kullanılırken diğer yandan bölge halkı arasındaki birlik beraberlik ve dayanışma ruhunu artırdığı için de sosyal kalkınmaya katkı yapmaktadır. Türkiye'deki kooperatif sisteminin ise, ekonomik ve sosyal kalkınmaya yeterince hizmet etmediği görülmektedir. Bunun temel sebepleri olarak kooperatiflerin birçoğunda mevzuat, teşkilat ve finansman yapısının doğru olarak planlanamaması söylenebilir. Tarımsal arz piyasasının sorunlarına bir çözüm önerisi olarak Kooperatifler; kırsal kalkınmada, kıt kaynaklara sahip olan üreticilerin verim ve gelirlerini artırmada, tarımsal gelişmeyi sürdürülebilir hale getirmede önemli araçlardan biridir. Bu yapının neden başarısız olduğunu tespit etmek bu çalışmanın öncelikli amacıdır. Bu amaçla kooperatifçilik sisteminin en önemli sorunlardan birisi olan Türk Tarım Sisteminin Örgütlenme desenindeki karmaşık yapı ortaya konularak incelenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kalkınma, Tarımsal Kooperatifler, Örgütlenme Deseni, Mevzuat, Teşkilat

A CRITICAL LOOK AT THE ORGANIZATIONAL PATTERN OF TURKISH AGRICULTURE

ABSTRACT

Many growing developed countries have solved and continue to solve the interventions in agricultural devices through business cooperatives established in accordance with their socio-economic and geographical structures. In this context, developed countries, especially small immigrant accommodation environments produce the adaptation to the markets. On the other hand, it is observed that an important dimension of the circulating cooperatives in Turkey is far from being a solution to the sectoral difficulties and even new additional difficulties have been brought to the sector. In addition, cooperatives are seen as an organization established only for economic purposes in Turkey, but the fact that they are a social dynamic in the region is ignored. It is seen that these countries are countries with high welfare in successful cooperative examples in the world. The main reason for this is; While the countries where the cooperatives are carried out effectively and efficiently, on the one hand, the rural resources are used in the most correct way, on the other hand, they contribute to the social development as they increase the spirit of unity and solidarity among the people of the region. The cooperative system in Turkey, on the other hand, does not seem to serve economic and social development adequately. The main reasons for this are the fact that the legislation, organization and financing structure of the cooperatives are not planned correctly. Cooperatives as a solution line to the challenges of agricultural supply management; In rural development, it is one of the important tools in increasing the efficiency and income of data with scarce resources and making development sustainable. Trying to determine why this reproduction is failing is the primary goal. For this purpose, the complex structure of the Turkish Agricultural System, which is one of the most important problems of the cooperative system, has been tried to be revealed.

KeyWords: Agricultural Cooperatives, Development, Organizational pattern, Legislation, Organization

¹ Bu çalışma Selçuk Üniversitesi. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İktisat ABD da hazırlanan "Türk Tarım Kooperatif Modeli: Mevzuat, Teşkilat ve Finansman" başlıklı doktora tezinden alınmıştır.

* Doktora Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, hilalpksoy34@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-8139-3851.

** Prof. Dr. Mehmet Alagöz, Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, malagoz@selcuk.edu.tr, ORCID:0000-0001-9961-4616.

GİRİŞ

Bireyin bulunduğu yerde sorunların olması ve buna çözüm bulma çabası doğal bir durumdur. Örgütlenme, bu çözüm arayışı sürecidir. Doğal kaynaklar sınırlı kalırken nüfusun sürekli artışı, insanların yaşamsal gereksinimlerini karşılayan tarım sektörünü ve tarımsal örgütlenmenin önemini her daim güncel tutmaktadır. Örgütlenmenin önemi, değişen dünya ve ortaya çıkan yeni gereksinimlere gösterdiği uyumda ortaya çıkar. Değişime kapalı, esnekliği olmayan, tek tip ve devlet güdümlü örgütlenme modelleri tarım sektöründeki örgütlenmenin önündeki en büyük engeldir. Bir yandan tarımsal arazilerinin parçalı ve dağınık olması diğer yandan çiftçilerin de dağınık yaşamaları, tarımsal üreticileri dezavantajlı bir duruma düşürmektedir. Bu dezavantajı avantaja dönüştürmek isteyen tarımsal üreticiler için örgütlenme bir zorunluluk olmuştur. Bu amaçla gerek mesleki gerekse ekonomik ve sosyal amaçlı örgütler kurulmaya başlanmıştır. Bu örgütler küçük toprak sahibi tarımsal üreticiler için birtakım fırsatlar doğururken ürünlerden beklenen güvenlik ve kalite standartlarının artması ve lojistik zincirin daha koordineli olması gibi zorluklar da doğurmaktadır. Çünkü küreselleşme uluslararası ticareti yaygınlaştırırken, kalite standartları yüksek gıda ürünlerinin dolaşımını artırmış ve tüketim algısını revize etmiştir. Türkiye’de nüfusun yaklaşık %37’sinin kırsal alanda yaşıyor olması tarımsal faaliyetlerin toplum için son derece önem arz ettiğini göstermektedir. (Pakdemirli,2019;179-181). Bu önemle doğru orantılı olarak tarımsal örgütlenme konusunda farkındalıkların artırılması da bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Her ne kadar tarımsal arz piyasasının sorunlarına geniş bir bakış açısı ile yaklaşılması gerekse de gelişmiş ülkelerde gelinen nokta, tarımsal arz piyasasında yaşanan sorunların etkin bir örgütlenme ile çözülebileceğini göstermektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde konu ile ilgili yapılan çalışmalarda, kooperatiflerin nicelik olarak çokluğuna rağmen nitelik olarak etkin olmadığı hantal bir yapıya sahip olduğu ortak sonucu ortaya çıkmaktadır. Ancak kooperatiflerin organizasyon yapısındaki bu hantallığın temelinde mevzuat ve yetki karmaşasının varlığından kooperatiflerden sorumlu tek bir bakanlık ve tabi olunan tek bir kanun ile kurtulmanın mümkün olduğu ortak paydasında buluşmuş olduğu görülmektedir.

Koroğlu (2003); ülkemizde tarım deseni içinde kooperatifler, üretici birlikleri, vakıf ve dernekler, ziraat odaları gibi çok sayıda örgüt bulunmasına rağmen mevzuat, teşkilat ve finansmandan kaynaklanan nedenlerden dolayı güçlü bir örgütlenme yapısının mevcut olmadığını ortaya koymuştur. Sosyal ve ekonomik refahın artırılabilmesi için tarım sektörünün ve özellikle de sektör içinde örgütlenmenin gerekli olduğunu ifade etmiştir. Tarımsal örgütlenme modelleri önce Avrupa Birliği daha sonra da Türkiye bazında incelenerek üretici örgütlenmesi noktasında Türkiye’deki üreticilerin örgütlenmedeki dağınıklaktan kurtarılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Tarımsal örgütlenme deseni içinde yer alan ve tarımsal politikalar oluşturmada önemli bir rolü olan üretici örgütleri ve kooperatiflerin Avrupa Birliğinde olduğu gibi birbirlerine alternatif değil birbirlerinin tamamlayıcısı olarak çalışmaları gerektiği ifade edilmiştir.

Uzun ve Özudoğru (2011); tarımsal örgütlenmenin önemine vurgu yaparak tarihi süreç içinde tarımsal örgütlenmedeki değişimleri açıklamıştır. Tarımsal örgütlenmedeki karmaşıklık ve kooperatiflerin ortak bir kanun altında toplanmasının zaruret olduğu üzerinde durulmuştur. Ülkemizde tarımsal örgütlenme deseni içinde dağınıklık başta olmak üzere tarım sektörüne yönelik sorunların giderilebilmesi için Avrupa Birliğine uyum çalışmaları kapsamında geliştirilmiş yeni bir örgütlenme modeline ihtiyaç olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kızılaslan ve Doğan (2013); Türkiye ve AB’deki tarımsal örgütlenme modeli üzerinde yoğunlaşarak çiftçi örgütlenmesindeki dağınıklık ve karışıklıktan dolayı yeni bir üretici örgütlenme yapısının gerekliliğini ifade etmiştir. Ayrıca bir yandan hukuki alanda alt yapıdaki diğer yandan denetim ve finansman konusundaki eksikliklerin çiftçi örgütlenmesinde yetersizliklere yol açtığı tespiti yapılmıştır.

Tan ve Karaönder(2013); tarım sektörünün sorunlarına çözüm olarak kabul edilen tarımsal örgütlenmedeki başarısızlık bir sorun olarak görülürken tarımsal piyasanın diğer problemleri için bir çözüm olduğu vurgulanmaktadır. Bu nedenle tarımsal örgütlenmenin en güzel örneği olan kooperatiflerin organizasyon yapısındaki sorunlar denetim, finansman ve mevzuat noktasında irdelenerek çözüm önerileri sunulmuştur.

Yercan(2019); Avrupa Birliği ile karşılaştırılmalı olarak Türkiye’de tarım sektörünün örgütlenme deseni verilerek, Türk tarım sektörünün mevcut organizasyon yapısındaki karışık durumun tespiti yapılmıştır.

Örgütlenmede yaşanan sorunlar ortaya konularak organizasyon yapısının etkin şekilde işlemediği vurgulanmıştır. Tarımsal örgütlenme deseni içinde yer alan ekonomik ve mesleki amaçlı örgütlenmenin birbirini destekleyecek şekilde ilişkilendirilmesinin zorunluluğu da ortaya konmuştur.

Örgütlenmenin Gerekliği Ve Faydaları

Tarım sektöründe üreticiler üretim aşamasından pazarlamaya kadar ihtiyaç duydukları araç gereç ve organizasyon süreçlerini tek başlarına sağlayamadıkları için piyasada etkili olamamaktadırlar. Bunun sonucu olarak da gelir düzeyleri ve yaşam standartları düşük kalmakta ve haklarını arama konusunda da yeterince etkin olamamaktadırlar. Tarım sektöründe üreticilere kaliteli bir yaşam standardı sunmak, tarımda yaşanan sorunları çözmek amacıyla tarımsal politikalar üretmek baskı gücü oluşturabilme, verimlilik ve kaliteyi artırmak için yeni teknolojik yöntemleri takip ederek tarımsal üretime taşıma dolayısıyla topyekûn bir kalkınmayı tesis edebilmek için örgütlenme gerekliği vardır.

Dağınık ve aynı zamanda küçük topraklara sahip olan ülkemizde girdilerin düşük maliyetle sağlanabilmesi ve elde edilen ürünlere uygun fiyatlardan alıcı temin edilebilmesinin en etkili yolu örgütlenmedir. Etkili bir örgütlenme sayesinde üreticilerin devletin sağladığı olduğu desteklerden faydalanabilmesi kolaylaşırken, pazarda etkin bir konuma ulaşması da mümkün olabilecektir. Tarımsal örgütlenme konusunda Hollanda, Almanya, İsveç gibi gelişmiş ülkelerde başarılı şekilde yürütülen kooperatif örgütlenme şekli en önemli araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkemizde ise çok sayıda kooperatif mevcut olmakla birlikte bunlar etkin olarak faaliyet gösterememektedirler. Bunun temel nedeni ise ülkemizdeki küçük ve dağınık işletmelerden meydana gelen tarımsal yapı, karmaşıklaştırılmış mevzuat ve gününbirlik izlenen tarım politikalarıdır. Bu noktada yapılması gereken üreticilerin kooperatifler aracılığı ile etkin şekilde örgütlenerek üretimden pazarlamaya kadar tüm aşamalarda dikey örgütlenmelerini tamamlamaları ve böylece pazar paylarını artırmalarıdır (İnan vd.,2000;149-150). Böylece tarım kesiminde sağlanacak örgütlenme, üreticiye sesini duyurarak kamuoyu desteği ile baskı grubu oluşturabilme imkanı verirken ucuz girdi sağlama, bilgi alışverişi ile teknolojik yenilikleri takip edebilme, pazarda etkin bir konuma sahip olma, üreticilerin gelirlerini artırma gibi kazançlar da sağlayacaktır.

Türkiye gibi parçalı ve küçük arazi yapısına sahip olan ülkeler için “neden kooperatifleşme yapılmalıdır” sorusunun cevabını şu şekilde özetleyebiliriz;

- ✓ Küçük tarım üreticilerinin menfaatlerini korumak ve bu amaçla güç birliği oluşturulmaya çalışarak rekabet imkânı sağlamak,
- ✓ Talebe uygun üretim gerçekleştirilebilmesi için üretimden pazarlamaya kadar tüm süreçte gerekli olan ucuz girdi ve yüksek teknolojinin kullanılabilmesine imkân sağlamak.
- ✓ Üreticilerin teknolojiden faydalanabilmelerini sağlamak için sunulan danışmanlık hizmetlerine ulaşılmasını kolaylaştırmak.
- ✓ Kaynakların etkin şekilde kullanılması sağlanarak üretilen ürünlerin yine uygun fiyatla pazarlanması için gerekli ağı oluşturabilmek.
- ✓ Tarım kesiminin ekonomideki etkinliğini artırmak, üreticilerin gelirlerini artırarak yaşam kalitelerini yükseltmek.
- ✓ Üreticilerin ihtiyaç duydukları ve yalnız başlarına gerçekleştiremedikleri faaliyetler iş birliği sayesinde ve düşük maliyetle gerçekleştirilebilir.
- ✓ Ben yerine biz duygusunu kuvvetlendiren örgütlenme sayesinde egoizmden uzak barışçı bir toplumsal yapı oluşur.
- ✓ Ürün ve emeğin karşılığı alınırken aynı zamanda fiyat istikrarı sağlanmasına yardımcı olur.
- ✓ Kooperatifler üretimden pazarlamaya uzanan süreçte yeni tesisler kurulmasını sağlayarak işsizliğin azaltılmasında da rol oynamaktadır.

Kooperatifçilik; dünyada değişen ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarla doğru orantılı olarak ilke ve değerlerini revize ederek başarılı şekilde uygulanan bir örgütlenme modeli olmuştur. Kooperatiflerin farklı amaçlara, farklı toplumlara ve farklı ekonomik düzenlere uyum sağlamadaki esnekliği nedeniyle küresel bir tanımının yapılabilmesi oldukça güçtür. Bu güçlüğü rağmen kooperatif tanımlarındaki ortak nokta kooperatifleşmenin “bir amaç” değil “bir araç” olduğunun kabul edilmiş olmasıdır. Tarımsal Kooperatifler

ortaklarına, tarımsal üretim için gerekli olan tarımsal girdi, tarım araç ve makineleri gibi ihtiyaçları en uygun ve ucuz şekilde sağlamanın yanı sıra üretilen malların depolanması ve pazarlanmasını sağlamak amacıyla da hizmet sunmaktadır.

Türk Tarımında Örgütlenme Deseni

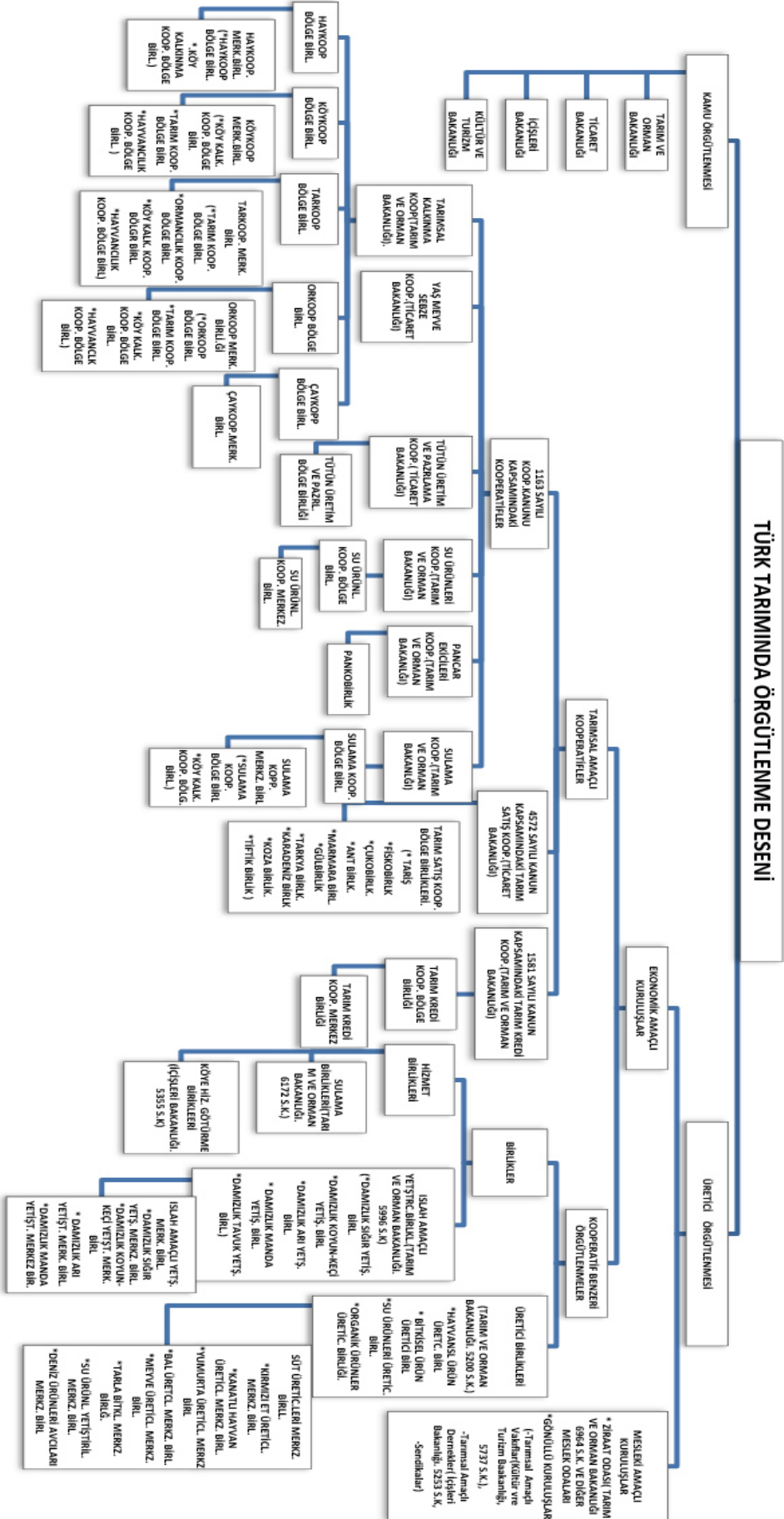
Bilimsel olarak tarım sektöründe örgütlenme, tarım sektörüne hizmet sağlayan kamu örgütlenmesi ve üretici örgütlenmesi olarak iki ana başlık altında ele alınırken, üretici örgütlenmesi de mesleki örgütlenme ve ekonomik örgütlenme olarak iki alt grup altında sunulmaktadır. Ülkemizde, tarım sektörü ile ilişkili olan ve bu sektöre az veya çok hizmet sağlayan birçok kurum olmakla beraber en büyük hizmeti sağlayan üç bakanlık mevcuttur. Kamu örgütlenmesi içinde yer alan bu bakanlıklar içinde etki ve hizmet alanı en geniş olan kamu kurumu ise “Tarım ve Orman Bakanlığı”dır. Tarım sektöründeki örgütlenme deseni içinde yer alan diğer kamu kuruluşları ise Ticaret Bakanlığı ile Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı’dır. Bunun yanı sıra ülkemizde Hazine ve Maliye, Dışişleri, Ulaştırma ve Altyapı, Enerji ve Tabii Kaynaklar, Kültür ve Turizm hatta İçişleri Bakanlıkları da kendi görev alanları içerisinde tarım sektörüne hizmet sağlayabilmektedir. Tarım sektörü örgütlenme deseninde üretici örgütlenmesi başlığı altında ise tarıma hizmet veren mesleki kuruluşlar ve ekonomik kuruluşlar olarak iki grup bulunmaktadır. Genel olarak üretici örgütlenmesi çiftçiler ve tarım sektörü içindeki tüm paydaşlardan oluşmaktadır. Üretici örgütlerini sivil toplum kuruluşlarından ayıran tek fark üyelerinin çiftçi olmasıdır. Bu nedenle üretici örgütleri olarak adlandırılan bu grup, mesleki, ekonomik ya da sosyal amaçlı olarak bir araya gelmektedirler.

Tarım sektörünün sorunlarının giderilmesi konusunda oldukça önemli bir fonksiyonu olan mesleki örgütlenmeye karşı çiftçileri isteksiz davranmaya iten başlıca neden; ziraat odalarının tarım sektörüne ait sorunların gündeme taşınmasında, çiftçinin gelir ve refahının artırılması için gerekli olan politikanın izlenmesinde hükümetlerin kararlarını etkileme güçlerinin sınırlı kalmasıdır. İkinci önemli neden büyük arazi sahiplerinin ve şehirde yaşayan çiftçiliği bir meslek olarak değil de hobi olarak gerçekleştiren kişilerin yönetimde yer almalarıdır. Bu durum tarım sektöründe faaliyet gösteren gerçek çiftçinin sorunlarının hak ettiği şekilde gündeme taşınmamasına neden olmaktadır. Diğer bir neden de üye aidatları ve odaya giriş ücretlerinin ödenmemesi nedeniyle yaşanan mali kaynak sıkıntısıdır. Oysaki, çiftçilerin aidatlarını ödemeleri odaların siyasi iktidarlara bağımlı olmalarını önleyecek böylece daha kaliteli hizmet vermelerine neden olacaktır (Tarım Şurası,2019). Bugün ziraat odaları ülke genelinde en yaygın meslek kuruluşu olmalarına rağmen yukarıda özetlemeye çalıştığımız eksiklikler nedeni ile çiftçileri tam olarak temsil edebilecek bağımsız ve etkin bir meslek örgütü konumuna gelememiştir. Gönüllü kuruluşlar içinde tarım sektöründeki paydaşların iş birliği ve dayanışma içinde oluşturmuş oldukları 525 dernek, 14 tarımsal vakıf, 5488 sayılı Tarım Kanunu 11. maddeye dayalı kurulan 8 tane ulusal ürün konseyi ve sendikaları da sayabiliriz (Tarım ve Orman Bakanlığı,2021). *Ekonomik amaçlı kuruluşlar* çiftçilerin ekonomik ihtiyaçlarını gidermek için oluşturdukları örgütlerdir. Ekonomik örgütler içinde en büyük bölümü Tarımsal Amaçlı Kooperatifler oluşturmaktadır. Diğerleri ise Birlikler ve Üretici Birlikleri’dir. Tarım sektörünün ilk ve en önemli halkasını oluşturan üreticilerin piyasada rekabet gücünü elde edebilmesi için üreticilerin örgütlenmesi bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Böylece üreticinin oluşan değerden alacağı pay artacaktır. Araçların yaptığı işler üretici örgütlerince yapılacağı hatta daha da ucuza yapılabileceği için maliyetlerde düşecektir. Bu durumda sadece tüketici kazançlı çıkmayacak aynı zamanda maliyetin azalması fiyat düşüklüğü şeklinde üreticiye de yansıtacaktır.

Tarım sektörünün uzun yıllardır süregelmekte olan sorunlarına çözüm önerisi olarak tarımsal örgütlerden faydalanılmaktadır. Ülkemizde tarım sektöründe örgütlenme sayısı çok olmakla beraber halen etkin bir örgütlenme söz konusu değildir. Üretici örgütlenmesi içinde en ağırlıklı payı tarımsal kooperatifler oluşturmaktadır. Kooperatifler çiftçilerin gelirlerinin artmasını sağlamak yanında paydaşlarının sosyal alanda da gelişmelerine yardımcı olarak yeni iş alanları oluşturmaktadır. Bu özellikleri ile kooperatifler, 21. yüzyılın tarım sektörünün sorunlarının çözüm kaynağı olarak kabul görmektedir. Türkiye’de 2021 yılı itibarıyla tarımsal kalkınma, sulama, su ürünleri, pancar ekicileri, tarım satış, tütün üretim ve pazarlama, yaş meyve ve sebze pazarlama ve tarım kredi olmak üzere toplam 11.831 adet kooperatif ve 3.610.616 ortağı mevcuttur (Tarım ve Orman Bakanlığı,2021).

Tarımsal örgütlenme içinde en önemli yer tutan Tarımsal Kooperatifler farklı şekillerde sınıflandırılabilir. Bu bağlamda tarımsal kooperatifleri; 1163 sayılı Kooperatif kanununa, 1581 sayılı Tarım Kredi Kooperatifleri Kanununa ve 4572 sayılı Tarım Satış ve Tütün Satış Kooperatifleri kanununa bağlı olarak faaliyette bulunan kooperatifler olarak üç grupta inceleyebiliriz. 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu’na göre faaliyette bulunan tarım kooperatifleri iki bakanlığa bağlı olarak faaliyet göstermektedirler. Sulama

kooperatifleri, su ürünleri kooperatifleri, pancar ürünleri kooperatifleri, Tarım ve Orman Bakanlığı'na; yaş meyve ve sebze kooperatifleri ile üretim ve pazarlama kooperatifleri ise Ticaret Bakanlığı'na bağlı olarak kurulmaktadır. Ayrıca 1581 sayılı Tarım Kredi Kooperatifleri Kanununa göre kurulan Tarım Kredi Kooperatifleri, Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı; 4572 Tarım Satış Kooperatifleri Kanunu göre kurulan Tarım Satış Kooperatifleri de Ticaret Bakanlığı'na bağlı kuruluşlardır. 1163 Sayılı Kooperatifler Kanunu Kapsamındaki Kooperatifler, Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri, Sulama Kooperatifleri, Su Ürünleri Kooperatifleri, Pancar Ekicileri Kooperatifleri, Yaş Meyve Sebze Kooperatifleri, Üretim ve Pazarlama Kooperatifleri, Kadın Girişimi ve Pazarlama Kooperatifi'dir. (Semerci, 2015; 69). *Birlikler ise, Hizmet Birlikleri ve Islah Amaçlı Yetiştirici Birlikler* olarak iki başlık altında inceleyebiliriz. Bu örgütlerin kuruluş amacı mahallî idarelerin yapmakla yükümlü oldukları hizmetlerden bir kısmını birlikte yapmaktır. Hizmet Birlikleri, Sulama Birlikleri ve Köylere Hizmet Götürme Birlikleri şeklinde sınıflandırılabilir. Bunlar Mahalli İdare Birlikleri kanununa bağlı olarak kurulmuş örgütlerdir (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2021) *Üçüncüsü Tarımsal Üretici Birlikleridir.* Tarımsal üretici birliklerinin amacı; üretimi talebe göre plânlamak, ortaklarının ürettikleri ürünlerin piyasa araştırmasını yapmak, üretim, paketlenme ve depolama gibi konularda teknik destek sağlamak, ürünlerin kayıtlarını tutmak, ürün kalitesini iyileştirmek, ürünleri standartlara uygun şekilde pazara sunmak, yurtiçi ve yurt dışında rekabet gücünü artırıcı önlemler almak, etkin bir pazarlama ağı kurulabilmesi için tarım üreticilerinin, ürün yada konu bazında tarımsal üretici birlikleri kurmalarını sağlamak, eğitim ve yayım faaliyetleri düzenleyerek danışmanlık hizmeti sunmaktır. Bitkisel üretim, hayvancılık, su ürünleri ve organik ürün grubu bazında 2021 yılı itibarıyla 870 adet üretici birliği mevcuttur. Bu birliklere kayıtlı üye çiftçi sayısı ise 345.515'tir. Üretici birliklerinin kooperatiflerden daha geniş alana hizmet vermesi amaçlanmıştır (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2021).



Sekil 1: Türk Tarımında Örgütlenme Deseni
 Kaynak: Tarafımızca oluşturulmuştur.

Yukarıda şekil 1’de görüldüğü gibi Türk tarımında örgütlenme deseni oldukça karmaşık bir yapıya sahiptir. Üretici örgütlenmesi ekonomik ve mesleki kuruluşlar olarak 2 ana gruba ayrılırken bunlarında kendi içinde birçok alt gruba ayrıldığı görülmektedir. Ziraat odaları, sendikalar, çiftçi birlikleri ve dernekler mesleki örgütlenmeyi oluştururken çalışmamızın konusunu olan kooperatifler ve üretici birlikleri ise ekonomik örgütlenme içinde yer almaktadır. Benzer amaçlara hizmet eden kooperatifler ve birliklerin birbirinden ayrılarak kooperatifler ve kooperatif benzeri kuruluşlar gruplandırılmasıyla örgüt deseni daha da karmaşık bir yapıya bürünmekte ve oluşan bu örgüt kirliliği bürokratik engellere neden olmaktadır. Ayrıca kooperatif ve birlikler Ticaret Bakanlığı, Tarım ve Ormanlık Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı olmak üzere üç ayrı Bakanlığa bağlı olarak faaliyet göstermekte ve bu durum yetki karmaşasına yol açmaktadır. Farklı bakanlıkların görev alanları içinde olması nedeniyle kooperatifler konusunda ortak bir uygulama sergilenememektedir. Kooperatif ve birliklerin kendi içinde yine benzer amaçlarla fakat farklı isimlerle kurulmuş birçok kooperatif ve birlik olduğu tabloda detaylı şekilde görülmektedir. Bugün farklı adlarla kurulmuş çok sayıda kooperatif ve birlik mevcut olmasına rağmen etkinlikten söz edilememektedir.

Tarımsal örgütlenme içinde en önemli yer tutan Tarımsal Kooperatifler de; 1163 sayılı Kooperatif Kanunu, 1581 sayılı Tarım Kredi Kooperatifleri Kanunu ve 4572 sayılı Tarım Satış ve Tütün Satış Kooperatifleri Kanunu olmak üzere üç farklı kanuna bağlı olarak faaliyet göstermektedirler. 1163 sayılı Kooperatif Kanununa bağlı olarak kurulan Sulama Kooperatifleri, Pancar Ürünleri Kooperatifleri, Su Ürünleri Kooperatifleri Tarım ve Orman Bakanlığı’na; Yaş Meyve ve Sebze Kooperatifleri ile Üretim ve Pazarlama Kooperatifleri ise Ticaret Bakanlığı’na bağlı olarak faaliyet göstermektedirler. Ayrıca 1581 sayılı Tarım Kredi Kooperatifleri Kanununa göre kurulan Tarım Kredi Kooperatifleri, Tarım ve Orman Bakanlığı’na bağlı; 4572 Tarım Satış Kooperatifleri Kanunu göre kurulan Tarım Satış Kooperatifleri de Ticaret Bakanlığı’na bağlı kuruluşlardır. *Birlikler ise*, Hizmet Birlikleri ve İslah Amaçlı Yetiştirici Birlikler olarak iki başlık altında toplanmıştır. Kooperatifler için söz konusu olan mevzuat karışıklığının üretici ve yetiştirici birlikleri içinde geçerli olduğunu görmekteyiz. Örneğin; 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanuna bağlı olan ıslah amaçlı hayvan yetiştirici birlikleri, Sulama Birliklerinin yasal dayanağı, 6172 Sayılı Sulama Birlikleri Kanununa bağlı olan Sulama Birlikleri ve 5355 Sayılı Mahalli İdare Birlikleri Kanunu bağlı olan Köylere Hizmet Götürme Birlikleri bulunmaktadır. Bununla beraber tarımsal üretici birliklerine yönelik temel düzenleme ise 5200 Sayılı Tarımsal Üretici Birlikleri Kanunu’dur (Tan ve Karaönder,2013;91). Şekil 1’de net şekilde görüldüğü gibi Türk tarımının örgütlenme deseni içindeki mevcut karmaşıklık ve dağınıklığından kurtarılacak şekilde etkin bir yapının hayata geçirilmesi gerekmektedir.

SONUÇ

Tarımsal arz piyasasının sorunlarına bir çözüm önerisi olarak kooperatifler birçok gelişmiş ülkede kırsal kalkınmada önemli bir araç olarak etkin şekilde uygulanabilirken ülkemizde bu yapının başarısız olmasının ana nedeni tarım örgütlenme deseni içindeki karmaşık yapıdır. Bir yandan tarımsal üreticilerinin dağınık halde bulunması ve rekabetin en üst düzeyde olması, diğer yandan girdi tedariki sağlayıcılarının daha kolektif hareket etmesi ve tarımsal ürün fiyatlarına yapılan müdahaleler, sektörü üretim yapıp yapmama konusunda bir paradoksa taşımaktadır. Bunların yanında tarım ürünlerinin bir kısmının gelişen teknolojiyle sanayi üretimi ile üretilebilir hale gelmesi, sektörün var olan sorunlarını da artırmıştır. Bu sorunların yanı sıra tarımsal örgütlenme yapısından kaynaklanan sorunlara da acil çözüm bulunması gerekmektedir. Bu bağlamda tarım örgütlenme deseni içinde yer alan kooperatifler ve üretici birlikleri birbirlerine ikame değil birbirlerini tamamlayıcı olarak faaliyet göstermelidirler. Bu iki farklı örgütlenme türünün ortak bir çatı altında toplanabilmesi sağlanabildiği takdirde çiftçilerin lobi faaliyetleri ile baskı oluşturarak etkin tarım politikaları oluşturabilme konusunda belirleyici olmaları da mümkün olabilecektir. Tarımsal örgütlenme deseni içinde ekonomik amaçlı kuruluşlar içinde oldukça önemli bir yer tutan Kooperatifler üretimden pazarlamaya kadar her aşamada etkin şekilde rol alırken mesleki amaçlı kuruluşlar içinde yer alan ziraat odaları da çiftçi eğitimi ve danışmanlık görevlerini hakkıyla yerine getirerek ekonomik ve mesleki kuruluşların birbirinden kopuk yapısı düzeltilmeli, birbirleriyle koordineli hareket edecek şekilde yeniden revize edilmelidirler.

Tarımsal örgütlenmenin mevzuat, teşkilat ve finansmandan kaynaklanan birçok sorunu bulunmaktadır. Bu sorunlardan en önemlisi kooperatiflerin bağlı olduğu bakanlıkların birbirinden farklı olmasıdır. Bu durum tarım politikalarının oluşturulması ile ilgili kararların alınması sürecinde birtakım anlaşmazlıkların ortaya çıkmasına ve gecikmelerin yaşanmasına neden olmaktadır. Bu zorlukların ortadan kaldırılarak kooperatifleşmenin etkin ve hızlı şekilde yürütülebilmesi için tarımla ilgili kooperatif ve örgütlerin tamamının

Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlanması gerekmektedir. Türkiye'de tarım ve tarımsal kooperatifler için farklı yasalar bulunmaktadır. Zaman içerisinde bu yasalarda yapılan küçük değişiklikler ile mevzuat daha da karmaşık hale gelmiştir. Dolayısıyla kooperatifçilik mevzuatının uygulanmasında bu çok başlılığın ortadan kaldırılması, kanunun bazı durumlarda idari düzenlemelere izin verecek esnekliğe kavuşturulması önem arz etmektedir. Çünkü mevzuattan kaynaklanan sorunların çözümüne yönelik etkin politikadaki yetersizlikler ilave kurumsal sorunların da oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Tarımsal örgütlenmenin organizasyon yapısındaki temel sorunlardan bir diğeri de yasal düzenlemelerdir. Türkiye'de Kooperatifler 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu, 1581 sayılı Tarım Kredi Kooperatifleri ve Birlikleri Kanunu, 4572 sayılı Tarım Satış Kooperatifleri ve Birlikleri Kanunu olarak üç farklı kanuna tabi olarak kurulmakta ve faaliyet göstermektedirler. İlgili yasaların 1163 Sayılı Yasa çerçevesinde birleştirilmesi gereklidir. Kooperatif mevzuatının düzenlenmesinde yaşanan kalite düşüklüğü ve ortaya çıkan ihtiyaçları giderme esnekliğine sahip olmamasından dolayı bu sorunların çözülmesi ve gelen taleplerin karşılanması güçleşmektedir. Bu yasa çeşitliliği tarımda etkin ve verimli bir kooperatifçiliğin önündeki en büyük engeldir. Politikaların doğru olarak belirlenmiş olmasının yanı sıra bu politikaların tek elden yürütülmesi ve karmaşıklıktan kurtarılması halinde etkili olabileceği unutulmamalıdır. Bugün geldiğimiz noktada yapılan araştırmalar göstermektedir ki tarımsal kooperatiflerin sorunları kuruluş süreci ile ilgili değil, kurulduktan sonraki aşamalarda ortaya çıkmaktadır. Zaten bu nedenledir ki bugün çok sayıda kooperatif mevcut olmasına rağmen etkinlikten söz edilememektedir. Hızlı şekilde kurulan bu kooperatiflerin kısa zamanda feshedildiği ya da feshedilemeyip ayrı bir soruna neden olduğunu da görmekteyiz. Yani sorunlar kooperatiflerin işleyiş sürecinde ortaya çıkmaktadır, kuruluş sürecinde değil. Bu nedenle kooperatiflerde dikey örgütlenme teşvik edilmelidir. Ayrıca tarımsal kooperatifleri ekonomik ve sosyal yönden kuvvetlendirecek devlet politikaları ve destekleme uygulamaları hayata geçirilmelidir. Bu önerilerin uygulanabilirliği noktasında ise kooperatif içerisinde yer alacak tarımsal işletmeler, sürecin kontrolü ile denetimini yapacak bürokratlar ve nihayetinde yeni kooperatif modeli için gerekli olan yasal düzenlemeyi çıkaracak siyasal iktidarın eş zamanlı olarak bu konuda istekli olması gerekmektedir. Bu üçlü saç ayağı olarak gördüğümüz yapı içerisinde yer alan unsurların herhangi birinde istek zayıflarsa veya eş zamanlı hareket edilemez ise, çalışmanın başarı şansı da o derecede azalacaktır. Sonuç olarak önerimiz; sürekli yeni yeni kurumlar ilave edilerek örgüt kirliliğini artırmak yerine işlevini yitiren ve ülke tarımı üzerinde yük haline gelen kuruluşların tasfiye edilmesi diğerlerinin de yeni bir vizyon ile revize edilerek tarım sektörüne kazandırılması yoluna gidilmesidir. Yapmış olduğumuz eleştiriler ve öneriler dikkate alınarak akılcı düzenlemeler eşliğinde 125 yılı aşkın bir süredir kooperatifçilik deneyimi olan imece kültürüne sahip bir ülke olarak kendi kültür ve sosyal yapıyla modern kooperatifçilik ilkelerini birleştirerek tüm sorunları çözebilecek bir mirasa sahip olduğumuzu unutmamalıyız.

KAYNAKÇA

- İnan, İ.H., Gülçubuk B., Ertuğrul C., Kantürer E., Baran E.A., Dilmen.(2000). Türkiye'de Tarımda Kırsal Kesim Örgütlenmesi s. 149-150.
- Kızılaslan, H. ve Doğan, H. G (2013). AB ve Türkiye'de Tarım Sektöründe Örgütlenme ve Üretici Birlikleri, Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi. Sayı 1, s.146-159.
- Koroğlu S. (2003). Avrupa Birliğinde ve Türkiye'de Tarımsal Örgütlenme Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Topluluğu Koordinasyon Dairesi Başkanlığı At Uzmanlık Tezi, s.1-133.
- Pakdemirli, B. (2019). Tarımsal Kooperatiflerin Dünya ve Türkiye'de Mevcut Durumunun Karşılaştırılması. Anadolu Ege Tarımsal Araştırma Enstitüsü Dergisi. Cilt 29, sayı 2, s.170-181.
- Semerci A. (2015). Türkiye'de Çiftçi Örgütleri: Tarımsal Amaçlı Kooperatifler Örneği. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, 12 (1), s.69.
- Tan, S. ve Karaönder, İ. (2013) Türkiye'de Tarımsal Örgütlenme Politikalarının ve Mevzuatının İrdelenmesi: Tarımsal Amaçlı Kooperatifler Örneği. ÇOMÜ Ziraat Fakültesi Dergisi, 2013: 1 (1), s. 87-94.
- Tarım ve Orman Bakanlığı (2021). Tarımsal Örgütlenme Tablosu. <https://www.tarimorman.gov.tr>. Erişim Tarihi: 7.11.2022
- Tarım Şurası (2019). Tarımda Üretici Örgütlenmesi Grubu Çalışma Belgesi. www.tarimorman.gov.tr. Erişim Tarihi: 19.11.2022

- Uzun, H ve Özudoğru, H (2011) Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Türkiye'de Tarımsal Örgütlenme. Ziraat Mühendisliği, s.18-23.<https://dergipark.org.tr>.Erişim tarihi: 12.12.2022.
- Yercan, M (2007). Türkiye ve Avrupa Birliğinde Tarımın Örgütlenme Deseni ve Tarımsal Kooperatifler. Tarım Ekonomisi Dergisi 2007; 13(1): 19-29.

Geliş Tarihi: 17/05/2023

Kabul Tarihi: 23/06/2023

DEZAVANTAJLI GRUPLARIN BİLİMSEL ÜRETİMDEKİ YERİ: BİBLİYOMETRİK BİR DEĞERLENDİRME

Bilal ÇILKAYA ***Ersin ERASLAN****

ÖZET

Çatı bir kavram niteliğinde olan dezavantajlı gruplar kavramının içeriğinde; engelliler, kadınlar ve gençler gibi birçok kategori bulunmasının yanı sıra yoksulluk, sosyal dışlanmışlık, ayrımcılık gibi çok sayıda da sosyoekonomik unsur bulunmaktadır. Engelli, kadın ve yoksulluk gibi örüntü birimlerinin fazlalığıyla dezavantajlı gruplar konusu çeşitli disiplinlerde oldukça ilgi görmekte ve birçok çalışmaya konu olmaktadır. Bu çerçevede dezavantajlı gruplara yönelik çalışmalar hem nitelik hem de nicelik bakımından bilimsel üretimde önemli bir yere gelmiş bulunmaktadır. Bu haliyle olgusal düzlemi gün geçtikçe genişleyen ve daha girift bir nitelik kazanan dezavantajlı gruplar konusunun bibliyometrik analizini amaç edindiğimiz bu çalışma ile dezavantajlılar özelinde toplumdaki eşitsizliklerin tespiti ve giderilmesini amaç edinen farklı disiplinlerdeki araştırmacılara ve kurumlara panoramik bir bakış açısı kazandırılması hedeflenmektedir. Söz konusu amaç doğrultusunda Web of Science veri tabanından 2000-2023 yılları arasında yayınlanmış dezavantajlı gruplar içeriğine sahip 3141 bilimsel çalışma VOSviewer programı ile analiz edilerek dezavantajlı gruplar konusuna yönelik ilginin yoğunlaştığı bilimsel kategoriler ve ilgi yöneliş tespitinin yanı sıra yayın-atf haritalama tekniğiyle öne çıkan ülke, kurum, yazar ve anahtar kavram birimlerine ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dezavantajlılık, Dezavantajlı Gruplar, Bibliyometrik Analiz, VOSviewer.

THE PLACE OF DISADVANTAGED GROUPS IN SCIENTIFIC PRODUCTION: A BIBLIOMETRIC EVALUATION

ABSTRACT

The concept of disadvantaged groups, which is a umbrella term, includes many categories such as people with disabilities, women, and youth, as well as socio-economic factors such as poverty, social exclusion, and discrimination. The abundance of pattern units such as disability, women, and poverty has made the issue of disadvantaged groups highly popular and the subject of numerous studies in various disciplines. In this context, studies on disadvantaged groups have gained an important place in scientific production both in terms of quality and quantity. With this study, which aims to perform a bibliometric analysis on the topic of disadvantaged groups, which is becoming more and more complex and extensive, it is aimed to provide a panoramic view to researchers and institutions from different disciplines who aim to identify and eliminate inequalities in society specifically for disadvantaged people. In line with this aim, 3141 scientific studies related to disadvantaged groups published between 2000 and 2023 in the Web of Science database were analyzed using the Vosviewer program, and the scientific categories where interest in disadvantaged groups is concentrated and the trend of interest were identified, as well as the country, institution, author, and key concept units that stand out through publication-citation mapping technique.

Key Words: Disadvantage, Disadvantaged Groups, Bibliometric Analysis, VOSviewer.

* Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü,
bilal_cilkaya@ohu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5568-6789

** Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, NSBMYO, Mülkiyet Koruma ve Güvenlik Bölümü,
ersin_eraslan@ohu.edu.tr, ORCID : 0000-0003-0800-8966

GİRİŞ

Akademik çalışmaların sayısı dijitalleşme ile birlikte bilgiye erişimin hızlandığı günümüzde her geçen gün daha önce görülmemiş bir hızla artmaktadır. Söz konusu artış hızı, belirli bir alana yön veren bilimsel araştırmaların, araştırma temalarının ve kavramsal bütünlüğün belirlenmesi gibi akademik disiplin unsurlarını giderek zorlaştırmaktadır. Akademik disiplini oluşturulması ve araştırmacılara kolaylık sağlamak üzere bilimsel bir alanda matematiksel ve istatistiksel yöntemler kullanılarak alanda yapılan araştırmaların yayın, atıf, yazar, ülke gibi çeşitli kriterler dâhilinde derlenerek incelenmesini sağlayan bibliyometrik değerlendirme (Toker, 2021: 2109) araştırmacılara sağladığı kolaylıklar ve konuya panoramik bir bakış açısı sunması sebebiyle literatürde yoğun olarak ilgi görmekte ve her geçen gün önem kazanmaktadır. Bu çerçevede örüntü birimlerinin fazlalığı nedeniyle birçok bilim dalının ilgisini çekerek olgusal düzlemi gün geçtikçe genişleyen ve bu noktada bibliyometrik analizin yapılması gereken bir konuda da dezavantajlı gruplardır.

Dezavantaj kavramı, bir durumu zorlaştıran ya da bir durum üzerinde başarılı olma olasılığını azaltan bir unsur ve koşulların tamamı olarak ifade edilmektedir (Cambridge Dictionary, t.y.). Dezavantajlı bireyler ise toplumun büyük bir kesiminin rahatlıkla erişebildiği eğitim, sağlık, istihdam ve sermaye gibi sistemlerden çeşitli sebeplerden dolayı mahrum kalmış kişiler olarak tanımlanabilmektedir (Arıcı, 2019: 44). Bu çerçevede genel nüfusa göre daha yüksek yoksulluk, sosyal dışlanma, ayrımcılık ve şiddet riskiyle karşı karşıya kalan topluluklar olarak tanımlanan dezavantajlı gruplar (EIGE, t.y.) esasen var olan risklerle birlikte iklim değişikliğinden doğal afetlere değin birçok açıdan yeni ortaya çıkan riskler karşısında da savunmasız durumdadırlar (UNDP, 2016: 56). Dezavantajlı gruplar olgusu üzerinde yoksulluk, sosyal dışlanma ve şiddet gibi koşulların yol açtığı bir dezavantajlılık hali görülmekte iken diğer taraftan koşulların etkisi dışında engelliler, yaşlılar ve kadınlar gibi yaşadığı tecrübeler üzerinden de dezavantajlılık hali sergileyen gruplar olabilmektedir (Taşçı, 2018: 9). Bu noktadan hareketle dezavantajlı gruplar kavramı kapsamında hem yaşanmışlıklarla gelen dezavantajlılık hali hem de koşullar çerçevesinde ortaya çıkan dezavantajlılık hali olduğunu ve kavramın bu haliyle oldukça geniş olgusal bir düzlem ile girift bir yapıyı temsil ettiğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Dezavantajlı gruplar olgusunun dezavantajlılığın ve eşitsizliğin birçok formuyla karşılık bulması söz konusu olgunun hiç şüphesiz sosyal politikanın da ilgi alanı içerisine girdiğini göstermektedir. Bununla birlikte birçok bilim dalında kadınlar, engelliler ve yoksulluk gibi birçok birbiri ile ilişkili kavramın ele alınmasıyla karşılık bulan söz konusu olgunun nasıl ve hangi temalar altında ele alındığının ortaya konulması akademik disiplinin bir gerekliliği niteliğindedir. Bu çerçevede dezavantajlı gruplar olgusunun kavramsal düzlemde bütünlüğün daha kolay anlaşılması ve tematik ağların belirlenmesi gibi akademik disiplin unsurlarının ortaya konması açısından bibliyometrik analizin yapılması çalışmamızın temel amacını oluşturmaktadır. Çalışmamızın temel amacı doğrultusunda Web of Science (WOS) veri tabanında 2000-2023 yılları arasında yer alan 3.141 adet bilimsel araştırma sonucu oluşturulan veri seti bibliyometrik çalışmanın amacı doğrultusunda altı araştırma sorusu dahilinde Vosviewer programı vasıtasıyla analiz edilecektir. Analiz kısmında ise bibliyometrik haritalama tekniğiyle dezavantajlı gruplar olgusuna yönelik ülke, kurum ve yazar atıf ağı ve tematik çıkarımlar elde edilecektir. Böylelikle birbirinden farklı araştırma soruları dâhilinde dezavantajlı gruplar konusu farklı açılardan yorumlanarak olguya panoramik bakış açısı kazandırılacaktır. Nihayet sonuç kısmında ise dezavantajlı gruplar konusuna yönelik bibliyometrik açıdan mevcut durum ortaya konulduğu gibi Türkiye'deki konu üzerine araştırma durumu da mevcut durum açısından değerlendirilecek ve bu çerçevede olgu üzerine çalışma yapmayı planlayan araştırmacılara çeşitli öneriler getirilecektir.

LİTERATÜR TARAMASI

Dezavantajlı gruplar, sosyal, ekonomik, kültürel veya farklı nedenlerden dolayı dezavantajlı konumda olan topluluklardır. Literatür incelendiğinde dezavantajlı gruplar konusunun merkeze alındığı çalışmalar oldukça sınırlı olmakla birlikte dezavantajlı gruplar kavramının yapısını oluşturan ırkçılık, engellilik, yoksulluk, gençler, kadınlar ve çocuklar gibi konular üzerine nitel ve nicel yöntemlerin kullandığı birçok çalışmaya rastlamak mümkündür. Literatürde çatı bir kavram olarak kullanılan dezavantajlı gruplar kavramını merkeze alarak bibliyometrik analizini gerçekleştiren bir çalışmaya rastlanılmadığını belirtmek gerekir. Bununla birlikte mevcut çalışmaların literatürde dezavantajlı gruplar konusuna göre daha alt düzlemde yer alan kadın, engellilik, ırkçılık gibi konuların araştırma merkezine alındığı birçok bibliyometrik çalışmanın bulunduğunu da ayrıca belirtmek gerekmektedir. Bu çerçevede dezavantajlı gruplar kavramına göre daha alt düzlemde yer alan kavramlara yönelik güncel bibliyometrik çalışmalara bir örnek vermek gerekirse Kılıç (2021)'in çalışması buna örnek olarak

gösterilebilir. Kılıç (2021)'in engellilik konusunu merkeze alarak 582 bilimsel çalışmadan 20 dergi makalesi ile oluşturduğu veri setiyle gerçekleştirdiği bibliyometrik analiz çalışmasında bibliyometrik haritalama tekniğiyle atıf yazar ağı, kavram birlikteliği ve tematik çıkarımlar elde edildiği gibi engellilik üzerine yapılan araştırmaların istenilen düzeyde olmadığı, engellilere yönelik uygulamada olan sosyal politikaların halen makul düzeyde olmadığı, son dönemlerde engelli birey ifadesinin kuşatıcı bir kavram olarak önem kazandığı sonuçlarına ulaşılmıştır. Bu kapsamda bir diğer örnek Demir ve Gedik (2022)'in engellilere yönelik yaptıkları bibliyometrik analiz çalışması gösterilebilir. “Journal of Intellectual Disability Research” ve “Disability and Rehabilitation” dergilerinde yayınlanmış toplam 4820 bilimsel yayın üzerinde gerçekleştirilen çalışmada 2367 anahtar kelimeye ulaşılmış ve en çok kullanılan anahtar kavramların sırasıyla “*International Classification of Functioning*”, “*mental health*”, “*young people*”, “*participation*”, “*children*” ve “*rehabilitation*” sözcüklerinden oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır (Demir ve Gedik, 2022).

Literatürde dezavantajlı gruplar özelinde engelliler gibi kadınlara yönelik çalışmalar da ilgi çekmektedir. Bu çerçevede Tsay ve Li (2017)'nin kadınlara yönelik çalışmalar gerçekleştirmiştir. Bibliyometrik analize dayanan bu çalışmada 1900-2013 yılları arasında kadın çalışmalarına yönelik literatürün ziyadesiyle araştırma makaleleri, derleme makaleler ve kitap incelemelerinden oluştuğu görülmüştür. Söz konusu süre zarfında kadın çalışmalarına yönelik literatürün %10,6 oranında katlanarak büyüdüğü sonucuna ulaşılmıştır. Kadın çalışmalarına yönelik bir diğer bibliyometrik analiz çalışma örneği olarak Koç (2021)'un çalışması gösterilebilir. Koç (2021)'un, kadına yönelik şiddet konusunu edinen çalışmasında WOS'ta 1975-2020 yılları arasında yer alan 106 adet bilimsel çalışmayı veri seti olarak kullanmış ve bu çerçevede Türkiye’de kadına yönelik şiddet çalışmalarının oldukça geç bir tarihte başladığı, en çok yayın yapılan alanların aile ve kadın araştırmaları, psikoloji ve halk sağlığı olduğu, literatürün ziyadesiyle %89 oranında makalelerden oluştuğu gibi kadına şiddet konusuna yönelik çalışmalar açısından mevcut durumu ortaya koyan çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır.

Literatürde dezavantajlı grupların öznesi konumunda bulunan engelliler, eski hükümlüler, kadınlar gibi birçok toplumsal gruba yönelik bibliyometrik analiz içerikli çalışmalara rastlanıldığı gibi dezavantajlılığın hem nedeni hem sonucu konumunda bulunan yoksulluk, refah ve kalkınma gibi sosyoekonomik koşulların merkeze alındığı bibliyometrik analiz çalışmalarına da rastlanılmaktadır. Bu çerçevede Hassan vd., (2022)'nin yoksulluğu azaltma literatürünü bibliyometrik analize tabi tuttukları çalışmaları örnek olarak gösterilebilir. 1971-2020 yılları arasında WOS'ta yer alan 454 adet makalenin ele alındığı bu çalışmada ortak yazarlık, atıf ağı, bibliyografik eşleşme analizinin yanı sıra içerik analizi ile yoksulluğun farklı boyutları ele alınmıştır (Hassan vd., 2022). Bir diğer örnek olarak Rey-Marti vd. (2015)'nin çalışması gösterilebilir. Rey-Marti vd. (2016)'nin WOS'ta 2003-2015 yılları arasında yer alan 2922 bilimsel çalışma kapsamında oluşturulan veri setiyle gerçekleştirdikleri bibliyometrik analiz çalışmasında sosyal girişimciliğin önemi, ekonomik ve sosyal kalkınma üzerindeki etkisi çerçevesinde sosyal girişimciliğin topluma değer katan bir kavram olduğu, sosyal sorunlara çözüm sunma ve kişisel zenginliği arttırmayı amaçladığı tespitiyle birlikte sosyal girişimciliğe olan ilginin artış trendinde olduğu, alana en fazla katkı yapan ülkelerin sırasıyla Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve İngiltere olduğu, alanda öne çıkan araştırmacının ise Anderson Ar olduğu gibi çeşitli tematik sonuçlara ulaşılmıştır.

Dezavantajlı grupları farklı kavramlar içinde ele alarak inceleyen çalışmalar literatürde yer almaktadır. Bu kavramlara ilişkin bibliyometrik çalışmalar olduğu da görülmüştür. Bu çerçevede Gündoğdu (2022)'nin çalışması örnek gösterilebilir. Gündoğdu (2022), WOS'ta 1982-2022 yılları arasında yer alan 284 makalelerden oluşturduğu veri seti ile Tokenizm¹ kavramını ele aldığı bibliyometrik analiz çalışmasında Tokenizmin yıllar itibarıyla görünürlüğünü sağlayacak şekilde bilimsel üretimin artış seyrinde olduğu en çok yayının üretildiği yılın 2019 yılı olduğu, alanda en etkili araştırmacıların Janice D. Yoder, Denise Sekaquaptewa, MariaHelena Santos, Adia Harvey Wingfield tespitiyle birlikte kavram birlikteliğinde Tokenizme en çok bir arada kullanılan kelimelerin cinsiyet, örgüt performansı, kadın, çeşitlilik, ırk, yönetim, kalıp yargı tehditleri, tek durum, kritik kütle teorisi, hükümet, örgütler, ayrımcılık, kadın yöneticiler, etnik köken, cinsiyet çeşitliliği, kalıp yargılar,

¹ Tokenizm, çeşitlilik veya adaleti gerçekten sağlamadan, sadece sembolik bir çaba göstererek, genellikle yüzeysel temsil veya kapsayıcılık şeklinde, çeşitlilik veya adalet görüntüsü verme uygulamasıdır. Bu, işyeri veya medyada temsil de dahil olmak üzere çeşitli bağlamlarda ortaya çıkabilir ve genellikle daha fazla çeşitlilik ve kapsayıcılık yönünde gerçek bir ilerleme kaydetmek yerine bir kotayı doldurmak veya eleştirilerden kaçınmak için bir azınlık grubunun yalnızca bir veya birkaç üyesini dahil etmeyi içerir. Tokenizm genellikle bir ayrımcılık biçimi olarak kabul edilir ve tokenize edilen kişilerin ruh sağlığı ve refahı üzerinde olumsuz etkileri olabilir. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/tokenism>

Hindistan, yükseköğrenim, keşisimsellik insanların farklı ancak eşit olduğunu savunan teori, cinsiyet eşitliği ve liderlik olduğu sonuçlarının yanı sıra Tokenizmle ilgili mevcut literatürde olası boşluklar olabileceğini öne sürmekte ve bu çerçevede Tokenizmin dezavantajlı gruplar üzerindeki etkisini daha iyi anlamak için daha fazla araştırma yapılması önerisini ortaya koymaktadır. Söz konusu bu örneklerden de anlaşılacağı üzere dezavantajlılığın birçok örüntü biriminin bibliyometrik analize tabi tutulduğu görülmektedir. Bununla birlikte dezavantajlı gruplar konusunun literatürde daha önce ele alınmadığı şekilde doğrudan doğruya dezavantajlı gruplar şeklinde bibliyometrik analiz çerçevesinde incelenmesi dezavantajlılığın hem örüntü birimlerinin daha net belirlenmesi hem de dezavantajlılığa panoramik bir bakış açısı sunması bakımından oldukça önemlidir.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Çalışmanın temel amacında; içinde eski hükümlüler, çocuklar, engelliler gibi sosyal politikanın birçok öznesini barındıran ve bu niteliğiyle çatı bir kavram olarak kullanılan dezavantajlı gruplar kavramının, kavram bütünlüğünü ve olgusal düzlem genişliğini ortaya koyacak şekilde WOS'da yer alan yayın kategorilerinin, yayınların tematik ağ yapısının ve ilişkili anahtar kavramların belirlenmesi bulunmaktadır. Bu amaç doğrultusunda şu soruların cevabı aranmaktadır:

1. Dezavantajlı grupları konu alan araştırmaların yayın kategorisine göre dağılımı nasıldır?
2. Dezavantajlı grupları konu alan yayınların yıllar içinde ilgi eğilimi nasıldır?
3. Dezavantajlı grupları konu alan araştırmalardaki atıfların ülkelere göre dağılımı nasıldır?
4. Dezavantajlı grupları konu alan araştırmalarda en çok yayın sahibi araştırmacılar kimlerdir?
5. Dezavantajlı grupları konu alan araştırmaların yapıldığı kurumların dağılımı nasıldır?
6. Dezavantajlı grupları konu alan araştırmalarda anahtar kelime kümelenmesi nasıldır?

Sıralı şekilde sunulan bu sorular çerçevesinde araştırmanın yönteminde söz konusu sorulara uygunluk sağlayan nitel araştırma türlerinden durum çalışmasının bir çeşidi olan bibliyometrik analiz yöntemi tercih edilmiştir. Bibliyometrik analizin temelleri esasen Garfield ve Price gibi araştırmacıların analizlerini manuel olarak yaptıkları öncü çalışmalara dayanmakla birlikte (Börner, Chen ve Boyack, 2003: 182) günümüzde bibliyometrik incelemelerde çalışmalara daha fazla görsellik ve daha fazla kolaylık sağlayan bilgisayar temelli programların yoğunlukla kullanıldıkları görülmektedir.

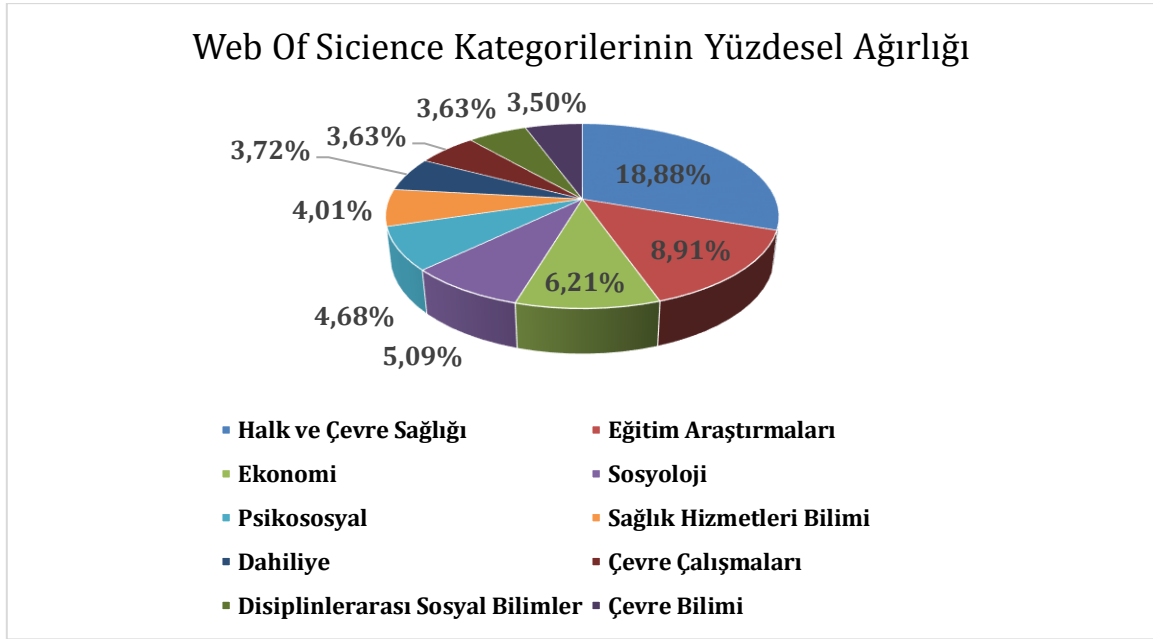
Çalışmamızın amaç ve yöntemi doğrultusunda dezavantajlı grupları konu alan WOS veri tabanında yer alan 3257 adet bilimsel çalışmadan tarih kısıtıyla en eskisi 2000 (Ocak) en yenisi 2023 (Mayıs) tarihli olmak üzere konferans verileri de dahil olmak üzere 3141 adet bilimsel çalışmayla veri seti kurulmuştur. 3141 adet bilimsel çalışmadan oluşan veri seti Vosviewer programı vasıtasıyla bibliyometrik analize tabi tutulmuştur. Çalışmamızda birtakım sınırlılıklar bulunmakla birlikte aşağıda belirtilen altı araştırma sorusuyla da çok boyutlu niteliği ortaya koyulmuştur. Çalışmamız bu yönüyle diğer çalışmalardan ayrılmakta ve çalışmamızın literatüre ciddi bir katkı sağlayacağı beklenmektedir. Söz konusu çalışma sınırlılıklarını da şu şekilde sıralamak mümkündür;

1. Dezavantajlı gruplar konusunda sadece dezavantajlı gruplar çatı kavramı üzerinde durulması esasen olgunun birbirini takip ederek gelişmesiyle yapısını oluşturan eski hükümlü, çocuk, genç ve kadınlar gibi bağlantılı kavramlarının ihmal edilmesi.
2. Scopus, TR dizin gibi diğer veri tabanları göz ardı edilerek sadece Web of Science Core Collection veri tabanında yalnızca 3141 bilimsel yayınla veri setinin oluşturulması.
3. Web of Science Core Collection veri tabanında anahtar kelimeler, özet, konu başlığı gibi tüm alanlarda sadece “disadvantaged”, “disadvantaged groups” arama ifadeleriyle bilimsel çalışmalara ulaşılması.

4. Birleşmiş Milletlerin tüm insanlar dâhil olmakla birlikte özellikle dezavantajlı grupların da karşı karşıya kaldığı sorunların çözümü açısından ortaya koyduğu birbiri ile bağlantılı 17 amaç doğrultusunda 21. yüzyıl Sürdürülebilir Kalkınma kapsamında araştırmada sadece 2000-2023 yıllarının dikkate alınması

BULGULAR

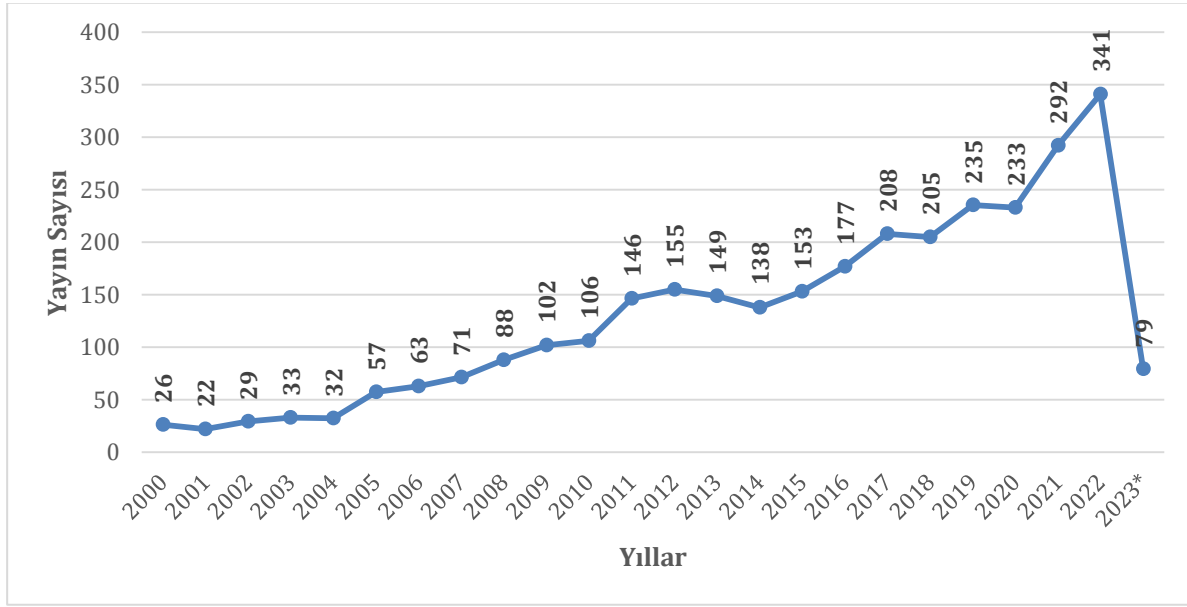
Dezavantajlı grupların merkeze konumlandırıldığı ve bu kapsamda WOS veri tabanından erişilen 3141 adet bilimsel çalışma üzerinden Vosviewer programı vasıtasıyla gerçekleştirilen bibliyometrik analiz sonucunda çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Bunlardan ilki yayın kategorilerine ilişkin olup sonuçları Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1. Yayınların Araştırma Kategorilerine Göre Yüzdesele Ağırlığı (WOS İlk 10 Kategori)

Şekil 1’den de görüldüğü üzere WOS’ da yer alan çalışmaların büyük bir bölümünün Halk ve Çevre Sağlığı ve Eğitim Araştırmaları kategorisinde gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Nitekim bu kapsamda Halk ve Çevre Sağlığı ile Eğitim Araştırmaları kategorisinin tüm çalışmalar kapsamındaki ağırlığının sırasıyla %18,88 ve %8,91 olduğu görülmekle birlikte %6,2 ağırlığa sahip Ekonomi kategorisinin de ön planda olduğu izlenmektedir. Ağırlık dağılımında Çevre ve Halk Sağlığı (%18,88), Çevre Çalışmaları (%3,63) ve Çevre Bilimi (%3,50) gibi Çevre kategorisinin önem kazanmasının temelinde dezavantajlı gruplar arasında giderek önem kazanan engelli çalışmalarının yoğunluğunun bulunduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Nitekim bu çerçevede Dahiliye (%3,72) ve Sağlık Hizmetleri Bilimi (%4,01) kategorilerinin WOS ilk 10 kategori sıralamasına girmesi bu durumun bir göstergesi niteliğindedir. Çevre kategorisinin ardından gelen Eğitim Araştırmaları (%8,91) ve Ekonomi (%6,21) kategorisinin önem kazanmasının temel sebebinde ise dezavantajlılığın hem nedeni hem de sonucu kısmında olan sosyal dışlanımla bir mücadele stratejisi olarak benimsenen eğitim ve ekonomi politikalarının önem kazanması çerçevesinde gelişen akademik çalışmaların yoğunluğu olduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte engelli, genç, kadın gibi birçok birbirini tekrar eden birimlerin muhteviyatına alan dezavantajlı grubu kavramı bu yapıyla; Sosyoloji, Sağlık, Ekonomi ve Psikoloji gibi birçok disiplinin ilgisini çektiği gibi kategorik yapıda da % 3,63 ağırlıkla da disiplinler arası çalışmalarında ön planda olduğu görülmektedir. Bu çerçevede Çevre, Sağlık, Ekonomi, Sosyoloji ve Psikoloji alanlarında da ilgiyle karşılanan dezavantajlı gruplar kavramına yönelik olgunun hem farklı bilim dallarında hem de disiplinler arası yapılan çalışmalarla düzleminin sürekli genişlediğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Akademide dezavantajlı gruplara yönelik ilgi seyrini görebilmek için yıllar bazında gerçekleştirilen çalışma sayılarına bakılmasının yeterli olacaktır. Bundan hareketle WOS veri tabanında yer alan çalışma sayılarının yıllar bazındaki dağılımı hesaplanarak sonuçları Şekil 2’de gösterilmektedir.

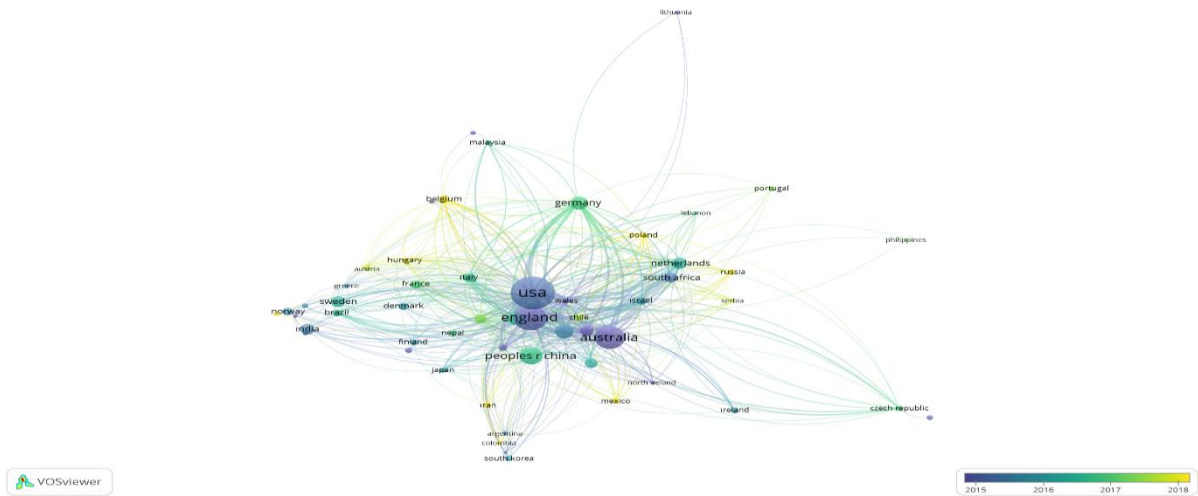


*2023 Yılı Nisan Ayına Kadar.

Şekil 2. Yıllara Göre Yayın Sayısı

Şekil 2’de çalışmamızın zaman kısıtı çerçevesinde WOS’da yer alan dezavantajlı gruplar konusuna yönelik bilimsel çalışmaların 2000-2023 yılları arasındaki dağılımı gösterilmektedir. Bu kapsamda dezavantajlı gruplar konusuna yönelik ilgi düzeyinin artış trendinde olduğu, 2000 yılında sadece 26 yayından oluşan dezavantajlı gruplara yönelik çalışmaların 2022 yılında 341 çalışmaya çıktığı açık bir biçimde izlenebilmektedir.

Bibliyografik analizlerde sıklıkla kullanılan bir diğer analiz türü de yazarların alana sağladığı katkılar üzerinedir. Bu çerçevede hem yayın sayısı hem de atıf sayısı bakımından öne çıkan araştırmacıların belirlenmesinin yanı sıra ortak yazarlığın tespit edilmesi de önemlidir. Ortak yazarlık ise bilimsel iş birliğinin gösterimini içermektedir. Diğer taraftan yapılacak atıf analizi yayınları sınıflandırma, bilgi yayılımını göstermek, araştırmacılar özelinde yayının önemini ortaya koymak ve araştırma topluluklarını tanımlamak gibi araştırmalara çeşitli ipucu sunmasının yanında kolaylıklar da sağlamaktadır (Arslan, 2022: 36-39). Bu noktadan hareketle dezavantajlı gruplar üzerine ülkelerin yayın atıf ağ haritası Şekil 3’te sunulmaktadır.



Şekil 3. Dezavantajlı Gruplara İlişkin Ülke Yayın-Atıf Ağ Haritası

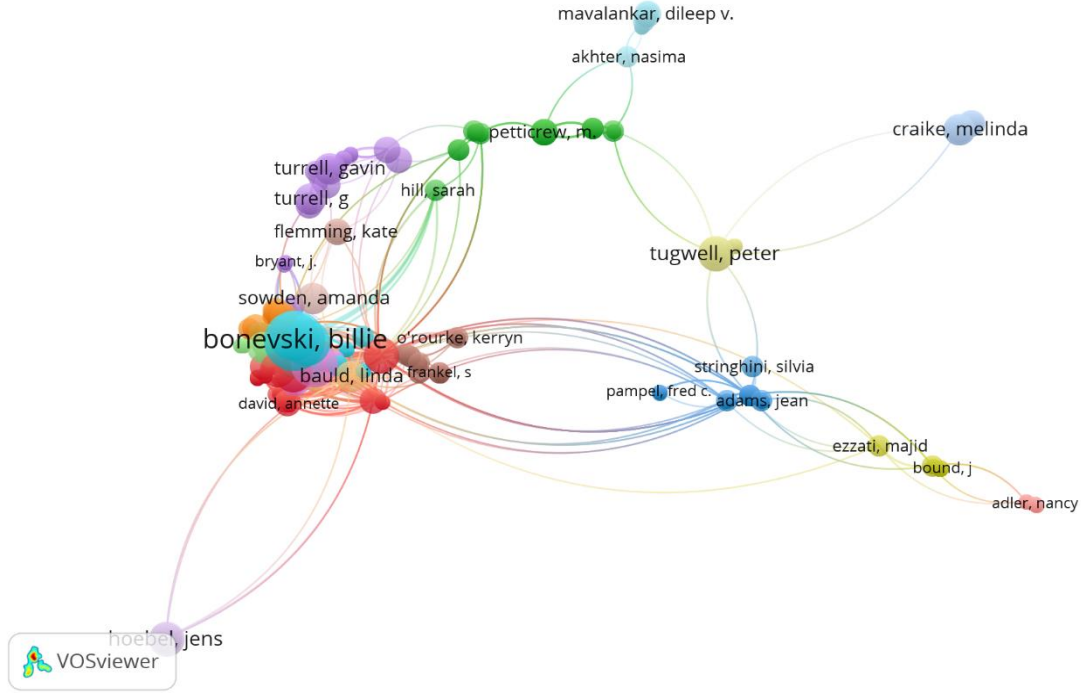
Şekil 3’te dezavantajlı gruplar üzerine çalışması bulunan 127 ülkeden en az 5 yayın ve 1 atıf almak koşuluyla sağlanan 63 ülkenin yer aldığı yayın atıf ağ haritası sunulmaktadır. Söz konusu şekil yakından incelendiğinde Amerika Birleşik Devletleri (ABD) başta olmak üzere İngiltere ve Avustralya gibi Anglo-Sakson geleneği içerisinde yer alan ülkelerin yayın ve atıf sayısı bakımından daha öne çıktığı ve tematik ağında bu kapsamda şekillendiği görülmektedir. Bu çerçevede ön plana çıkan ilk 10 ülkenin atıf ve yayın sayısının yanında bağlantı gücünü gösterir Tablo 1 aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 1. Dezavantajlı Gruplara İlişkin Yayın ve Atıfların Ülke Dağılımları (İlk 10 Ülke)

Ülke	Yayın Sayısı	Atıf Sayısı	Toplam Bağlantı Gücü
ABD	855	79823	1028
İngiltere	487	17271	801
Avustralya	416	12862	534
Çin	246	2363	96
Kanada	159	7303	364
İspanya	148	1914	232
Almanya	145	2321	404
Hollanda	111	4094	307
İsveç	93	2031	38
Hindistan	93	1301	31

Tablo 1’den de anlaşılacağı üzere dezavantajlı gruplar konusuna ilişkin en fazla yayının sırasıyla ABD (855), İngiltere (487) ve Avustralya (416) ülkelerinde gerçekleştiği görülmektedir. En fazla yayın yapan ilk on ülke sıralaması yanında atıf sayısı bakımından alana en fazla katkı sağlayan ülkelerin değerlendirilmesi noktasında ABD (79823), İngiltere (17271) ve Avustralya’nın (12862) ardından Kanada (7303) ve Hollanda (4094)’nin geldiği izlenmektedir. Yayın sayısı bakımından batılı ülkelerin içinde yer almayı başaran Çin ve Hindistan’da ise atıf sayısının sırasıyla 2363 ve 1301 birimlerinde kaldıkları görülmektedir. Diğer taraftan her ne kadar listede yer almasa bile Türkiye’nin yayın sayısı bakımından 63 ülke içinde 13. sırada olduğunu bu kapsamda 80 yayını ve 877 birimlik atıf sayısı ile dikkat çektiğini belirtmek gerekmektedir. Bununla birlikte Şekil 3’te maviden sarıya gidildikçe diğer çalışmalara göre görece yeni çalışmalar görünür hale gelmektedir. Bu bağlamda Belçika (50), Rusya (24), Polonya (22) ve Macaristan (21)’in (21) yeni çalışmalarla daha ön plana çıktıkları anlaşılmaktadır.

Bibliyotmetrik analizlerde merkezi öneme sahip bir diğer husus da alana en fazla katkı yapan araştırmacıların belirlenmesi üzerinedir. Böylelikle alana en fazla katkı sağlayan ve referans alınan yazarlar belirlenerek araştırmacılara araştırmalarında kolaylıkla erişebilecekleri yazar listesi sunulmaktadır. Bu çerçevede dezavantajlı gruplar konusuna ilişkin yazar yayın atıf ağ haritası Şekil 4’te sunulmaktadır.



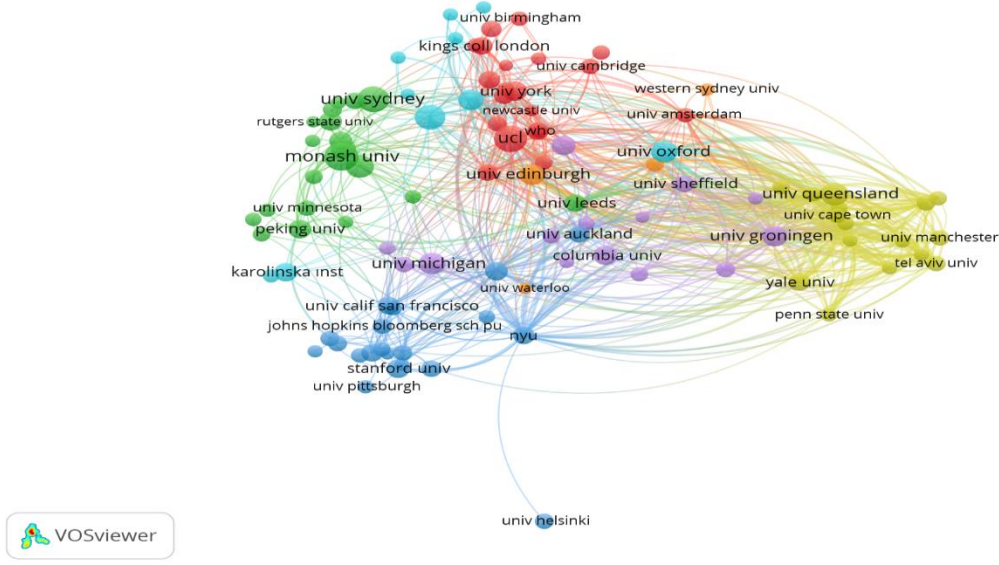
Şekil 4. Dezavantajlı Gruplara İlişkin Yazar Yayın-Atıf Ağ Haritası

Şekil 4'te dezavantajlı gruplar konusuna ilişkin 2000-2023 yılları arasında yayın yapan 10186 yazardan en az 5 yayın ve 3 atıf almak koşuluyla 33 araştırmacının yer aldığı yazar yayın atıf ağ haritası sunulmaktadır. Şekil yakından incelendiğinde Bonevski'de bir kümelenme olduğu ve Bonevski'nin ön planda olduğu görülmektedir. Bu çerçevede diğer öne çıkan araştırmacıları da görebilmek üzere yayın sayısı bakımından alana en fazla katkı sağlayan ilk on araştırmacının bağlantı gücü atıf ve yayın sayısını gösterir Tablo 2 aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 2. Dezavantajlı Gruplara İlişkin Yayın ve Atıfların Yazar Dağılımları (İlk 10 Araştırmacı)

Yazar	Yayın Sayısı	Atıf Sayısı	Toplam Bağlantı Gücü
Billie Bonevski	15	952	262
Russel Spears	11	245	131
Jamie Bryant	10	877	212
Christine Paul	9	122	100
Mohammeed Siahpush	9	236	97
Julia C. Becker	8	405	372
John F. Dovidio	8	758	294
Tamar Saguy	7	646	455
Linda R. Tropp	7	348	303
Pengjun Zhao	7	168	48

Tablo 2'den de görüldüğü üzere yayın bazında alana en fazla katkı sağlayan ilk üç araştırmacı Billie Bonevski (15), Russel Spears (11) ve Jamie Bryant (10) 'tır. Bununla birlikte yayın sayısı bakımından 7. sırada yer alan John F. Dovidio'nun ve 8. sırada yer alan Tamar Saguy'un atıf sayısı bakımından sırasıyla 758 ve 646 atıfla ön plana çıktıkları görülmektedir. Diğer taraftan alanla ilgili hangi kurumların ön plana çıktığının da ortaya konulması gerekmekte olup bu çerçevede kurum atıf ağ haritasını gösterir Şekil 5 aşağıda sunulmaktadır.



Şekil 5. Dezavantajlı Gruplara İlişkin Yayınların En Sık Yapıldığı Kurum-Atıf Ağ Haritası

Şekil 5'te dezavantajlı gruplar üzerine yayın yapan 3187 kurum arasından en az 10 yayın ve 1 atıf koşulu ile oluşturulan 113 kuruma ait yayın atıf ağ haritası sunulmaktadır. Bu çerçevede Şekil 5'den de görüldüğü üzere 7 adet kümelenmenin olduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu kümelenmeler bazında mavimsiyahı kümede Monash Üniversitesinin, turkuaz kümede Melbourne Üniversitesi, yeşil kümede Stanford Üniversitesinin, mor kümede Michigan Üniversitesinin, sarı kümede Queensland Üniversitesinin ve son olarak kırmızı kümede Londra Üniversite Akademisinin ön plana çıktığı görülmektedir. Bununla birlikte ön plana çıkan ilk on kurumun bağlantı gücü atıf ve yayın sayısını gösterir Tablo 3 aşağıda sunulmaktadır.

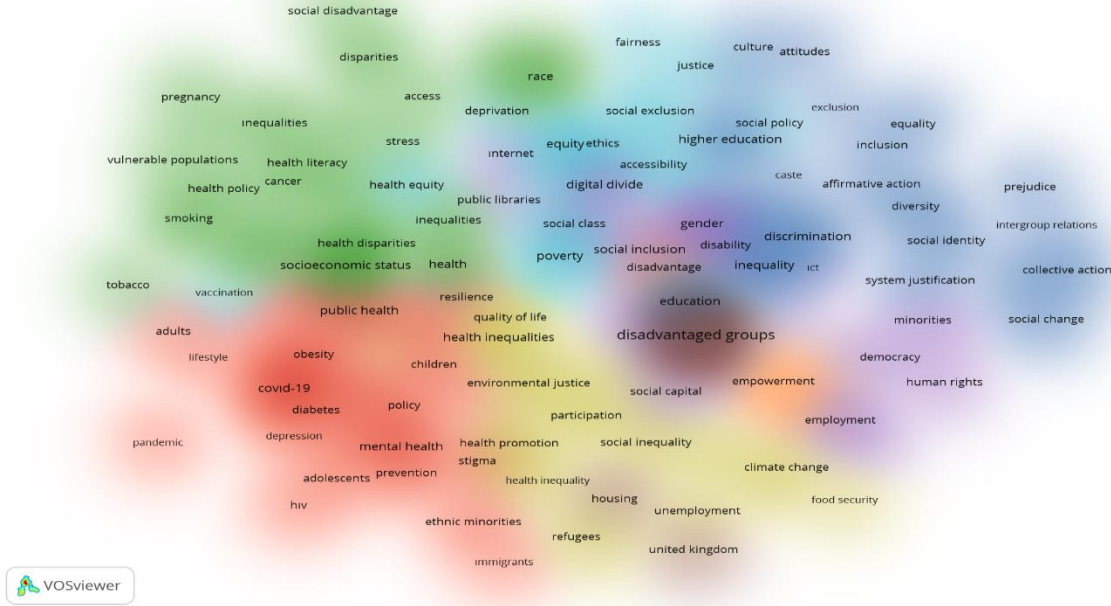
Tablo 3. Dezavantajlı Gruplara İlişkin Yayın ve Atıfların Kurum Dağılımları (İlk 10 Kurum)

Kurum	Yayın Sayısı	Atıf Sayısı	Toplam Bağlantı Gücü
Monash Üniversitesi	55	803	30
Londra Üniv. Akademisi	52	2922	128
Sydney Üniversitesi	50	1086	9
Melbourne Üniversitesi	45	788	31
Queensland Üniversitesi	39	710	157
Deakin Üniversitesi	37	3431	15
Oxford Üniversitesi	34	3541	115
Edinburgh Üniversitesi	33	1855	121
Newcastle Üniversitesi	33	1237	75
Michigan Üniversitesi	33	1811	19

Tablo 3'te görüleceği üzere alana yayın sayısı bazında en fazla katkı sağlayan ilk 5 kurum sırasıyla Monash Üniversitesi (55), Londra Üniv. Akademisi (52), Sydney Üniversitesi (50), Melbourne Üniversitesi (45) ve Queensland Üniversitesi (39)' dir. Bu bilgilerden de anlaşılacağı üzere yayın sayısı bazında öne çıkan ilk 5 üniversiteden 4'ünün Avustralya'da Kurulu olduğu dikkate alındığında alanda Avustralya'nın önde olduğu genel çerçevede ise batılı kurumların hâkimiyetinin olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Diğer taraftan atıf sayısı bakımından ise Oxford Üniversitesinin (3541) ve Deakin Üniversitesi'nin (3431) alana katkısı en fazla olan iki kurum olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte Tablo 3 ve Şekil 5 yakından incelendiğinde dezavantajlı gruplar

konusunun dünyanın en saygın üniversiteleri arasında gösterilen Oxford, Sydney, Melbourne ve Cambridge Üniversiteleri gibi kurumlarda ilgiyle karşılandığı görülmektedir.

Bibliyometrik analizlerde son yıllarda önemi giderek artan bir diğer araştırma konusu kavram birlikteliği üzerinedir. Kavram birlikteliği analizinde bir araştırma konusunda öne çıkan araştırma odaklarının daha önce gerçekleştirilen araştırmalardan yola çıkarak anahtar sözcükler, başlık ve özet dâhilinde yer alan kavramların analiz edilmesidir. Kavram birlikteliği analizi esasen olgu üzerinde geniş bir görünüm sunan önemli bir bilimsel değerlendirme ve ölçme aracıdır. Diğer taraftan kavram birlikteliği ağı analizinde ise araştırma konusu dâhilinde daha önce gerçekleştirilen çalışmaların başlık, özet ve anahtar kavram birimlerinde yer alan sözcükler çalışmaların odak kavramları olarak ele alınmakta ve bu odak kavramların birlikte görülme sıklığı ile bağlantı gücü arasında lineer bir ilişkinin varlığı kabul edilmektedir (Arslan, 2020: 40). Bu çerçevede çalışmaların anahtar kavramları üzerine gerçekleşen birliktelik analizi söz konusu çalışma alanında farklı araştırma odaklarını temsil eden birkaç kümeye ayırmaktadır. Nitekim iki anahtar kelime makalelerde sıklıkla birlikte yer alıyorsa her iki kavramın arasında güçlü bir ilişkinin varlığını göstermektedir. Anahtar kelime birlikte oluşum kümelenmesi analiz edilmesi ise ilgili literatürün oldukça ayrıntılı bir panoramasını sunmak ve böylelikle araştırmacılara kolay erişilebilir bilgi vermek amacını taşımaktadır (Rejeb vd., 2022: 4). Bu noktadan hareketle çalışmamızda dezavantajlı gruplar konusuna ilişkin yapılan çalışmalarda anahtar kavram kelime haritasını göstermek üzere Şekil 6 aşağıda sunulmaktadır.



Şekil 6. Dezavantajlı Gruplara İlişkin Anahtar Kavram Birlikteliği Haritası

Şekil 6’da dezavantajlı gruplar konusuna ilişkin gerçekleştirilen 3141 çalışmanın birbirinden farklı 7094 anahtar kavramının en az 10 kez birliktelik koşuluyla dezavantajlı gruplara yönelik çalışmalarının panoramik yapısını ortaya koyan 131 anahtar kavramının yer aldığı 7 kümenin bulunduğu kavram birlikteliği haritası sunulmaktadır. Bu kümeler dâhilinde kırmızı kümede covid-19, obezite, çevre sağlığı, depresyon gibi kavramların öne çıktığı görülmekte iken yeşil kümede sağlık politikaları, kanser, eşitsizlikler, sosyal dezavantajlar gibi kavramların öne çıktığı izlenmektedir. Turkuaz kümede ise sosyal sınıf, yoksulluk, sosyal içerme ve sosyal politika gibi kavramlarının, mor kümede engellilik, cinsiyet, insan hakları, istihdam, kültür gibi kavramların, sarı kümede ise yaşam kalitesi, işsizlik, damgalama, sürdürülebilirlik gibi kavramların öne çıktığı izlenmektedir. Son olarak turuncu kümede güçlendirme, kesişimsellik, dezavantaj gibi kavramların öne çıktığı izlenmekte iken siyah kümede ise sosyal sermaye, eğitim ve nihayetinde dezavantajlı gruplar kavramının ön planda olduğu görülmektedir. Bununla birlikte dezavantajlı gruplar kavramının en çok birlikte kullanıldığı kavramları görmek üzere Tablo 4 aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 4. Dezavantajlı Gruplar Kavram Birlikteliği (İlk 10 Kavram)

Anahtar Kavramlar	Sıklık Sayısı	Bağlantı Gücü
Dezavantajlı Gruplar	190	332
Sosyoekonomik Durum	69	145
Cinsiyet	65	138
Eğitim	56	111
Eşitlik	52	104
Yoksulluk	49	86
Eşitsizlik	49	81
Irkçılık	42	90
Ayrımcılık	40	70
Yüksek Eğitim	38	54

Tablo 4’te görüldüğü üzere dezavantajlı gruplar ifadesiyle en çok birlikte kullanılan ilk 5 kavramın sırasıyla sosyoekonomik durum (69), cinsiyet (65), eğitim (56), eşitlik (52) ve yoksulluk (49) olduğu anlaşılmaktadır. Diğer taraftan yine aynı kavramların bağlantı gücü açısından da ön planda oldukları anlaşılmaktadır. Bu bilgilerden hareketle muhteviyatında engelli, kadın, genç, yaşlı gibi sosyal politikanın birçok öznesini barındıran dezavantajlı grupların sosyoekonomik durum, eğitim, yoksulluk toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri ve diğer eşitsizlikler gibi konular özelinde ortak bir zeminde buluştuklarını söylemek yanlış olmayacaktır.

SONUÇ

Sosyal, ekonomik, kültürel ya da siyasi unsurlar başta olmak üzere bir veya birçok açıdan sosyal dışlanmışlığın ve/veya şiddetin öznesi konumunda olan ve çeşitli açılardan ayrımcılığa uğramaları sebebiyle toplumun diğerlerine göre olumsuz konumda bulunan engelli, eski hükümlü ve kadınlar gibi farklı toplumsal grupları çatı bir kavram altında tanımlayan dezavantajlı gruplar kavramı esasen bu haliyle bünyesinde birçok birbirleriyle ilişkiyi barındırmaktadır.

Dezavantajlı kavramının hem muhteviyatında ayrımcılık üzerine birçok örüntüyü barındırması hem de küreselleşmenin beraberinde getirdiği artan eşitsizlik, yoksulluk ve bireyselleşme gibi sosyoekonomik sorunların doğrudan dezavantajlı gruplara yönelik yoğun tesiri literatürde dezavantajlılar üzerine ilgi artışıyla karşılık bulduğu araştırmamızın önemli bulguları arasındadır. Literatürde dezavantajlıların özellikle sosyoloji, ekonomi, çevre, sağlık ve eğitim araştırmaları gibi farklı disiplinlerde ilgi gördüğü tespit edilen dezavantajlı gruplara yönelik araştırmaların ayrıca disiplinler arası çalışmalara uygun olduğu ve bu açıdan da ilgiyle karşılandığı belirlenmiştir.

Öte yandan dezavantajlı gruplar üzerine yapılan çalışmaların yayın atıf ağı analizi kapsamında Anglo-Sakson geleneği çerçevesinde sayılan ABD, Avustralya, İngiltere, Kanada gibi ülkelerde daha fazla çalışma yapıldığı bu çerçevede Avustralya’da kurulu bulunan Monash, Melbourne, Queensland ve Sydney Üniversitelerinin öne çıktığı belirlenmiştir. Bununla birlikte araştırmamızda hem yayın sayısı hem de atıf ağı bağlamında Billie Bonevski, Russel Spears, Jamie Bryant, John F: Dovidove Tamar Saguv’un ön planda olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın kavram birlikte analizinde ise 7 kümenin olduğu bu bağlamda her kümenin kendi çerçevesinde sınırlarının olduğu ancak bununla birlikte her kümenin diğer kümeye de oldukça yakın olduğu tespitiyle birlikte cinsiyet, yoksulluk, eşitsizlik, ayrımcılık, ırkçılık, eğitim ve sağlık gibi sosyoekonomik düzlemdeki kavramların ağırlık kazandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Son olarak Türkiye açısından bir değerlendirme yapmak gerekirse; dezavantajlı gruplar konusunun batılı ülkelerde olduğu gibi Türkçe literatürde de önem kazandığı bu çerçevede yayın sayısı bakımından 127 ülke içinde Türkiye’nin 13. sırada yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Ancak bununla birlikte Türkiye’nin daha ön planda

yer alması bakımından dezavantajlılığın “Kesişimsellik” ve “Tokenizm” gibi alanda pek yer bulamayan kavramlarla birlikte değerlendirilmesi hem literatürü zenginleştirecek hem de giderek yaygınlaşan dezavantajlılığın sorunlarına yönelik politikalar geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Arıcı, E. (2019). Dezavantajlı Gruplara Yönelik Sosyal Politika uygulamalarının Yerel Düzeyde Bir Örneği Olarak: Kütahya Belediyesi. *Dumlupınar Üniversitesi İİBF DERGİS*(3-4), 40-48.
- Arslan, E. (2022). Sosyal Bilim Araştırmalarında VOSviewer ile Bibliyometrik Haritalama ve Örnek bir Uygulama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 33-56.
- Börner, K., Chen, C., & Boyack, K. w. (2003). Visualizing Knowledge Domains. *Annual Review of Information Science and Technology*, 37(1), 179-255. doi:10.1002/aris. 1440370106/full
- Cambridge Dictionary*. (tarih yok). Mayıs 5, 2023 tarihinde Cambridge Dictionary: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english-turkish/disadvantage> adresinden alındı
- Demir, Y. E., & Gedik, M. (2022). Engelli Kavramı ile İlgili Akademik Yayınların VOSviewer ile Bibliyometrik Analizi. *Toplumsal Politika Dergisi*, 3(1), 12-25.
- European Institute for Gender Equality*. (tarih yok). Mayıs 5, 2023 tarihinde European Institute for Gender Equality: <https://eige.europa.eu/thesaurus/terms/1083> adresinden alındı
- Gündoğdu, M. (2022). Dezavantajlı Gruplar Bağlamında Tokenizm Çalışmaları: Bibliyometrik Analiz DeğerlendirmeS. *Selçuk 7. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi* (s. 624-637). Konya: Academy Global Conferences& Publishing.
- Hassan, K. M., Alshater, M. M., Banna, H., & Alam, R. M. (2022). A Bibliometric Analysis on Poverty Alleviation. *International Journal of Ethics and System*, 2-39. Nisan 2, 2023 tarihinde https://e-space.mmu.ac.uk/629837/1/PDF_Proof-3.PDF# adresinden alındı
- Kılıç, C. (2021). Engellilere Yönelik Sosyal Hizmet Uygulamaları: Bibliyometrik Haritalama. *Etüsentez İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*(5), 1-18.
- Koç, O. (2021). Web of Science Üzerinde İndekslenen Kadına Yönelik Şiddet Araştırmalarına Bibliyometrik Bir Bakış. *İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi*(21), 19-35.
- Rey-Marti, A., Riberro-Soriano, D., & Palacios-Marques, D. (2015). A Bibliometric Analysis of Social Entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 1-5.
- Taşçı , F. (2018). *Sosyal Politikada Dezavantajlı Gruplar: Tarih, Yaklaşım ve Uygulama* (1. b.). İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Toker, A. (2021). Yayınla veya Yok Ol! Rekreasyon Yönetimi Araştırmaları Nereye Gidiyor? Bibliyometrik Bir Değerlendirme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 2107-2126.
- Tsay, M.-Y., & Li, C.-N. (2017). Bibliometric Analysis of the Journal Literature on Women’s Studies. *Scientometrics*, 113(2), 705-734.
- United Nations Development Programme. (2016). *Human Development Report 2016: Human Development for Everyone*. New York: United Nations Development Programme (UNDP).

Geliş Tarihi: 21/05/2023

Kabul Tarihi: 22/06/2023

İSRAF EKONOMİSİNİN TEORİK ANALİZİ¹

Durmuş ÇALIŞKAN*

Selim Adem HATIRLI**

ÖZET

Dünyada üretilen gıdaların yaklaşık üçte biri üretim ve tüketimin farklı süreçlerinde israf olmaktadır. Sadece israf olan bu miktarın bir kısmı ile dünyadaki açlık sorunları ortadan kaldırılabılır. Gıda israfı aynı zamanda bu malların üretimi için kullanılan kaynakların da zayi olduğu anlamına gelmektedir. Ekonomilerdeki israf sadece gıda ile sınırlı değildir. Değişik sektörlerde, üretim ve tüketimin her aşamasında atık ve israflar ortaya çıkabilmektedir. Son dönemlerde israfıla ilgili çalışmaların sayısı artış göstermektedir. Ancak israf kavramı, iktisat teorisi içinde kendisine yer bulamamaktadır.

Çalışmanın konusu israf kavramının ekonomik açıdan analiz edilmesi, israf olgusunun neden ve sonuçlarının mevcut iktisat teorisi içinde ele alınması ve israfın teorik sonuçlarının incelenmesidir. İsraf kavramını bir iktisat terimi olarak ele almak amaçlanmıştır. Çalışmada, üretim-tüketim döngüsü içinde israfın izi sürülerek israf türleri sınıflandırılmıştır. Her bir israf türü için literatürdeki bazı çalışmaların sonuçlarına yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İsraf, Kayıp, Sürdürülebilirlik, İktisat Teorisi

THEORETICAL ANALYSIS OF WASTE ECONOMY

ABSTRACT

About one third of the food produced in the world is wasted in different processes of production and consumption. Only a portion of this wasted amount can eliminate the hunger problems in the world. Food waste also means that the resources used to produce these goods are wasted. Waste in economies is not limited to just food. In different sectors, waste may occur at every stage of production and consumption. Recently, the number of studies on waste has increased. However, the concept of waste cannot find a place for itself in economic theory.

The subject of the study is to analyze the concept of waste from an economic point of view, to deal with the causes and consequences of the phenomenon of waste within the current economic theory and to examine the theoretical consequences of waste. It is aimed to consider the concept of waste as an economic term. In the study, waste types were classified by tracing the waste in the production-consumption cycle. For each waste type, the results of some studies in the literature are given.

KeyWords: Waste, Loss, Sustainability, Economic Theory

¹ Bu makale, Durmuş ÇALIŞKAN'ın Süleyman Demirel Üniversitesi SBE İktisat Anabilim Dalında Prof. Dr. Selim Adem HATIRLI danışmanlığında yürütülmekte olan "İsraf Ekonomisinin Teorik Analizi ve Tüketim İsrafına Yönelik Bir Araştırma" adlı doktora tez çalışmasının bir kısmından üretilmiştir.

* Doktora Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, SBE, İktisat Ana Bilim Dalı, dcaliskan@mehmetakif.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7308-7341

** Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, selimhatirli@sdu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9632-3071

GİRİŞ

Dünya nüfusunun yaklaşık %10'u açlık çekmektedir ve nüfusun %11,7'si yetersiz ve güvensiz beslenme sorunu ile karşı karşıyadır (FAO, 2022;29-30). Yılda yaklaşık 1.3 milyar ton gıda üretim-tüketim zinciri sürecinde tüketilmeden bozulmakta ya da doğrudan çöpe atılmaktadır. Bu miktarın yalnızca 1/3'ü ile açlık sınırında yaşayan insanların gıda gereksinimi karşılanabilir (Gustavsson et al, 2011;4). Ayrıca gıda israfı, üretiminde kendisine ayrılan sermaye ve emeğin zayi olduğu anlamına gelmektedir. Bu durum, dünya kaynaklarının etkin kullanılmadığının ve alternatif üretimden mahrum kaldığı için fırsat maliyetinin göstergesidir.

Öte yandan israfın boyutları sadece gıda ile sınırlı değildir. Dünya nüfusunun artması ile birlikte su ihtiyacı artarken küresel ısınma, iklim değişikliği gibi nedenlerle su kaynakları gittikçe azalmaktadır. Buna rağmen ikamesi mümkün olmayan suyun israfı artış göstermektedir. Literatürde gıda israfı ile ilgili çalışmaların sayısının hızla arttığı gözlemlenmektedir. Ancak elbise, mobilya, teknoloji ürünleri gibi kullanım malları israfı ile ilgili çalışmaların sayısı görece çok daha azdır. Bu tür atıklar ve savurganlığa neden olan etkenler enerji, emek, zaman ve kaynak israfı da insanlık refahını olumsuz yönde etkilemektedir. İsrافی engellemek ve israfı karşı uygun politikaları uygulayabilmek için öncelikle israfı ortaya çıkaran nedenlerin doğru bir şekilde belirlenmesi gerekir. Böylelikle doğru politikalar uygulayarak üretim, tüketim ve dağılımda etkinliğin sağlanması ve ekonomide sürdürülebilirliğin gerçekleşmesi mümkün olacaktır. Bunun için doğru analiz araçlarına ihtiyaç duyulmaktadır. İsrاف olgusu ile ekonomik etkinlikten nasıl uzaklaşıldığı akademik bir bakış açısı ile iktisat teorisi içinde ele alınabilir. Örneğin, mikroekonomi teorisindeki mevcut talep analizi, israf olgusu ile birlikte yeniden ele alınabilir. Bu yolla israfın sebep ve sonuçları kuramsal olarak açıklanabilir.

Bu çalışmanın konusu, israf kavramının ekonomik açıdan analiz edilmesi, israf olgusunun neden ve sonuçlarının mevcut iktisat teorisi içinde ele alınması ve israfın teorik sonuçlarının incelenmesidir. Çalışmanın amacı; israf olgusunu iktisadi açıdan kavramsallaştırmak, türlerine ayırmak, iktisat teorisi içinde analiz etmek ve israfın nedenlerini anlamaya yönelik literatürdeki mevcut çalışmalardan faydalanarak sistematik bir çerçeve çizmektir. İsrاف kavramının sözlük anlamı ve günlük kullanımıyla birlikte bir iktisadi terim olarak kullanılabilirliği hedeflenmektedir.

İçerikte daha sonra açıklanacağı üzere İngilizcede israf "Waste" kelimesiyle ifade edilmektedir ve hem israf hem de atık anlamına gelmektedir. Kuşkusuz atık yönetimi sürdürülebilir ekonomi ve çevre açısından önemli bir konudur ve israfı yakından ilişkilidir. Ancak atık yönetimi, geri dönüşüm, yeniden kullanım ve çöplerin imhası gibi konular bu çalışmanın ana konusu dışında tutulmuştur. Bu amaçlar doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır:

- İsrاف nedir? Diller arasında kullanılan israf kavramı arasında bir farklılık var mıdır?
- İktisat teorisinde israf ifadesi ile ne kastedilmektedir?
- İsrاف türleri oluşumu açısından nelerdir (arz nedenli, talep nedenli, kamusal uygulamalar)?

Çalışmanın birinci kısmında kavramsal çerçeve sunulmuştur. İsrاف kavramının anlamı araştırılmıştır ve israf olgusu iktisat teorisi içinde değerlendirilmiştir. Literatürdeki çalışmalar değerlendirilerek israf ve kayıpların ortaya çıkış sürecine göre israf türlerine yer verilmiştir. İkinci kısım, israf ve atıkların küresel ve makro iktisadi boyutlarına ayrılmıştır. Ekonomi içindeki toplam büyüklük olarak israf, gıda kayıpları ve atıkların ülkeler ve dünya genelindeki boyutları ve etkileri açıklanmıştır. Üçüncü kısımda ise belirlenen israf sınıflandırmasına göre üretim-tüketim süreçlerinde ortaya çıkan israf ve gıda kayıpları ele alınmıştır. Çalışma sonuç kısmıyla tamamlanmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İsrاف Türkçede "Gereksiz yere para, zaman, emek ve benzerlerini harcama, savurganlık" anlamlarına gelmektedir (URL-1). İsrاف kelimesi Türkçeye Arapçadan geçmiştir. Arapçada azıtma, taşırma, haddini aşma, boşa harcama göz ardı etme, ihmal etme, gözden kaçırma anlamlarına gelmektedir. Kavram günümüzde Türkçede aynı anlamlarda; hem para, eşya gibi somut varlıklar için hem de emek, zaman gibi soyut değerler için kullanılmaktadır (URL-2). İktisat, kelime olarak yine Arapça kökenlidir ve "haddi aşmama, aşırı gitmeme, tutumlu olma, tasarruf etme, idareli kullanma" anlamlarına gelmektedir (URL-3). Bu durumda israf haddi aşmak,

savurganlık, tutumsuzluk ifade ediyorsa, israf aslında iktisadın tersidir. Türkçede israfla benzer ve yakın ilişkili başka kavramların bazıları şunlardır: “Müsrif”, “Savurgan”, “Zayı”, “Telef”

İsraf kavramı İngilizcede “Waste” kelimesi ile ifade edilmektedir. Kavram, İngilizceye eski Latince'den benzer anlam taşıyan “Vastus” kelimesinden geçmiştir (URL-4). İngilizce Waste, hem atık hem de Türkçede aynı anlamı karşılayan israf anlamlarına gelmektedir. Waste kelimesi İngilizcede hem isim hem fiil hem de sıfat olarak kullanılmaktadır (URL-5). İsraf ve atıklarla ilgili uluslararası yazında yoğun bir literatür mevcuttur. Ancak İngilizce “waste” kelimesinde bulunan bu birbiriyle yakın ilişkili çok anlamlılık durumu zaman zaman karışıklıklara neden olabilmektedir. Şöyle ki; hem ekonomi literatüründe hem de mühendislik, çevre, şehircilik, gıda ve ziraat gibi alanlarda israfla ve atıklarla (waste) ilgili çok sayıda çalışma vardır. Bu çalışmaların bir kısmı boşuna tüketim, aşırı ve gereksiz tüketim anlamlarındaki israf kavramıyla doğrudan ilgiliyken bir kısmı ise atıkların ortaya çıkışıyla birlikte bu atıkların nasıl yönetileceği ile alakalıdır. Doğaldır ki atıkların yönetimi ve onu oluşturan önemli nedenlerden biri olan israf çoğu çalışmada bir arada ele alınmaktadır. Bu durumda Türkçede ifade edilen boşa harcama, değerini bilmeme gibi tutumların ifade edilmesiyle atıkların nasıl geri dönüştürüleceği, belediyeçilik sisteminde atıkların nasıl toplanacağı veya imha edileceği konuları birbiri içine karışmaktadır. Bu durum sebebiyle uluslararası literatürde konu “Atık Yönetimi” bağlamında ele alınmaktadır. Atıklar üretim ve tüketimin hemen her safhasında ortaya çıkabilmektedir. Dolayısıyla israf konusu; atıkların azaltılması, geri dönüştürülmesi ve imha edilmesi ile ilgili bir politikanın geliştirilmesi çerçevesinde değerlendirilmektedir. İsraf ise genellikle atıkların bir türü olarak ele alınmaktadır. Gıda israfı ile ilgili araştırmaların artmasıyla birlikte bazı uluslararası çalışmalarda bu anlamları ayırmak için farklı kavramlar kullanılmaktadır. Mesela, gıda tedarik zincirinde üretimin ilk aşamalarında ortaya çıkan kayıplar için “Food Losses”, perakende satış ve tüketim aşamalarında ortaya çıkan kayıplar için ise “Food Waste” ifadesi kullanılmaktadır (Gustavsson et al. 2011;2). İngilizcede israf ve gereksiz tüketimle ilgili olarak kullanılan başlıca başka kavramlar ise şunlardır: “Loss (kayıp)”, “Wasteful (müsrif, savurgan)”, “Extravagant (abartılı, ölçüsü kaçmış, savurgan)”, “Extravagance (müsriflik, savurganlık).

İsraf kavramı irdelendiğinde, çok yönlü bir kavram olduğu ve iktisat biliminin temel konuları ile yakından ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Bu açıdan israf, iktisat biliminin bir kenarında kalmış türev bir konu olmasından ziyade hem mikro hem de makro sonuçları itibarıyla iktisat biliminin merkezinde yer almaktadır. Ne var ki israf ifadesi değişik anlamlar kastedilerek farklı şekillerde kullanılmaktadır. Ayrıca diller arasındaki farklılıklar da evrensel bilim çalışmalarında sorun teşkil edebilir. Bunun önüne geçmek için kavramsal bir analize, ortak bir tanım ve çeşitlilik ayırımına ihtiyaç duyulmaktadır. Acaba iktisat biliminde israf kavramını “Milli Gelir”, “Fayda”, “İstihdam” gibi bir terim olarak tanımlamak ve kullanmak mümkün olabilir mi? Kavram irdelendiğinde bütün ekonomiyi kapsayacak tek bir israf tanımı yapabilmek oldukça zordur. Çünkü israf ekonomik faaliyetlerin her aşamasında ortaya çıkabilmektedir. Bu bakımdan israfı türlerine ayırmak ve ayrı ayrı analiz etmek gerekir.

Lionel Robbins, ünlü eserinde iktisat bilimini şöyle tanımlamıştır (Robbins, 1945;16): “*Alternatif kullanımları olan sonlu ve kıt kaynakların ilişkisinde insan davranışlarını inceleyen bilim dalıdır.*” Bu tanım iktisat biliminde yöntem ve yaklaşımın önemli ölçüde değişmesine neden olmuş, iktisat bilimini maksimize etme ve rasyonel seçim teorisine yönelmiş, ekonomiyi bir optimizasyon bilimi haline getirmiştir. Bu yaklaşım, kimi zaman doğru ve geçerli bir tanım olarak sunulsa da şiddetli tartışmalara ve eleştirilere maruz kalmıştır (Backhouse and Medema, 2009;1). Diğer yandan neo-klasik iktisat teorisinde iktisadi birimlerin rasyonel ve çıkarıcı davrandığı yani homoeconomicus olduğu varsayılır. Bu iktisadi birey, kısıtlı bütçe altında kendi faydasını maksimize etmeye çalışmaktadır (Nyborg, 2000;309). İsraf olgusu bu açıdan bakıldığında bir nevi “**ekonomik birimlerin iradi ya da gayri iradi olarak optimizasyondan uzaklaşması-sapması**” olarak tanımlanabilir. Sonuçta tüketmek için satın alınan bir malın bozulması, kullanılmaması veya savurganca ihtiyaçtan fazla tüketme, tüketici refahında maksimizasyonu engellemektedir. Tüketimde gerçekleşen israfı benzer olarak üretim sürecinde gerçekleşen israf da verimliliği azaltmakta üretici dengesinde optimizasyon sağlanamamaktadır. Rasyonel ve akılcı davranan, kısıtlı imkânlarla faydasını/kârını en yükseğe çalışan birey/üreticilerin aslında müsrif olmamaları gerekir. İlginç bir şekilde neo-klasik ekonominin temel yaklaşımı israf için genel ve pratik bir tanım yapmamıza olanak sağlarken bu tanım neo-klasik iktisadın temel argümanları ve varsayımlarıyla çelişmekte ve bir tür paradoksa neden olmaktadır. Bu bakımdan israf olgusu belki de iktisat teorisi içinde piyasa aksaklıkları altında incelenmelidir.

Üretim-imalat sürecinde gerçekleşen israfın genel bir açıklaması Taiichi Ohno tarafından yapılmıştır. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde daha geniş yer verileceği üzere Ohno, fiziki üretim aşamalarında oluşan israfı

sınıflandırır. Fazla miktarda üretim, gereksiz taşıma, bekleme, gereksiz insan hareketi gibi işlemler fayda sağlamayan, maliyet artışlarına ve zaman kaybına neden olan işlemlerdir. Dolayısıyla Ohno, **işletmede üretim verimliliğini azaltan her türlü uygulamayı** israf olarak tanımlamaktadır (Ohno, 1988). Ohno'nun israf türleri daha sonraları imalat işletmeleri için bir rehber olarak kabul edilmiş ve günümüzde “Yalın Üretim (Lean Manufacturing)” olarak değişik sektörlerde uygulama alanı elde etmiştir. Yalın üretimde israf, “**kaynak tüketen ancak tüketici (müşteri) için değer yaratmayan her şey**” olarak tanımlanmaktadır (Abdullah, 2003;1).

Tüketim israfı ile ilgili bakılacak olursa daha önce değinildiği üzere literatür daha çok gıda israfı üzerinde ilerlemektedir. Hane halkı ve bireylerin israfa neden olan tutum ve alışkanlıklarına göre bazı israf tanımları mevcuttur. Literatürde hane halkı israf araştırmalarının büyük çoğunluğunun beyana dayalı anket yoluyla yapıldığı görülmektedir. Hane halkı tarafından çöpe gönderilen atıkların ne kadarının israf ne kadarının doğal kabul edilebilecek atık olduğunun anlaşılması amacıyla bazı ayrımlara ve tanımlara ihtiyaç duyulmuştur. Bu amaçla gıda atıklarıyla ilgili 3 tür tanımlanmaktadır. **Önlenilebilir Gıda İsrافی** (Avoidable): Çöpe atıldığı zaman hâlâ insan tüketimine uygun, yenilebilir durumda olan atıklar. **Önlenemez Gıda İsrافی** (Unavoidable): Ürünlerin insan tüketimi için uygun olmayan kısmı; örneğin kabuklar, kemikler, ambalajlar. **Kısmen Önlenilebilir Gıda İsrافی** (Possibly/partially avoidable): Elma kabuğu gibi tüketilebilen ancak tüketici tercihleri nedeniyle çöpe giden atıklar (Priefer, et al., 2013;2). Bir başka tanımda ise israf, sadece hane halkı düzeyinde değil gıda üretim-tüketim zincirinin genelini kapsayacak şekilde ele alınmıştır: “**İnsan tüketimine gidecek, gıda zincirinde kaybolan ve atılan gıda kütlesi**” olarak tanımlanmıştır (Gustavsson et al. 2011;2). Farklı çalışmalarda yine benzer tanımlar mevcuttur. Bu tanımların ortak amacı; İngilizcede tek bir kavramla ifade edilen israf olgusunda zorunlu atıkla yani gıdaların yenmeyen kısmıyla israf olan (yenilebilir durumda olan veya bozulan) kısmını birbirinden ayırmaktır.

Araştırmalar incelendiğinde, israfıla ilgili çalışmaların büyük bir kısmının birey ve hane halkı araştırmaları olduğu görülmektedir. Kurumsal çatı altında geniş çaptaki bazı araştırmalar ise raporlar halinde israfı ülke, bölge ve dünya genelinde araştırmaktadır. Bu bakımdan israf sınıflandırması olarak ilk ayırım, israfın sonuçları itibarıyla ekonomik düzeye göre yapılmıştır. İsraf, mikro ve makro düzeyde ayrı ayrı ele alınmaktadır.

İsrafın Makroekonomik Ve Küresel Boyutları

İsraf, bir büyüklük olarak belirli bir zaman aralığında ölçülmektedir. Örneğin hane halkı israf araştırmalarında hanede gerçekleşen israf miktarını ölçmek üzere genellikle haftalık, on beş günlük sürelerde gerçekleşen atık ve israf dikkate alınmaktadır. Ülke düzeyinde ve dünya genelindeki araştırmalar ise genellikle yıllık tahminlerde bulunmaktadır. Bu durum bize israfın bir **akım değişken** olduğunu göstermektedir. Toplulaştırılmış bir büyüklük olarak belirli bir dönemdeki israfı küresel ve ulusal düzeyde tahmin etmeye çalışan bazı çalışmalar vardır.

FAO (Food and Agriculture Organization Of The United Nations – Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Organizasyonu) çatısı altında yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, yılda 1,3 milyar ton yenilebilir gıdanın üretimin ilk aşamalarından tüketiciye kadar israf olduğu hesaplanmıştır. Bu miktar toplam üretimin neredeyse üçte birine denk gelmektedir. Bu israfın büyük bölümü orta ve yüksek gelirli ülkelerde gerçekleşmektedir. Gıda israfı, düşük gelirli ülkelerde daha çok üretim sürecinde ortaya çıkarken orta ve yüksek gelirli ülkelerde daha çok tüketim aşamasında gerçekleşmektedir. Düşük gelir grubu ülkelerde gerçekleşen gıda israfının nedenleri genellikle yönetimsel ve finansal eksiklikler, eski teknolojilerin kullanılması, hasat ve depolama süreçlerinde kısıtlı teknik imkânlardır. Orta ve üst gelir grubundaki ülkelerde gerçekleşen gıda israfının temel nedenleri tüketici davranışları ve tedarik zincirindeki koordinasyon eksiklikleri olarak görülmektedir. Kuzey Amerika ve Avrupa’da kişi başı yıllık sırasıyla 115 kg ve 95 kg gıda tüketim aşamasında israf olmaktadır. Sanayileşmiş ülkelerde tüketici düzeyindeki toplam israf miktarı 222 milyon tondur. Bu miktar Sahra Altı Afrika’nın yıllık gıda üretimine (230 milyon ton) yakındır (Gustavsson et al. 2011;4-5).

Bir başka çalışmada “ABD Kayba Göre Ayarlanmış Gıda Mevcudiyeti (loss-adjusted food availability)” verileri kullanılarak 200’den fazla gıda ile ilgili verileri incelenmiş ve 2008 yılında ABD ekonomisinde tüketici ve perakendeci seviyesinde gerçekleşen gıda kayıplarının miktarı ve piyasa değeri tahmin edilmiştir. Buna göre 2008 yılında ABD’de 165,6 milyar dolarlık gıda ürünü perakende satış ve tüketim seviyesinde kayba uğramıştır. Söz konusu gıda ürün grupları başlıca; et ve balık (%41), sebzeler (%17) ve süt ürünleridir (%14). Tüketici başına yıllık 390 dolar değerinde 124 kg gıda israf olmaktadır. Bu miktar tüketici başına ortalama gıda

harcamalarının %10'una ve harcanabilir gelirin %1'ine tekabül etmektedir. Bu da günlük kişi başı 1,07 dolar değerinde 0,3 kg besinin yok olduğu anlamına gelmektedir (Buzby and Hyman, 2012;561).

Bazı çalışmalarda ise israfın miktarı ve parasal değerinin yanı sıra çevresel etkileri de göz önüne alınmaktadır. Venkat (2012), ABD'deki gıda israfının iklim değişiklikleri üzerindeki etkilerini araştırmıştır. "ABD Kayba Göre Ayarlanmış Gıda Mevcudiyeti" verileri kullanılarak, 134 gıda ürününün salgıladığı sera gazı emisyonu yaşam döngüsü analizi ile tahmin edilmiş ve buradan israfın iktisadi maliyeti gıdaların perakende fiyatı kullanılarak hesaplanmıştır. Analiz sonuçlarına göre; ABD'de yıllık önlenebilir gıda israfı 55 milyon metrik tonu aşmaktadır, bu da yıllık üretimin yaklaşık %29'udur. Bu israf; ulusal emisyonun %2'sine denk gelen yıllık en az 113 milyon metrik ton CO₂e üretmektedir ve 198 milyar ABD doları değerindedir (Venkat, 2012; 431).

2021 yılında UNEP (United Nations Environment Program– Birleşmiş Milletler Çevre Programı) tarafından yayınlanan israf raporuna göre; 2019 yılında dünyada 931 milyon ton gıdanın hane halkı tüketimi, ev dışı tüketim (food service – lokanta vb.) ve perakende satış safhalarında israf olduğu ifade edilmektedir. Bu israfın %61'i hane halkı tüketiminde, %26'sı ev dışı tüketimde ve %13'ü perakende satış sürecinde gerçekleşmiştir. Üretilen gıdanın yaklaşık %17'si israf olmaktadır. Ülkelerde gerçekleşen hane halkı gıda israfı ülkelerin bulunduğu gelir gruplarıyla yakından ilişkilidir (United Nations Environment Programme, 2021;8).

Türkiye'de 2018 yılında Ticaret Bakanlığı tarafından Türkiye İsfraf Raporu yayınlanmıştır. Raporda bireylerin tüketim alışkanlıkları, israf davranışları ve israf algısına yönelik ülke genelinde yapılan anketin sonuçlarına yer verilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, tüketici bilinç düzeyi arttıkça israfla "tasarruf yapmamak", "çöpe atmak/ziyan etmek", "ihtiyaç olmadığı halde satın almak/ihtiyaç dışı satın almak" şeklinde tanımlama oranı artmaktadır. Katılımcıların %5'i bazen, %5,4'ü her zaman pişen yemeklerin arta kalanlarını çöpe atmaktadır. Katılımcıların %23,3'ü bazen, %2,5'i ise çoğunlukla tabağa alınan yemekleri bitiremeyip çöpe atıldığını ifade etmiştir. Diğer taraftan gelir arttıkça çöpe atılan gıdanın miktarında düzenli bir artış olmamakla birlikte, daha yüksek gelir gruplarında gıdanın tüketilmeden çöpe atılma eğiliminin fazla olduğu sunucuna ulaşılmıştır. Ekmek tüketimi ile ilgili olarak katılımcıların %47,5'i satın aldıkları ekmeğin tamamını tükettiklerini, %40,8'i ekmeğin tümünü tüketmediklerini ancak kalan kısmı başka bir şekilde değerlendirdiklerini, %11,7'si ise kalan ekmeği çöpe atma eğiliminde olduklarını belirtmişlerdir. Haftalık çöpe atılan ekmeğin miktarı yaklaşık 2 ekmeğin (yaklaşık 500 gram) olarak hesaplanmıştır (Ticaret Bakanlığı, 2018).

İSRAFIN MİKROEKONOMİK BOYUTLARI

İktisat biliminde faiz, istihdam, milli gelir gibi makroekonomik değişkenlerin mikro temellerini açıklamakta bazen güçlükler yaşanmaktadır. Günümüz ekonomi teorisi makroekonomi ve mikroekonomi ayrımını kullanmaya devam etmektedir. Çağdaş ekonomi anlayışında hem teori hem politika hem de uygulama anlamında olsun iktisat biliminin bu iki alt ayrımının uyumu beklenmektedir. Makroekonomik düzeyde gerçekleşen, genellikle toplam veya kişi başı olarak ifade edilen israf ve atık olgusu, mikro birimlerin (bireyler, firmalar) üretim-tüketim sürecinde iradi ya da gayri iradi davranışları sonucunda gerçekleşmektedir. Bu açıdan israf kavramı ve olgusu iktisat bilimi içinde mikro temelli makro politikalar ve teoriler üretmeye uygundur. Çalışmanın bu aşamasında arz, talep ve tüketim süreçlerinde gerçekleşen israf ele alınacaktır.

Literatür incelendiğinde israf ve atığın ekonomik süreçlerin değişik aşamalarında ortaya çıkışına göre bir sınıflandırma yapılmıştır. Bu sınıflandırma Tablo 1'de sunulmuştur. Bu sınıflandırmada farklı üretim ve tüketim sürecine sahip ürünler farklı kategorilerde ele alınmıştır. Örneğin tarımsal üretimle elde edilen gıdalarla hayvansal gıdaların üretimi ve sonrasında bu gıdaların saklama ve tüketme koşulları farklı olabileceğinden bu tür ürünler tüketim malları kapsamı altında ayrılmıştır. İsfrafın sadece gıda ürünleri ile sınırlı olmadığı, belirli bir süre tekrar kullanılan malların da israf olabileceği ve zamanla atığa dönüşeceği görülmektedir. Bu yüzden tüketim malları haricinde ayrıca kullanım malları olarak ayrı bir kategori açılmıştır. Bu tür malların üretim-tüketim zinciri içinde gıda ürünlerine göre farklı özellikler taşıdığı açıktır. Bu çalışmada kullanım malları ifadesiyle kastedilen mallar, tüketim malları dışında kalan, kullanılmaya hemen kaybolmayan, yeniden kullanılabilen ve faydasını belirli bir süre devam ettiren mallardır.

Tablo 1. Mikroekonomik Düzeyde Gerçekleşen İsraf Türlerinin Sınıflandırılması

	Üretim İsrافی (Arz Yanlı Kayıplar)						Tüketim İsrافی (Talep Yanlı Kayıplar)		
Tarım Malları	Üretim planlaması sürecinden kaynaklanan kayıplar	Ürün yetiştirme ve hasat sürecinde ortaya çıkan kayıplar	Taşıma ve depolama sürecinde yaşanan kayıplar	İşleme, paketleme ve ambalajlama sürecinde kayıplar	Lojistik, dağıtım sürecinde yaşanan kayıplar	Perakende satış ve pazarlama süreci kayıpları	Hane halkı tüketim israfı	Ev dışı tüketim (otel, lokanta vb.) israfı	Toplu tüketim de gerçekleşen israf
Hayvansal Gıdalar	Yetiştirme sürecinde oluşan kayıplar	Yetiştirme süreci sonrası ortaya çıkan kayıplar	Taşıma ve depolama sürecinde yaşanan kayıplar	İşleme, paketleme ve ambalajlama sürecinde kayıplar	Lojistik taşıma, dağıtım sürecinde yaşanan kayıplar	Perakende satış ve pazarlama süreci kayıpları			
Kullanım Malları	Üretim planlama ve tasarım süreci israfı (Üretim hızı ve planlı eskitme gibi etkenler)		Fiziki üretim süreci israfı	Lojistik ve dağıtım süreci israfı	Perakende Satış ve Pazarlama sürecinden kaynaklanan israf		Hane halkı tüketim israfı		
Kamusal İsraf	Kamu politika ve uygulamaları nedeniyle ortaya çıkan israf						Ortak kullanım ve tüketimde kamusal kararlar ve eksik uygulamalar sonucu ortaya çıkan israf		

Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur. Bazı kısımlar için Dölekoğlu (2017)'den faydalanılmıştır.

Üretim İsrافی

Tüketim Malları Üretiminde İsraf (Tarım Malları ve Hayvansal Gıdaların Üretimi)

Rekabetçi piyasalarda arz-talep dengesinin sağlanması miktar ve fiyat uyumuyla gerçekleşir. Fiyatın bir fonksiyonu olarak arz ve talebin değişen koşullarda yeniden dengeye geleceği varsayılır. Tarım ürünleri piyasasının diğer mal piyasalarından farklı olarak kendine has özellikleri vardır. Bu piyasalarda arzın talebe uyum sağlaması zaman alır. Tarım malları üretimi için belirli bir zaman dilimine ihtiyaç vardır. Üretim kararı alındıktan sonra ürünlerin piyasaya sunulması için bir döneme ihtiyaç duyulur. Bu durumda tarım ürünleri arzı fiyat değişimlerine gecikmeli tepki verir. Çünkü malın üretim kararının verilmesi ile satış dönemindeki talep koşullarının ortaya çıkması farklı zamanlarda gerçekleşmektedir. Sonuç olarak tarım ürünleri piyasasının dengesi arz ve talep eğrilerinin eğimlerine bağlı olarak “dengeye yönelen”, “dengeden uzaklaşan” ve “sürekli dalgalanan” biçimlerde ortaya çıkabilir. Mikroekonomi teorisinde bu durum Örümcek Ağı (Cobweb) Teoremi ile açıklanır (Hatırlı, 2017;102-104). Tarım malları piyasasının dalgalandığı ve fiyatların oldukça düştüğü böyle dönemlerde özellikle saklama ömrünün kısa olduğu ürünler israfa uğrayabilmektedir.

Gıda üretiminde ayrıca yetiştirme, hasat süreci, taşıma, depolama, işleme ve paketleme, dağıtım ve toptan-perakende satış süreçlerinde kayıplar yaşanabilmektedir. Yetiştirme sürecinde; toplama ve harmanlamada bazı ürünlerin zarar görmesi, kalite standardına uymadığı için ayıklanan tahıllar, yetersiz teknoloji nedeniyle tarlada-bahçede toplanamayan ürünler ve balık avlaması sırasında zarar gören ürünler israfa neden olmaktadır. Taşıma-yükleme ve depolama sürecinde; ürünlerde hastalık ortaya çıkması, zararlıların ürünü yemesi, taşıma sırasında ölen ya da kesime uygun olmayan hayvanlar, av sonrası zarar gören balıklar üretim kaybının nedenlerindedir. İşleme ve paketleme sürecinde; işleme ve pastörizasyon sürecinde bozulan süt ürünleri, işlemeye uygun olmayan tahıllar, hayvanların kesimde ve etlerin endüstriyel işlemlerde fire vermesi, konserveleme ve tütsüleme işlemlerinde balıkların dökülmesi ya da bozulması gıda kayıplarındandır. Ürünlerin satılmadan son tüketim tarihinin geçmesi, pazarda bozulan veya hasar gören ürünler ve kaliteye göre sınıflandırma ise dağıtım ve pazarlama sürecinde gerçekleşen gıda kayıplarıdır (Lipinski et al., 2013;5; Dölekoğlu, 2017;182).

Perakende satış sürecinde gerçekleşen sebze-meyve israfı bir araştırmada somut olarak ölçülmüştür. İsveç'in Stockholm kentinde faaliyet gösteren altı büyük manavda, fiziki ölçümlere ve işletme verilerine dayalı bir yöntemle süreç içinde atık hale gelen ürünlerin miktarları ve oranları hesaplanmıştır. İşletmelere tedarikçi firmaların gönderdiği ürün miktarı ile tüketicilerin satın aldığı ürün miktarı arasındaki kayıp, israf olarak ele

almıştır. Ölçümleri daha anlamlı hale getirmek için israf süreci öncelikle üç temel aşamaya ayrılmıştır: (1) Tedarik israfı: Tedarikçiler tarafından gönderilen ancak mağaza tarafından kalite vb. nedenlerle kabul edilmeyen ürünler, (2) Mağaza içi kaydedilen israf: Personel tarafından kaydedilen, mağaza içinde tazeliğini veya kullanım ömrünü kaybetmiş ürünler, (3) Mağaza içi kaydedilmeyen israf: İşletme kayıtlarına yansımayan, eksik ölçümden kaynaklanan veya paket açma-boşaltma sürecinde gerçekleşen kayıplar. Elde edilen sonuçlara göre; tedarikçi firmaların gönderdiği ve satıcı mağaza tarafından geri çevrilen ürünlerin oluşturduğu israf toplam ürünlerin %3,01'ini oluşturmaktadır. Bu oran tüm akım içinde gerçekleşen en yüksek israf oranını oluşturmaktadır. Mağaza içinde kaydedilen israfın oranı %0,99'dur. Mağaza içinde kaydedilmeyen israfın oranı ise %0,3'tür. Çalışmada israfın kayıt altına alınmasının israf engelleme çalışmalarında ciddi bir öneme sahip olduğu belirtilmektedir. Ayrıca tedarik israfının yüksek oranı dikkate alındığında bu süreçte israf olan ürünlerin geri dönüşümünün büyük fayda sağlayacağı vurgulanmaktadır (Eriksson et al., 2012).

Başka bir çalışmada ise ABD'deki yerel bir bölgede gıda tedarik zincirinde meydana gelen atıklar ölçümlenmiştir. Söz konusu ilçede yıllık yaklaşık 10.205 ton gıda atığı meydana gelmektedir. Bu atıkların %20'si üretim aşamasında, %1'i işleme aşamasında, %19'u dağıtım aşamasında ve %60'ı ise tüketim aşamasında gerçekleşmektedir. Ortaya çıkan bu atıkların %28'i geri dönüşümle gübre üretiminde kullanılmakta, %3'ü tüketim için bağışlanmakta ve geri kalan 7.000 ton ise çöp depolama alanlarında gömülmektedir (Griffin et al., 2009:67).

İmalat Sanayi Üretim Sürecinde Ortaya Çıkan İsrif (Kullanım Malları Üretimi)

Kullanım malları üretiminde gerçekleşen israf, fiziki üretim, dağıtım, satış pazarlama süreçlerinde gerçekleşebilir. Ayrıca firmaların üretimi ve satışları sürekli ve hızlı kılmak adına yoğun reklamları ve planlı eskitme gibi uygulamaları tüketicileri etkileyerek israfa neden olabilir.

Planlı eskitme, ürünlerin üretim planlaması ve tasarım aşamasında ne kadar süre kullanılacağına karar verilerek üretilmesi böylece hedeflenen süre içinde ürünlerin fonksiyonlarını yitirmeye başlamasıdır. Ürün ömürlerinin bilinçli olarak sınırlandırılmasıyla yeniden satın alımların önü açılmaktadır (Çerçi ve Tosun, 2021;3). Planlı eskitme, ürünlerin iktisadi olamayacak kadar kısa ömürlü olarak üretilmesiyle, tüketicileri aynı ürünü yeniden satın almak zorunda bırakan bir üretim yöntemidir (Bulow, 1986;729). Packard, planlı eskitmeye eleştirel bir yaklaşım getirerek planlı eskitmeyi ekonomide atık üreten ve israfa neden olan bir unsur olarak ele almaktadır. Buna göre kısalan ürün ömürleri arz talep döngüsünü hızlandırmakta, tüketimi artırarak atık ve israfı çoğaltmaktadır (Packard, 1960).

Fiziki üretim sürecinde gerçekleşen israf Ohno tarafından tanımlanmış ve sınıflandırılmıştır (Ohno, 1988). Japonlu Taiichi Ohno, ABD otomotiv sektöründe çalışmış ve oradaki üretim sistemlerinin bazı eksikliklerini gözlemlemiştir. Sonrasında Japonya'ya geri dönerek elde ettiği deneyimlerle Toyota firmasında, günümüzde "Yalın Üretim" olarak bilinen Toyota Üretim Sistemi'ni kurmuştur. Bu sistemin piyasada başarı göstermesi ve firmanın pazar payını artırması Ohno'nun kurduğu üretim sistemlerini ilgi çekici hale getirmiştir. Yalın üretimdeki 7 israf türü şu şekildedir (Nayak, 2006;2):

- Bekleme israfı: Bir sonraki iş faaliyetini bekleme
- Gereksiz hareket: Ürün veya servise değer katmayan hareketler
- Gereğinden fazla işlem: Ürüne değer katmayan fazladan çaba ve zaman harcanan işlemler
- Aşırı stok: İşleme sürecini bekleyen ya da müşterinin henüz talep etmediği stoklar
- Gereksiz taşıma: Üretim sürecinde bazı malzemeleri gereksiz yere taşıma
- Fazla üretim israfı: Son müşterinin ihtiyaç duyacağından fazla üretim yapmak
- Kusur (hata) israfı: Yanlış yapılan faaliyetler ve bunların tespiti için harcanan zaman

Tüketim İsrafı

Hane Halkı Tüketim İsrafı

Hane halkı israfı genellikle gıda ile ilgili araştırmalara konu olmaktadır. Gıda israfının büyük bir bölümü tüketim sürecinde gerçekleşmektedir. Daha önce belirtildiği üzere bu israf orta ve yüksek gelirli ülkelerde daha yüksek oranlarda gerçekleşmektedir. Son 10 yılda hane halkı israf araştırmalarının hızla arttığı görülmektedir.

Ev tüketiminde gerçekleşen israfı ölçümlemek için belli başlı bazı metotlar kullanılmaktadır (Amicarelli and Bux, 2020;3). Bunlar; tüketicilerin belirli bir süre boyunca atıkları not ettiği günlükler, doğrudan ölçümler, anketler, karşılıklı mülakatlar, atık bileşimlerinin ölçülmesidir. Bu yöntemlerde gıda atıklarını doğrudan ölçen çalışmalar diğerlerinden ayrılır. Doğrudan ölçüm yapan metotlar, uygulanabilmesi bakımından zor, yüksek maliyetli ve zaman gerektiren yöntemlerdir.

Çalışmaların büyük bir bölümünde, çok sayıda tüketiciye uygulanan ve tüketicilerin gıda israf miktarı veya israf eğilimlerini ölçmeye yönelik olarak anketlerin kullanıldığı ve istatistiki analizlerin yapıldığı görülmektedir (Abdelradi, 2018; Mallinson et al., 2016). Bazı çalışmalar ise daha az sayıdaki tüketici ile mülakata dayalı araştırmalar yapmaktadır (Far-Wharton et al., 2014). Hane halkının gıda israfı ve mürifliğe neden olan tutumlar-davranışlar; demografik değişkenler, alışkanlıklar, satın alma ve tüketim alışkanlıkları, evde yemek hazırlama, gıdaları saklama, gıda bilgisi, kişilik özellikleri, kültürel özellikler ve psikolojik faktörler ile karşılaştırılmaktadır. Bu yolla israf ve mürifliğe neden olan sebepler açıklığa kavuşturulmaya çalışılmaktadır. Kimi çalışmalarda ekme, sebze gibi spesifik ürünlerin israfına yönelik araştırmalar yapılmaktadır (Demirtaş et al., 2018).

Bazı çalışmalarda bireylerin yaşı ile israf miktarı-davranışı arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmektedir (Swami et al., 2011; Marangon et al., 2014; Aschemann-Witzel et al, 2020). Yaş ilerledikçe israf miktarı azalmaktadır, gençler daha yaşlı olanlara göre daha fazla israf etme eğilimindedirler. Bu durum kendi içinde aslında bir bilinmezi getirmektedir. Acaba insanlar yaş ilerledikçe ve yaşam deneyimi kazandıkça daha az mı israf etmektedir yoksa bu nesiller arası farklardan kaynaklanan bir tüketim alışkanlığı mıdır? Buna açık cevap vermek çok zordur. Belki de her iki etki bir arada gerçekleşiyor da olabilir.

Hanede yaşayan sayısı arttıkça israf miktarı da artmaktadır. Ancak ortalama (kişi başı) israf düşmektedir. Başka bir deyişle bir arada yaşayan insanların israfları azalmaktadır (Stancu et al., 2016) ve çocuklu aileler çocuğu olmayanlara göre daha fazla gıda israfı üretmeye meyilli olarak görülmektedir (Parizeau et al., 2015). Alışveriş davranışlarına bakıldığında, örneğin gıda alışverişi yapılan yerler ile israf arasında ilişkiler bulunabilmektedir. Hipermarket ve süpermarketlerden alışveriş yapanlar diğerlerine oranla daha fazla israfta bulunmaktadır (Marangon et al., 2014).

Hane halkının israfı ayrıca yemek hazırlama becerileri, gıdaları saklama bilgileri, alışveriş listesi yapma, promosyonlu ürünlere karşı tutumlar, gıdalar üzerindeki etiketleri okuma ve anlama davranışları ile de ilişkilendirilmektedir. Bununla birlikte gıdalarla ilgili atık azaltma, yeniden kullanım ve geri dönüşüm gibi bilgiler de araştırmalara konu edilmektedir.

Bireysel israfla ilgili psikolojik faktörler ve davranış kalıpları da etkili olabilmektedir. Bu konuda literatürde en çok kullanılan kuram Planlı Davranış Teorisi'dir. Planlı Davranış Teorisi bireylerin davranış temellerini açıklayan psikoloji temelli bir teoridir. Teoride davranışın temelinde niyet yatar, niyeti ise tutum, normlar ve algılanan davranış kontrolü belirler (Bretter, 2022;2). Araştırmalarda niyet-davranış ilişkisi içinde israf davranışının psikolojik nedenleri açıklanmaya çalışılmaktadır.

Ev Dışı Tüketim İsrafı

Tüketim sürecinde ortaya çıkan bir başka israf türü ise ev dışında gerçekleşen tüketim israfıdır. Bu tür israf, lokanta, otel gibi ev dışı tüketim ortamlarında gerçekleşmektedir. Bireyler hane içi tüketime benzer olarak ama belki farklı sebeplerle israfı neden olabilmektedirler. Bu israfın sebebi kimi zaman işletmelerin uygulamalarından da kaynaklanabilir. Bu noktada otel ve restoran gibi işletmelerde arta kalan gıdaların nasıl değerlendirildiği de önem kazanmaktadır.

ABD'de 29 restoran işletmesiyle yapılan bir araştırmada, restoranların %34'ü üretilen gıda atıklarının miktarını ölçmediği görülmüştür. İşletmelerin gıda artıklarını değerlendirme yöntemi olarak en çok kullanılan yol (%72) yenilebilir durumda olanları çalışanlara vermektir. Müşterilere artan yemekleri paket olarak götürmelerini önermek ise (%38) bir başka yöntem olarak belirtilmiştir. Gıda bağışi konusunda en büyük engel,

restoranların büyük bir bölümünün resmi sorumluluklar hakkındaki çekinceleridir. Restoran sahiplerinin büyük bir bölümü (%79) gıda bağıışı için hayır kurumları ile işbirliği yapmamaktadır ve bağıışların sağlayacağı vergi kolaylıkları hakkında bilgi sahibi değildir (Sakaguchi et al., 2018). Finlandiya'daki bir araştırmaya göre ise yemek sektöründe pişirilen gıdaların restoran tipine bağılı olarak %7 ile %28'i arası israf olmaktadır (Katajajuuri et al., 2014).

Restoranlara benzer biçimde otellerde de, özellikle her şey dâhil sistemiyle açık büfe yemeklerin sunulduğu işletmelerde gıda israfı ile karşılaşılabilir.

Toplam 52 otelden 2,5 ay boyunca gıda israfı ile ilgili düzenli verilerin alındığı ve bazı otellerde son 1,5 ay boyunca sosyal bir deneyin gerçekleştirildiği bir çalışma yapılmıştır. Otel restoranlarında uygulanan iki "dürtme (davranışsal ekonomide insanların daha akılcı karar vermesine olanak sağlayan düzenlemeler)" uygulamasının yiyecek israfının azaltılmasına yönelik etkisi ölçülmüştür. Deneyde iki uygulama kullanılmıştır:

- Restoranlardaki tabaklar daha küçük tabaklarla değiştirilmiştir,
- Müşterilere bir defada çok yiyecek almaktansa açık büfeleri defalarca tekrar kullanabileceklerine dair yazılı yönlendirmeler yapılmıştır.

Çalışmanın sonuçlarına göre bu iki uygulama, müşteri tatmininde herhangi bir değişme olmadan ilgili otellerde yiyecek israfını yaklaşık %20 azaltmaktadır. Serviste kullanılan tabakların çapını 1 cm küçültmek oteldeki gıda atığını %7,4 (2,5 kg), 3 cm küçültmek ise atığı yaklaşık %22 azaltmaktadır.

Kamusal İsrâf

İsrâfın başka bir türü ise kamusal nedenlerle ortaya çıkmaktadır. Zaten bu konu iktisat biliminin merkezinde yer alan tartışmalardan birisidir. Devletin ekonomiye müdahaleleri, ekonomi sistemi içinde devletlerin rolü ve uyguladığı politikalar hem teorik hem de uygulamalı çalışmaları araştırılmaktadır. Devlet kurumlarında da israf olabilir. Konu kimi zaman ideolojik uzantıları ile de ele alınmaktadır.

Bu çalışmada kamusal israf ile ayrıca kastedilen, toplumsal hayatı düzenleyici ve karar verici organların zaman zaman hatası veya eksiklikleri ile üretim, tüketim, kamusal malların ortak kullanımı süreçlerinde israfı neden olabilmesidir. Bu tür israf kimi zaman mevzuatlardaki eksiklik veya gecikme kimi zaman da yanlış uygulamalarla ortaya çıkabilir. Söz gelimi yollar kamusal mallardır ve halkın ortak kullanımına açıktır. Bir yolu kullanan sürücüler trafik ışıklarında bekledikçe yakıt tüketmektedir. Kuşkusuz trafik kuralları ve trafik ışıkları ortak yaşamı güvence alan gerekli sistemlerdir. Ancak, örneğin trafik ışıklarına yapılan düzenleme ile "Yeşil Dalga Sistemi" uygulanması gereksiz tüketimlerin önüne geçebilir ve israfı önleyebilir. Benzer bir yaklaşımla şehir aydınlatmaları da akıllı sistemler kullanılarak yapılabilir ve elektrik tasarrufu sağlanabilir.

Öte yandan bazı resmi kurallar israf ve atığa neden olabilir veya piyasalarda oluşan potansiyel atık ve israfı engelleyebilir. 2017 yılında Almanya'da gıda atığını azaltmak üzere perakende gıda sektöründe yöneticilik yapan 12 ayrı kişiyle yapılan mülakatlarda, görüşme yapılan tüm perakendeciler fazla gıdanın yeniden dağıtılması ile ilgili olumlu bir şekilde ilgilenmişlerdir. Ancak AB pazarlama standartları, gıdaların yeniden dağıtım yoluyla israfın engellenmesi üzerine engeller barındırmaktadır. Lojistik maliyetleri ve resmi düzenlemeler gıdaların yeniden dağıtımı için en önemli engeller olarak belirlenmiştir (Hemsford et al., 2017).

SONUÇ

Bu çalışmada, israf ile ilgili kavramsal bir analiz yapılmış, israf türleri tasniflenmiş ve bu kavramın bir iktisat terimi olarak kullanılabilmesinin yolları aranmıştır. İsrâf kavramı irdelendiğinde, çok yönlü bir kavram olduğu ve iktisat biliminin temel konuları ile yakından ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. İsrâf ziraat, iktisat, gıda mühendisliği, tarım ekonomisi, şehircilik, ilahiyat gibi birçok alanda araştırma konusudur. Konu farklı disiplinlerin bir arada çalışabilmesine oldukça müsaittir. İsrâf türleri ile ilgili yapılan sınıflandırma bu olanağı açıkça ortaya koymaktadır.

İsrâf, ekonominin temel sorunları olan "Tam Kullanım", "Etkin Kullanım", "İktisadi Büyüme ve Yeniden Üretim" sorunları ile yakında ilişkilidir. Hangi ekonomik sistem ve politikalar uygulanırsa uygulansın israf meselesi bu sorunların çözümünde görmezden gelinemeyecek kadar önemlidir.

Diğer taraftan israf tutumunun kültürel, toplumsal ve davranışsal nedenleri de vardır. Yalnızca ekonomi alanında yapılan çalışmalarda bile israf kavramının değişik boyutları ön plana çıkarılabilmektedir. İsfraf olgusunu iktisadi analize dâhil edebilmek için kavramın bütün boyutları ile ele alınmasına, ortak anlayışa imkân verecek şekilde kavramsallaştırma çalışmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışma ile bu ihtiyaca cevap verilmeye çalışılmıştır. Elde edilen bazı sonuçlar şu şekildedir:

- İktisat tutumlu olma, israf savurganlık, haddi aşmak ise israf iktisadın tersidir!
- İsfraf bir akım değişkendir. Ölçmeye, tahmin etmeye uygun bir değişkendir.
- Bütün ekonomiyi kapsayacak tek bir israf tanımı yapabilmek oldukça zordur. Çünkü israf, ekonomik faaliyetlerin her aşamasında ortaya çıkabilmektedir. Neo-klasik iktisat teorisindeki araçlar ve optimizasyon ilkeleri israfı tanımlamak için oldukça uygun görünebilir. Ancak Neo-klasik yaklaşımın kendi terimleri ile israf kavramı tanımlamak istendiğinde elde edilen sonuç, teorisinin temel aksiyomlarından birisi olan rasyonellik ilkesi ile israfın çelişmesidir.
- Kamusal uygulamalar israfı neden olabilir. Mevzuatlar ve kamusal uygulamalar iyi düzenlenirse israf engellenebilir veya azaltılabilir.
- Tüketim israfının bütün sorumlusu tüketiciler olmayabilir. Bazen planlı eskitme gibi uygulamalar kaynakların uygun kullanılmasını engelleyerek israfı neden olabilir.
- İsfraf, ekonomik etkinliğin sağlanmadığı anlamına gelir. İsfraf bir tür piyasa başarısızlığı olarak düşünülebilir.

Atık ve israfıla ilgili araştırmaların sayısı dünya genelinde artış göstermektedir. Bu çalışmaların Türkiye’de de artması beklenmektedir. Elde edilen bulguların ekonomik modellemeler içinde incelenmesi beklenmektedir. Böylece akademik araştırmalarla elde edilen sonuçların, değişik politika ve projelerle ekonomideki kayıpların azaltılmasına yardımcı olacağı umut edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Abdullah, F. M. (2003), *Lean Manufacturing Tools And Techniques In The Process Industry With A Focus On Steel*, Doctoral Dissertation, University of Pittsburgh
- Amicarelli, V., Bux, C., (2021), Food waste measurement toward a fair, healthy and environmental-friendly food system: A critical review, *British Food Journal*, 123(8), 2907-2935.
- Aschemann-Witzel, J., Giménez, A., Grønhøj, A., Ares, G., (2020), Avoiding household food waste, one step at a time: The role of self-efficacy, convenience orientation, and the good provider identity in distinct situational contexts, *Journal of Consumer Affairs*, 54(2), 581-606.
- Backhouse, R. E., Medema, S. G. (2009), Defining Economics: The Long Road to Acceptance of the Robbins Definition, *Economica*, 76, 805-820.
- Bretter, C., Unsworth, K. L., Russell, S. V., Quested, T. E., Doriza, A., & Kaptan, G., (2022), Don't put all your eggs in one basket: Testing an integrative model of household food waste, *Resources, Conservation and Recycling*, 185, 106442.
- Bulow, J., (1986), An Economic Theory of Planned Obsolescence, *The Quarterly Journal of Economics*, 101(4), 729-749
- Buzby, J. C., Hyman, J. (2012), Total and per capita value of food loss in the United States. *Food policy*, 37(5), 561-570.
- Çerçi, M., Tosun, N. Z., (2021), Planlı Eskitme Kavramı Bağlamında Tüketici Tutumları, *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (37), 1-19.
- Demirtaş, B., A Kaya, E. Dağistan, (2018), Consumers' Bread Consumption Habits and Waste Status: Hatay/Turkey Example, *Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology*, 6(11), 1653-1661

- Dölekoğlu, C. Ö., (2017), Gıda Kayıpları, İsrar ve Toplumsal Çabalar, Tarım Ekonomisi Dergisi , 23 (2) , 179-186 . DOI: 10.24181/tarekoder.364946
- Eriksson, M., Strid, I., Hansson, P. A. (2012), Food losses in six Swedish retail stores: Wastage of fruit and vegetables in relation to quantities delivered. Resources, Conservation and Recycling, 68, 14-20.
- FAO, (2022), World Food and Agriculture – Statistical Yearbook 2022, Rome. <https://doi.org/10.4060/cc2211en>
Erişim: 30.05.2023
- Farr-Wharton, G., Foth, M., Choi, J. H. J., (2014), Identifying factors that promote consumer behaviours causing expired domestic food waste, Journal of Consumer Behaviour, 13(6), 393-402.
- Griffin, M., Sobal, J., Lyson, T. A., (2009), An analysis of a community food waste stream, Agriculture and Human Values, 26, 67-81.
- Gustavsson, J., Cedeberg, C., Sonesson, U., van Otterdijk, R. and Meybeck, A. (2011), Global Food Losses and Waste. Extent, Causes, Prevention, FAO, Rome.
- Hatırlı, S.A., Mikroekonomi, Ankara, Alter Yayıncılık, 2017
- Hermendorf, D., Rombach, M., Bitsch, V., (2017), Food waste reduction practices in German food retail, British Food Journal.
- Kallbekken, S., Sælen, H., (2013), ‘Nudging’ hotel guests to reduce food waste as a win–win environmental measure, Economics Letters, 119(3), 325-327.
- Katajajuuri, J. M., Silvennoinen, K., Hartikainen, H., Heikkilä, L., Reinikainen, A., (2014), Food waste in the Finnish food chain, Journal of cleaner production, 73, 322-329.
- Lipinski, B., Hanson, C., Lomax, J., Kitinoja, L., Waite, R., Searchinger, T. (2013), Reducing Food Loss and Waste, World Resources Institute Working Paper, June.
- Mallinson, L. J., Russell, J. M., Barker, M. E., (2016), Attitudes and behaviour towards convenience food and food waste in the United Kingdom, Appetite, 103, 17-28.
- Marangon, F., Tempesta, T., Troiano, S., Vecchiato, D., (2014), Food waste, consumer attitudes and behaviour. A study in the North-Eastern part of Italy, Italian Review of Agricultural Economics, 69(2-3), 201-209.
- Nayak, B., (2006), Lean manufacturing and value management convergence of divergent tools. SAVE International, 1-18.
- Nyborg, K. (2000), Homo economicus and homo politicus: interpretation and aggregation of environmental values, Journal of Economic Behavior & Organization, 42(3), 305-322.
- Ohno, Taiichi. Toyota Production System: Beyond Large-Scale Production. CRC Press, 1988.
- Packard, Vance, The Waste Makers, New York, David McKay Co, 1960.
- Parizeau, K., Von Massow, M., Martin, R., (2015), Household-level dynamics of food waste production and related beliefs, attitudes, and behaviours in Guelph, Ontario, Waste management, 35, 207-217.
- Priefer, C., Jörissen, J., Bräutigam, K. R., (2013), Technology options for feeding 10 billion people. Options for Cutting Food Waste. Science and Technology Options Assessment, European Parliament, Brussels, Belgium.
- Robbins, Lionel. An Essay on the Nature & Significance of Economic Science, London, Macmillan and Co., Limited St. Martins Street, 1945
- Sakaguchi, L., Pak, N., & Potts, M. D., (2018), Tackling the issue of food waste in restaurants: Options for measurement method, reduction and behavioral change, Journal of Cleaner Production, 180, 430-436.
- Stancu, V., Hugaard, P., Lähteenmäki, L., (2016), Determinants of consumer food waste behaviour: Two routes to food waste, Appetite, 96, 7-17.
- Swami, V., Chamorro-Premuzic, T., Snelgar, R., Furnham, A., (2011), Personality, individual differences, and demographic antecedents of self-reported household waste management behaviours, Journal of Environmental Psychology, 31(1), 21-26.

TİCARET BAKANLIĞI, (2018), Türkiye İsrâf Raporu, Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü, Ankara

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME (2021), Food Waste Index Report 2021, Nairobi.

URL-1: TDK - Güncel Türkçe Sözlük <https://sozluk.gov.tr/> Erişim: 01.06.2023

URL-2: <https://www.etimolojiturkce.com/kelime/israf> Erişim:01.06.2023

URL-3: <http://lugatim.com/s/iktisat> Erişim: 01.06.2023

URL-4: https://www.etymonline.com/word/waste#etymonline_v_24374 Erişim:01.06.2023

URL-5: <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce-t%C3%BCrk%C3%A7e/waste>
Erişim:01.06.2023

Geliş Tarihi: 08/03/2023

Kabul Tarihi: 06/04/2023

MİLLİ MÜCADELE YILLARINDA AKŞEHİR KAZASI'NIN SİHHİ VE İÇTİMAİ DURUMU

Rahmi DOĞANAY***Gül YILMAZ****

ÖZET

Birinci Dünya Savaşı'nın kaybedilmesi ile Osmanlı İmparatorluğu'nun tasfiye süreci tamamlanmıştı. İstanbul yönetimi bu durumu bir yazgı olarak kabul etmişti. Türk Milleti, galip devletlerin kendisine dayattığı şartlara karşı çıkmış, istiklaline ve istikbaline sahip çıkmak, hür ve müstakil yaşamak adına Milli Mücadele hareketine girişmişti. Bu çetin mücadele süreci, aynı zamanda Osmanlı Devleti'nin küllerinden, Türkiye Cumhuriyeti Devleti'ni bina etmek süreciydi de. Askeri açıdan verilen varlık-yokluk mücadelesi yanında, bir taraftan da eğitim, sağlık, bayındırlık gibi işlerle uğraşmış, modern Türkiye'nin kuruluşu konusunda kurumsallaşmak da önemsenmişti. TBMM Hükümeti, bu doğrultuda, ülkenin ve milletin mevcut durumunu tespit ederek, acil ihtiyaçların karşılanması, halkın eğitim, sağlık, refah seviyesi bakımından yükseltilmesi gibi konuları kapsayan tespitlerde bulunmuş, yol haritaları oluşturmak için yetkililerden mevcut durum hakkında raporlar istemişti.

Bu konuda atılan adımlardan birisi de Sıhhi ve içtimai coğrafya çalışmalarıydı ve Umur-ı Sıhhiye ve Muavenet-i İctimaiye Vekâleti de (Sağlık Bakanlığı), ülke çapında sıhhi ve içtimai durumun tespiti konusunda, Sıhhiye müdürlerini bölgeleri hakkında rapor hazırlamakla görevlendirmiştir. Hazırlanan ve merkezde toplanan bu raporlar peyder pey kitaplar halinde basılmış ve yayınlanmıştı. Konya Vilayeti de bu konuda incelemeler yapmış, tespitlerini rapor halinde merkeze göndermiştir. Bu rapor, 1922 yılında kitap haline getirilerek, 8. Cilt olarak basılmıştır. İncelediğimiz Akşehir Kazası ile ilgili bölüm, kitabın 40-59 sayfaları arasında yer almakta ve kazanın sıhhi ve içtimai durumu hakkında detaylı bilgiler vermektedir. Akşehir'in sağlık ve sosyal durumu, iktisadi, coğrafi yapısı ve folkloru gibi konularda kayda değer bilgiler ve tespitler içermektedir.

Bu çalışmada, genel olarak yeteri kadar işlenmemiş ve değerlendirilmemiş olan bu bilgiler gündeme taşınarak, Akşehir'in yakın geçmişteki sosyal, ekonomik, sıhhi ve kültürel yapısına ışık tutulmaya çalışılacaktır. Çalışmanın aynı zamanda, Akşehir örneği üzerinden, 20. Yüzyıl başlarında Anadolu'nun sosyal, kültürel, iktisadi seviyesi hakkında bir kanaat oluşturacağımızı da ümit ediyoruz.

Anahtar Kelimeler: Akşehir, Sıhhat ve İctimaiyat, 20. Yüzyıl.

THE SANITARY AND SOCIAL SİTATUS OF AKŞEHİR DURING THE NATİNAL STRUGGLE

ABSTRACT

With the loss of the First World War, the liquidation process of the Ottoman Empire had been completed. The Istanbul administration had accepted this situation as a fate. The Turkish Nation opposed the conditions imposed on it by the victorious states, embarked on a National Struggle movement in order to protect its independence and future, to live freely and independently. This arduous struggle process was also the process of building the State of the Republic of Turkey from the ashes of the Ottoman Empire. In addition to the struggle for existence and absence from a military point of view, on the one hand, works such as education, health, public works were engaged in, and institutionalization was also important for the establishment of modern Turkey. in this direction, the Parliamentary Government determined the current situation of the country and the nation, made determinations covering issues such as meeting urgent needs, raising the level of education, health, welfare of the people, and requested reports on the current situation from the authorities in order to create road maps.

One of the steps taken in this regard was the sanitary and social geography studies, and the Umur-ı Sıhhiye ve Muavenet-i İctimaiye Viceroyalty (Ministry of Health) also assigned the Sanitary directors to prepare reports on their regions regarding the determination of the sanitary and social situation throughout the country. These reports, which were prepared and collected at the center, were printed and published in books. Konya Province has also conducted investigations on this

* Prof. Dr., Fırat Üniversitesi, İnsani ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Tarih Bölümü, rdoganay@firat.edu.tr, ORCID: ORCID:0000-0002-2138-0175

** Yüksek Lisans Öğrencisi, Fırat üniversitesi, Türkiye Cumhuriyeti Tarihi Anabilim Dalı, gylgyl2312@gmail.com

issue and sent its findings to the center in the form of a report. This report was made into a book in 1922, 8. Printed in Vol. The section about the Akşehir Accident that we examined is located between pages 40-59 of the book and provides detailed information about the sanitary and Decontamination condition of the accident. It contains significant information and determinations on issues such as the health and social situation, economic, geographical structure and folklore of Akşehir.

In this study, this information, which has not been processed and evaluated enough in general, will be brought to the agenda and it will be tried to shed light on the social, economic, sanitary and cultural structure of Akşehir in the recent past. At the same time, the study was conducted on the Akşehir sample, 20. We also hope that it will form an opinion about the social, cultural and economic level of Anatolia at the beginning of the century.

KeyWords: Akşehir, Health and Social Welfare, 20. Century.

GİRİŞ

Osmanlı İmparatorluğu, 1800'lü yıllarda dağılma sürecine girmiş, çağdaşlaşma çabalarına rağmen 1900'lü yılların başında, Birinci Dünya Savaşı yenilmesi ile birlikte de tasfiye edilmişti. Bu durum, sadece bir tasfiye değil aynı zamanda İmparatorluk mirasının paylaşılması sürecinin tamamlanması anlamını da taşıyordu ve Türk milletinin vatan ve istiklal mücadelesi vermesini kaçınılmaz kılmıştı. Mevcut İstanbul yönetiminin dayatılan şartlara karşı direnememesi üzerine, millet vatanını, istiklalini ve istikbalini kurtarmak için mücadeleye girişmişti. İşgalcilere karşı verdiği bu mücadeleden yüz akıyla çıkmıştı da.

Türkiye Milli Mücadele'den zaferle çıkmakla birlikte, ülkesi ve milletiyle müreffeh bir seviyeye gelmesi, iktisadi, siyasi, sosyal ve kültürel açılardan güçlenmesi ve bunu sürekli kılabilmesi için yapılacak çok işi vardı. Bu paralelde, Osmanlı Devleti'nin tasfiyesi sonrasında çağdaş, modern, her yönüyle tam bağımsız, "muasır medeniyet seviyesini yakalamış", çağdaşlarıyla güçlü bir şekilde rekabet edebilen bir Türkiye hedefini gerçekleştirebilmek için Cumhuriyet'in ilk çeyreğinde yoğun inkılaplar da yapılmıştır.

Aslında, Milli Mücadele'ye girişen irade, daha Mücadele yıllarında ülkenin imarı, toplumun daha iyi şartlarda yaşaması için girişimlerini başlatmıştı. Varlık-yokluk savaşının verildiği bu yıllarda, sadece işgallerin önlenmesi ve işgalcilerin temizlenmesiyle değil, Türk yurdunun bayındır, Türk milletinin modern ve medeni dünya şartlarına sahip, müreffeh bir toplum olması yönünde de adımlar atılmıştı. Atılacak adımlar için mevcut durumun tespit edilmesi, ihtiyaçların ve önceliklerin belirlenmesi konusunda çalışmalar yapılmıştı. Bu çetin askeri mücadeleye paralel olarak eğitim, sağlık, bayındırlık gibi işlerle de uğraşmış, modern Türkiye'nin kuruluşu yolunda kurumsallaşma önemsenmişti.

Ankara'daki TBMM Hükümeti'nin ihtiyaçların belirlenmesi ve yapılması gerekenler konusunda yol haritası oluşturmak için girişimlerde bulunduğu alanlardan birisi de, Sıhhi ve içtimai coğrafya çalışmaları olmuştu. Muavenet-i İctimaiye Müdürü Dr. Muhittin Celal (Duru) Bey'in teklifi üzerine, Umur-ı Sıhhiye ve Muavenet-i Bahriye Vekili Refik Saydam, memleketin bütün sıhhiye müdürlerinden, görevli ve sorumlu buldukları bölgenin sıhhi, içtimai durumunu araştırıp, rapor halinde sunmalarını istemişti (Öztürk, 1968: 19). Bu yaklaşım ve çalışmaları, Rıza Nur da bakanlık görevi sırasında devam ettirmişti (Öztürk, 1968: 25) Hazırlanan ve merkezde toplanan bu raporlar, daha Milli Mücadele yıllarında, dizi kitaplar halinde basılmış ve yayınlanmıştı (Cöhçe, 2006: 490).

Ankara, Sivas, Tokat, Erzincan, Konya, Sinop, Kastamonu, Zonguldak, Gümüşhane, Lâdik, Çankırı, Kayseri, Kırşehir, Niğde, Çatalca, Gelibolu, Kırklareli, Denizli, Muğla, Isparta, Osmaniye, Antep, Urfa, Balıkesir, Maraş, Çorum, Bursa ve Beyazıt vilayetlerine ait raporlar, Öğüt Gazetesi Matbaası, Hilal Matbaası, Kâğıtçılık ve Matbaacılık A.Ş. tarafından basılmışlardır. Bunların tespiti, Çanakkale OMÜ Fen-Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü'nden Burhan Sayı tarafından yapılmıştır.

Büyük bir kısmı işgal altında olan vatan topraklarında, milli bir seferberliğin yaşandığı şartlarda, Muhittin Celal Bey'in planı ve çabaları doğrultusunda titizlikle hazırlanan bu raporlar, ilgili bölgelerin sıhhi ve içtimai durumunu tespit etmekten başka, aynı zamanda bölgenin tarihi, coğrafyası, kültürel ve iktisadi yapısı hakkında da önemli bilgileri kapsamaktadır. Bu özellikleriyle çalışmalar, adeta beşeri coğrafya çalışmaları olarak da değerlendirilmektedir (Cöhçe, 2006: 490). Bu özelliklerine rağmen az sayıda basılmış, ilgili birimlere dağıtılmış olan çalışmalar, yeterince değerlendirilememiş kaynak eserlerdendir (Gümüştü, 1999: 940). O zor günlerde hazırlanan bu raporların, gereğinin yapıp yapılmadığı, amacına hizmet konusunda ne kadar dikkate alındığı tartışmaya açık olmakla birlikte, ilk bakışta uygulamada dikkat çekici bir titizliğin

gösterilmediği/gösterilemediği izlenimi ağır basmaktadır. Bu dökümanın yeniden gündeme getirilmesi hususunda mütevazı bir katkı sağlanırsa, çalışma amacına ulaşmış olacaktır.

Çalışmamızda, 1922 yılında basılmış olan Konya Vilayeti ile ilgili olan 8. Cilt'teki(TSİC, 1922)¹ bilgiler ışığında, Akşehir'in Cumhuriyete geçiş günlerindeki sıhhi, içtimai, sosyo-kültürel ve coğrafi durumu ile ilgili tespitler değerlendirilmiştir. Kitabın Akşehir Kazası ile ilgili bölümü, 40-59 sayfalar arasındadır. İlgili bölümde, Akşehir'in sıhhi ve içtimai durumu, iktisadi ve coğrafi yapısı, folkloru gibi hususlarda önemli bilgiler ve tespitler bulunmaktadır.

AKŞEHİR KAZASI'NIN TARİHİ

Kaza'nın tarihçesinde, tarih boyunca taşıdığı isimler, "Atukya, Ayntukya, Şerare, Antipos, Pise" olarak verilmekte, IV. Yüzyılda Konya, Antalya, Isparta, Akşehir sancaklarına hükmeden Pesidi hükümetinin idaresinde, Antipos namıyla anıldığı kaydedilmektedir. Sonra "Episya" adını almıştır. Tarihi Episya'ya atıf yapılmak üzere, dönem itibarıyla Akşehir'in 15 km kadar güneyinde "pise"(TSİC, 1922: 55) adında bir köy bulunduğu işaret edilmiştir. Şehrin Türk hâkimiyetine geçmesi ve Türk idaresinde bulunduğu dönem ile ilgili bilgiler raporun son kısmında verilmiştir.

Akşehir'in, Melikşah zamanında, Konya taraflarına gönderilen Kutalmış Oğlu Süleyman Bey tarafından, Konya civarı ve Eskişehir ile birlikte Romalılardan alındığı ve Selçuklu idaresine girdiği kaydı, tarihi bilgilerle de örtüşmektedir. Selçuklular döneminde ise şehrin adı "Şehr-i Beyza"(TSİC, 1922: 55) olarak anılmıştır. Osmanlı Devleti'nin kurulmasıyla Osmanlı idaresi altına girmiştir(TSİC, 1922: 47). Osmanlı idaresi altındayken, 1402 yılında Timur'a yenilen Yıldırım Beyazıt ve oğlu Musa Çelebi, Timur tarafından Akşehir'e getirilmiş ve burada bir süre ikamet ettikleri, Yıldırım Beyazıt'ın 1405 yılında vefat etmesi üzerine Seyyit Mahmut Hayrani Hazretleri türbesine defn edildiği ve sonra Musa Çelebi tarafından Bursa'ya taşındığı verilen bilgiler arasındadır. Yine IV. Murad'ın, Bağdat Seferi sırasında Akşehir'de Tekke Mahallesiindeki Mevlevi Dergahı'nda konakladığı(TSİC, 1922: 58) bilgisi de verilmektedir.

Şehir halkının İslamlaşması, Hicret'ten 24 yıl sonra (M.644), ilk İstanbul seferine katılan, Hazreti Peygamber'in sancaktarlarından olan Gazi Abdulvahap Sultan'a atfedilmektedir. Gazi Abdulvahap'ın şehri feth etmesiyle İslam buralara girmiş, Abdulvahap'ın burada ölmesi üzerine Baranlar kabristanına defn edilmiştir². Hz. Ömer zamanındaki Kıbrıs seferi ile Hişam zamanında, 747 yılında, Seyyit Battal Gazi'nin buralardaki fütuhati(TSİC, 1922: 57), İslam'ın bölgede yayılmasını ve hâkimiyetini güçlendirmiştir. İslam'ın yayılmasına katkı sağlayan Ahiliğin burada da yaygın olduğu ancak Karaman Beyliği tarafından Osmanlı aleyhine kıskırtıldıkları için I. Murad tarafından bertaraf edildikleri de not edilmiştir.

Konya Valisi Seyyid Paşa zamanında "Pise"de hafriyat yapıldığı, bu sırada birçok para ve eski eserin çıktığı, bunların birçoğunun köylüler tarafından Rumlara satıldığı, kağıt duvarlı odalar ve hücreler ortaya çıkması üzerine hafriyatın yasaklandığı rivayet olarak aktarılmaktadır. Dörtkavak adlı mesire yerinde bulunan bir heykel ise İstanbul müzesine gönderilmiştir. Akşehir'in geçmişte, Karahöyük, Maruf, Kozağaç, Bermendi, Etekli gibi köyleriyle birlikte 70-80 bin nüfuslu büyük bir şehir olduğunun mezar taşlarındaki kitabelerden anlaşıldığı(TSİC, 1922: 55) notu da düşülmüştür.

COĞRAFİ, BEŞERİ VE İDARİ YAPISI

İdari olarak Konya Vilayeti'ne bağlı olan Akşehir Kazası'nın Yunak, Hatırlı, Doğanhisar olmak üzere 3 nahiyesi vardır. 48'i merkeze, 15'i Doğanhisar'a, 22'si Yunak'a ve 18'i Hatırlı'ya bağlı olmak üzere, toplamda 103 köyü vardır (TSİC, 1922: 43-45). Kaza'nın gölleri, nüfusu ve ziraat alanları ile ilgili bölümlerinin içinde, Cihanbeyli Nahiyesi ibaresi geçmekte³ ve o zaman itibarıyla Cihanbeyli'nin Akşehir'e bağlı olduğunu

¹ *Türkiye'nin Sıhhi ve İçtimai Coğrafyası. (Konya Vilayeti)*, Ögüt Matbaası, Ankara 1922.

² Kabristanında yetişen bir kırmızı menekşeler olduğu ve "Abdulvahap Çiçeği" olarak anıldığı da notlar arasındadır.

³ Raporun, "Göller" başlığı altında "Cihanbeyli Nahiyesi dâhilinde Ak Göl namıyla bilinen bir göl varsa da..." ibaresi, "Ziraat ve Nebatat" başlığı altında da "...özellikle Cihanbeyli, Yunak, Hatırlı, Doğanhisar nahiyeleri ziraate pek elverişlidir." ifadesi bulunmaktadır. "Nüfus" başlığı altında da Cihanbeyli halkı hakkında bilgi verilmiştir. *Türkiye'nin Sıhhi ve İçtimai Coğrafyası. (Konya Vilayeti)*, Ögüt Matbaası, Ankara 1922, s. 41,42, 46. İslam Ansiklopedisi'nin "Akşehir" maddesinde de Cuinet'e atıf yapılarak, "XIX. yüzyılın ortalarından

düşündürmektedir. Kaza'nın idari bölümleri içinde ise Cihanbeyli'ye ait bilgi ve herhangi bir kayıt bulunmamaktadır.

Kaza'nın dönem itibariyle 64.495 olan nüfusunun hemen tümüyle Türk ve Müslüman olduğu görülmektedir. Saray köyünde Karakeçili Aşireti'nden yerleşenlerin olduğu, yazın yaylaklara çıktıkları (TSİC, 1922: 45), Cihanbeyli mıntukasında da Hicaz bölgesinden gelen Kürt aşiretlerinin yerleşik bulunduğu ancak ilkel bir hayat yaşamakta oldukları tespitine yer verilmiş, yaygın olarak Kürtçe konuşmakla birlikte Türkçe'ye de vakıf oldukları kaydedilmiştir. Diğer Kaza halkının ise Türkçe konuştuğu belirtilmiştir(TSİC, 1922: 46).

Akşehir kazasının coğrafi yerleşimi, 28-42 derecesinde, kuzeyden Eskişehir'in Sivrihisar kazası, güneyden Ilgın, Karaağaç, Beyşehir kazaları, doğudan Ilgın ve Haymana, batıdan da Isparta'nın Yalvaç, Bolvadin ve Afyon'un Aziziye (Emirdağ) kazalarıyla çevrili olduğu şeklinde not edilmiştir. Konya'nın kuzeybatısına düşen Akşehir, Konya'ya 24 saat(yaya), adıyla anılan göle de bir saat kadar mesafede, Sultandağı eteklerinde, Köyceğiz deresi kenarında yerleşmiştir. Demiryolu hattı üzerinde olması itibariyle olsa gerektir ki, Haydarpaşa'ya uzaklığı da (572.6 km) verilmiştir. Yüzölçümü 6000 km², deniz seviyesinden yüksekliği de 1012 metredir (TSİC, 1922: 40) Kaza'nın bugünkü yüzölçümü 1442 km² dir. Bu durumun sonraki yıllarda yapılan idari düzenlemelerden kaynaklandığı açıktır. Deniz seviyesinden yüksekliği hakkındaki güncel bilgi ise 1020 metre olmakla, 100 yıl kadar önce gerçekçi bir ölçüm yapıldığını göstermektedir.

Güneybatıdaki Sultan Dağları, 150 km uzunluğu ile Akşehir'i Yalvaç ve Karaağaç kazalarından ayırır. En yüksek noktası 600 metredir. Kaza genel olarak ovalık olup, Boğsak, Kurşunlu, Bayat gibi mahallerinde yüksek dağlar bulunmaktadır. Akarsu olarak, Sultan Dağları eteklerinden çıkan küçük çaylar vardır. Göl olarak da meşhur Akşehir (M'aruf) Gölü vardır(TSİC, 1922: 41). Dağların, akarsuların, göllerin, kısacası coğrafya ve iklim özellikleri vurgulanmış, bunların toplumun sağlığı, refahı ve iktisadi hayatına etkileri ve katkıları da istatistiki bilgi olarak aktarılmıştır. Göllerin, akarsuların bataklık yapıp yapmadığı (sıtma açısından özellikle önemseniyor), içilebilir olup olmadığı, zirai sulamada kullanılıp kullanılmadığı, iklim ve coğrafya şartlarının günlük hayata olumlu-olumsuz etkileri de detaylandırılmıştır.

Günümüzün tabiriyle “önleyici hekimlik”, “çevre ve halk sağlığı” başlıkları çerçevesinde ele alınan konuların, o günlerde dikkat çekecek ölçüde ilgi gördüğüne şahit oluyoruz. Mesela Akşehir Gölü'nün takriben 500-600 km² yüz ölçüme sahip olduğu, her tarafının yaklaşık 2 metre derinlikte olduğu, mevsimine göre 75 cm kadar çekildiği veya yükseldiği, etrafının bataklık ve kamışlık olduğu, yalnız kuzeyinin açık olduğu, genellikle tatlı olan suyunun bazı bölgelerinde tuzlu olduğu bilgileri detaylıca verilmiştir. Gölde üç çeşit (sazan, turna, ak) balık bulunduğu, dört bölgede balık dalyanları olduğu, seyri sefaine uygun olduğu (TSİC, 1922: 41) da not edilmiştir.

Göl'ün kurutulmasıyla ilgili bir not düşülmüştür ki bu fikir, muhtemelen sıtma ile mücadele önceliğinden kaynaklanmış olmalıdır. Konunun uzmanlarına dayandırılarak ortaya konulan tez; Cihanbeyli Nahiyesi taraflarından açılacak bir kanalla, Göl'ün Sakarya Nehri'ne akıtılarak kurutulabileceğidir.

Kaza dâhilindeki göller bahsinde, Cihanbeyli Nahiyesi'ndeki Akgöl'den de bahsedilmektedir. 20 km eninde ve 1 km boyunda olarak tanımlanan gölden sazlık ve kamışlık olduğundan yararlanılmadığı, 10-15 okkalık sazan balıklarının kamışlık yüzünden yakalanamadığı bilgileri verilmiştir(TSİC, 1922: 41). Böyle bir kaynağın değerlendirilememesi bir yana, göl çevresindeki ahalinin sıtmadan bizar olduğu da kayıtlarda görülmektedir.

Akarsu ve az da olsa oluşturdukları bataklıkların ve Akşehir Gölü'nün şehrin havasını bozduğu, halkı sağlık bakımından olumsuz etkilediği de tespitler arasındadır. Kaza'nın güneydoğusundaki 4-5 dönümlük Kerpiçlik bataklığı da (TSİC, 1922: 41) bu başlıkta zikredilmektedir.

Kaza'nın iklimi mutedil, 4 mevsimin de hükmünü icra ettiği bir durum arz etmektedir. Sıcaklıklar, baharda 20, yazın 30, sonbaharda 15, kışın -20 dereceleri bulmaktadır. Kışın en soğuk günleri, Ocak ve Şubat

itibaren Konya'nın bir kazası haline gelen Akşehir'in Doğanhisar ve Cihanbeyli adıyla iki nahiyesinin bulunduğu” bilgisi verilmektedir. *TDV İslam Ansiklopedisi*, C. II, İstanbul 1989, (298-299) s. 299. Bu durumda, Cihanbeyli'nin dönem itibariyle nahiye olarak Akşehir'in idari yapısı içinde bulunduğu kabul edilmelidir. Raporun “Taksimât-ı Mülkiye” başlığı altında bu konuda herhangi bir kayıt ve bilginin bulunmaması ise bir dikkatsizliğin sonucu olarak değerlendirilmelidir.

aylarıdır. Yazın, Haziran ve Temmuz aylarında en yüksek sıcaklık 30 dereceyi bulmaktadır (TSİC, 1922: 45). Havanın genel olarak nemli olmasında Akşehir Gölü'nün etkisi olsa gerektir.

Genel olarak bahar ve güz mevsimlerinde yağın yağmurların, dağlara çok, ovaya az olmak üzere, m² başına yıllık 20 m³ kadar, Kasım ayında başlayan ve Mart sonuna kadar süren kar yağışının ise 25 cm, bazı senelerde 1 metreye kadar çıktığı ifade edilmiştir. Sürekli esen rüzgârların lodos ve poyraz olduğu, zaman zaman gündeği ve karayel'in estiği, Sultan Dağları boğazlarında da meltem rüzgârının görüldüğü (TSİC, 1922: 45) tespit edilmiştir.

İKTİSADİ YAPI

Akşehir'in gelir, üretim ve geçim kaynakları konusunda, dönem itibariyle de Orta Anadolu'nun genel karakterini gözlemlemenin mümkün olduğu görülmektedir. Halk genel olarak rençberlikle meşgul, basit ve sade bir hayat sürmektedir. Halkın geçim kaynağı genel olarak ziraat ve hayvancılık üzerinedir. Kaza topraklarının büyük kısmı ova olduğundan özellikle Cihanbeyli, Yunak, Hatırlı, Doğanhisar nahiyeleri ziraata elverişlidir. Kaza merkezinde ticaretle uğraşanlar, kunduracılar, fırıncılar, semerciler, kahveciler, hancılar, hamamcılar, arabacılar, bakkallar gibi basit ve ilkel sanat erbabı vardır (TSİC, 1922: 46).

Yetiştirilen zirai ürünler, hububat ve meyve çeşitleridir. Yoğun olarak buğday, arpa, haşhaş, uygun köylerde fasulye, nohut, mercimek, burçak, yulaf, darı, bakla, fındık (börülce), susam, kenevir ve birkaç köyde tütün ekimi görülmektedir. Bu yapının güncelde devam ettiği düşünülmele birlikte tütün ekimi ile ilgili bir icraat yoktur. Armut, vişne, şeftali, dut, kiraz, ayva, kayısı, zerdali, erik, badem, ceviz, fındık, muşmula, kızılçık bölgede bolca yetiştirilen meyveler (TSİC, 1922: 42) olarak kaydedilmektedir. Burada dikkat çeken meyve "fındık" olup, numuneleri bulunmakla birlikte diğerleri gibi yaygın yetiştirilen bir meyve olmadığı kabul edilmelidir. Meyvecilik Kaza merkezi ve Sultan Dağları çevresinde yoğunluk göstermektedir.

Hayvancılık konusunda ticari bir yapı ve yaklaşımdan ziyade, aşiretler dışında her ailenin ihtiyacını karşılamaya yönelik bir anlayışın hâkim olduğu gözlemlenmektedir. Evcil hayvanlar olarak evlerde beslenenlerden öküz, beygir, merkep, manda üretim ve nakliye hizmetlerine yönelik olarak gücünden faydalanmak, inek, manda, keçi, koyun, tavuk, horoz gibi hayvanlar da etinden, sütünden, yumurtasından ve yan ürünlerinden faydalanmak üzere beslenmektedir. Ova kısımları susuz olduğundan, mera olarak sadece baharda kullanılabilmekte, asıl meraların Sultan Dağları olduğu (TSİC, 1922: 42-43) vurgulanmaktadır. Sultan Dağlarında yoğun çöven ve yabancı sümbül, soğan, kekik mahsulatı da yapılmaktadır.

Bir zamanlar sahip olduğu büyük ormanlardan eser kalmamış olan Sultan Dağlarında bol miktarda yaylak olması, hayvancılık bakımından olumlu görülmektedir. Buralarda ve Doğanhisar'ın güney kısmındaki çam, meşe, karaağaç ormanlarında sansar, tilki, tavşan, kurt, domuz, porsuk gibi yaban hayvanları bulunmakta ve avlak olarak ekonomiye mütevazı bir katkıda bulunmaktadırlar. Kaza dâhilinde karatavuk, karga, serçe, güvercin, bülbül gibi kuşlar da bulunmaktadır (TSİC, 1922: 43).

Üç çeşit (sazan, turna, ak) balığa hayat alanı olan Akşehir Gölü'nde az çok kurumsal bir balıkçılık yapıldığı görülmekte, Akgöl (Tuz Gölü) de ise 10-15 okkalık sazınların sazlık ve kamışlıklar yüzünden yakalanmadığı kaydedilmektedir. Her şeye rağmen amatörce de olsa bu kaynağın, yöresine ekonomik bir katkı sağlaması da azımsanmamalıdır. Ayrıca bu gölde bolca bulunan kaz, ördek, kuğu da avlanmak suretiyle ekonomiye katkı oluşturmaktadır (TSİC, 1922: 43).

Akşehir'de maden suyu ve kaplıca bulunmadığı (TSİC, 1922: 445), Sultan dağları eteğinde, Akşehir-Yalvaç hududunda Kaza merkezine 4-5 saat mesafede bulunan linyit madeninin ise henüz işletilemediği (TSİC, 1922: 42) not edilmiştir.

Akşehir'de dönem itibariyle 3 hamam, 5 han, 4 otel ve 1 un(dakik) fabrikası ile 1 de ziraat aletleri fabrikası, Etekli ve Elkaray köylerinde de 1'er un fabrikası bulunduğu anlaşılmaktadır. Şehrin ihtiyacı olan elektrik de dakik fabrikası tarafından üretilmektedir. Kaza'da, Mali İktisat Bankası, Osmanlı ve Ziraat bankalarının şubeleri (TSİC, 1922: 48) de bulunmaktadır.

SOYSAL VE KÜLTÜREL YAPI

Hazırlanan rapora ve verilen bilgilere bakıldığında, Akşehir Kazası, sosyo-kültürel yapısı, eğitim durumu, günlük hayat ve folkloru bakımından da ortalama bir Anadolu kasabası görüntüsü vermektedir. Halkın eğitim durumu oldukça zayıftır. Kaza merkezinde erkekler için 2 ilkokul (ibtidai mektep) ve 1 ortaokul (idadi mektep),

kızlar için de 1 anaokulu ve 2 ilkokul vardır. Köylerde ve nahiyelerde toplam 35 ilkokul ve sadece Doğanhisar nahiyeye merkezinde 1 kız ilkokulu vardır(TSİC, 1922: 48). Dönem itibariyle maarif tarafından açılmış olan yeni mekteplere memur ve yabancı çocuklarının devam ettiğine, Müslüman halkın yeni eğitim sistemine ve yeni okullara karşı ilgisiz olduklarına(TSİC, 1922: 47) işaret edilmektedir. Kaza’da bulunan 28 medreseden sadece 1 tanesinin faal olduğu dikkate alındığında, geleneksel eğitim kurumlarına karşı da gerekli ilginin olmadığı açıkça görülmektedir. Halk, “kişisel çıkarları söz konusu olduğunda zeki ve cesur olup”, toplumsal terbiyeleri güçlü olmakla birlikte, toplumsal bağları zayıftır(TSİC, 1922: 46).

Erkekler başlarına fes giymekle birlikte, Kasaba halkı daha çok abani sarık sarırlar. Köylerde de sarık veya “çenber” tabir ettikleri “adi kadın” yemenisi sarırlar. Kasaba halkı şalvar ve gömlek giyerken, köylüler kısa dizlik giyerler. Cihanbeyli Kürtleri yırtmaçlı entari giyerler(TSİC, 1922: 46).

Akşehir’in gelenek ve göreneklere genel itibariyle Konya halkıyla aynı olmakla birlikte, Cihanbeyli Nahiyesi’ndeki aşiretler arasında “başlık parası” geleneğinin yaygın olduğu anlaşılmaktadır. “Kızlarını evlendirirken, “tepelik” veya “başlık” adıyla oğlan tarafından, ekonomik gücüne göre 100-200 lira almak ve kız kaçırmak gibi adetleri vardır” (TSİC, 1922: 47). Bu ifadelerden, Konya geleneklerinde başlık parası uygulamasının yaygın olmadığı anlaşılmaktadır.

Müslüman kadınlar genellikle şalvar ve fes, Kürt kadınları şalvar ve yırtmaçlı entari giyerler. Zengin kadınlar feslerinin etrafına altın, fakirler ise “penez” denilen altın renkli pul dikerler. Dışarı çıktıklarında peçe benzeri, yünden yapılmış örtüyle yalnız gözleri açık kalacak şekilde örtünürler. Saçlarını 20-30 kadar ince örgü yaparlar ve sırtlarına salarlar(TSİC, 1922: 46). “Sık sık çözüp taramak ve temizlemek zahmetine katlanamadıkları için bu örgüler bit gibi haşerelere yuva olması kaçınılmazdır”. Halkın genel olarak temizlik konusunda umursamaz bir tavır içinde olduğu vurgulanırken; sıradan temizlik şartlarına bile özen gösterilmediği, özellikle “köylerde aylarca vücutlarını yıkamak bir yana yüzlerini bile yıkamadıkları”(TSİC, 1922: 47), kanaatimizce biraz abartılı olarak ifade edilmektedir. Buna rağmen halkın genel olarak bedenlen sağlam olduğu notu dikkat çekmektedir.

Halkın batıl inançlara karşı ilgisi de fazladır. Mavi boncuk takmak, salı günü yola çıkmamak, biçki biçmemek (Konya civarı için yaygınlık gösteren bu batıl, Cuma günü için de geçerli olup, temizlik de yapılmaz), Pazar günü çamaşır yıkamak, 7 çöp alıp 7 çeşmeden alınan suya atıp içmek, türbelere iplik ve bez bağlamak, Nasreddin Hoca türbesinden toprak alıp su ile içmek, ikindiden sonra ekmek, sirke, un, baharat ve tuz gibi şeyleri evden çıkarmamak, sihir, efsun vb. hurafeler yaygındır(TSİC, 1922: 47).

SAĞLIK

Kaza merkezinde ve özellikle de köylerde temizlik konusunda umursamazlık hâkim olduğu vurgulanırken, halkın modern tıpa karşı da ilgisiz olduğundan şikayet edilmektedir. Ahali, genel olarak geleneksel ve çoğu zaman, kurşun dökmek, üzerlik ile tütsülemek, 7 çöp alıp 7 çeşmeden alınan suya atıp içmek, Nasreddin Hoca türbesinden toprak alıp su ile içmek gibi hurafe denilecek tedavi şekillerine daha fazla ilgi göstermektedir. “Difteri”nin kil yağı ile tedavi edilebileceğine inanalar çoktur(TSİC, 1922: 47). Tıbbı az da olsa ilgi gösterenler, biraz tahsil görenlerle seyahat edenlerdir.

Kazada lağım sisteminin olmaması, tuvaletlerin çukur tarzında bulunması, sızma ve pislik yaymaya müsait bir durum arz etmektedir. Çeşmelere su getiren boruların (künk) kırık ve bozuk olması, birçok yerde içme suyunun kuyulardan temin ediliyor olması, tuvaletlerin sızıntılarının içme sularıyla karışmasına, zaman zaman tifüs, tifo, ishal gibi salgınlara ve hastalıklara sebep olmaktadır. Kaza’nın dağlık kesimindeki kaynak suları şehre getirilememekle birlikte(TSİC, 1922: 49), getirilenlerin de hatların bakımsızlığı yüzünden kirlendiği görülmektedir.

Akşehir coğrafyasında da dönem itibariyle Anadolu’da yaygın olarak görülen hastalıkların hüküm sürdüğü dikkat çekmektedir. Halk, sürekli ve yaygın olarak çiçek, kızamık, boğmaca, yazları sıtma hastalıklarından muzdariptir. Fuhsiyattan kaynaklı olmak üzere “bel soğukluğu” gibi zührevi hastalıklara da rastlanmaktadır. Cahil ve yerli ebelerin hataları, temizliğe dikkat edilmemesi gibi sebeplerden doğum ve kadın hastalıkları da yoğundur(TSİC, 1922: 50).

Akşehir gölü, Kerpiçlik bataklığı ve Cihanbeyli’deki Akgöl ve birçok mahalde bulunan başka bataklıkların, sıtma hastalığının dağ köyleri dışında yaygın görülmesine sebep olduğu(TSİC, 1922: 49), bataklıkların kurutulması ve bölgenin sıtma ile mücadele bölgesine dâhil edilmesiyle, bu hastalıkla baş edilebileceği mümkün görülmektedir.

Kaza dâhilinde zührevi hastalıklar teşkilatının olmaması ve gizlice yapılan fuhuşun ve fahişelerin kontrol edilememesi yüzünden frengi ve zührevi hastalıkları yaygınlaştırdığı ve hatta bu yüzden yaralama ve öldürmelerin de olduğu görülmektedir. Ruh hastalıkları da dikkat çekecek ölçüde yaygın olarak görülmektedir. Yaygın olmamakla birlikte verem, difteri, dizanteri, halkın aşya rağbet etmesi sebebiyle çiçek hastalıkları da görülmektedir(TSİC, 1922: 50). Suyollarının kirlenmeyi önleyecek mükemmeliyette olmayışı, köylerde hamam bulunmayışı, Kasaba'da kurulan pazar, karayolları ve özellikle demiryolundan kaynaklı nüfus hareketliliği ve bunun sağladığı temasın, kolera gibi salgın hastalıkların gelmesine ve yayılmasına müsait bir ortam oluşturduğu, böyle bir durumda hastalığın önlenemeyeceği ön görülmektedir.

Bu şartlar altındaki Akşehir'de, dönem itibariyle hastane ve dispanser bulunmadığı görülmektedir. Birinci Dünya Savaşı sırasında, İstasyon Caddesi üzerinde, 50 yataklı bir hastane inşaatına başlanmışsa da inşaat tamamlanamamıştır. Şehirde iki eczahane vardır(TSİC, 1922: 47). Bu şartların ölümleri arttırması muhtemeldir ki, çocuklarda ölüm oranı tahmini olarak %50'nin üstünde olarak verilmektedir. Doğum ve ölümlerin bildirilmemesinden dolayı tahmini olarak verilen doğum-ölüm oranı ise %5'tir(TSİC, 1022: 51). Bu da nüfusun %5 nispetinde arttığı anlamına gelmektedir.

BAYINDIRLIK

Akşehir merkezi bugün olduğu gibi dönem itibariyle de toplu bir yerleşimdir. Binaları kerpiçten yapılmıştır. Nahiye ve köylerde daha gelişigüzel yapılan evler de kerpiçten ve damları kamışla örtülmüştür. Merkezde 3 hamam, 5 han, 4 otel vardır. Üç kâgir cami, 30 kadar mescit, 1 hükümet binası, sağlıksız, rutubetli, kötü durumda jandarma koşulları mevcuttur(TSİC, 1922: 48).

Demiryolu hattı ile İstanbul ve Konya'ya bağlanan şehir dâhilinde, Akşehir-Karabulut şosesi üzerinde iki kâgir, Akşehir-Ilgın caddesi üzerinde bir kâgir, ayakları kâgir, üzerleri ahşap 5, Akşehir-Karaağaç yolu üzerinde de ayakları kâgir, üzeri ahşap bir köprü vardır(TSİC, 1922: 48). Şehirde kanalizasyon şebekesi yok, su şebekesi bakımsız ve sağlıksızdır. Şehrin güney, güneybatı ve kuzeyinde olmak üzere etrafı duvarlarla çevrilmiş 3 mezarlığı bulunmaktadır.

ESKİ ESERLER

Tarihi eser olarak türbeler ve camilerin yoğun bulunduğu Akşehir'de, ziyaretgâhların ve yerleşim kalıntılarının olduğu da görülmektedir. Selçuklu döneminde bir eski yapıdan camiye dönüştürülen Cami-i Kebir (Avlu Camii), İçinde Ömer Efendi kütüphanesi bulunan Selçuklu eseri, çinileri dökülmüş, harap durumdaki Hasan Paşa Camii (İmaret Camii), Kanuni'nin vezirlerinden Abdülkerim Ağa'nın yaptırdığı Yeni Cami (İplikçi Camii) bunlardandır(TSİC, 1922: 56).

Dönem itibariyle kaza merkezinde eski eser bulunmayıp, Sahip Ata namıyla bir medrese vardır. Sahip Ata namıyla ünlenmiş olan, Selçuklu sultanlarından Keyhüsrev'in veziri Ali Bin Hüseyin tarafından inşa (1272) edilmiştir (TSİC, 1922: 56). Medresenin bazı hücreleri sağlam ise de harap bir haldedir.

Turgut köyü, Cihanbeyli'nin Piribeyli ve Çeltik, Küçük Hasan, Ala Hacı, Katırlı köylerinde, zamanında yerleşim yerlerinin ve güçlü binaların bulunduğu işaret eden mermer taşları bulunmaktadır (TSİC, 1922: 56).

Maruf köyünde mermerden inşa edilmiş, üzeri kubbeli İbrahim Veli türbesi mevcuttur. Türbe civarında zamanında zaviye ve hamam olduğu, zaviyenin gelir kaynağı olarak işletilen Akşehir çarşısındaki biri kadın, biri erkek olmak üzere iki hamamın, dönem itibariyle vakıf idaresi tarafından işletilmekte olduğu(TSİC, 1922: 56) görülmektedir. Abdulvahap Gazi Hazretleri Türbesi, Seyyit Mahmut Hicrani Hazretleri Türbesi, Nasreddin Hoca Türbesi merkezde olup, birincisi Hazreti Peygamber'in sancaktarına atfedilmektedir. Hicrani Türbesi, Sultan Yıldırım Bayezit'in, Timur'a esir düştüğünde ikamet ettiği ve geçici olarak defn edildiği türbedir(TSİC, 1922: 51). Nasreddin Hoca Türbesi ise merhumun şanına yakışmayan, verilen bilgilerin tutarsızlığına binaen acemi bir elden çıktığına hükmedilen kitabesi ile tasvir edilmiştir (TSİC, 1922: 52-53). Kitabedeki bilgiler hakkında detaylı açıklamalar, Molla Taceddin üzerinden karşılaştırmalı yorumlar ve düzeltmeler yapılmıştır.

Akşehir'de bulunan bu türbelerden başka, Kızılca Mahalledeki Bahar Sultan, Çatır Patır Sultan (Şeyh Battal, Satır Bahadır), Nasuhi Dede, Hacı Kuşçu Mahallesi'ndeki Abdullahoğlu mescidinde bulunan Gevher Emre, Tekke mezarlığındaki Molla Taceddin, Hızırlık mevkiindeki Hızri, Kileci Mahallesi'ndeki Şeyh Eyüp, Zengeli Sultan (Eskici Sultan), Nasreddin Hoca Türbesi yakınlarındaki Ebu Mahmut Sinan, Sinaneddin Baba, Abdehü'l Mevlevi, Köyceğiz deresinde Nimet Baba, Şeyh Sultan Muhiddin, Meydan Mahallesi'ndeki Seyyit Yunus, Yamaçlı Baba, Ahi Celal Mahallesi'ndeki Ahi Celal ve Ahi Mahmut, Taş medrese civarındaki Kazan

Baba(TSİC, 1922: 54) namlarıyla, dönem itibariyle bolca türbe bulunduğu görülmektedir. Türbelerin bolluğu, halk nezdinde gördüğü kıymet, toplumun eğitime, modern tıbbaya ve medeni hayata bakış açısıyla, batıl inançlara yatkınlığıyla az çok ilgili olsa gerektir.

SONUÇ

20. Asrın başlarında, Osmanlı Devleti'nin yıkıldığı, Türk milletinin kurtuluş ve Türkiye Cumhuriyeti'ni kurma mücadelesi verdiği yıllarda, toplumun sağlık, eğitim, ulaşım gibi ihtiyaçlarının da önemsendiği görülmektedir. Toplumun sıhhi ve içtimai durumunun tespit edilmesi ve ihtiyaçların karşılanması için detaylı raporlar hazırlanmış ve yine savaş yıllarında kitaplar halinde basılmışlardır.

Çalışmamıza konu olan Akşehir Kazası'nın sıhhi ve içtimai durumu ile ilgili kayıtlar incelendiğinde, halkın ekonomi, kültür, eğitim, ulaşım ve sağlık bakımından çok yetersiz şartlarda yaşadığı, modern hayatın gereklerine, zihnen ve bedenen sağlıklı, bilgi ve birikim bakımından donanımlı olabilme konusunda da bir o kadar isteksiz olduğu gözlemlenmektedir.

Zor şartlar ve yetersizlikler olduğu doğrudur. Bu şartlarının iyileştirilmesi konusunda halkın talepkâr ve gayretli olmadığı başka bir doğrudur. Dönem itibariyle, hayatını her bakımdan geleneksel alışkanlıkları doğrultusunda devam ettiren, hatta bu tavrında biraz da inatçı bir yaklaşım sergileyen halk, gelişme ve modernleşmeye yönelik çabalara kayıtsız kalmaktadır.

Türkiye genelinde uygulanan çalışmalar sonucunda oluşturulan raporların ne kadar değerlendirildiği, ne kadarının, hangilerinin gereğinin yapıldığı, problemlerin çözülüp çözülmediği konusunda bugünden bakarak keskin hükümler vermenin çok doğru olmadığı kanaatindeyiz. Diğer taraftan, bu derece önemsenen konularda hala eksikler olduğunu gözlemek, özellikle de sosyo-psikolojik açıdan Türk toplumunun problemlerinin çözümü konusunda çok da gönüllü ve talepkâr olmadığına yönelik yorumlara açık bir görüntü vermektedir. Bu konuda beklentileri karşılayacak, kendi hayatını kolaylaştıracak yetkinlikte olup olmadığını tartışmaya açabilecek yaklaşımlardan çok uzak olduğunu kolaylıkla söyleyemiyoruz.

Osmanlı son dönemlerinde yapılan ıslahatlara ve bunların eseri olan kurumlara gösterilen mesafeli yaklaşım dönem itibariyle de devam etmektedir. Bu durum, toplumun her yönden gelişmesine ve refahının yükseltilmesine olan ihtiyacı aynı zamanda acilleştirmektedir. Bu sebeple, varlık-yokluk savaşı verilen yıllarda bile bu işlere de zaman ayırmak gibi bir zorunluluk doğmuştur. Cumhuriyet yıllarında kestirme yollardan yoğun inkılapların yapılması da bu gerekçeye dayandırılmıştır. Yönetenlerin kendilerine göre robotlar oluşturma isteğiyle ilgili değildir. Bayındır bir ülke ve müreffeh bir toplum yaratılmasının, güçlü devlet olmanın da müreffeh bir millet olmadan başarılamayacağını, hatta "devlet baba" geleneğinin asıl olarak müreffeh bir millet oluşturma felsefesinin anlaşılmasından kaynaklanmıştır. Toplum ne kadar müreffeh ise ülke ve devletin de o derece mamur olacağını bilmesi ile ilgili bir durumdur. 100 yıl önce kaydedilmiş olan bilgilerin, bugünü değerlendirmek ve geleceğe yönelmek adına kıymetli olduğu kanaatindeyiz.

KAYNAKÇA

- Cöhçe S. (2006). "XX. Yüzyılın İlk Çeyreğinde Gelibolu Sancağı'nın Sıhhi, İçtimai Durumu", *Çanakkale I-Savaşı ve Tarihi*, İstanbul BB Kültür ve Turizm Daire Başkanlığı Kültür Müdürlüğü, İstanbul, (489-500).
- Gümüüşçü, O. (1999) "Milli Mücadele Dönemi Türkiye Coğrafyası için Bilinmeyen Bir Kaynak, Türkiye'nin Sıhhi ve İçtimai Coğrafyası", *ATAM Dergisi*, (939-968).
- Öztürk, K. (1968). *Türkiye Cumhuriyeti Hükümetleri ve Programları*. İstanbul.
- TDV İslam Ansiklopedisi*, 1989 C. II, İstanbul, (298-299).
- Umur-ı Sıhhiye ve Muavenet-i İçtimaiye Vekâleti (1922). *Türkiye'nin Sıhhi ve İçtimai Coğrafyası-Konya Vilayeti*, Cilt: 8. Ögüt Matbaası, Ankara.

Geliş Tarihi: 12/04/2023

Kabul Tarihi: 25/04/2023

SATIŞ SONRASI HİZMETLERİN DİJİTAL PLATFORMDA YÖNETİLMESİNDE MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ VE SADAKATI

Feride KOÇ *

Şule DARICAN **

ÖZET

Yoğun rekabet ortamında işletmeler sürdürülebilirliğini korumak ve pazarda yer almaya devam edebilmek için endüstri 4.0'ın getirdiği dijital dönüşüm ile rakiplerinden farklı ürün ve hizmetler sunmaları gereklidir. Farklaşmanın başlıca faktörlerinden biride satış sonrası sunulan hizmetlerdir. Bu yolda müşteri memnuniyetini sağlamak işletmelerin geleceğini koruyabilmek için önemlidir. İşletmeler pazar paylarını koruyabilmek için ürün farklılaşmalarında gelişen teknolojiden faydalanmışlardır. Ürün ve hizmet üretimleri ile bağlı olan satış sonrası hizmetler içinde günümüz gelişmeleri takip edilmiş olup ürün ve hizmet ile entegre edilmiş satış sonrası hizmetler için gelişmiş süreçler tasarlanmaya başlanmıştır. Müşterilerin ürün ve hizmet tercihlerinde ihtiyaç ve beklentileri karşılama önem vermesi müşteri memnuniyet ve sadakatin oluşmasında önemli bir konu haline gelmiştir. Müşteri memnuniyet ve sadakatin oluşmasında satış sonrası hizmetlerdeki gelişmeler temel göstergeler arasında yer almaktadır. Bu çalışmanın temel amacı ürün ve hizmetler de görülen dijital gelişmelerin satış sonrası hizmetlerde uygulanması ve bu uygulamaların müşteri memnuniyeti ve sadakati üzerindeki önemine katkı sağlanmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Satış sonrası hizmetler, Müşteri memnuniyeti ve sadakati, Dijitalleşme,

COSTEMERS SATISFACTION AND LOYALTY IN MANAGING AFTER SALES SERVICES ON THE DIGITAL PLATFORM

ABSTRACT

In an intense competitive environment, businesses need to offer different products and services from their competitors with the digital transformation brought by industry 4.0 in order to maintain their sustainability and continue to take place in the market. One of the main factors of differentiation is the after-sales services. In this way, it is important to ensure customer satisfaction in order to protect the future of businesses. In order to protect the market shares of the enterprises, they have benefited from the developing technology in product differentiation. In addition to product production, current developments in sales were followed. With the effect of the pandemic, sales began to be popular in digital platforms as well as in the retail sector. The emphasis on meeting the needs and expectations of customers in their product and service preferences has become an important issue in the formation of customer satisfaction and loyalty. Developments in after-sales services are among the main indicators in the formation of customer satisfaction and loyalty. The main purpose of this study is to implement the digital developments in products and services in after-sales services and to contribute to the importance of these applications on customer satisfaction and loyalty.

KeyWords: After sales services, Customer satisfaction and loyalty, Digitalization

* Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İşletme Ana Bilim Dalı, feridekoc@stu.aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4166-5151

** Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Anadolu Bil Meslek Yüksek Okulu, Pazarlama Programı, suledarican@aydin.edu.tr, ORCID:0000-0003-0552-0913

GİRİŞ

Toplum 5.0 ve endüstri 4.0 sanayi devrimi ile büyük veriyi sentezleme, yapay zekâ desteği ve pazarda yeni oluşan paylaşım ekonomisinin endüstrilere ve sosyal hayata dâhil edilerek problemleri çözen bir toplum yaratmak istenmektedir. Gelecekte ki toplumun, yeni değerler ile alışılmışın dışında hizmetler geliştiren, iyileştiren, yaşamlarını sürdürülebilir hale getiren gelişmiş bir toplum olması beklenmektedir. Tüm sektörler endüstri 4.0 ile fark yaratan hizmetler sunmasını sağlamalarına yardımcı olacağını bilmektedirler.

Endüstri 4.0 ve toplum 5.0, “dijitalleşme” ve “süper akıllı toplum” birlikte hareket olasılığı taşıyarak günümüzde akıllı ev ürünleri üretimine olanak sağlarken, gelecekte akıllı şehirler kurulmasına katkı ve fayda sağlayacak teknolojik gelişmelere yer verecektir. Gelişen teknoloji ile markalaşma tanımı değişmekte perakende ve toptancı gibi satış kanallarının yanında dijital pazarlama kanalı ile de kendini tanıtmaya ve satış yapma faaliyetlerine başlanmıştır. Dijitalleşmenin etkisi ile ürettiğini sat anlayışından yola çıkarak sattığını üret olarak değişim göstermiştir. Bunların yanı sıra satış sonrası hizmetlerde toplum 5.0 (süper akıllı toplum) etkisi ile müşteri / kullanıcı deneyimi ön plana çıkacak sadece ürettiğini satmak yeterli gelemeyecek ve satılan ürün sonrası müşteri deneyimini en üst değerde tutarak marka değeri, tercih edilebilirlik ve ikame markalara karşı sürdürülebilirliğini korumak da daha çok önem kazanacaktır.

Sunulan hizmetlerin müşteri beklentilerine uygun olması ve karşılaşılan problemler ile ilgili şikâyetleri ortadan kaldırmaya yönelik çalışmalar işletmelerin başarı şansını daha da arttırmaktadır. Müşteriler kullandıkları ürün ya da hizmetlerde karşılaştıkları problemlerin, çözüm süreçlerindeki kaliteden memnun kalmaktadırlar. (Zengin ve Erdal, 2000;47-48). Günümüzde hizmet kalitesi müşteriler için en önemli kriterlerden birisi olarak belirtilmektedir. Başarılı hizmetin en temel göstergesi hizmetin kalitesidir. İşletmelerin uyguladıkları stratejiler geliştirme, iyileştirme ve destekleme misyonuna sahipse verdikleri hizmetlerin etkileri müşteri memnuniyetini kazanma anlamında büyük öneme sahiptir.

SATIŞ SONRASI HİZMETLER, SATIŞ SONRASI HİZMETLERİ OLUŞTURAN ÖGELER VE HİZMET SAĞLAYICILARI

Dünyadaki hızlı teknolojik ve paylaşım ekonomisindeki yeniliklerin gelişimi ülke pazarlarını dünya pazarları haline getirmeye başlamış ve işletmeleri giderek artan bir rekabet ortamına sokmuştur. Buna bağlı olarak müşteri beklenti ve ihtiyaçlarını karşılayarak memnun etme, pazar payını artırma gibi nedenlerle satış sonrası hizmetler, kalite ve fiyat gibi farklılaşma aracı olarak görülmektedir (Murthy vd., 2004:110). Bu yarışta başarılı olmak için mutlaka pazar ve müşteri odaklı yaklaşımı benimsemek gerekmektedir. Müşteri odaklı yaklaşım, müşteri ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanması, iyi müşteri ilişkileri kurulması ile sağlanabilmektedir.

Müşteriler, teknolojinin etkisi ile bilinçlenmekte, beklenti ve istekler de artış görülmektedir. Müşteriler büyüyen pazarda çeşitli ürün yelpazesi karşısında seçimlerinde önceliği kalitesinden emin olduğu ürünlere vermektedirler. Müşterilerin kalite anlayışı günümüzde değişmiş olup, ürün güvenilirliği ile birlikte satış sonrası hizmetlerin güvenilirliği de düşünölmeye başlanmıştır. Müşteri beklentileri üzerine yapılan birçok araştırmalar da satış sonrası hizmetlerin, müşterilerin seçiminde giderek daha fazla önem kazandığı, ürünlerin seçiminde önemli bir faktör olduğu vurgulanmıştır (Ay, 1997:111).

Müşteri hizmetleri; Satış öncesi, satış sırası ve satış sonrası olarak üç öğeye ayrılır. Satış sonrası müşteri hizmetlerin son ayağıdır. Müşteri hizmetleri ögeleri, satış öncesinde; hizmet politikaların belirlenmesi ve yazılı hale getirilerek müşteri bilgilendirmelerinin yapılması ile örgüt yapısı, yönetim ve sistemin uygun hale getirilmesi gerektiği belirtilmiştir. Satış sırasında; ürün stok kontrolü, sipariş toplama ve müşteri bilgilendirmeleri, hızlı teslimat yöntemlerinin belirlenmesi, ürün ikamesi, siparişi doğrulanması ve yüklenmesi adımlarının oluşturulması gerektiği belirtilmiştir. Son olarak satış sonrasında; kurulum, bakım, onarım, yedek parça hizmetlerin verilmesi, onarım sürecinde ihtiyaca göre geçici ürün verilmesi ve ürünlerin izlenmesi, müşteri şikâyet ve taleplerin karşılanması ve yönetilme süreçlerinin oluşturulması gerektiği belirtilmiştir.

Satış Sonrası Hizmetlerin Kavramı ve Tanımı

Satış sonrası hizmetler, satılan ürün ya da hizmete bağlıdır. Kullanıldıkları süre boyunca destek hizmetler verildiği gibi (kurulum, tanıtım vb.), kullanım sonrasında da müşterilere destek vermeyi ifade etmektedir (onarım, talepleri karşılama, sorunları çözme vb.). Satış sonrası hizmet kalitesi marka ya da işletmeyi tercih etme

sebeplerinin başında gelmektedir. Bu nedenle işletmeler sundukları ürün ya da hizmetlerin kalitesi kadar satış sonrası hizmetlerin kalitesi, etkinliği üzerinde iyi bir strateji oluşturmaları ve sonuçlarını yakından takip etmeleri gerekmektedir.

Satış sonrası hizmetler, işletmelerin ürün ya da hizmet satış işlemleri tamamlandıktan sonra, satın alınan ürünler için müşteriye teslim, ürün kurulumu, kullanımın anlatılması, bakım, onarım, yedek parça temin hizmetleri ile ürün ve hizmet kullanımları sırasında müşteriler tarafından doğru ve amacına uygun şekilde kullanılması süreci boyunca ortaya çıkabilecek her türlü problemin tespitine ve çözümüne yönelik yapılan işlemlerdir (Önder, 1993:77). Satış sonrası sunulan hizmetlerin satışın devamlılığını sağlama düşüncesiyle oturtulmuş diğer bir tanımı, “saticının, alıcıyı memnun etme arzusundaki anlayıştır” olarak ifade edilmiştir (Ziller, 1971:18).

Ürünü satış sonrası hizmetler tamamlamaktadır. Bu sebeple işletmeler, pazar paylarını arttırmak için satışlarını artırmalı, bunun içinde satış ve hizmet sunumlarını bütünleştirmeye çalışmalıdırlar. Bir başka deyişle müşteriler ürün satın alırken, fiziksel özellikler ve sağladığı faydaların yanında işletmenin yardım ve önerilerine, marka imajına ve işletme prestijine önem verip satış sonrası sağladıkları; yedek parça temini, bakım ve onarım hizmetleri, ödeme kolaylıkları ve garanti güvencesi gibi hizmetlerin sağlanmasına sahip olmak istemektedirler. Çünkü müşteri satın aldıkları ürünlerden, sadece fiziksel fayda ve doyum sağlamakla kalmaz, psikolojik doyuma da ulaşmayı hedeflenmektedir. Buna bağlı olarak satış sonrası hizmetlerin müşteri odaklı, müşteriye dönük bir kültür oluşturmak için stratejiler oluşturmaya yönelik çabaların olduğu söylenmektedir (Korkmaz, 2001;1).

Müşterilerin satış sonrası hizmet beklentilerindeki artış işletmeler tarafından fark edilmiştir. İşletmeler satış sonrası hizmet yönetimlerini doğru kurgulayıp yönetebilmek için satış programları ile birleştirmişlerdir. Ürün ve hizmetler için işletmeler tarafından verilen satış sonrası destekleri önemli kılan sebepler aşağıdaki gibi belirtilmektedir (Goffin, 1999: 375);

- Pazar yerinde diğer firmalara karşı rekabet üstünlüğü sağlanması,
- Müşterilerin deneyimleri ile ürün ve hizmetler üzerinde iyileştirmede tespit edilen konular yeni ürün ve hizmet geliştirme süreci boyunca değerlendirilmektedir.
- Yeni ürün ve hizmetlerin tanıtılması ve tutulmasında müşteri desteği önemli hale gelmektedir.

Müşteriler satın aldıkları ürünlerin yanı sıra firmanın ürünleri için sağladıkları destek hizmetleri daha fazla önemsemektedirler. Günümüzde iki farklı strateji oluşturmuş firmalardan bahsedilmektedir. Bunlardan ilki ürün kalitesine önem vererek satış sonrası müşteri ihtiyaçlarının olmayacağını düşünüp satış sonrası destek vermeyenler, ikinci olarak ürün kalitesi istenilen gibi olmayıp satış sonrası destek hizmetlerle desteklemeye çalışanlar olarak belirtilmektedir. Müşteriler çoğunlukla satın aldıkları ürünler için kullanım sonrasında da destek almak isteyebilecekleri işletmeleri tercih ederler. Bu nedenle işletmeler rekabette üstünlük sağlamak istiyorlarsa satış sonrası hizmetlerine önem vermeleri gerekmektedir.

Satış Sonrası Hizmetleri Oluşturan Öğeler

Yapılan istatistiksel araştırmalara göre yeni bir müşteri elde etmenin maliyeti, eski müşteriyi elde tutma maliyetinin en az 5 katı daha fazladır. Bu aynı zamanda 5 kat daha fazla enerji ve zamanda demektir. Aynı zamanda işletmeler kaybettiikleri müşterilerinin %68'ini geri kazanamamaktadır (Uyar, 2018: 86). Bazı araştırmalara göre işletmelerin yaklaşık yarısı mevcut müşterileri elde tutmaktansa, yeni müşteriler edinmeye daha fazla odaklanmışlardır. Bu anlamda tüm işletmelerin pazarda yer alabilmeleri için katlandıkları maliyetleri en aza çekmek ve daha fazla ürün satışı yapması gerekmektedir. Yeni müşteri elde etme çalışmaları maliyetleri arttıracığı için tüm işletmelerin müşteri deneyim iyileştirme süreçlerini tasarlamaları ve uygulamaya almaları önemlidir.

Her işletmenin satış sonrası hizmetlerinin gelişimine katkıda bulunan dört önemli unsurundan bahsedilmektedir. Bunlar aşağıdaki gibidir (Herbig ve Palumbo, 1993:340):

- Hizmetin fırsat olarak algıladığı iki unsur vardır. Bunlar, büyüme ve yüksek kârdır.
- Yöneticiler, müşterilerin satış sonrasında ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanmasında maksimum tatmin sağladığını ve desteklendiklerini hissettiklerinde işletmeden daha sık ve daha fazla miktarda satın alım yaptıklarının farkına varmaya başlamıştır. Pazarlama karmasının en önemli unsurlarından biride satış sonrası hizmette sadakatin yaratılmasındadır.

- İşletmeler, günümüzde dijitalleşme ile birlikte teknolojiye yaşanan hızlı değişimlerin, ürünler üzerinde var olan teknolojik yenilikler ve özellik avantajlarının kısa olduğunu fark etmişlerdir. Teknolojide görünen hızlı değişim ürün üzerinde de kısa sürede hızla değişim göstermeye başlamış böylelikle rekabet avantajını zorlaştırmıştır. İşletmeler rekabet üstünlüğü elde edebilmek için ürün geliştirme yanı sıra farklılaşma olarak hizmete odaklanmışlardır.
- Teknolojide görünen hızlı değişim ile müşteri ihtiyaç ve beklentileri artmakta ve müşteriler üst düzeyde hizmet desteği beklemektedir.

Tüm bu bilgiler doğrultusunda işletmelerin tek başına ürün satmaları yeterli olmadığı, ürün ile birlikte satış sonrası hizmet satışının da yapılması önem kazanmıştır. Nasıl ki teknoloji ve özellik bakımından müşteri ihtiyaçlarına cevap verilecek ürünlerin üretilmesi sürecinde stratejiler uygulanıyorsa, satış sonrası hizmet süreçleri içinde doğru bir satış sonrası hizmet sürecinin oluşturulmasında uygun stratejiler geliştirilmelidir. Bu stratejiler satış sonrası hizmetler kapsamının tümünü ele alıp iyi bir deneyim oluşmasını sağlamalıdır. Ürünler için verilen satış sonrası hizmetler kapsamı kurulum, bakım ve onarımdan oluşmaktadır. Günümüzde ise bu kapsam genişletilmiş ve kullanım süresi boyunca desteklenmesi beklenen 5 unsura çıkarılmıştır.

Garanti Hizmeti

Ürün garantisi, ürünün kullanım amacına uygun, anlatıldığı gibi olacağına dair müşteriye, satıcı tarafından verilen güvencedir. Diğer bir ifadeyle işletmelerin bir ürün satıldıktan sonra, T.C Cumhurbaşkanlığı mevzuat bilgi sistemi sitesin de bulunan (www.mevzuat.gov.tr) 28835 sayılı 28/11/2013 tarihli resmi gazete de yayınlanan 6502 tüketicinin korunması hakkında kanun kapsamınca ürünlere 6 aydan az olmamak kaydı ile garanti verilmesi gerektiği belirtilmiştir. Yine aynı yönetmelikte üretici ya da satıcı tarafından verilen garanti güvence süreci içinde üründe, ürün kaynaklı oluşan teknik arızaların üretici ya da satıcı tarafından ücretsiz tamir edileceği ve bakımının sağlanacağına dair müşterilere verilen hizmettir. Bir başka ifadeyle garanti, müşterilerin satın aldıkları ürün ya da hizmetten beklenen performansını elde edebileceklerine dair emin olmalarını sağlamaya yönelik faaliyettir. Bu ifadeler doğrultusunda garantiden doğan sorumluluklar işletme tarafından üstlenilmektedir. (Tek, 1999:11).

Garantiler, ürün kaynaklı ya da üretim, dağıtım, kurma ve başlatma, taşıma aşamalarında üründe görünen hasar ya da arızalara karşı onarım ve değiştirme faaliyetlerini kapsar. Arıza ya da hasarın giderilmesi için verilen hizmetlerin hiçbirinden garanti süresi içinde ücret talep edilmemektedir (Tarcan, 2001:88). T.C Cumhurbaşkanlığı mevzuat bilgi sistemi sitesin de bulunan (www.mevzuat.gov.tr) 29029 sayılı 13.06.2014 tarihinde Resmi gazete yayınlanan satış sonrası hizmetler yönetmeliğinde kapsamlı olarak ele alınmıştır.

Bakım Onarım ve Yedek Parça Hizmeti

Müşteriler satın aldıkları ürünlerden ihtiyaç duydukları faydayı sağlayamadıkları durumunda ürün garanti içi ya da garanti dışı durumlarda bakım ve onarım hizmetlerine ihtiyaçları bulunmaktadır. Bakım, onarım, yedek parça sağlama hizmetleri, işletmenin servis sağlayıcısı olan yetkili servisleri tarafından verilmektedir. Bakım, onarım hizmetleri, ürünlerin kullanım ömrü boyunca müşteri ilişkilerini oluşturmada firmaların faydalandığı satış sonrası hizmet olarak adlandırılmaktadır. Bir yedek parçanın kolay temin edilmesi, ürünün uzun süreli ve verimli kullanımı anlamını taşımaktadır.

Ürünlerin performansını etkileyen birçok etmen tasarım aşamasında düşünülmektedir. Bakım, onarım ve yedek parça temin ile ilgili süreçler de ürün performansını etkileyen süreçlerdir. Ürün tasarım aşamasında optimum bakım sürelerinin çıkarılması da düşünülmelidir. Ürün üretildikten sonra üründe oluşabilecek beklenmedik arızaların önüne geçilmesi için satış sonrası hizmetlerin planlanması ile gerçekleşmektedir. Ürün onarımları sırasında değiştirilmesi gereken yedek parçalara dair müşteri bilgilendirmesi de satış sonrası hizmetlerin konusudur. Bu kavrama "bakım için tasarım" adı verilmekte olup temel ilkeleri aşağıdaki gibidir (Taptık ve Keleş, 1998:41-42):

- Bileşenlere bakım kolaylığı
- Yedek parçaların ortak kullanımının sağlanması
- Arıza tespitinin uzaktan yapılma imkanı sağlaması
- Müşteriler tarafından arızayı tespit etmeye imkân sağlaması

- Arızayı engelleyici bakım hizmetinin sağlanması

Bakım, onarım ve yedek parça temin hizmetlerinin etkili olması için, hizmeti gerçekleştiren servis teknisyeninin teknik konuda bilgili olması ve bakım, onarım hizmeti sırasında kullanılan aletlerin yeterli donanımına sahip olmaları gerekmektedir. Eğitilmiş, yetiştirilmiş ve teknik bilgileri yeterli olan teknisyenlerin bulundurulması, arızanın onarılabilmesi için doğru tespit edilmesi ve tamiri için yetkili teknisyenler tarafından yapılması gerekmektedir. Bakım ve onarımlarda yeni teknoloji ürünlerin kullanılması, arızaların doğru tespit edilmesi ve işçilik hatalarını en aza indirmesi için, faydalı olmaktadır. Endüstri 4.0 çağında, servis işletmelerinin de teknolojiye uygun araç ve gereçleri kullanmaları şart olmuştur.

Yedek parçanın kolay temin edilmesi satın alma kararını etkileyen önemli faktörlerden yalnızca biridir. Müşteriler satın aldıkları ürünlerden sağladıkları faydayı arıza nedeni ile karşılayamadıklarından en kısa sürede ürünlerinin onarılacak eski faydayı sağlamayı beklemektedirler. Arızalı ürünler için en kısa sürede fayda sağlanabilecek şekilde onarım tamamlamak için yedek parça gerekli ise müşteriler için en kısa sürede temin edilmesi oldukça önem arz etmektedir. Buna bağlı olarak işletmelerin etkin hizmet verebilmeleri adına ihtiyaç adetlerine uygun yedek parça envanteri bulundurmalarıdır. İhtiyaç duyulan yedek parça yetkili servis biriminden gelen bilgiler ile belirlenebilmektedir.

Garanti süresi boyunca arızalanan ürünler için işletmeler ücretsiz yedek parça temin etmektedirler. Garanti dışında arızalanan ürünler içinse, ücretli yedek parça temin edilmektedir. T.C Cumhurbaşkanlığı mevzuat bilgi sistemi sitesinde bulunan (www.mevzuat.gov.tr) 29029 sayılı 13.06.2014 tarihinde Resmi gazete yayınlanan satış sonrası hizmetler yönetmeliğinde ücretli temin edilen yedek parçalar içinde 6 aydan az olmamak kaydı ile garanti verilmesi gerekmektedir. Garanti dışında yedek parça temin edilmesi T.C Cumhurbaşkanlığı mevzuat bilgi sistemi sitesinde bulunan (www.mevzuat.gov.tr) 28835 sayılı 28/11/2013 tarihli resmi gazete de yayınlanan 6502 tüketicinin korunması hakkında kanunda zorunlu hale getirilmiştir. Satış sonrası kaliteli hizmete göre, arızalanan yedek parçalar yenisi ile değişmelidir. Kullanılan yedek parça orijinal olmalıdır.

Montaj ve Teknik Eğitim Hizmetleri

Satış personeli tarafından ürün ile ilgili vermiş olduğu ön bilgilerle başlayan hizmet, satış sonrası hizmetlerin ilk adımı olan kurulum ile devam etmektedir. Teknik hizmet verilmesi gereken ürünler işletme tarafından, satış sonrası hizmetler kapsamında yetkilendirilmiş yetkili servis aracılığı ile müşteri evinde ya da müşteri tarafından belirtilen ürünün kullanacağı adreste kurulumu yapılarak kullanıma hazır hale getirilmektedir. Ürün ile ilgili teknik özellikleri, çalıştırılması, kullanılması bakım ve temizliği kurulum esnasında müşteriye aktarılmaktadır. Karmaşık ve komplike özellikleri olan klima, bulaşık makinesi, çamaşır makinesi vb. ürünler kullanılacak alanda kurması ve çalıştırılması gerekmektedir. Kurma aşamasında herhangi bir hata nedeniyle üründe hasar oluşması ya da kullanım sırasında arıza ile karşılaşılabilir. Bu nedenle kurma ve de başlatma işlemlerinin üretici firmanın belirlediği kurallara uygun ve özenli şekilde yapılması gerekmektedir. Ürünün hatalı kurulması nedeniyle oluşan arıza, işletmeye onarım maliyeti olarak yansımaktadır.

Ürünlerin kurulumları esnasında bazı uygun olmayan durumlar ortaya çıkabilmektedir. Montaj talimatının yetersiz olması yüzünden müşteriler de ürünü yanlış kurabilmektedir (Twiggs-Flesner,2001:28). Bu nedenle kurulum talimatnamelerinde kurulum aşamaları ile ilgili tüm bilgiler bulundurulmalı, uzman olmayan kişiler tarafından kolayca anlaşılabilir şekilde hazırlanmalıdır (Ishikawa, 1997:86). Teknolojide görünen yenilikler ile artık kurulum için talimatlar yeterli gelmemekte, videolu anlatım ve uzaktan erişimle müşteriler tarafında da kolayca kurulum yapılabilecek anlatımların yer aldığı çalışmalar bulunmaktadır.

Ürün Değiştirme ve İade

Satış sonrası hizmetlerde, arızalı ve ayıplı ürünler için T.C. Cumhurbaşkanlığı mevzuat bilgi sistemi sitesinde bulunan (www.mevzuat.gov.tr) 28835 sayılı 28/11/2013 tarihli resmi gazete de yayınlanan 6502 tüketicinin korunması hakkında kanun gereğince işletmeler müşteri taleplerinin yönetilmesinden sorumludur. Müşteri tarafından arızalı ve ayıplı ürünler için talep edilen onarım, iade ya da değişim taleplerinin değerlendirilmesine ilişkin adımlar açık ve anlaşılır olmalıdır. Tüm işletmeler politikalarına uygun olan süreç ve kriterlerini belirlemelidir, belirlenen süreç ve kriterlerde tek doğru bulunmamaktadır. Burada belirlenmesi gereken kriter ve süreçlerin müşteriye açıklanması ve müşteri tarafından da bu durumun anlaşılmasıdır. İşletmeler ve müşteriler ancak bu şekilde kendilerini rahat hissedeceklerdir (Yeşilyurt, 2018;35). İşletmelerin politika belirlememiş olması durumunda satış sonrası hizmet süreçlerinin yönetiminde başarılı olmaları beklenmemelidir. Bu durum müşterinin işletmeye olan güvenini zedelemektedir.

Yetkili Servis Ağı

Üretici ve ithalatçı firmalar, ürettikleri ya da ithal ettikleri her ürün grubu için belirtilen kullanım ömrü süresince satış sonrası hizmet süreçlerini sağlamak üzere Bakanlık tarafından belirlenen yerlerde, sayılarda ve özellikte servis istasyonu kurmak ve yeterli sayıda teknisyen kadrosu oluşturup, bulundurmaya zorundadır.

Yetkili servis istasyonları, doğrudan üretici firma ve/veya ithalatçı firma tarafından veya yazılı bir sözleşme ile bu hizmetleri yürütmek üzere yetki verdikleri gerçek veya tüzel kişiler tarafından kurulabilir. Yetkili servisler, işletmelerin satışını yaptığı ürünlerini, satıcı firma adına satış sonrası hizmetlerde belirlenen politikalar gereğince, garanti süresi boyunca ücretsiz, garanti süresi dışında ise, belirlenmiş kurallara göre bakım ve onarımını yaparlar. Bakım ve onarım ile teslim ve kurulum hizmetlerinin yanında ayıplı ürünlerin onarım, değişim, iade, ürün kullanımı hakkında tanıtım, eğitim hizmetlerinin verilmesi, hizmet ve ürün hakkında müşteri talep ve şikâyetlerinin alınması, yetkili servislerin sorumluluğundadır.

Satış sonrası verilen tüm hizmet boyunca müşteriyle temas edilen yetkili servislerin; ulaşılabilir olmaları, hizmeti belirtilen süre içinde vermeleri ve hizmet süreçlerine etkileri nedeniyle satış sonrası hizmet kalitesine etkileri yüksektir (Bienstock vd., 1997:39). Yetkili servislerin buldukları konum, çalışma saatleri ve müşterinin hizmete ulaşmak için harcadığı zaman, müşterilerin işletmeyi tekrar tercih etmemesinin ana nedenleri arasında sayılır (Keaveney, 1995:74). Ek olarak hizmet alanlarının tasarımı, işlevselliği, ambiyansı, güvenliği, yardımcı işaretlerin olması, yetkili servis elemanlarının tanıtıcı yaka kartı takmaları ve alanda kullanılan semboller, müşteri tatminini doğrudan etkileyen faktörlerdir (Bitner, 1992:59-67).

Satış Sonrası Hizmetlerin Yapısı

Müşteri hizmetlerinin üç ögesini oluşturan satın alma öncesi, satın alma sırası ve satın alma sonrasında, müşterilerin hizmet ve ürünler ile ilgili önerileri, sorunları ve şikâyetleri toplama, çözme ve yanıt verme süreçlerinin yönetilmesi ve uygulanması adına işletmelerin müşteri hizmetleri bölümünün oluşturulması gerekmektedir. Müşteriler ürün satın aldıktan sonra, kurulum, bakım ve onarım hizmetlerinin hızlı şekilde tamamlanması adına yedek parça planlama ve lojistik biriminin oluşturulması ve bu birimlerin yeterli donanımda olması gerekmektedir.

Satış sonrası hizmet kalitesinin başlıca göstergesi ve en önemli görevi müşteri memnuniyetinin kazanılmasıdır. Müşteriler satın aldıkları ve fayda sağlamayı bekledikleri ürünler için kullanım süresi içinde ortaya çıkan arızaların kolayca ve en kısa süre içinde giderilmesini beklemektedirler. İşletmeler bu doğrultuda ihtiyaç duyulan organizasyonu yapmış olmaları gerekmektedir. İşletmelerin müşteri ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanabilmesi için problemlerin en kısa süre içinde çözümlenebilmeleri satış sonrası hizmetlerin yeterli altyapıya sahip olmaları ile mümkündür. İşletmelerin altyapı unsurlarını insan, yedek parça, teknik donanım bina, servis aracı vb. oluşturmaktadır (Çetin, 2005:23). İşletmeler müşteri memnuniyeti hedefi doğrultusunda kullandıkları ekipmanların kalitesine, kullanılan mekanların yeterliliğine, teknik personellerin eğitimlerine sürekli yatırımlar yapmalıdır (Alakbarov, 2006:52).

Müşterilere en iyi hizmetin sunulacağı satış sonrası hizmet organizasyonu oluşturulmalıdır. Bu organizasyon içinde yönetimin amacı verimliliği arttırmak ve kar marjını yükseltmek olmalıdır. Bunun için satışları desteklemek bu doğrultuda onarım süreçlerinin sistemli bir şekilde yürütülmesi gerekmektedir. Daha iyi bir iş akışı ve çıktıları için iş dağılımı eşit bir şekilde yapılmalıdır. Satış sonrası hizmet yönetimlerinde aşağıdaki hususlara dikkat edilmelidir (Tarcan, 2001:89):

- İş dağılımının eşit şekilde yapılması gerekmektedir.
- İş dağılımı sistemsel olmalı belirlenen süre içerisinde tamamlanmalıdır.
- İşletmelerin kapasiteleri, yapılan işlerle kıyaslanmamalı, faydalı ve verimli olabilmek için farklı çalışmalar yapılmalıdır.

Bölgesel satışlar baz alınarak, en kısa sürede hizmet vermeye ihtiyaç duyulan yerlere yetkili servis istasyonları açılmalıdır. Ayrıca bölge de konumlandırılmış merkez servislere de görevler düşmektedir; Bunlar bölge de servis istasyonu ihtiyacını belirleme, yetkili servis adaylarını belirleyerek, bu konudaki tüm tespit ve bilgileri merkezle paylaşarak organize şekilde çalışmalıdırlar.

Müşteri Hizmetleri Bölümü

Müşteri hizmetleri terim olarak, bir kuruluşun müşterilerine ürünleri veya hizmetleri satın almadan veya kullanmadan önce ya da sonra sunduğu yardım anlamına gelmektedir. Müşteri hizmetleri, müşteri ihtiyaç ve beklentilerini etkileyen konuların başında gelmektedir. Müşteri hizmetleri; müşterinin elde etmeyi düşündüğü tüm ihtiyaç ve beklentileri karşılayabilmek ve müşteri tatminini sağlamak için yapılacak her türlü etkinliği kapsamaktadır. Diğer bir deyişle, bir kuruluşun müşterilerine ürünleri veya hizmetleri satın almadan veya kullanmadan önce ya da sonra sunduğu yardım anlamına gelmektedir. Bu bağlamda ürün önerileri sunma, sorunları ve şikâyetleri çözme veya genel sorulara/taleplere yanıt verme gibi işlemleri kapsamaktadır (İbrahimova, 2010;91).

Müşterilerin satın aldıkları ürünler beklentilerini karşılamışsa memnun olmuşlardır. Müşteri memnuniyeti sadece üründen sağladığı fayda değil; güvence, ödeme kolaylığı, işlemlerin hızlığı, çalışanların davranış ve tutumu, ürün ve hizmetlerin eve teslimi gibi sağlanacak beklentilerinin karşılanması ve dolayısıyla tatmini de gerektirir. İşletmelerin müşteri ihtiyaç ve beklentilerini anlamak için onlarla pozitif iletişim kurması gerekmektedir. Tamda bu noktada müşteri hizmetleri, işletme ile müşteriler arasında bir köprü oluşturmakta; müşteri sorunlarının çözülmesi, talep ve beklentilerinin karşılanması, satış sonrası hizmetler örgüt yapısı içinde diğer birimler arasında koordinasyonu sağlamaktadır.

Yedek Parça Birimi

Satış sonrası hizmet yapısı içinde önemli bir yere sahip olan diğer birimse yedek parçadır. Müşteri için kolay temin edilen yedek parça satış sonrası hizmet garantisidir. Temin edilen yedek parçaların orijinal olup etkin ve verimli kullanılması Servis istasyonlarının kaliteli ve güvenilir hizmet verilebilmelerini sağlar. İyi bir satış sonrası hizmet için talep adetlerine uygun bir yedek parça listesinin tutulması gerekmektedir (Bengül, 2006:25). Üreticiler, işletmeye bağlı ya da anlaşmalı yetkili servis ağlarının yedek parça ihtiyaçlarını, önceden belirtilmiş talepler doğrultusunda, pazar durumunu göz önüne alarak aylık veya yıllık şekilde önceden tespit etmektedir. İhtiyaç duyulan yedek parçanın bulunamaması, müşteriye daha büyük maliyetlere sebep olacak (örneğin ürünün çalışması için gerekli az maliyetli fonksiyonel bir parçanın olmaması, ürünün yenisi ile değişimini gerektirmiş olup daha maliyetli olmasına neden olacaktır) ve bununla birlikte satış sonrası müşteri hizmetlerine duyulan güven noktasında zor duruma sokacaktır. Tam da bu noktada yedek parça hizmet süreçleri, satış sonrası müşteri hizmetlerinde yer alan önemli yöntemlerden biridir. İşletmeler tarafından uygulanmasının müşteri memnuniyetine katkısı da çok büyük olmaktadır.

Satış sonrası hizmetlerde, ürünlerin onarımı için ihtiyaç duyulan yedek parçalar işletmeye bağlı yedek parça planlama ve tedarik departmanı tarafından temin edilir. Satışa sunulan ürünlerin kullanım ömrü boyunca ihtiyaç duyulan tüm yedek parçaların tespit edilmesi, sipariş edilmesi ile stok maliyetleri göz önünde bulundurularak hazır tutulması gerekmektedir. Yedek parça planlama ekibi ihtiyaç duyulan yedek parça adetleri belirleyerek stok tutulması için aksiyon alırken, yedek parça tedarik birimi, yetkili servislerce talep edilen ürünlerin bakım ve onarımları için gerekli yedek parçaların sevk edilmesini sağlamaktadır. İhtiyaç duyulan yedek parçalar yetkili servis tarafından sipariş girilir, yedek parça planlama ekibi sipariş girilen yedek parçaların doğru ve en hızlı şekilde sevk edilmesinden sorumludur.

Satış Sonrası Hizmet Sağlayıcılar

İşletmeler, üretilen ürün ve hizmetler için, kullanım ömrü süresince satış sonrası hizmetler vermek ve ihtiyaca göre belirlenecek sayıda, yerlerde ve etkinliklerde bakanlık uyarınca yetkili servis noktaları açmak ve bu noktalarda yeterli sayıda teknik eleman bulundurmaları zorundadırlar. Ürün satışının yapılmasının ardından satış sonrası hizmetlerin kısa süre içinde verilebilmesi için, hedef pazarlarda yetkili servis istasyonlarının açılması ve yaygınlaştırılması gerekmektedir. Yetkili servis istasyonları, işletmelerin satış yaptıkları ürünlerine ilişkin satış sonrası kurulum, bakım ve onarım gibi hizmetleri yürütmek üzere kurulan işletmelerdir. Bu işletmeler üretici ya da satıcı tarafından kurulabildiği gibi gerçek ve tüzel kişiler ile sözleşme yapılarak kurulabilmektedir (Çolakoğlu, 2002:110).

İşletmeler hizmet sağlama kanallarını farklı şekilde yönetebilir. Yetkili servis istasyonlarını kendisinin kurabileceği gibi aracı kuruluşlar aracılığı ile yönetme kararı da alabilir. Bu kararın en temel etkisi finans durumunun yeterliliğidir (Şen, 2015:84) İşletmeler servis sağlayıcılarını, bölgesel satış hacimlerine göre oluşturur. Finans gücü yüksek olan işletmeler için, satışları yüksek işletmelerde diyebiliriz. Bu işletmelerin servis sağlayıcı sayıları yüksek olması beklenmektedir. Bu nedenle bireysel işletmelere yetkiler vermelerinin

yanı sıra bölgelerde bireysel işletmeleri denetleyecek kendi yapılarının içinde yer alan merkez servisler oluşturmaktadırlar.

Yetkili Servis İstasyonları

Yetkili servis istasyonları, son kullanıcı olan müşterilere satışı yapılmış ürünlerin, kullanım süreleri boyunca satış sonrası kurulum, bakım ve onarım hizmetlerini yürütmek için firmaların kendilerinin ya da sözleşme ile yetki verdikleri gerçek veya tüzel kişiler tarafından kurulan işletmelerdir.

Büyüme ve gelişme stratejileri oluşturan firmalar satış sonrası hizmetleri hızlı ve ekonomik olacak şekilde vermeye çalışmaktadırlar. Hedeflerinde büyüme olan firmalar satış sonrası hizmetler için kendi servislerini kurmak istemeyeceklerdir. Bunun nedeni maliyetlerin yüksek olması ve teknik elaman bulma konusunda zorluklar yaşanmasıdır. Satış sonrası hizmetler yetkili servisler tarafından verilmektedir. Yetkili servisler, üretici olmadıkları için genellikle üretici firmaların satış sonrası hizmetlerini sunarlar. Bir başka ifadeyle yetkili servisler, firmaların ürünlerini, belirlenen satış sonrası hizmet koşullarına göre; garanti süresi içinde ve garanti koşullarını kapsayan durumlarda müşterilerden ücret istemeden, garanti süresi dışında ise, yine belirlenmiş koşul ve esaslara göre ürünlerin bakımları ve onarımlarını yapan, tüm çalışmalarını firmaların denetimi ve kontrolünde yürüten, iki taraflı kabul edilmiş sözleşme şartları esasında, firma tarafından belirlenmiş bölgelerde faaliyetlerini sürdüren bağımsız kuruluşlardır.

Yetkili servislerin kaliteli hizmet sunabilmesi için; yeterli teknik bilgi ve becerilere sahip olmaları, bakım ve onarımda kullanılacak araç ve gereçlerin teknik donanımına sahip ve yeterli olması, hizmet adetlerine yeterli olabilecek araçlarının olması, hizmetlere verilen süre ve zaman içinde hizmet verilebilmesi gereklidir. Servis hizmet kayıtlarını ve süreçlerini yönetebilecek teknik dijital ekipmanlara sahip olmaları; bilgisayar, müşteri servis takip programları, yeterli sayıda telefon, müşterilerin ulaşımını kolaylaştıracak teknolojik alt yapılar ve kaliteli hizmet için en önemli diğer bir unsur beşerî ilişkilerin iyi olmasıdır.

Satış Sonrası Hizmetlerin Sunumunda Kullanılan Diğer Kanallar

Özellikle finansal yönden güçlü firmalar kendi servis istasyonlarını kendileri kurarlar, belirledikleri bölgelerde kendi çalışanlarından oluşan teknik elamanları konumlandırarak satış sonrası hizmet verirler. Firmaların kendi istasyonları kurmalarının en büyük etkenlerinden biri burada çalışan personellerin kendi çıkarlarından önce firmanın çıkarlarını düşünmesidir. Yetkili servis istasyonlarında olduğu gibi burada da yeterli araç gereç ile yeterli sayıda ve beceride teknik personelin olması aynı zamanda işletilen servis istasyonlarının hitap eden pazara uyum sağlaması önemlidir. Satış sonrası hizmetlerin sunumunda bağımsız servis (özel) istasyonları da bulunmaktadır. Üretici firma ile aralarında herhangi bir anlaşma veya sözleşme bulunmamaktadır. Bu nedenle üretici firma tarafından yetkilendirilmemiş ve faaliyetlerini üretici firma organizasyonundan ayrı yürüten kuruluşlardır. Bağımsız servisler, yetkili servislere alternatif oluşturur. Bağımsız servis istasyonları firmalar ile ilişki içerisinde olmadığından, tüm faaliyetlerinden kendileri sorumlu olacaktır (Aydoğdu, 2015:79).

Satış sonrası hizmetler, bağımsız servis istasyonları aracılığı ile de verilebilir. Bunun için satış sonrası hizmetler yönetmeliğinin de, bağımsız servis istasyonlarının işleyişleri ve kuruluşlarına ilişkin esaslar yer almaktadır (Karakocalı, 2017:722). Bağımsız servis istasyonlarının verdikleri hizmetlerden işletmeler sorumlu değildir. Müşteriler bağımsız servis istasyonlarından hizmet almayı seçebildikleri gibi, hizmet veren servislerin bağımsız servis istasyonu olduklarından haberleri bile olmayabilir. Bu nedenle müşterilerin mutlaka işletmeler tarafından belirtilen numaralar ya da işletme tarafından belirtilmiş ulaşılabilir kanallar üzerinden iletişime geçmeleri gerekmektedir. Hizmet aldıkları servislerin işletmeye ait servis olup olmadıkları, servis sağlayıcıların üzerindeki markaya ait yaka kartları, fiş ya da faturalarından tespit edilmesi gerekmektedir.

DİJİTAL PLATFORMLAR VE SATIŞ SONRASI HİZMETLERİN DİJİTAL PLATFORMDA YÖNETİLMESİ

Dijital Platformlar

Tüm dünyada son 30 yıl içinde, endüstri 4.0 ile ekonomi büyük bir dijital dönüşüm geçirmektedir. Yazılım ve Web hizmetleri ve daha yakın zamanda derin öğrenme algoritmaları, yapay zekâ (IA), bulut

teknolojisi ve dijital platformlar gibi soyut dijital varlıklar, bilgi ve iletişim teknolojilerinin ilerlemesi ve yayılmasıyla giderek daha fazla önemsenmektedir (Bertani, vd., 2020;329).

Dijital Platformlar, teknoloji sistemini temel bir işlev olarak alan ve üzerinde tamamlayıcı ürünlerin, hizmetlerin geliştirilebileceği teknolojiye hizmet eden bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır (Spagnoletti vd., 2015;364). Bir başka ifadeyle, günümüzde bilgi ekonomisi ve dijital ekonomi önem kazanmış yeni ekonomik dönemin temel taşı olmuştur (Sayımer, 2008,259). Hedeflenen ve varılmaya çalışılan nokta, enformasyonun dijital olarak alınıp iletildiği, kullanan herkes tarafından istediği zaman veya istediği yerde, istediği teknolojik cihazlar ile (cep telefonu, bilgisayar, tablet vb. kullanarak) istediği her şeye ulaşabildiği dijital alan olarak tanımlanmaktadır (Tutar, 2003;131).

Dijital platformlar, bugün tüm sektörleri dönüştürmeye başlamıştır. Dijital platformlar, birçok insan faaliyetlerini organize etmek için önemli bir değer haline gelmiştir. Dijital platformların yükselişi, Uber, Grap uygulamaları ile ulaşımda, Airbnb, CouchSurfing uygulamaları ile konaklamada ve App İOS, Google android gibi işletim sistemi platformları mobil telekomünikasyon sektöründe ağırlık merkezi haline gelmiştir. Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn gibi sosyal medya platformları, insanların etkileşim kurma ve deneyimlerin paylaşma şeklini derinden değiştirmiştir. PayPal, Apple Pay ve Square gibi ödeme platformları finans sektörünü alt üst etmektedir. Upwork, Freelancer.com platformları, işçileri işe bağlayan, iş dünyasında yeni bir trend olarak ortaya çıkmış dijital platformlardır. Bu platformlar, serbest çalışan işçiler ile hizmete ihtiyaç duyan müşterileri talep üzerine bir araya getirmekte, işçilerin nasıl, ne zaman ve nerede çalışacağına yönelik var olan çalışma şekillerini değiştirmektedir. Bu durum, işgücü piyasası yenilikleri hakkında bilgi vermekte ve istihdamın geleceği konusundaki endişelere son vererek referans olarak gösterilmektedir (Berg vd., 2018;30-40). Dijital platformun olanaklarından yararlanan şirketler önemli bir büyüme elde etmektedir. (Asadullah vd., 2008;248).

Rekabet artık değer zincirinin nasıl kontrol edileceği etrafında dönmektedir. Kuruluş, dış üreticiler ve tüketiciler arasında değer yaratan etkileşimlere aracılık eden dijital platform, tabanlı iş modellerini giderek daha fazla kullanmaktadır. Önceki teknolojilerin aksine, dijital platformların katmanları modüller mimarisi, platformun farklı modüllerin sürekli yeniden birleştirilmesi yoluyla beklenmedik yeniliği teşvik etme yeteneği olarak tanımlanan üretkenliği desteklemektedir. Önde gelen dijital platform şirketleri, olumlu ağ etkileri, değer yaratan ve ölçeklenebilirlik elde etmek için verimli yönetim ile birlikte üretkenlikten yararlanmaktadır. Yapay zekâ (AI) teknolojilerinin uygulanmasından kaynaklanan yeni nesil dijital platformlar ortaya çıkmaktadır (Rai, vd., 2019;43).

Yapay Zeka

II. Dünya Savaşı yıllarında analiz ihtiyacını karşılamaya yönelik bilgisayar bilimi ve yapay zekâ kavramı ilk kez ortaya çıkmıştır. 'Makineler düşünebilir mi?' sorusu ile bu konuda ilk defa fikir sunan Alan M. Turing ayrıca bilgisayar biliminin kurucusudur. 1930'lu yıllarda [Alan M. Turing](#) tarafından makine öğrenimine ilişkin görüş bildirmesi ile günümüze kadar gelen yapay zekanın şu an ki tanımı, makineye algılama, doğru ve yanlış ayırt etme, öğrenme gibi bilişsel işlevleri uygulama yeteneği sağlayan büyük teknoloji olarak ifade edilmektedir (Ergen, 2019;5) Yapay zeka için belirtilen bir başka ifade, makinelerin insan deneyimlerden öğrenmesini, yeni bilgilere hızla uyum sağlaması ile insanların yaptığına benzer işler yapmasına olanak sağlamasıdır. Bu tanımla, insan zekasını taklit eden yapay zekanın, topladıkları bilgi ve verilere göre yineleyen ve kendilerini iyileştirebilen sistemler olduğu bilinmektedir. Bir diğer ifadeyle de insanlar gibi düşünmek ve insan eylemlerini taklit etmek için programlanan yapay zekâ, insan zekasının simülasyonunu gerçekleştirmektedir.

Yapay zekanın en temel özelliği, bir hedefe ulaşma oranı en yüksek olan eylemleri rasyonelleştirme ve gerçekleştirme yeteneğidir. Başka bir tanıma göre de, insan zekası ile daha önce yapılan işleri bilgisayar ile yapma, karar verme yeteneği veya geçmiş deneyime ve verilere dayanan rasyonel karar alma sürecidir. Günümüzde yapay zekâ ile tasarlanan teknolojilere, otomobil sektöründe sürücüsüz araçlar, satranç oynayan bilgisayarlar, e-ticaret kanalında ürün satın alan müşterilerin yorumlarını analiz edebilen sentiment (duygu analizi) yapabilen programlar ile dijital asistanlar ve chatbotlar 'diyalog bazlı yapay zekanın en sık kullanım alanlarıdır. Örneğin uçak bileti satın almak ya da Siri ile etkileşime geçmek aslında kural tabanlı yapay zekanın bir yansımasıdır (Esmer ve Şaylan, 2021;72).

Ürün ya da hizmet satış sonrası hizmetlerin yönetiminde de yer alan yapay zekalar iş süreçlerini kolaylaştırmak, maliyetten tasarruf ve memnuniyet odaklı çalışmalarda da kullanılmaktadır. Satış sonrası yapay zekâ örneklerinden biri Chatbot'lardır. Birçok işletme ile yazılı iletişim kanalları ve web destekli Chatler ile whatsapp kullanılmaktadır. Gerçek müşteri temsilcilerinin yanı sıra yapay zeka ile günümüzde müşteri temsilcisi

gibi görevlendirilen dijital asistan chatbot bulunmaktadır. İşletmenin verilerinde bulunan daha önce müşteriler tarafından sorulmuş sorular ve cevaplar Chatbotlara öğretilmekte ve chatbotlar hızlı ve anlaşılır şekilde müşteri sorularına cevap vermektedirler.

Bulut Teknolojisi

Ulusal Standartlar ve Teknoloji Enstitüsüne (NIST)'e göre "Bulut bilişim, yönetim hizmeti veya servis sağlayıcıların en az müdahalesi ile hızla alınabilen ve verilebilen esnek şekilde ayarlanabilir bilişim kaynaklarının (ağ hizmeti, sunucu hizmeti, depolama hizmeti, uygulamalar ve diğer hizmetler vb.) paylaşıldığı havuza, istenildiği zaman ve uygun bir şekilde ağ erişimi sağlayan bir modeldir." Bir diğer ifadeyle, farklı hizmetlerin internet üzerinden sunulmasıdır. Bunu sağlayan kaynaklar şunlardır; veri depolama, sunucular, veri tabanları, ağ iletişimi ve yazılım gibi araçları ve uygulamaları içermektedir. Böylelikle verileri tescilli bir sabit sürücüde ya da yerel depolama cihazında tutmak yerine, bulut tabanlı depolama onları uzak bir veri tabanına kaydetme imkânı sağlar. Elektronik cihazların internet erişimi olduğu sürece, verilere ve onu çalıştırmak için kullanılan yazılım programlarına erişmek mümkündür. Bulut bilişimi, artan üretkenlik, performans ve güvenli, maliyet tasarrufu ile hız ve verimlilik sağladığından dolayı insanlar ve işletmeler için popüler bir alternatiftir. Bulut bilişim kullanıcılarına; e-posta adresi, depolama, yedekleme ve veri alma, uygulama oluşturma ve test etme, veri analizi, ses ve video akışı, talep üzerine yazılım sağlama gibi birçok konuda hizmet sunmaktadır (Frankefield ve Mansa, 2020:1).

Bulut bilişim, servis hizmetlerini içinde barındıran ve esnek ayarlanabilirlik ile birlikte kullanıcıya sunan bir ağ erişim modelidir. Bu modelde 3 ana servis hizmet vermektedir. (Kavzoğlu, vd., 2012;2-3). Bunlar;

- Servis olarak Yazılım (Software as a Service (SaaS)); kullanıcıların herhangi bir kurulum yapmadan internete bağlı herhangi bir platform üzerinden uygulamalara erişerek yararlandığı servis hizmetidir. Web tarayıcı arayüzü üzerinde tanımlanan izinlerle sınırlı olmak şartıyla ayarlamalar ve değişiklikler yapabilir. Google mail, hotmail veya yahoo mail gibi web tabanlı e-mail hizmetleri örnek olarak verilebilir.
- Servis olarak Platform (PaaS) ; kullanıcıya online olarak kendi yazılım ve uygulamalarını geliştirme, test ve dağıtım hizmeti ile birlikte sadece bu yazılımların barındırılması için gerekli kontrol ile yönetim imkânı sunar. PaaS hizmetine, Google AppEngine ve Microsoft Azure platformları örnek verilebilir.
- Servis olarak Altyapı (IaaS); kullanıcı, ihtiyacı olan işlemci, depolama alanı, ağ kaynağı ve diğer ana bilgisayar bileşenlerine erişerek bunlar üzerinde istediği işletim sistemini kurması ve uygulamalar geliştirip çalıştırabilmesi imkânına erişir. Örnek ; Amazon Elastic Computer Cloud (EC2) uygulamasıdır.

IOT

Nesnelerin interneti (Internet of Things- IOT), fiziksel nesnelerin bilgi paylaşım beraberce karar verebilmeleri için birbirlerini görme, duyma, düşünme ve bir araya gelerek "konuşma" olanağı vermektedir.

IOT kavramı, 1999 yılında Radyo Frekansı Tanımlama (RFID) geliştirme topluluğunun bir üyesi olan Kevin Ashton tarafından Procter & Gamble şirketi için hazırlanan bir sunumda bahsedilmiştir. Gelişen teknoloji ile milyarlarca insan bilgisayarlar ya da taşınabilir mobil araçlarla internete bağlanabilmekte ve aynı zamanda mobil cihazlar veya bilgisayarlar, birbirlerine bağlı nesnelere ile bilgi alışverişi yapmaktadır (Al-Fuqaha, 2015;2347). Nesnelerin interneti teknolojisinin bir diğer adı machine-to-machine (M2M) teknolojisidir. SIM kart takılarak akıllı hale gelen makineler tasarrufu artırma, çevreyi koruma, fiziki güvenlik, sağlık güvenliği, sahada kontrol ve verimliliğin artmasına katkı sağlayarak hem kullanan kişilere ya da kurumlara hem de ülke ekonomisine büyük katkı sağlamaktadır.

M2M (machine-to-machine) teknolojisine, İzmir'den Malatya'ya sevkiyat yapan bir kamyon iletişim kurabildiği lojistik firmalarına; "Malatya'ya varmak üzereyim ve boş dönmek istemediğimi bildirmesi örnek verilebilir. Malatya'dan sevkiyat yapacak firmalara yardımcı olabilirim." şeklinde mesaj atabilir. Dondurma dolabı, üretim tesisi için alarm bilgisi üretmek; "Dün gece iki saat elektrikler kesildi ve enerjisiz kaldım. İçerideki dondurmalar eridi ve elektrik gelince tekrar dondular. Dükkan sahibi farkında olmadan bozuk ürün satabilir. Devreye girilmesinde fayda olabilir." şeklinde mesaj üretebilir (Aktaş vd., 2016;43-44). Nesneden – nesneye bilgi alışverişine örnek vermek gerekirse; buzdolabı, dolapta biten yumurta ve margarini, markete

ihtiyaç olarak bildirebilir. Trafikteki tıkanıklığı algılayan araçlar trafikteki kişinin ailesine veya toplanacağı kişilere varışında gecikme olacağını bildirebilir.

Satış Sonrası Hizmetlerin Dijital Platformda Yönetilmesi

Hayatımızı kolaylaştıran akıllı ürünler üretilmeye başlanmış, ürün kullanımları geleneksel yöntemlerin çok üstünde akıllı telefonlar ve tabletler gibi aracı görev gören cihazlar sayesinde uzaktan kontrol edilebilir hale gelmiştir. Müşteriler tarafında ürün satışları sonrası destek hizmet talep, şikâyet süreçlerin yönetiminde aynı fayda beklentisi artmıştır.

IOT Ürünleri Üzerindeki Servis Sağlayıcılar

Nesnelerin interneti ile hayatımızın her alanındaki imkânları arttırabileceğimiz birçok güncel uygulamaları ile akıllı evler, şehirler fabrikalar kurulabilir. Öyle ki günümüzde akıllı ürünler üretilmeye başlanmış ve birçok yönüyle konfor sağlamıştır.

Yeni tasarım IOT (nesnelerin interneti) ürünler ile kişinin akıllı telefonlar üzerinden kolaylıkla erişilebilen dijital dünya, müşterilere hızlı bir şekilde bilgi alışverişi elde etmeyi sağlamış ve onların ihtiyaçlarına yönelik arzusu hızlı ve gerçek zamanlı olarak karşılanabilir duruma dönüşmüştür. Uygulama olarak adlandırılan dijital program ara sunucu görevi gören sistem, akıllı telefon ve uygulama programına bağlı ürün arasında siber fiziksel sistem ile bağlantı kurmaktadır. Eve gitmeden, ev ile ilgili beklentilerine uygun hale getirilmesini sağlamaktadır. Örneğin; Akıllı telefon ile klimaya uzaktan bağlantı sağlayarak evin sıcaklığını ayarlayabilmektedir. Fırına bağlanarak mikrodalgadaki yemeğin ısıtılmasını sağlayabilir, uzaktan bağlanarak kahve makinası ile kahve pişirilebilmektedir. Böylelikle kolaylık ve konforlar sağlanabilmektedir. Yeni tasarım IOT ürünler kullanıcıya sağladıkları kullanım konforu yanı sıra çalışma sırasında karşıladıkları sorunlarda kullanıcıya düzeltilmesi gerektiğini bildirirken, kullanıcı tarafından müdahale edilemeyen durumlarda servis hizmet sağlayıcıya bilgi verebilmektedir. Örneğin wifi özelliği ile üretilen akıllı buzdolabı, sıcaklığının ayarlanmış ve olması gereken ısıdan farklı olduğunu sensörler sayesinde algılayabilmekte ve kullanıcı tarafından düzeltilmeyen bir hata kodu tanımlı ise servis hizmet sağlayıcısına kayıtlı bildirim göndererek hizmet sürecinin başlamasını tetikleyebilmektedir. Akıllı ürün tarafından kullanıcı tarafından giderilemeyeceği belirlenmiş hata sonrası yönlendirilen servis hizmet numarası takip edilebilmesi açısından kullanıcı ile sms bildirim veya uygulama üzerinden bildirimde bulunulmuştur. Hizmet takip numarası ile kullanıcı markanın sağladığı dijital platformlar üzerinden hizmet durumunu takip edebilir durumdadır.

MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ VE SADAKATİ KAVRAMLARI VE TANIMLARI

Müşteri Memnuniyeti Kavramı ve Tanımı

Müşteri memnuniyeti kavramı, 1965 yılında ilk kez Cardozo tarafından ele alınmıştır. 1980 'de Amerika Birleşik Devletleri'nde müşteri memnuniyeti ile ilgili ilk konferans yapılmış ve konferansın sonunda müşteri memnuniyet kavramı, memnuniyetin sağlanması ve memnuniyetsizliğin yönetiminde etkin pazar uygulamalarının geliştirilmesinin önemli olduğu konferansa katılanlar tarafından kabul edilmiştir (Özbay, 2011; 5). Günümüzde sürdürülebilir müşteri sadakati açısından önemli bir kavram haline gelmiştir.

Müşterinin tatmin olma tepkisine müşteri memnuniyeti denilmektedir (Oliver 1997;13). Bir başka deyişle "tatminkârdık ve tatmin olmama durumu dâhil olmak üzere, bir mal ya da hizmetin bir özelliğinden veya bütün olarak hizmetin veya malın kendisinden, kullanım sırasında oluşan tatminkârdık yargısı" müşteri memnuniyeti olarak tanımlanmaktadır. Tatmin durumunun ortaya çıkması için en az iki belirleyici faktör gereklidir. Bunlardan ilki, mal veya hizmetin kullanımı ile ortaya çıkan sonuç, ikinci olarak da bu sonuçla karşılaştırma yapmak üzere alınacak referans noktasıdır.

İşletmeler sadık müşterilerinin sayısını arttırmayı hedeflemektedirler. İşletmelerin sadık müşteriler oluşturması, müşterilerin işletmeden memnun kalma düzeylerine bağlıdır (Rona, 2005; 63). Her alanda yoğun yaşanan rekabette başarılı olabilmek işletmelerin farklılık yaratabildikleri ölçüde mümkündür. Teknolojide yaşanan hızlı değişimler işletmelerin gelişimi ile teknolojik alanda oluşturdukları farklılıklar, artık rakipler tarafından kolay taklit edilmektedir. Müşterilerin memnuniyetlerinin kazanılması ve sürdürülebilir hale

getirilmesi için müşteri odaklılık yaklaşım kavramı oldukça önem arz etmektedir. Müşteri odaklılık yaklaşımı; müşteri memnuniyetinin sonrasında sadakatının oluşturulmasını, iyileştirme ve geliştirmede devamlılığı ve etkili bir şikâyet yönetimini zorunlu hale getirmiştir. Müşteri sadakatının kazanılması; müşteri talep ve ihtiyaçlarını karşılayan hizmetlerin sunulması daimi bir ilişki kurulması, toplamda müşteri memnuniyetinin yaratılması, satın alım öncesinde, satın alma sırasında, satın alma sonrasında müşteri ihtiyaç, talep ve isteklerinin karşılanarak müşterinin tatmin seviyesine ulaşması, memnuniyetin devamlılığını sağlamaya yönelik iyileştirme çalışmalarının süreklilik gösterecek biçimde hazırlanması ve şikâyetlerin doğru, hızlı, etkin yönetilmesi ile mümkün olacaktır (Alabay, 2012; 139).

Ekonomik gelişmelere yön veren kavramlardan biride müşteri memnuniyetidir. Burada önemli olan konu üretilenin ya da tüketilenin miktarı değil, var olan ekonominin müşteriye ne kadar memnun ettiği. Ekonominin büyümesi ve artış göstermesi müşteri memnunsu anlam taşımaktadır, müşteri memnun değilse çok fazla bir anlamı bulunmamaktadır. Özetle, rekabetin olduğu pazarlarda müşteri memnuniyeti kazanılmamış ise, ekonomik büyüme bahsedilmemektedir. Rekabetin olduğu pazarda işletmeler yeni müşteriler elde etmek ve eski müşteriyi elde tutmak için yarış halindedirler (Esen, 2011: 16). İşletmeler müşteri memnuniyetini kazanmak için müşteri talep ve beklentilerini karşılamaları ve devamlılığının sağlanması gerekmektedir. Bu nedenle müşteri memnuniyeti kazanmak isteyen işletmeler müşteri beklentilerine cevap verebilecek organizasyonlar ve buna uygun çalışma koşulları oluşturmaları zorunlu hale gelen faaliyetler zinciri olarak belirtilmektedir. İşletmeler tarafından oluşturulan organizasyon yapısında tüm birimler birlikte hareket etmelidir (Özgül, 2007: 4). Ülkemiz de müşteri memnuniyeti Türkiye Kalite Derneği (KalDer) tarafından ölçülmektedir. TMME (Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi), Türkiye Kalite Derneği ve KA Araştırma şirketinin ortak girişimidir. Amacı, Türkiye de satın alınan ürün ya da hizmetlerin müşteri tarafından memnuniyetlerinin ölçülmesi ile özel bir ekonometri üzerinden analiz edilmesine dayanmaktadır. Bu girişim, ulusal, sektörel ve kurumsal alanda ölçüm yapmaktadır. (<https://www.kalder.org/tmme>).

Müşteri ilişkilerine yönelik uygulamalar; müşteri ve işletmelerin birbirlerini dinlemesi ve anlamasından oluşmaktadır. İşletmeler müşterilerin söylediklerini dikkate almakta, müşterileri hakkında bilmesi gerektiği alanları da tespit ederek müşteri ilişkileri süreçlerini iyileştirme ve geliştirmeye odaklı çalışmalarda bulunmaktadır. Buradaki amaç sağlıklı ve güvene dayalı müşteri ilişkileri kurmak ve sürdürülebilirliğini sağlamaktır (Odabaşı, 2000;19). Olumlu deneyim yaşayan, tatmin düzeyi yüksek memnun müşteriler, tekrar satın alım yapmaktadır. Satın alım yapan müşteriler işletmelerin veri tabanında kaydedilmektedir. Böylelikle işletmelerin müşteriyi elde tutma stratejilerinin hayata geçirmeleri kolaylaşacaktır. Tekrarlı satın alım yapmış müşteri kayıtlarının olması veri tabanlı pazarlamanın en önemli unsurlarındandır. İşletmelerin uyguladığı müşteriyi elde tutma stratejileri ile yeni müşteri satışları yapmak yerine, eski müşteri satışları ile daha düşük maliyetli satışlar tercih edilmektedir (Kitapçı, 2006; 58). İşletmeler kazanılan müşteri memnuniyetlerinin sürdürebilmeleri için değişen koşullara uyum sağlamaları gerekmektedir. Gelişen teknolojinin etkisi ile işletmeler arası rekabet hızla artış göstermiş olup rekabetin vermiş olduğu etki ile işletmeler müşteri memnuniyetini kazanmaya ve devamlılığını sağlamaya yönelik yapmış olduğu geliştirmeler gün geçtikçe artış göstermektedir.

Müşteri Sadakati Kavramı ve Tanımı

Sadakat kavramı; bağlılık, yakınlık, adanmışlık gibi kavramları ile birlikte anılmaktadır. Sadakatin kelime anlamı; sağlam, güçlü ve içten bağlılık anlamına gelmektedir Müşteri tutundurma ve kazanmada önemli role sahip olan bir diğer kavram da müşteri sadakatidir. Müşteri sadakati, müşteri memnuniyetinin ve tatminin sağlanması ile olunabileceği gibi memnuniyetsiz ve tatminsizlik durumunun pozitif şekilde giderilmesi çerçevesinde de meydana gelebilmektedir.

Literatüre göre; sadakat kavramı, belirli bir mal veya hizmeti ilerleyen zamanlarda kararlı bir şekilde satın almaya devam edeceğini veya potansiyel müşterilere referans olacağını garanti şeklinde belirlenmiştir. (Oliver, 1999;34). Bir başka deyişle müşteri sadakati, hissedilen hizmet ya da ürün kalitesinden doğan duygusal bir bağlılığın müşteriler ile geliştirilmesi olduğunu anlatmakta, müşterinin firmaya olan duygusal bağlılığını müşterinin sadakati olarak anlamlandırmaktadır (Kandampully, 1998;431-443). Müşteri sadakatının literatürde yer alan tanımları aşağıda verilmiştir.

- Müşteri sadakati, müşteri tatmininin tersine davranış merkezli olup, bazı karar birimleri tarafından verilen bilinçli bir alışveriş olduğunu belirtmekte, sadık müşterinin hangi ürünü kimden satın alacağı konusunda belirli bir niyete sahip olduğu, tekrar tekrar satın alım yapan müşterinin, o firmaya ya da

ürüne olumlu bir bağlılık hissederek bu alışverişi gerçekleştirdiğini ifade etmektedir (Griffin, 1995;4-21).

- Müşteri sadakati, bir işletme veya markaya hissedilen bağlılık olarak tanımlanmıştır (Oyman, 2002;170).
- Müşteri sadakati, müşterinin tüm rakiplerinin etkilerine ne kadar direndiği ve firmanın hizmetini almakta ya da ürünlerini satın almakta ne kadar kararlılık ve süreklilik ortaya koyduğu (Baytekin, 2005;50).

Algılandığı şekli ile müşteri sadakati; müşterilerin tutumu, düşünceleri, istekleri ve tatmin gibi duygular belirlemektedir. Algılama üzerinde yapılan ölçümlere göre müşteri sadakati tatmin olarak ifade edilmektedir. Müşteri beklentisi ile alışveriş deneyim algısı ilişkisinde fark ile tatmin düzeyi ters orantılıdır. Davranışsal sadakate baktığımızda, tekrar içeren alışveriş yapma eğilimleri müşterilerin amaçladığı ya da gerçek satın alma davranışlarına dayanmaktadır.

Richard Oliver, "müşteri davranışının değişmesine zemin oluşturabilecek, duruma göre değişen faktörler ile pazarlama çabalarına rağmen, tercih edilmekte olan bir hizmet veya ürünü sürekli olarak satın almaya ve böylelikle devamlı firma ile etkileşimde olunan ve satın alınan bir firma ya da aynı gruba ait firmayı satın almaya yönelik bir bağlılık" olarak ifade etmektedir (Keiningham vd., 2006;1). Müşteri sadakati, işletmeler için gelecek vadede büyümenin ve kar marjının en önemli etmenlerinden biridir. Müşterinin işletmeden tekrarlı satın alma yapma istekliliğini ifade eder. Müşteri sadakatının işletmenin büyümesi üzerindeki etkisi oldukça fazladır. Pek çok aynı olan sektörlerde ürün ve hizmet ücretleri benzerdir, fakat işletmelerin kar oranları farklılık göstermektedir. Bunun nedeni müşteriyi elde tutma başarısındaki oranların farklılıklardan kaynaklanır. İşletmelerden ürün ya da hizmet satın almaya devam eden müşteriler, değerleri gittikçe artan varlıklar olarak görülmektedir. Sadık müşteriler satın alma yapmaya devam ettikçe artan nakit akışı yaratırlar. Sadık müşterilerin işletmeye sağladığı faydalar şunlardır (Doyle,2004;159-160).

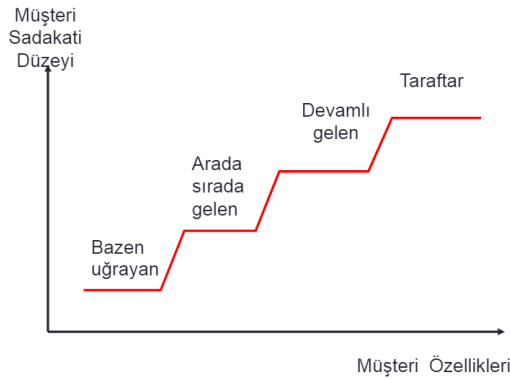
- Yeni müşteri kazanma maliyeti: Reklam süreçleri, satışta indirim, komisyon gibi satış politikaları ve yönetim zamanı gibi maliyetler göz önüne alındığında, yeni müşteriler edinmek oldukça pahalıdır. Yeni bir müşteri kazanmanın maliyeti, var olan müşteriyi elde tutmanın maliyetinden çok daha fazla olduğu bilinmektedir.
- Karlılık: İşletmenin, müşteri sadakatini kazanmaya yönelik yaptığı alımlarla getirdiği kazançtır. Bir müşteri uzun vade de elde tutulması ile, yıllık baz karlılık toplamı o kadar yüksek olacaktır.
- Kazanç büyüklüğü: Sadakati kazanılmış müşteriler firma içinde yaptıkları harcamalarını sürekli olarak artırma eğilimindedir.
- Faaliyetlerden doğan maliyet: Sadık müşteriler işletmeyi daha yakından tanıdıka, sadık müşterilerin ürün ve hizmet satış maliyetleri oldukça azalmaya başlar. Müşteri ve işletme birbirlerinin talep ve beklentilerine nasıl cevap verebileceklerini bilmeleri her iki tarafın nasıl tepki vereceğinin öğrenilmesi faaliyet sürecinde fazladan zaman harcanmasının önüne geçecektir.
- Tavsiye ve önermeler: Tatmin düzeyi yüksek müşteriler, elde olmayan potansiyel müşterilere referanslarda ve önerilerde bulunur. Pazarda pek çok tavsiyeler- referanslar, yeni satış yapılarak, kazanç sağlamanın en önemli yoludur. Bu yöntem, kişisel tavsiyeler, reklam ve bedeli ödemiş diğer iletişim yollarından daha fazla ikna edicidir.
- Yüksek fiyat duyarlılığı: Sadık müşteriler, yeni kazanılan müşterilere göre ürün ve hizmet fiyatlarına karşı daha az hassastır. Yeni müşterileri çekmek için fiyatlarda indirim veya iskonto yapıldığında, şirket için düşük kar marjı yaratacaktır.

Müşterilerin işletmeye ait hizmet ve ürünleri tekrarlı satın alma yaklaşımı göstermesi ve müşterin satın aldıkları hizmet ve ürünler için duydukları yüksek tatmin seviyelerini ağız yoluyla veya görünür kanallar üzerinde paylaşımlarda bulunuyor olması müşteri sadakati olarak tanımlanabilmektedir.

Müşteri sadakat ve bağlılığı ile ilgili yapılmış pek çok araştırma bulunmaktadır. Sosyolog Melvin Copeland, müşteri sadakatine yeni bir bakış açısı getirmiştir. Copeland, "müşteri ısrarı" kavramını öne sürmüş ve geliştirmiştir. Jacoby ve Chestnut'da elli üç adet farklı sadakat tanımı ortaya koymuşlardır. Böylelikle sadakat kavramın zaman içerisindeki gelişimi gözler önüne serilmiştir. Sadakat kavramının tanımı sayıca oldukça fazla

olmasına karşılık, zamanla bu kavram; davranışsal (satın alma) yaklaşım, tutumsal (duygusal) yaklaşım ve karma yani müşteri özellikleri ile satın alma durumuna ilişkin detayları (koşullar) harmanlayan bir yaklaşım olmak üzere, sadakati 3 temel yaklaşım başlığı altında sınıflandırılmıştır.

Birçok araştırma sonucunda, müşteriye elde tutmanın %5 oranında arttırılması, ortalama bir müşterinin toplam değerini %25 ile %100 aralığında arttırdığı belirtilmiştir. Müşteriler sadık oldukları işletme veya markadan şu sebeplerle vazgeçtiği tespit edilmiştir; %1 vefat, %3 işletmenin taşınması, %5 tavsiye (Referans), %9 fiyat rekabeti, %14 ürün ve hizmetten memnun olmama ve %68 servis ekibinin ilgisiz ya da uygun olmayan davranış ile tutumları oluşturmaktadır. Müşteri sadakati bir merdivene benzetilmekte, basamaklarından yukarı doğru çıkıldıkça sadakat yükselmektedir. Merdivenin en üst basamağını taraftar müşteri oluşturmaktadır, taraftar müşteri en sadık müşteri grubunu göstermektedir. Müşteri sadakat merdivenin basamakları Şekil 1’de gösterilmektedir. Sadakat merdiveninin birinci basamağında, firmaya nadir gelen müşterileri göstermektedir. Bu müşterilerin işletmeye olan sadakatleri çok azdır. İkinci basamağında işletmeye arada sırada gelen iş hacminin %10’unu oluşturan müşteriler yer almaktadır. Üçüncü basamakta işletmeden devamlı alışveriş yapan müşteriler yer almaktadır. Son basamak taraftar müşteriler olup, işletmeyi başka kurum ve kişilere öneren ve referans eden, “firmadan ürün ya da hizmet satın almadığım zaman dahi benimle ilgileniyorlar” diyen müşterilerdir. Firmaların bu düşünceleri aktif müşteri ilişkileri ile canlı tutmaya ve satışa dönmesini sağlamaları gerekmektedir.



Şekil 1. Marka Sadakat Merdiveni

Kaynak; Taşkın, 2005: 45

Firmalar, müşterilerinin memnuniyet düzeylerini derecelendirmeli ve pozitif ivme kazanma yönünde iyileştirmelidir. Müşteri beklentileri ne kadar karşılanır, memnuniyeti ne kadar artarsa, müşteriye elde tutma ihtimali o denli yüksek olacaktır (Kotler,2005; 90). İşletmeler karlarını arttırmak için kar odaklı yaklaşımdan müşteri odaklı yaklaşıma yönelmeli bunun içinde geliştirilen müşteri ilişkileri politikalarında müşteri memnuniyetini yalnızca yeterli görmemeli, müşteri bağlılığına yönelik aksiyonlar planlamalıdır. Günümüzde firmalar için müşteri sadakati, daha önce hiç olmadığı kadar önemli ve olmazsa olmaz bir durum haline gelmiştir. Bunun sebebi, bağlılığın yeni bir kavram olarak görülmesinden ziyade, bağlılığın kurulması istenen müşterilerin günümüzde oldukça zor kazanılmaları ancak oldukça kolay bir şekilde kaybedilebilmeleridir. Bu nedenle müşteri tatmin olmasının amaçlanmasından ve ölçülebilmesinden sonra tüm adımlar, artan satışların ve karlılığın göstergesinin ve başarılarının esas ve en önemli taşının müşteri bağlılığı olduğunu anlamaktadırlar. Müşteriler için seçeneklerin yoğun olduğu günümüz modern pazarda, müşteri bağlılığının yaratılması ve sadakat bağı kurulan müşterilerin sayısının korunması ve artırılabilmesi, kurumların başarılarının gerçek göstergesini meydana koymaktadır.

SONUÇ

Gelişen teknoloji ile tüm sektörler dijital dönüşüme geçmiştir. Endüstri 4.0 Toplum 5.0 ve şimdiki servis 4.0 kavramı yavaş yavaş pazarda yerini almaya başlamıştır. Satış öncesi, satış sırası ve satış sonrası olarak ayrılan pazarlama faaliyetlerinde günümüze gelindiğinde bu üç kavramda artık satış sonrası hizmetler kapsamında yönetilmeye başlanmıştır. Satış öncesini kapsayan reklam, tanıtım, kampanya gibi süreçler

müşteriye dokunduğu için artık sadece pazarlama tarafı tek taraflı süreci yönetememektedir. Hatalı çıkan bir reklam filmi dijital platformlarda gündem olabilmektedir. Müşterilerin satış öncesinde, satış sırasında ve satış sonrasında karşılaştıkları olumsuz deneyimleri satış sonrası hizmetlerde yer alan müşteri hizmetleri ile paylaşıldığı bilinmektedir. Yaşanan olumsuz deneyimleri olumlu deneyime dönüştürmek içinde satış sonrası hizmet örgütleri vizyonları doğrultusunda stratejiler uygulamaktadır. Bu nedenle günümüzde pazarlama birimleri son kullanıcıya hitap eden tüm stratejilerinde satış sonrası hizmetleri dahil etmeli, bilgilendirmeli ve gerekli durumlarda görüş almaları önerilmektedir. Satış sonrası hizmetlerin görünürde rol aldıkları süreç ürün satışının ardından başlamaktadır. Satın alınan ürünlerin kurulması, onarılması ve bakımlarının yönetimi servis sağlayıcılarda olup hizmet sonrası memnuniyet ölçümü satış sonrası hizmetler tarafında yürütülmektedir. Satış sonrası hizmetler, müşteri memnuniyetini günümüz teknolojik gelişmelere ayak uydurarak ölçme, değerlendirme ve takip etmek zorundadır.

Satış sonrası hizmetlerde müşteri beklentişi olan maliyet, zaman ve hız beklentilerinin ürün satın aldıktan sonra kurulumu, onarımı gibi süreçlerde de etkin yönetimi gerekmektedir. Müşteriler ürün satın aldıktan sonra kendi istedikleri zaman diliminde kurulum yapılmasını bekliyor olmaları, ürün satın aldıktan sonra kendilerine gönderilen link üzerinden istedikleri gün ve saat aralığında randevu oluşturma imkânı sağlanarak memnuniyet artırılması hedeflenmiştir. Belirtilen randevu sisteminin uyum oranları, müşteri memnuniyet düzeyi yine satış sonrası tarafından takip edilmektedir. Müşterileri benzer durumu onarım içinde görmek istedikleri için üründe yaşanan sorunun çözümünün sağlanabilmesi adına online servis hizmet kaydı açabilmekte ve istedikleri tarih ve saat aralığında hizmet alabilmektedir. Ücretli kurulum hizmetleri için müşteriler ücret ödemek istemedikleri için bazı kuruluşlar tarafından müşterilerin ürünleri kendilerinin nasıl kurabileceklerine dair sistem geliştirmesi yapılmış müşterilere online kurulum hizmeti verilmeye başlanmıştır. IOT ürünlerin uygulama bağlantısı kurulduktan sonra kullanımı sırasında yaşanan sorunların hızlı ve maliyetsiz çözümleri için uygulama içinde chatbot aracılığı ile yönlendirmeler yapılmaya başlanmış, müşterilerin karşılaştıkları hatalara karşı belirsizlikler ortadan kalkmıştır.

Tüm bu süreçlerde müşterilerin karşılaştıkları olumsuz deneyimlerin kayıt altına alınması, olumlu deneyim yaşatmaya yönelik yapılan çalışmalar ve müşterinin son durumda ne hissettiğini kayıt altına alan sistemler bulunmaktadır. ChatbotAsistan denilen bu sistemler de müşterinin bir sonraki bildiriminde tüm geçmiş hizmet ve deneyimlerini analiz ederek müşteri için öngörü oluşturarak temsilci bilgilendirmesi yapabilmektedir. Böylelikle müşteri temsilcilerinin gözden kaçırabilecekleri tüm ayrıntılar ChatbotAsistan sayesinde sentezlenerek müşteri alternatif çözümler üretmek temsilcinin süreci yönetmesine yardımcı olabilmektedir. ChatbotAsistana yardımcı müşteri bildirim veya şikayetlerinin ve yönetim sürecinin doğru kayıt altına alınması için yardımcı yazımlara ihtiyaç duyulabilir. Bunlara iyi örneklerden biride Next4Biz gösterilebilir. Firmaların, satış ve pazarlama tarafında kullanılan yapay zekâ, nesnelerin interneti ve bulut teknoloji ürünlerinin, satış sonrası hizmetler içinde yer alması ve yönetim sistemleri için kullanılması çok önemlidir. Müşteri bildirim veya şikayetlerine hızlı, maliyetsiz ve zaman kazandıran çözümler sunarak pazarda müşteri memnuniyeti ön planda tutan firma olarak yer almakta ve rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Tüm firmalar satış sonrası hizmetlerde Servis 4.0 'a evrilmeli ve tüm örgüt yapılarında dijital platformları aktif uygulamaya başlamalıdır.

Literatür incelendiğinde, Ralson (2003)'e göre, satış sonrasındaki hizmetlerde teslimat-montaj, bakım - onarım hizmetlerinin müşteri üzerinde pozitif ve anlamlı etki oluşturduğu görülmüştür. Yeşilyurt (2018) 'e göre, satış sonrası hizmetlerden garanti ve bakım onarım hizmetleri geliştikçe müşteri memnuniyetinin arttığı, müşteri hizmetleri ve çağrı merkezi hizmetleri ile müşteri memnuniyeti arasında zayıf ama pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Ulaşılan sonuçlar dikkate alınarak şu öneriler getirilebilir. Satış sonrası hizmetler de satış öncesi, satış sırası ve satış sonrasında gelen şikâyet ve talep yönetimleri için yeterli sayıda eğitimli ve yetkin personeller bulundurması önerilebilir. İşletmelerin satış sonrası hizmetlerde yer alan personellerine eğitim planlamaları yapmaları önerilebilir. İşletmelerin satış sonrası hizmetlerde teknolojiyen yararlanmaları önerilebilir. İşletmelerin müşteri talep ve şikayetlerin yönetimi için teknolojiye uygun, gelişmiş, sistemler ile çalışması müşteri bildirimlerini kayıt altına alması önerilebilir. İşletmeler, yapay zekâ ve bulut teknolojisi kullanarak müşteri beklentilerini tespit etme, tespit edilen beklentilere uygun süreç iyileştirmeleri önerilebilir. Satış sonrası hizmetler yapıları içinde oluşturdukları, yetkili servis istasyonu, yedek parça birimi, müşteri hizmetleri ile birlikte hareket etmeleri önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Aktaş, F., Çeken, C., & Erdemli, Y. E. (2016). “Nesnelerin İnterneti Teknolojisinin Biyomedikal Alanındaki Uygulamaları”, Düzce Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi, 4(1), 37-54.
- Alabay, M. N. (2012). “Müşteri Şikâyetleri Yönetimi”, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 8(16), 137-157.
- Al-Fuqaha, A., Guizani, M., Mohammadi, M., Aledhari, M. & Ayyash, M. (2015). “Internet Of Things: A Survey On Enabling Technologies, Protocols And Applications”IEEE Communications Survey&Tutorials,17, 2347-2376.
- Alakbarov, S. (2006). “Malların Tamamlayıcı Unsuru Olarak Satış Sonrası Hizmetler Ve Dayanıklı Tüketim Mallarında Satış Sonrası Hizmetler”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Asadullah, A., Faik, I. ve Kankanhalli, A. (2018). Digital Platforms:A Review and Future Directions. PACIS, 248.
- Ay, C. (1997). Gümrük Birliği Sürecinde Etkin Bir Rekabet Aracı Olarak Satış Sonrası Hizmetlerde Kalite Ve Verimlilik. Verimlilik Kongresi, Ankara, 14-16 Mayıs, ss.111-112.
- Aydoğdu, M. (2015). Tüketici Hukuku Dersleri. Adalet Yayınları.
- Baytekin E.P., (2005), "Toplam Kalite Hedefinde Müşteri Memnuniyetinden Müşteri Sadakatine", Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E- Dergisi, (1), 41-52.
- Bengül, S. (2006). “Satış Sonrası Müşteri Hizmetlerinin Marka Bağlılığı Üzerindeki Etkisi: Beyaz Eşya Kullanıcıları Üzerinde Bir Araştırma ve Yapısal Bir Marka Bağlılık Modeli Önerisi”. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Isparta: Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Berg. J., Furrer, M., Harmon, E., Rani, U., & Silberman, M. S. (2018). Digital Labour Platforms And The Future Of Work. Towards Decent Work In The Online World. Rapport De l’OIT.
- Bertani, F., Raberto, M., Teglio, A.(2020). The Productivity and Unemployment Effects of The Digital Transformation:
An Empirical and Modeling Assessment. Review of Evolutionary Political Economy, 1-329-355.
- Bitner, M.J. (1992). “Servicescapes: The Impact Of Physical Surroundings On Customers And Employees”, Journal Of Marketing, 56(2), 57-71.
- Bienstock, C.C., Mentzer, J.T., & Bird, M. M. (1997). “Measuring Physical Disstribution Service Quality”. Journal of the Academy of Marketing Science, 25(1),31-44.
- Çetin, C. Serviste Davranış (3. Baskı), Panel Matbaacılık, İstanbul.2005.
- Çolakoğlu, Mustafa. KOBİ Rehberi, TOBB Yayınları, İstanbul, 2002.
- Doyle, Peter, Değer Temelli Pazarlama, Mediacat Yayınları, İstanbul, 2004
- Ergen, M. (2019). What Is Artificial Intelligence? Technical Considerations And Future Perception. Anatolian J. Cardiol, 22(2),5-7.
- Esen, S. S. (2011). “Konaklama İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti Ve Etnosentriizmin Müşteri Memnuniyet Düzeyleri Üzerindeki Etkisi, Alanya İlçesi Örneği”. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Esmer, Y., Şaylan, O., (2021).” Müşteri İlişkileri Yönetiminde Yeni Dijital Teknolojilerin Kullanımına Yönelik Nitel Bir Araştırma”, Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi,7(4),71-78.
- Griffin, A. (1997). The Effect Of Project And Process Characteristics On Product Development Cycle Time. Journal Of Marketing Research, 34(1), 24-35.
- Goffin, K. (1999). “Customer Support: A Cross-Industry Study of Distributon Channels and Strategies”, International Journal of Physical Distribution and Logistions Management, 29(6). ss: 374-398.

- Herbig, P. A. & F. Palumbo (1993). "It Serves The Aftermarket In Japan And The United States", *Journal Of Industrial Marketing Management*, 22(4), 339-346.
- Ishikawa K. *Toplam Kalite Kontrol*, 2. Baskı, Kalder Yayınları, İstanbul.No.7 2. Basım.1997.
- İbrahimova, S. (2010). "Müşteri Hizmetleri Kalitesinin Pazarlamadaki Önemi: Ege Bölgesindeki Hipermarket Zincirinde Bir Uygulama", (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Karakocalı, A. (2017). *Tüketici Hukuku Davaları, Teori-Uygulama*, Seçkin Yayınları.
- Kandampully, J. (1998). "Sevice Quality To Service Loyalty: A Relationship Which Goes Beyond Customer Services. *Total Quality Management*, 9(6), 431-443.
- Kavzoğlu, T., & Şahin, E. K. (2012). *Bulut Bilişim Teknolojisi Ve Bulut Cbs Uygulamaları. Uzaktan Algılama Ve Coğrafi Bilgi Sistemleri Sempozyumu*,16-19 Ekim, Zonguldak.
- Keaveney , S.M.(1995). "Customer Switching Behavior in Service Industries: An Expletory Study", *Journal of Marketing*, 59(2). 71-82.
- Keningham,T.L., Vavra, T.G. Aksoy, L., & Wallarda, H.(2005). *Loyalty Myths: Hyped Strategies That Will Put You Of Business- and Proven Tactics That Really Work*. John Wiles & Sons.
- Kitapçı, O. (2006). "Müşteri Sadakati Yaratmak İçin Veri Tabanlı Pazarlama: Türkiye'deki 4 ve 5 Yıldızlı Oteller Üzerine Bir Uygulama". (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas.
- Kotler, P. (2005). "The Role Played by the Broadening of Marketing Movement in the History of Marketing Thought". *Journal of Public Policy & Marketing*, 24(1), 114-116.
- Korkmaz, S. (2001), "Satış Sonrası Hizmetler Ve Satış Sonrası Hizmetlerin Tüketiciler Açısından Değerlendirilmesi" *Mevzuat Dergisi*, İstanbul, 4(42), 1-11.
- Murthy, D. N. P., Solem, O., & Roren, T. (2004). "Product Warranty Logistics: Issues and Challenges". *European Journal of Operational Research*, 156(1), 110-126.
- Odabaşı, Yavuz, *Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi*, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2000.
- Oliver, R. L. (1999). "Whence Consumer Loyalty?". *Journal of Marketing*, 63(4), 33-44.
- Oliver, Richard L., *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Boston, MA: Irwin, McGraw-Hill, 1997
- Oyman, M. (2002). "Müşteri Sadakati Sağlamada Sadakat Programlarının Önemi". *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 19(19), 169-185.
- Önder Ergün, (1993), "2. Ulusal Kalite Kongresi Açılış Konuşması, 2.Ulusal Kalite Kongresi, İstanbul.11-12 Kasım,s.77.
- Özbay, V. A. (2015). "Müşteri Memnuniyetinin Ölçülmesi: Turizm Sektörü Üzerine Bir Alan Araştırması". (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Özgül, P. (2007). "Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Şikayetleri Üzerine Bir Alan Araştırması", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Kahramanmaraş.
- Rai, A., Contantinides, P., & Sarker, S. (2019). "Next Generation Digital Platforms:Towards Human –AI Hybrids" .
MIS Quarterly, 43 (1), iii-ix.
- Ralson, R.W., (2003), "The Effects of Customer Service, Branding and Price on the Perceived Value of Local Telephone Service", *Journal Of Business Research*, 56, 201-213.
- Rona, Lale, A., *Önce Ben Sonra Müşteri*. Rota Yayınları, İstanbul, 2005.
- Sayımer, İ. (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler* (2. Baskı), Beta Yayınları.

- Spagnoletti, P., Resca, A., & Lee, G. (2015). A Design Theory for Digital Platforms Supporting Online Communities: A Multiple Case Study. *Journal Information Tecnology*, 30, 364-380.
- Şen, İ. (2015). "Satıştan Sonra Servis Kalitesi ve Arçelik'te Dayanıklı Tüketim Mallarına İlişkin Bir Uygulama", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Taptık, Yılmaz, & Keleş, Özgül, Kalite Savaş Araçları, Kalder Yayınları, İstanbul, 1998.
- Tarcan, E. (2001). Hizmet Yönetiminde Kalite ve Müşteri Tatmini Ölçümü. İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Taşkın, Erdoğan, Müşteri İlişkileri Eğitimi. Papatya Yayınevi, İstanbul, 2005
- Tek, Ömer, Baybars, Pazarlama İlkeleri-Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları. Beta Yayıncılık, İstanbul, 1999.
- Tutar, Hasan, Örgütsel İletişim, Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2003.
- Uyar, A. (2018). Müşteri İlişkileri ve Geleceği. Efil Yayınları. Ankara.
- Twigg-Flesner, Christian, Avrupa Birliği'nin Tüketici Politikası ve Türkiye'nin Uyumu. İktisadi Kalkınma Vakfı Yayını, İstanbul, 2001.
- Yeşilyurt H. N. (2018). "Satış Sonrası Hizmetlerin Müşteri Memnuniyetine Etkisi: Türk Telekom'da Bir Uygulama", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kütahya Dumlupınar Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Zengin, E., Erdal, A. (2000). "Hizmet Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi", *Journal of Qafqaz University*, 3(1), 43-56.
- Ziller, J. Satıştan Sonra Servis, Reklam Yayınları 3, İstanbul, 1971.

Diğer Kaynaklar

- Frankefeld, J., & Mansa, J. (2020). "Cloud computing" <https://www.investopedia.com/Terms/C/Cloudcomputing.Asp> (Erişim Tarihi: 18.04.2021).
- Kalder, (2005-2014), "Türkiye Müşteri Memnuniyeti Endeksi" <https://www.kalder.org/Tmme> (Erişim; 10 Şubat 2023)
- T.C Cumhurbaşkanlığı, 28835 sayılı 6502 Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun, Resmi Gazete, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2013/11/20131128-1.htm>, (Erişim; 28 Kasım 2013)
- T.C Cumhurbaşkanlığı, 29020 sayılı Satış Sonrası Hizmetler Yönetmeliği, Resmi Gazete, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2014/06/20140613-3.htm>, (Erişim; 13 Haziran 2014).
- "Tüketici Bilgi Sistemleri İşlemler", <https://tuketicisikayeti.ticaret.gov.tr> (Erişim: 10 Şubat 2023).

Geliş Tarihi: 12/04/2023

Kabul Tarihi: 25/04/2023

İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ KRİZİNİN GÖLGESİNDE YEŞİL PAZARLAMA, YEŞİL ÜRÜN VE EKO-ETİKET KAVRAMLARINA YÖNELİK BİR LİTERATÜR TARAMASI

Tuğçe BORAN***ÖZET**

Son yıllarda üretim ve tüketim süreçlerinin yapısal olarak değiştiğini; doğal kaynakların sınırlı ve ekolojik dengenin tehdit altında olduğunu görmekteyiz. Bununla birlikte dünya nüfusunun hızla arttığını anlatan çalışmalar yapılmıştır ki bu durum iklim değişikliği krizi ile birleşince dünyanın yakın geleceğin tehlike altında olduğunu bizlere anlatmaktadır. Yaklaşık yüz yıldır devam eden endüstriyel üretim süreçlerinde doğal kaynakların sınırsızca kullanıldığı bilinmektedir. Bu sınırsız kullanım, pazarda mal ve hizmet bolluğu yaratmış olmakla birlikte aynı zamanda insanlığın devamı için hayati önem taşıyan; su, toprak, ağaç, oksijen vb. doğal kaynakların da bilinçsizce tüketilmesine neden olmuştur. Ticari markaların pazarda varlıklarını devam ettirebilmek özetle hem pazar paylarını koruyabilmek hem de yeni pazarlar oluşturabilmek için toplumsal hassasiyetleri göz önünde bulundurmaları gerektiği bilinen bir durumdur. Bu süreçte ticari markaların gündemlerindeki önemli konulardan biri; toplumsal hassasiyetleri göz önünde bulundurarak ürünlerin 'çevre dostu' üretimine odaklanmaları ve inovatif yaklaşımlar geliştirmeleri olmuştur. 1990'lardan itibaren yeşil pazarlama kavramının literatürde yer almaya başladığı görülmektedir. Yeşil pazarlamanın temelinde, topluma 'çevre dostu' olduğuna inanılan ürünlerin pazarlanması anlayışı yer almaktadır. Bu anlayışın temelinde ise 'yeşil ürün' kavramı olduğu görülmektedir. Ürünün 'yeşil' olması ve 'yeşil ürün' satın alma tercihinde bulunan hedef gruplarla buluşması aşamasında da yeşil etiketleme yani 'eko-etiket' uygulaması karşımıza çıkmaktadır. Ancak bu üç kavramda da tüm paydaşlarda kavram ve kapsam karmaşası olduğu gözlemlenmektedir. Bu nedenle bu araştırmanın amacı; yeşil pazarlama, yeşil ürün ve eko-etiket kavramlarını literatür taraması yöntemiyle geniş bir perspektiften incelemek olarak belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yeşil Pazarlama, Yeşil Ürün, Eko-Etiket,

A LITERATURE REVIEW ON THE CONCEPTS OF GREEN MARKETING, GREEN PRODUCT AND ECO-LABELS IN THE SHADOW OF THE CLIMATE CHANGE CRISIS

ABSTRACT

In recent years, production and consumption processes have changed structurally; we see that natural resources are limited and ecological balance is under threat. However, studies have been conducted explaining that the world's population is increasing rapidly, which, combined with the climate change crisis, tells us that the near future of the world is in danger. It is known that natural resources are used unlimitedly in industrial production processes that have been going on for about a hundred years. While this unlimited use has created an abundance of goods and services in the market, it is also vital for the continuation of humanity; water, soil, wood, oxygen, etc. It also caused unconscious consumption of natural resources. It is a well-known fact that trademarks need to consider social sensitivities in order to maintain their presence in the market, in short, both to protect their market shares and to create new markets. In this process, one of the important issues on the agenda of trademarks; Considering social sensitivities, they focused on the 'environmentally friendly' production of products and developed innovative approaches. It is seen that the concept of green marketing has started to take place in the literature since the 1990s. The basis of green marketing is the understanding of marketing products that are believed to be 'environmentally friendly' to the society. It is seen that the basis of this understanding is the concept of 'green product'. Green labeling, in other words, 'eco-label', is used when the product is 'green' and meets the target groups who prefer to buy 'green products'. However, in all these three concepts, it is observed that there is a confusion of concept and scope in all stakeholders. Therefore, the aim of this research is; to examine the concepts of green marketing, green product and eco-label from a broad perspective with the literature review method.

KeyWords: Green Marketing, Green Product, Eco-Label.

* Doç.Dr., Sakarya Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, tugceboran@sakarya.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5674-4090

GİRİŞ

Küresel olarak, uzun zamandır hepimizin geleceğini ilgilendiren önemli bir soruya cevap aranmaktadır. Bu soru; ‘nasıl olur da, endüstriyel ve toplumsal kırılma noktalarından biri olarak kabul edilen Sanayi Devrimi aynı zamanda insanlığı dünyanın sonuna doğru hızla yaklaştırmaktadır?’ olarak karşımıza çıkar. Aslında burada çok basit bir denklem ile karşılaşılmaktadır. Herkesin bildiği gibi, Sanayi Devrimi endüstriyel üretim biçimlerini ortaya çıkarmış ve pazar yapılarında önemli bir değişime neden olmuştur. Endüstriyel üretim süreçlerinde yıllarca doğal kaynakların sınırsızca kullanıldığı görülmüştür. Bu sınırsız kullanım, pazarda mal ve hizmet bolluğu yaratmış olmakla birlikte aynı zamanda insanlığın devamı için hayati önem taşıyan; su, toprak, ağaç, oksijen vb. doğal kaynakların da bilinçsizce tüketilmesine neden olmuştur. Uzun yıllardır toplum, doğal kaynakların sonsuz olduğuna inanarak daha çok tüketmeye odaklanmıştır. Pazardaki malları sınırsız satın alma ve tüketme talebi hem endüstriyel üretimin tüm zararlarıyla devamlılığına hem de atıkların yönetilememesi gibi çevre konulu birçok sorunun gündeme taşınmasına neden olmuştur. Zamanla ve büyüyerek ortaya çıkan bu sorunlar, dünya kaynaklarının sınırlı olduğu gerçeğini ortaya koymuş; toplumların ve elbette tüm ticari kurumların en önemli gündem maddesini oluşturmaya başlamıştır.

Son yıllarda hem üretim ve tüketim süreçlerinin hem de toplumun yapısal olarak değiştiği elbette doğal kaynakların sınırlı ve ekolojik dengenin tehdit altında olduğu bununla birlikte dünya nüfusunun da hızla arttığı gözlemlenmektedir. Ancak hem COVID-19 post-pandemi süreci hem de iklim değişikliğinin daha da hissedilebilir olduğu bu günlerde mevcut durumun artık tehditin çok ötesinde olduğu görülmüştür. Bu aşamada bireysel girişimlerin üzerinde ülkelerin dahil olduğu Birleşmiş Milletler çatısı altında faaliyet gösteren ve iklim değişikliği konusunda çalışan ‘COP akıllara gelmektedir. Her yıl farklı ülkede düzenlenen ve iklim değişikliğini önlemeye yönelik çabaları arttırmak amacıyla hükümetlerden delegelerinin geldiği müzakerelerin ilki olan COP1, 1995’te Berlin’de düzenlenmiştir. (<https://www.iklimhaber.org>, Erişim tarihi, 13.12.2022). Bu bilgiden hareketle 25 yılı aşkın süredir iklim değişikliği konusunun gündemde olduğu açıkça görülmektedir.

Covid-19 pandemisi nedeniyle gerçekleşmeyen konferans (COP), post-pandemi döneminde önemli bir anlaşma ile gündeme gelmiştir. BBC Türkçe’nin haberine göre (<https://www.bbc.com>, Erişim tarihi: 13.12.2022) Glasgow’da gerçekleştirilen 26. BM İklim Değişikliği Konferansı’nda (COP26) ülkeler, iklim değişikliğine karşı alınacak çeşitli önlemleri içeren anlaşmayı imzalamıştır. BBC Türkçe, Glasgow İklim Anlaşması’yla birlikte ‘aşamalı olarak kömür kullanımının azaltılması’nın da planlandığını aktarmaktadır. Bu habere göre anlaşma bu haliyle kömür kullanımını azaltmayı hedefleyen tarihteki ilk anlaşmadır.

2022 yılında ise Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Konferansı (COP27) Mısır’ın Şarm El-Şeyh kentinde 6-18 Kasım 2022 tarihlerinde küresel ısınma ve sera gazı salınım oranlarını azaltma hedefiyle, 194 ülkenin katılımıyla gerçekleşmiştir (<https://tr.wikipedia.org>, Erişim tarihi: 13.12.2022). Ancak bu toplantıya yönelik olumlu haberlerle birlikte olumsuz haberler olduğu da gözlemlenmektedir. BBC Türkçe’nin (<https://www.bbc.com>, Erişim tarihi: 13.12.2022) haberine göre COP27 iklim zirvesinde, iklim krizine karşı savunmasız ülkelere ‘Kayıp ve Zarar Fonu’ adı verilecek fon ile iklim krizinden etkilenen yoksul ülkelere maddi yardım yapılmasında anlaşma sağlandı. Ancak yine aynı habere göre hangi ülkenin ne kadar katkı yapacağına karar verilmemiştir ve konunun gelecek yıl yapılacak zirvede ele alınması beklenmektedir. BBC Türkçe’ye göre bu gelişmelerle birlikte zirvede fosil yakıt kullanımının sınırlandırılmasına dair ilerleme sağlanmamış ve sonuç bildirgesinde konuya dair bir taahhüt de yer almamıştır.

Küresel çevre sorunlarına en olumsuz katkı endüstriden gelmektedir. Ve mevcut durumda sorunlarla baş etme konusunda önemli sorumluluğun ticari kurum ve kuruluşlara düştüğü de açıkça görülmektedir. Devletlerin aldığı bağlayıcı karar ve uygulamalarla ticari kurumların paydaş memnuniyetine odaklanan yeni uygulamalara bir süredir başlamış olduğu bilinmektedir. Tsai vd. (2020; 1) son yıllarda küresel ısınmanın giderek artan şiddeti nedeniyle, hükümetlerin çevreyi korumayı amaçlayan çevresel veya yeşil politikaları şiddetle uyguladıklarını ve sonuç olarak, bu politikalarla dolaylı olarak işletmelerin daha fazla sosyal sorumluluk üstlenmeye ve faaliyetlerinde etik pazarlama ilkelerini uygulamaya zorlandıklarını ifade etmektedir.

1990’lardan itibaren yeşil pazarlama kavramının literatürde yer almaya başladığı görülmektedir. Yeşil pazarlamanın temelinde, topluma ‘çevre dostu’ olduğuna inanılan ürünlerin pazarlanması anlayışı yer almaktadır. Bu anlayışın temelinde ise ‘yeşil ürün’ kavramı olduğu görülmektedir. Geçmişte -yeşil pazarlama uygulamalarının ilk örneklerinin izlendiği günlerde- aslında tam da ‘yeşil’ olmayan ürünlere sadece ‘çevre dostu’ mesajların yer aldığı iletişim çalışmaları yapıldığı bilinmektedir. Ancak bugün esas konu genel olarak, ürünün, çevre dostu hammadde ile ve çevreye odaklanan bir süreçle üretilmesi hassasiyeti olarak tanımlanmaktadır.

Ticari markaların pazarda varlıklarını devam ettirebilmek bir başka ifade ile hem pazar paylarını koruyabilmek hem de yeni pazarlar oluşturabilmek için toplumsal hassasiyetleri göz önünde bulundurmaları gerektiği bilinen bir durumdur. Bu süreçte gündemdeki önemli konulardan biri; ticari markaların, toplumsal hassasiyetleri göz önünde bulundurarak ürünlerin 'çevre dostu' üretimine odaklanmaları ve inovatif yaklaşımlar geliştirmeleri olmuştur. Ürünün 'yeşil' olması ve 'yeşil ürün' satın alma tercihinde bulunan hedef gruplarla buluşması aşamasında da yeşil etiketleme yani 'eko-etiket' uygulaması karşımıza çıkmaktadır. Delafrooz vd., (2013; 4) eko-etiketin, çevre dostu ürünlerde, yeşil pazarlamada kullanılan önemli araçlarından biri olduğunu ifade etmektedir.

Bu araştırmanın amacı; yeşil pazarlama, yeşil ürün ve eko-etiket kavramlarını literatür taraması yöntemiyle geniş bir perspektiften incelemek olarak belirlenmiştir. Dileğimiz, ülkemizde kurumların daha fazla çevre duyarlılığına sahip olmaları, yeşil ürünler tasarlayıp üretimini yaparak ve eko-etiketli ürün gamlarını arttırarak hem yeşil tüketici farkındalığını oluşturmaları hem de bu farkındalığa sahip olan paydaşlarına daha fazla ürün sunarak dünyayı korumaları olacaktır.

Mevcut araştırmaya başlamadan önce konuya yönelik çalışmaları inceleyen bir ön araştırma gerçekleştirilmiştir. Google akademikte yapılan araştırmada yeşil ürün konusunda yazılan makaleler 2013 yılından bu yana sıralandığında; Zülfiyar (2013) Hanelerin Yeşil Ürün ve Hizmet Tercihlerinde Etkin Unsurlar Üzerine Bir İnceleme; Duru ve Şua (2013) Yeşil Pazarlama ve Tüketicilerin Çevre Dostu Ürünleri Kullanma Eğilimleri; Karaca (2013) Tüketicilerin Yeşil Ürünlerle İlişkin Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma; Armağan ve Karatürk (2014) Yeşil Pazarlama Faaliyetleri Çerçevesinde Aydın Bölgesindeki Tüketicilerin Çevreye Duyarlı Ürünleri Kullanma Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma; Özgüven Tayfun ve Ölçü (2016) Çevreci Ürünlerin Tüketicilerin Satın Alma Kararlarındaki Yeri Üzerine Bir Uygulama; Onurlubaş (2016) Tüketicilerin Yeşil Ürün Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörler; Cesur ve Memiş (2016) Yeşil Ürünlerle İlişkin Öğrencilerin Tutumlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma; Alkaya, Çoban, Tehci ve Ersoy (2016) Çevresel Duyarlılığın Yeşil Ürün Satın Alma Davranışına Etkisi: Ordu Üniversitesi Örneği; Koçoğlu ve Koçoğlu (2017) Yeşil Pazarlama Kapsamında Çevreye Duyarlı Ürünlerin Satın Alma Eğilimleri: Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Alan Öğrenciler Üzerinde Bir Araştırma; Korkmaz Atay ve Yıldırım (2017) Yeşil Ürün Satın Alma Davranışı, Kişilerarası Etkilenme Eğilimi ve Sosyal Etki Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma; Benli, Karaosmanoğlu ve Taş (2017) Çalışan Bireylerin Yeşil Ürün Reklamlarına Yönelik Tutumlarını Etkileyen Faktörlerin Demografik Özelliklerine Göre Farklılıkları; Yürük Kayapınar, Kayapınar ve Ergan (2019) Tüketicilerin Yeşil Ürün Satın Alma Davranışlarının Kuşaklar Bakımından İncelenmesi; Özcan ve Özgül (2019) Yeşil Pazarlama ve Tüketicilerin Yeşil Ürün Tercihlerini Etkileyen Faktörler; Deniz Çakıroğlu, Özcan ve Çakıroğlu (2019) Genç Tüketicilerin Yeşil Ürünlerle Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi: Giresun Üniversitesinde Bir Uygulama; Baydaş ve Berdibek (2020) Yeşil Ürün Satın Alma Davranışı ile Dini Değerlerin İlişkilendirilmesi: Bingöl İli Örneği; Karaman (2021) Yeşil Pazarlama Bilgi Düzeyi ve Yaşam Tatmininin Yeşil Ürün Satın Alma Davranışına Etkisi: Kuşaklararası Bir Araştırma, olarak karşımıza çıkmaktadır.

Son 15 yılda 'eko-etiket' konusunda yapılan çalışmalar incelendiğinde karşımıza; Başaran Alagöz (2007) Yeşil Pazarlama ve Eko Etiketleme; Yücel ve Ekmekçiler (2008) Çevre Dostu Ürün Kavramına Bütünsel Yaklaşım; Temiz Üretim Sistemi, Eko-Etiket, Yeşil Pazarlama; Oflaç ve Göçer (2015) Genç Tüketicilerin Algılanan Çevresel Bilgi Düzeyleri ve Eko-Etiketli Ürünlerle Karşı Yaklaşımları Üzerine Bir Çalışma; Gökdeniz (2017) Konaklama Sektöründe Yeşil Yönetim Kavramı, Eko Etiket ve Yeşil Yönetim Sertifikaları ve Otellerde Yeşil Yönetim Uygulama Örnekleri; Dücan ve Bozkurt (2018) Eko-Etiketlerin Turizme ve Yerel Ekonomiye Etkileri; Ceylan (2019) Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turizmde Eko Etiketler; Şişman Aydın (2019) Eko-Etiketleme ve Türkiye Çevre Etiketleri; Özdemir ve Yaşa Özeltürkay (2019) Tüketicilerin Çevre Konusundaki Bilinçlerinin Eko – Etiketli Gıdalar İçin Daha Fazla Ödeme İsteklilikleri Üzerindeki Etkisi: Adana İli Örnekleme; Yıldız ve Küçükkancaş Esen (2020) Eko-Etiketlerin Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkileri: Buzdolabı Eko-Etiketlerinin Konjoint Analizi İle İncelenmesi; Çiçek ve Güneş (2022) Sorumlu Turizm Kapsamında Eko Etiketler: Mavi Bayrak Örneği; Birpınar, M. E., Yetiş Ü., vd. (2023) Sürdürülebilir Üretim ve Tüketimde Eko-Etiketlerin Önemi: Türkiye Çevre Etiket Sistemi, başlıklı makaleler çıkmaktadır. Bu bilgilerden yola çıkıldığında 'yeşil ürün' ve 'eko-etiket' konulu çalışmaların oldukça az olduğu gözlemlenmektedir bu saptama makalenin önemini ortaya koymaktadır.

YEŞİL PAZARLAMA KAVRAMI VE GELİŞİM SÜRECİ

Değişen tüketici profili ve beklentilerine odaklanıldığında markaların mevcut pazarını korumak hatta yeni pazarlar oluşturmak için iletişim çalışmaları yaptıkları bilinmektedir. Kurumlar ticari varlıklarını devam ettirebilmek için bir yandan doğal kaynakları tasarruflu kullanarak üretim yaparken bir yandan da her hareketinden sosyal paydaşlarını haberdar edebilmelidir. Burada 'her hareket' ile ifade edilen; kurumun ürettiği ürün, ürünün tasarımı, tedarik zinciri yönetimi, üretim süreçlerinde izlenen yol, atık azaltma, sistem-belgelendirme-sertifikasyon vb. ile kurumsal anlayışını paydaşlarına aktarabilecek uygulamalar olarak açıklanmaktadır. Yücel (2019; 168) doğal kaynakların uzun süre işletme faaliyetlerinin devamını sağlayamayacak olması ve canlıların bu çevresel sorunlardan etkilenmesinin duruma yönelik çözüm arayışını hızlandırdığını ve 70'lerde başlayan çözüm arayışının aslında mevcut sistemin kendi kendini tedavi etmesinin bir başlangıcı olarak yorumlanması gerektiğini ifade etmektedir. Bu görüşten yola çıkıldığında yoksulluk, iklim değişikliği vb. küresel sorunlar sonucunda çevre sorunlarının hem devletler hem toplum ve hem de işletmeler için önemli bir konu haline aldığı görülmektedir.

Sharma (2021; 1217) 'yeşil' sözcüğünün 1960'larda Amerika Birleşik Devletleri'nden ortaya çıktığını belirtmektedir. Henion ve Kinnear (akt. Henion, 1981; 340) fikrin ilk defa Amerikan Pazarlama Derneği'nin 1975'teki ekolojik pazarlama konulu ilk konferansında önerildiğini ifade etmektedir. Konuyla ilgili çalışmalar yapan Garg (2015; 302) ise yeşil pazarlamanın bir kavram olarak 1980'lerin sonu ve 90'ların başında önem kazandığını; ekolojik pazarlama üzerine ilk çalışmayı ise 1975 yılında AMA'nın düzenlendiğini ifade etmektedir. Nair' de (2015; 175) çevreciliğe karşı duyarlılığın ilk hissedildiği 1960'ların sonunda, çevre bilinci olan tüketicilerin çevre problemlerini çözmek için tüketim seviyesini azaltmaya inandıklarına vurgu yapmıştır. Ona göre bu sebeple, çevre bilincine sahip olmak ve tüketici olmak kavramları birbirinden ayrı tutulurdu. Nair'in çevre duyarlılığı hakkında erken dönemlere yönelik endüstriyel üretime ve tüketim toplumu yaklaşımlarına vurgu yaptığı görülmektedir. Elbette bir kavramın ilk kez konuşulmaya başlandığı tarihten itibaren -dünyada kaydedilen tüm değişimlerle birlikte- değiştiği ya da kapsamını genişlettiği bilinmektedir. Yeşil pazarlama kavramının gelişim sürecinde, çevre konusundaki duyarlılıkların etkili olduğu görülmektedir. Peattie (2010) (akt. Sharma, 2021; 1218) yeşil pazarlamayı üç aşamaya ayırmıştır: 'ekolojik yeşil pazarlama', 'çevresel yeşil pazarlama' ve 'sürdürülebilir yeşil pazarlama'. Açıklamada çevre, ekoloji ve yeşil arasında kurulan bağ açıkça görülmektedir.

Bir ticari markanın 'çevre dostu' bir kurumsal vatandaş olduğu algısını yaratabilmesi çok boyutlu ve kapsamlı uygulamalarıyla gerçekleşebilecektir. Baker (akt. Peattie ve Crane, 2005; 364-365) aşağıda, yeşil pazarlama bağlamında önem teşkil edecek 4 pazarlama özelliğini belirtmektedir, bunlar:

1. Gerçek pazarlama müşteri ile başlar: Yeşil pazarlamanın gündemindeki mücadele; şirketin paydaşlarının ihtiyaçlarını araştırırken geniş düşünmek ve müşterilerin gelecek nesillerini de hesaba katmaktır.

2. Uzun dönemli bakış açısına sahiptir: Sürdürülebilirlik için uzun vadenin de ötesine gidilmelidir. Örneğin, yeşil pazarlama sürecinde geri dönüşüm kutuları tanıtılırken, geri dönüşüm tesislerinin yetersizliği görülememektedir.

3. Şirketin kaynaklarının tamamının kullanımını içerir: Pazarlamanın yeşillenmesinde bütünsel yaklaşım esastır ancak pratikte uygulanması zordur. Yeşil pazarlama şirketin bütününe -her hareketi, politikası, tedarik zinciri ürünlerinde çevre yaklaşımları gibi- yansımaları olmalıdır.

4. İnovasyon/Yenilikçilik: Müşterilerin ihtiyaçları pazar yapısında ve destek hizmetlerinde yeniliklerle çevresel ilerleme yaratarak etkili şekilde karşılanabilecektir. Bu maddelerin özünde kurumun, sadece iletişim çalışmalarında değil, pazarlamanın tüm aşamalarında yeşillenmesi yolunda bütünsel bir yaklaşım önerildiği gözlemlenmektedir. Kurumun her parçasının hareketinde, politikalarında, tedarik zinciri ürünlerinde ve yeni ürün tasarımında yeşil anlayışla hareket etmesi esastır. Baker'a göre yeşil pazarlama şirketin bütününe yansımaları olmalıdır.

Yeşil pazarlama günümüzde sadece bir ürünün 'yeşil' mesajlara odaklanan pazarlama teknikleri kullanılarak pazara sunulması olarak algılanmamalıdır. Chung (2020; 724) kurumsal sürdürülebilirlik perspektifinden şirketlerin, kurumsal sosyal sorumluluk talebini ve paydaşların gereksinimlerini karşılamak için yeşil pazarlama stratejileri geliştirdiklerini böylece aynı zamanda da şirketin iç standartlarıyla, işletmelerin yeşil pazarlama yoluyla sürdürülebilir işlere yönelmelerini sağlayabildiğini ifade etmektedir. Kavram, aynı zamanda işletmenin toplumla birlikte ticari olarak var olmaya devam edebilmek için keşfetmiş olduğu yeni bir yol,

yöntem olarak da düşünülebilir. Yücel (2019; 175) işletmelerin sınırlı doğal kaynaklar karşısında ihtiyaçları karşılamak için yeni ve alternatif yöntemler geliştirmelerinden bahsederken yeşil pazarlamanın faaliyetlerini, sınırlı kaynakları en iyi şekilde kullanarak kurumsal hedefleri karşılamayı aramanın bir yolu olarak tanımlamaktadır.

Yeşil pazarlama, kavramının geçen yüzyılın bir ürünü olduğu açıkça olarak görülmektedir. Bununla birlikte kavram, günümüzde bizlere ifade ettiği anlama ulaşana kadar farklı şekillerde adlandırılmıştır. Bu adlandırmaların içinde çevre ile ilgili olanlar dikkat çekmektedir. Dean ve Pacheco (2014), çevreci pazarlama 'environmental marketing' ifadesini kullanmaktadırlar. Garg'da (2015; 302) yeşil pazarlama için kullanılan; çevresel pazarlama, ekolojik pazarlama ve sürdürülebilir pazarlama gibi benzer terimler olduğuna vurgu yapmaktadır. Bugün yeşil pazarlama, anlam olarak; yeşil ile dünyayı, pazarlama ile ise çevre dostu inovasyonu ifade ediyor şeklinde yorumlanmaktadır.

Yukarıda da görüldüğü gibi yeşil pazarlama stratejilerinin benimsenebilmesi için ürünlerin gerçekten 'yeşil' özelliklere sahip olarak üretilmesi gerekmektedir. Böylece 'yeşil' pazarlamada; hammaddeyi, tasarımıyla, üretim koşullarıyla, tüketimi ve hatta geri dönüşümü ile gündeme taşınan 'yeşil ürün' kavramını akıllara getirmektedir. Bir sonraki bölümde yeşil ürün kavramı detaylı olarak aktarılacaktır.

YEŞİL ÜRÜN KAVRAMI VE KAPSAMI

Yeşil pazarlama kavramının ilk adımı 'nasıl bir üretim/ürün?' sorusuyla karşımıza çıkmaktadır. Aslında literatürde de aktarılan yeşil pazarlamanın en büyük sorununun; ürünün aynı şekilde üretilmeye devam edilmesine ve çevreci hiçbir özellik barındırmamasına rağmen iletişim çalışmalarının çevre duyarlılığına dayandırılarak yapılandırılması olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketicinin çoğu zaman sadece 'yeşil mesajlara' odaklanan iletişim kampanyası sonucunda kafa karışıklığı ya da daha kötüsü olan marka/ürün ile ilgili olumsuz algılara sahip olduğu gözlemlenmektedir. Tutundurma karması bileşenlerinin, tüketim toplumunun oluşturulması sürecinde etkin rol oynadığı görülmektedir. Tutundurma karması bileşenlerinin bugün de aynı şekilde yeşil tüketicilerin oluşturulması sürecinde etkin olabilecekleri düşünülmektedir. Pazarlama çalışmaları sonunda yeşil tüketiciler inşa edilmesi sorumluluğu da günümüzde ticari kurumların önemli bir sorumluluk alanı olarak görülmektedir.

Yeşil pazarlama kavramı 4 temel başlık altında incelenebilir. Bu başlıklardan ilki, 'yeşil ürün' olarak ifade edilir. Fuentes (2015; 192) yeşil pazarlama alanına egemen araştırmaların odağında yeşil ürünlerin nasıl pazarlanacağı anlayışı olduğunu ifade etmektedir. Elbette, pazarlama sürecinde ilk adım 'ürün' ile başlayacaktır. Pazarlama sürecinin 'yeşil' e odaklanarak planlanabilmesi için ürünün, yeşil özelliklere sahip olması temel kabul edilmelidir. Azam (2014; 79) yeşil ürünlerin yeşil teknoloji aracılığıyla yapıldığını ve ekolojik sisteme herhangi bir zarar vermediğini aktarmaktadır. Huang vd. de (2021; 1) kaynak tüketimini ve çevresel etkiyi tamamen tedarik zincirine dayalı olarak dikkate alan yeşil tedarik zinciri yönetimi modelinin hayatın her kesiminden büyük ilgi gördüğünü, ekolojik uygarlık inşasının güçlü bir şekilde teşvik edilmesi ve tüketicilerin çevre bilincinin sürekli iyileştirilmesi ile yeşil ürünlerin de pazar tarafından giderek daha fazla tercih edildiğini ifade etmektedirler.

Yeşil ürüne odaklanıldığında hammadde ve tedarik zinciri konusunun temel teşkil ettiği bilinmektedir. Yücel (2019; 176) yeşil ürünü, çevre dostu ve çevreye zararsız bir işleme üretilen ürün olarak açıklamaktadır. Yazara göre yeşil ürünler doğal ya da en azından çevre dostu malzemelerden oluşmalıdır. Yukarıda yer alan bilgilerden yeşil ürün ve yeşil pazarlama çalışmalarının birbirleri ile doğrudan bağlantılı olduğu görülmektedir.

Yeşil ürün kategorisi, içine atık ve bertaraf konusunun da dahil olduğu geniş bir alanı kapsamaktadır. Genel olarak yeşil ürünlerin, geri dönüşümlü, enerji tasarruflu mallar ve araçlar, yakıt tasarrufu, doğayı korumak, yeşil fikirler gibi çevreye zarar vermeyen ürünleri içerdiği söylenebilir. Bu aşamada unutulmaması gereken yeşil pazarlamanın aynı zamanda işletmenin çevreye zarar vermeyecek tasarımı, tanıtımında, fiyatlandırmada ve ürün sağladığı çabalarına atıfta bulunan çevresel ve sürdürülebilir pazarlama olarak da kabul edilebileceğidir.

Yeşil ürün kavramı, çok geniş bir ürün yelpazesini işaret etmektedir. Yeşil binalar ve yeşil ofisler de bu kapsamda yer almaktadır. Yeşil ofis (<http://www.wwf.org.tr>, Erişim Tarihi: 23.02.2016) ofislerde uygulan bir tasarruf ve iyileştirme programı olarak tanımlanmaktadır. Kaynağa göre yeşil ofis WWF' in insanların Ekolojik Ayak İzi'ni ya da dünyanın doğal kaynaklarına olan baskısını azaltmak amacıyla planladığı stratejik anlayışının bir ifadesi olarak yansıtılmaktadır. Ofislerin 'yeşil' sertifika sahibi olmasının iletişimi yapıldığında; kurumlara ve markalara yönelik algının yönetilmesinde, etkili olmayı hedefleyen mesajlar bütününe bir parçası olabileceğine

dikkat edilmelidir. Bununla birlikte, markaların 'yeşil' ve 'çevre' konularına odaklanarak yenilikçi çalışmalar yaptıkları da açıktır. Burada yeşil ürün ve yeşil inovasyon konusundaki uygulamalar geniş bir kapsama sahiptir.

Yeşil pazarlama alanında yeşil ürün kapsamında değerlendirilebilecek olan başka bir konu da ambalaj olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu konuda da inovatif uygulamalar olduğu görülmektedir. Konuya örnek olarak ülkemizde 'Damla Su'yun pet şişesinin %20'sinin bitkilerden oluşturulması verilebilir. Milliyet Gazetesi'nde (<http://www.milliyet.com.tr>, 2016) yer alan haberde; Coca-Cola'nın ambalajların toplanarak, geri dönüştürülmesi ve yeniden kullanımını mümkün kılmak için geri dönüşüm altyapısına ve dönüştürülebilir ambalajlara yatırımı aktarılmaktadır. Böylece, Damla Doğal Kaynak Suyu bitki bazlı hammaddeden üretilmiş, geri dönüştürülebilir ilk içecek şişesi olan 'Bitki Şişe'yi kullanmaya başlamıştır. Haberin devamında bu özel ambalaj 'Bitki Şişe'nin şeker kamışı posalarının yenilikçi teknolojiyle işlenmesiyle ortaya çıkan hammaddenin pet şişelerde % 30'a yaklaşan oranda kullanılması ile üretildiği detaylı bir şekilde aktarılmaktadır. Konuya ilişkin olarak verilebilecek bir diğer örnek hem içerik olarak hem de ambalaj olarak çevre dostu olarak nitelendirilebilecek bir üründür. Omo (<https://www.omo.com/tr/camasir/deterjan.html>, Erişim Tarihi: 27.04.2023) deterjanlarının tamamının, doğada çözünebilir içerikler olduğunu ve tüm ambalaj malzemelerinin %100 geri dönüştürülmüş plastikten üretildiğini, 1690ml şişelerinde ise %25 geri dönüştürülmüş plastik kullanıldığını belirtmektedir. Çevre dostu ambalajlar konusunda Unilever'in de uygulamaları mevcuttur.

Unilever, Sürdürülebilir Yaşam Planı kapsamındaki taahhütlerine, 2025'e kadar ürünlerinde kullandığı plastik ambalajların % 100'ünün yeniden kullanılabilir, geri dönüştürülebilir ve kompostlanabilir olmasını eklediğini açıklamıştır. Bu kapsamda Unilever, hızlı tüketim ürünleri endüstrisini 'al-kullan-çöpe at' şeklindeki tüketim modelinden, ürünlerin ve üretim süreçlerinin yaşam döngüleri sonunda kolaylıkla tekrar kullanımlarının ve geri kazanımlarının mümkün olacağı şekilde tasarlandığı dögüsel ekonomi modeline doğru geçişe çağırmıştır (<https://www.unilever.com.tr/news/press-releases/2017/unilever-2025-itibariyle-100-geri-donusturulebilir-plastik-ambalajin-sozunu-verdi/>, Erişim Tarihi:13.06.2023).

EKO-ETİKET (YEŞİL ETİKETLEME)

Yeşil ürünler konu olduğunda eko-etiketlerin önem taşıdığı bilinmektedir. Bu aşamada eko-etiket kavramını tanımlamak doğru olacaktır. Eko etiketler (https://tr.wikipedia.org/wiki/Eko_etiket, Erişim tarihi: 14.12.2022) üretilmesi ve kullanılması sürecinde diğerlerine oranla doğal çevreye daha az zarar verdiğine inanılan mallara ait etiketler olarak açıklanmakta ve 'yaşam döngüsü etiketleri', 'tek kullanımlık etiketler' ve 'negatif etiketler' olmak üzere 3 ana başlık altında incelenmektedir. Yücel (2019; 179-180) de yeşil etiketlemeyi, çevre sorunlarıyla başa çıkmak için kullanılan pazar temelli ve tüketici odaklı bir uygulama olarak tanımlar ve işletmelerin çevresel kaygıları pazar avantajına çevirebileceğini fark edince; doğal, dönüştürülebilir, çevre dostu ve düşük enerjili içeriğe sahip çevresel beyanlar ve etiketler ile tüketicilerin dikkatini çekmeye çalıştığını ifade eder. Bu tanımlardan yola çıkıldığında eko-etiket kavramının ne olduğu ve neyi kapsadığı ile hangi kurumsal amaca ulaşmayı hedeflediğine yönelik bilgiler elde edilmektedir. SDK Türkiye (<http://www.skdturkiye.org/ekoetiketrehberi.pdf>; 7) çevresel ürün veya hizmet etiketleri olarak açıklanan eko-etiketlerin; tüm pazarlarda mal ve hizmetlerin hızlı sirkülasyonunun başlamasıyla gelişen güvenlik ve kontrol ihtiyacıyla ortaya çıktığı belirtmektedir. Eko-etiket her pazarda ürün ve hizmetlerin belirli standart ve niteliklerde olduğunu garanti altına almayı hedeflediğini vurgular. D'Souza vd. (akt. Delafrooz vd., 2013; 4) çevre etiketlerinin, yeşil ürünlerin tanımlanmasını teşvik etmek için pazarlama tarafından kullanıldığını belirtmektedir.

Avrupa Birliği'nin eko-etiket (çevre etiketi) uygulaması (<http://csb.gov.tr/>, Erişim Tarihi: 13.06.2023) tüketicilerin daha yeşil ürün ya da hizmetlerin farkına varabilmeleri için başlatılmış bir uygulamadır. Eco label ya da diğer bir ifadeyle AB Çevre etiketi gıda, içecek, ilaç ve tıbbi ürünler dışındaki alanlardaki hizmet veya ürünlere verilebilmektedir. Eko-etiket sistemi ham madde temininden geri kazanımına kadar her safhayı kapsamaktadır (<http://csb.gov.tr/ulusal-eko-etiket-logo-yarismasina-basvurular-basladi-bakanlik-faaliyetleri-22074>, Erişim Tarihi: 13.06.2023)

Teknolojik gelişmelerle birlikte toplumun da değiştiği, bireylerin markaların ürettikleri mal ve hizmetlerle ilgili farklı beklentilere sahip olmaya başladıkları bilinmektedir. Bu bağlamda bazı tüketici gruplarının çevre duyarlılığı olan ürünleri -yeşil ürünleri- tercih ettikleri görülmektedir. İşte eko-etiketler bu farkındalığı yaratma sürecinde önemli bir standardizasyon sunmaktadır. Eko-etiketler, çevreye duyarlı kabul edilen ürünlerin -az enerji/su tüketen, organik, doğada çözünen, geri dönüşümlü, sürdürülebilir kaynaktan elde edilen vb.- tanımlanmasına yardımcı olacak ürün ambalajlarına yerleştirilen işaretler olarak da tanımlanabilir.

Çevre etiketinin amacı (<https://cevreetiketi.csb.gov.tr/>, Erişim Tarihi:13.06.2023) çevre etiketi uygulamaları ile ürünlerinde/hizmetlerinde düşük karbon emisyonu, atık önleme, enerji verimliliği, su tasarrufu, zararlı kimyasalların kullanılmaması vb. konuların farkında olarak çevre duyarlı bir süreç yöneten kurumların teşvik edilmesi ve sürdürülebilir tüketim ile üretimin desteklenmesidir.

Eko-etiketlerle ilgili ilk çalışmalar 1970'lere rastlamaktadır. İklim ve enerji tartışmalarının gündemde yükselmesiyle, uluslararası eko-etiketleme çalışmalarında en önemli yasal düzenlemelerden biri, 1987'de Avrupa Birliği kapsamında gerçekleşmiştir. Avrupa Komisyonu tarafından Avrupa Parlamentosu'nda üye ülkelere tartışmaya açılan 'Eco Label' sistemi, üç yıllık sürecin ardından 1992'de yürürlüğe girmiştir. Eko-etiketlemeyle ilgili bir diğer çığır açıcı gelişme ise, İklim Değişikliği ve çevre sorunlarında küresel ölçekte bir yaklaşım, bilinç değişikliğini tetikleyen, Rio de Janeiro'da 1992'de düzenlenen Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı'nda gerçekleşmiştir. Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO)'nün, ISO 14000 Çevre Yönetimi başlığında geliştirdiği çevresel yönetim standardı, Rio Zirvesi kapsamında sürdürülebilir kalkınma hedeflerini nasıl destekleyebileceği konusunda ele alınmış ve bununla birlikte ISO 14000 çevre yönetim standartlarının alt başlığı olarak geliştirilen ISO 14020 (Çevre Etiketleri ve Deklarasyonları) çevresel ürün ve hizmet etiketlemeyle ilgili genel çerçeveyi belirlemiştir (Sürdürülebilirlik İçin Eko etiketler, <http://www.skdturkiye.org/ekoetiketrehberi.pdf>; 7).

Eko-etiketlerin önemi ve amacı kadar gündemde olan diğer bir konu da etiketin hangi kurumdan alındığı konusudur. Aydın (2018; 73) eko-etiketin; işletmenin standartlarına ve ilgili ülkenin yönetmeliklerine göre yine işletme tarafından veya yurtiçi/ yurtdışı menşeli belirli bir standarda bağlı olarak bağımsız kurumlar tarafından verilebildiğini ifade etmektedir.

Bacaksız (2018; 206) yeşil etiketlemenin çevre korunması yönünde bilinç arttırılması açısından önemli bir tutundurma bileşeni olduğunu belirtirken ürünün satın alımı esnasında çevre dostu olması, çevreye zarar vermemesi ve/veya çevre konusundaki sorumluluklarını yerine getiriyor olduğunun anlaşılması için yeşil etiketlerin önemli olduğunu vurgulamaktadır. Yazara göre yeşil etiket uygulaması gönüllülük esasına dayanmakla birlikte sektördeki rakiplerinin arasında farklılaşması üzerinde etkili olmaktadır.

Bu aşamada bir ürünün eko-etikete sahip olmasının çok da kolay olmadığı bilinmektedir. Eko-etiket sahibi olabilmek için belirli kriterlerin sağlanması gerektiği bilinmektedir. Bu koşullar/nitelikler aşağıdaki gibi sıralanabilir;

1. *"Bahsi geçen etiket çeşitli ürün gruplarında yer alan doğa dostu ve ekolojik duyarlılığı yüksek ürünlere verilmekte olan doğanın ve canlılığın muhafaza edilmesine hizmet eden bir etikettir.*
2. *Etiket alelaide bir anlayış ve test ile verilmemekte olup öncelikle ürünlerden bir numune alınmakta ve bu numune çevre duyarlılığı noktasında bazı belirleyici testlerden geçmektedir. Bu testlerden sonra gerekli başarı sağlandığı takdirde etiketin kullanımı için izin verilmektedir.*
3. *Etiket manası itibarıyla; ürünün en baş safhası olan üretim aşamasından kullanılıp atık olma aşamasına değin tüm evrelerde en yüksek çevre hassasiyetine sahip olduğu, doğaya verilen zararın minimum düzeyde olduğu anlamını taşımakta ve tüketicilere bu yönde telkin yapmaktadır.*
4. *Etiketin anlamın itibarıyla tüketiciler ürün seçiminde bilgi sahibi olacaklar ve çevre duyarlılığı yüksek ürünleri tercih edeceklerdir. Bu itibarla ekolojik sistemin doğallığı korunmakta ve canlılık herhangi bir tehlike ile karşılaşmamakta olacaktır.*
5. *Bu etiket ile aynı veya benzer işlevi gören ve aynı grup içerisinde yer alan ürünler arasında kolayla ayırt edilebilme sağlanacaktır.*
6. *Bu etiketin kullanımı için gerekli olan tüm izinler, akreditasyon kuruluşunun verdiği yetkiye dayandırılmakta ve böylelikle verilmektedir.*
7. *Etiketin sahip olduğu bir diğer önemli nitelik ise; bu etiket tüm Avrupa Birliği'ne üye ülkeler ve çevre etiketlerine hassas olan ülkelerde kabul edilmektedir.*
8. *Üretici firmalar için de fevkalade önemli olan bu etiket; üretici firmaların serbest piyasa içerisinde rekabet imkânını kolaylaştırmaktadır.*

9. Üretici firmalar bu anlayış ile üretim işlemlerini ve yöntemlerini iyileştirmekte ve çevre duyarlılığı yüksek bir anlayış benimsemektedir” (<https://www.eko-etiket.com/ekoetiket/eko-etiket-nedir/>, Erişim tarihi: 14.12.2022).

Eko-etiketin hangi kuruluştan alındığı konusu da dikkatle ele alınmalıdır. Aydın (2018; 74) eko-etiket kullanımının güvenilir yolunun sertifikasyon hizmeti veren bağımsız kuruluşlardan ürün kategorisi ile ilgili sertifikasyon almak olduğunu belirtmektedir. Yazar; enerji verimliliği alanında ‘Energy Star’, su verimliliği alanında ‘Watersense’, adil ve sürdürülebilir ticaret konusunda ‘Fair Trade Certificate’, organik tarımda ‘ÖKO-Garantie’, ‘EcoCert’, hayvanları koruma alanında ‘Cruelty Free’, çevre dostu olarak ‘Blue Angel’, ‘Environmental Choice’ vb. dünya genelinde farklı ve yeşil sürdürülebilirlik sertifikasyonları olduğunu açıklamaktadır.

Arzu (2019; 242) da yeşil etiketlerde ülkeden ülkeye farklı semboller kullanıldığını belirtmektedir. Yazar, Almanya’da ‘Blue Angel’, ABD’de ‘Green Seal’ yahut İskandinav ülkeleri tarafından kullanılan ‘Nordik Swan’ı yeşil etiketlere örnek olarak verirken ülkemizde kabul görmüş bir yeşil etiket uygulaması olmadığını da ifade etmektedir.

Eko-etiketler; bir ürünü satın almak üzere ilgilenen potansiyel tüketicilerin, o ürüne yönelik kısa zamanda ve güvenliği standartlarla belirlenmiş şekilde bilgi edinmesini sağlar. 2014’da TüketFred ve Joao (akt.Wang vd., 2020; 594) ürünlerin ekolojik özelliklerine işaret ettiğini ve bilişsel çabayı ve bilgi arama maliyetlerini azaltarak yeşil tüketicilere yardımcı olduğunu ifade ederler. Bu açıklama eko-etiketlerin, tüketiciciyi bilgilendirmeye yönelik önemli bir hizmet sağladığı durumunu ortaya koymaktadır. Aynı yaklaşımla Aydın’da (2018; 72) eko-etiketlemenin sürdürülebilirlik/yeşil iddialarının tüketicilere ve müşteriler aktarılması için araç konumunda olduğunu belirtmektedir.

SONUÇ

Yeşil pazarlamanın temelinde, ‘çevre dostu’ olduğuna inanılan ‘yeşil ürün’lerin pazarlama iletişimi yöntemleriyle hedef kitleye ulaştırılması anlayışı yer almaktadır. Yeşil ürün kavramı ise; çevre dostu hammaddeyle ve çevreye odaklanan bir süreçle üretilme hassasiyetini akıllara getirmektedir. Bu süreçte ürünlerin üretiminde toksin içermeyen bileşenlerin kullanımı, çevre dostu bir süreçte üretimi, dağıtımında çevre dostu yöntemlerin tercih edilmesi, ürünlerin ya da ambalajlarının ne kadar çevreci olduğu, ürünü kullananların çevreye vereceği etki vb. uygulamalar yeşil pazarlamanın özelliğini ve gündemini oluşturmaktadır.

Günümüzde ticari markaların varlıklarını devam ettirebilmek bir başka ifade ile pazar paylarını koruyabilmek ve yeni pazarlar oluşturabilmek için toplumsal hassasiyetleri göz önünde bulundurmaları gerektiği bilinen bir gerçektir. Kurumlar, hassasiyetle hammadde tedarik etmeli, yeşil süreçlerle üretim yapmalı ve hedef kitesine ürüne yönelik her türlü mesajı, bütün iletişim teknik ve kanallarını kullanarak iletebilmelidir. Bu aşamada yeşil pazarlama kavramı gelişmiş ve bu kapsamda yeşil ürünlerin paydaşlara aktarımı ile ilgili eko-etiket uygulamaları karşımıza çıkmıştır. Çevre konusunda duyarlı sosyal paydaşları ikna etmek için önemli bir delil niteliğinde olan eko-etiketin bağımsız kuruluşlarca veriliyor olması da önemli bir etken olarak değerlendirilmektedir. Tüketiciler bu etiketlere sahip olan markaların, hangi denetimlerden geçerek, hangi standartlara sahip olarak o etiketi almaya hak kazandığını öğrenebilmektedir.

Doğal kaynakların sürdürülebilirliği için bazı görüşlere göre tüketimin son bulması gerekmektedir. Bu görüşün temelinde neredeyse, sanayi devrimi öncesindeki tüketim biçimlerine geri dönülmesi var gibi görünmektedir. Ancak bu durum endüstriyel üretim yapan ticari kurumların varlıklarının sonu olarak da yorumlanabilecektir. Ticari kurumların, varlıklarını devam ettirebilmek için üretmek ve ürettiklerinin tüketilmesini birden fazla defa sağlamak durumunda oldukları herkes tarafından bilinmektedir. Devamlılığın sağlanamadığı durumlarda; bugünün nüfus yoğunluğu da düşünüldüğünde, işsizlik, göç vb. sorunlar ardından bağlantılı olarak vergi vb. gelirlerin tahsil edilemediğinde devletlerin kaynak sıkıntısı gibi zincirleme sorunlarla karşılaşılacağı da açıkça düşünülmektedir. O halde hem tüketimin durması hem de aynı hızla tüketmeye devam etmenin, içinde bulunulan önemli sorunun çözümünde etkili bir yaklaşım olmayacağı ifade edilebilecektir. Bu sorunun çözümüne odaklanan yaklaşımlarda; toplumun, endüstriyel üretimle fakat çevre odaklı bir anlayışla tasarlanmış, üretilmiş, ambalajlanmış, atık yönetimi planlanmış vb. ürünleri kullanma bilincine sahip olması, önemli bir adım olarak kabul edilmektedir. Bu aşamada karşımıza yeşil pazarlama kavramı çıkmaktadır. Yeşil pazarlama, kurumların yukarıda aktarılan farkındalık sürecinin bir ürünü olarak aktarılmaktadır. Kurumların, iş

kollarının devamı için yeşil üretim süreçlerini ve aynı zamanda yeşil tüketiciler oluşturmak için iş planlarını yeniden düzenlemeleri gerektiği görülmektedir.

Dünyanın çok büyük bir iklim krizi ile karşı karşıya olduğu bilinmektedir. Bir yandan yaklaşık 3 senedir etkisini hissettiğimiz COVID-19 pandemi süreci bir yandan da iklim değişikliğinin daha da hissedilebilir olduğu bu günlerde hepimiz için mevcut durumun artık tehditin çok ötesinde olduğu görülmüştür. Bu nedenle bireysel girişimlerin üzerinde ülkelerin dahil olduğu ortak çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Devletler arasında alınan kararların yanında işletmelerin de bu olumsuz sürece büyük etkisi olduğu bilindiği için önemli adımlar atılması beklenmektedir. Önceki ilgili bölümlerde de aktarıldığı gibi bu araştırmanın amacı; yeşil pazarlama, yeşil ürün ve eko-etiket kavramlarını literatür taraması yöntemiyle geniş bir perspektiften incelemek olarak belirlenmiştir.

Son olarak söylenmesi gereken; endüstriyel üretim ve tüketim alışkanlıkları, artan doğal kaynakların kıtlığı sorunu ve çevre kirliliğinin daha da şiddetlenmesi, yeşil ve sürdürülebilir kalkınmaya ulaşma hedefinin ortaya çıkmasına neden olmuş gibi görünmektedir. Bu durumda hükümetler, işletmeler ve akademisyenler için yeşil ürün, yeşil pazarlama ve sürdürülebilir kalkınma konularının gün geçtikçe daha çok ele alınması gerektiği görülmektedir. Bununla birlikte bu çalışmanın pazarlama ve yeşil pazarlama alanında çalışan akademisyenler ve profesyonellere yönelik daha kapsamlı ve birbirini tamamlayan içerikte araştırmalar yapılmasının önünü açması umut edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Alkaya, A.; Çoban, S.; Tehci, Ali ve Ersoy, Y. (2016). “Çevresel Duyarlılığın Yeşil Ürün Satın Alma Davranışına Etkisi: Ordu Üniversitesi Örneği”, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 47, <https://dergipark.org.tr/>, 121-134.
- Armağan, E. ve Karatürk, H.E. (2014). “Yeşil Pazarlama Faaliyetleri Çerçevesinde Aydın Bölgesindeki Tüketicilerin Çevreye Duyarlı Ürünleri Kullanma Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 6 (1), <https://dergipark.org.tr/>, 1 – 17.
- Arzu, Talip (2019). Yeşil Tedarik Zinciri Yönetimi, Yeşil İşletmecilik, ed. (Çağatay Orçun ve Oytun Boran Sezgin), Bursa, Etkin Yayınları
- Azam, M. (2014). “Green marketing: Eco-friendly approach”, International Journal of Innovative Research & Development, www.ijird.com, Vol.3, Issue 2, 78-80.
- Aydın, Gökhan (2018). Yeşil Pazarlama/Yeşil Reklam ve Eko-Etiketleme, Yeşil İşletme, ed. (Yeter Demir Uslu), 63-79, Ankara, Nobel Yayınları
- Bacaksız, Pınar (2018). Yeşil pazarlama, Değişen Pazarlama Anlayışı, ed. (Yavuz Akçi), 197-216, Ankara, Gazi Kitabevi
- BBC Türkçe, <https://www.bbc.com/turkce/articles/cyxe35yzq26o>, (Erişim tarihi: 13.12.2022).
- Başaran Alagöz, S. (2007). “Yeşil Pazarlama ve Eko Etiketleme”, Akademik Bakış, <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/>, 1-13.
- Baydaş, A. ve Berdibek, U. (2020). “Yeşil Ürün Satın Alma Davranışı ile Dini Değerlerin İlişkilendirilmesi: Bingöl İli Örneği”, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17 (2), <https://dergipark.org.tr/>, 922 – 943.
- Benli, T.; Karaosmanoğlu, K. ve Taş, Ö. (2017). “Çalışan bireylerin yeşil ürün reklamlarına yönelik tutumlarını etkileyen faktörlerin demografik özelliklerine göre farklılıkları”, Business & Management Studies:An International Journal, 5 (4), <https://www.bmij.org/>, 235-256.
- Birpınar, M. E., Yetiş Ü., vd. (2023). “Sürdürülebilir üretim ve tüketimde eko-etiketlerin önemi: Türkiye çevre etiket sistemi”. Çevre, Şehir ve İklim Dergisi. Yıl: 2. Sayı: 3, <https://dergipark.org.tr/>, 60-81.
- Bozkurt, A. ve Dücan, E. (2018). “Eko-Etiketlerin Turizme ve Yerel Ekonomiye Etkileri”, Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 2 (1), <https://dergipark.org.tr/>, 68-85.

- Cesur, Z. ve Memiş, S. (2016). “Yeşil ürünlere ilişkin öğrencilerin tutumlarını belirlemeye yönelik bir araştırma”, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9 (46), <https://web.p.ebscohost.com/>, 664-674.
- Ceylan, Y. (2019). “Sürdürülebilir turizm kapsamında turizmde eko etiketler”, Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi, 1 (1), <https://dergipark.org.tr/>, 65-80.
- Çiçek, M. A. ve Güneş, S. G. (2022). “Sorumlu turizm kapsamında eko etiketler: Mavi bayrak örneği”, Korunan Alanlar Araştırma Dergisi, 1 (2), <https://mimarlikbilimleri.com/>, 104-122.
- Chung, K.C. (2020). “Green marketing orientation: achieving sustainable development in green hotel management”, Journal of Hospitality Marketing & Management, 29 (6), <https://www.tandfonline.com>
- Dean, T. J ve Pacheco, D. F. (2014), “Greenmarketing: A strategic balancing act for creating value”, Journal of Business Strategy, 35 (5), <https://www.emerald.com>, 14-22.
- <https://www.emerald.com>
- Delafrooz, N.; Taleghani, M. ve Nouri, B. (2014). “Effect of green marketing on consumer purchase behaviour”, Qscience Connect, <https://www.qscience.com/content/journals/10.5339/connect.2014.5>
- Deniz Cakiroğlu, A.; Özcan, A. ve Cakiroğlu, M. (2019). “Genç tüketicilerin yeşil ürünlere yönelik tutumlarının belirlenmesi: Giresun Üniversitesinde bir uygulama”, Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, 11 (20), <https://dergipark.org.tr/>, 75 – 88.
- Duru, M. N. ve Şua, E. (2013). “Yeşil Pazarlama ve Tüketicilerin Çevre Dostu Ürünleri Kullanma Eğilimleri”, Düzce Üniversitesi Orman Fakültesi Ormancılık Dergisi, 9(2), <https://dergipark.org.tr/>, 126-136.
- Eko-etiket, https://tr.wikipedia.org/wiki/Eko_etiket, (Erişim tarihi: 14.12.2022).
- Eko-etiket nedir?. (<https://www.eko-etiket.com/ekoetiket/eko-etiket-nedir/>, (Erişim tarihi: 14.12.2022).
- Fuentes, C. (2015). “How green marketing works: Practices, materials and images”, Scandinavian Journal of Marketing, Volume 31, Issue 2, www.sciencedirect.com, 192-205.
- Garg, A. (2015). “Green marketing for sustainable development: an industry perspective”, Sustainable Development, 23, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/sd.1592>, 301-316.
- Gökdeniz, A. (2017). “Konaklama sektöründe yeşil yönetim kavramı, eko etiket ve yeşil yönetim sertifikaları ve otellerde yeşil yönetim uygulama örnekleri”, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 7 (1), <https://ijses.org/>, 70-77.
- Henion II, K. E. (1981). “Energy usage and the conserver society: review of the 1979 AMA Conference on ecological marketing”, Journal of Consumer Research, Vol.8, No.3, https://www.jstor.org/stable/2488894#metadatain_fotabcontents, 339-342.
- Huang, J., Wang, X., Luo, Y., Yu, L. ve Zhang, Z. (2021). “Joint Green Marketing Decision-Making of Green Supply Chain Considering Power Structure and Corporate Social Responsibility”, Entropy 2021, 23 (5), <https://www.mdpi.com/>, 1-22
- <https://www.iklimhaber.org/cop26-nedir-ve-nedenonemli/#:~:text=%C4%B0ki%20y%C4%B1l%C4%B1k%20aradan%20sonra%20%C3%BClkeler,ay%C4%B1nda%20Birle%C5%9Fik%20Krall%C4%B1k'ta%20bulu%C5%9Facak.&text=Birle%C5%9Fmi%C5%9F%20Milletler%20iklim%20m%C3%BCzakerelerinin%20bir,%C3%B6nemli%20i%20klim%20m%C3%BCzake%20releri%20olarak%20an%C4%B1%C4%B1yor>, (Erişim tarihi: 13.12.2022).
- Karaca, Ş. (2013). “Tüketicilerin Yeşil Ürünlere İlişkin Tutumlarının İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma”, Ege Akademik Bakış, 13 (1), <https://www.researchgate.net/>, 99-111.
- Karaman, D. (2021). “Yeşil pazarlama bilgi düzeyi ve yaşam tatmininin yeşil ürün satın alma davranışına etkisi: kuşaklararası bir araştırma”, Erciyes Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 58, <https://dergipark.org.tr/>, 155 – 176.
- Kayapınar, P. Y.; Kayapınar, Ö. ve Ergan, S. (2019). “Tüketicilerin Yeşil Ürün Satın Alma Davranışlarının Kuşaklar Bakımından İncelenmesi”, Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 11 (18), <https://dergipark.org.tr/>, 2055-2070.

- Koçoğlu, C. M. ve Koçoğlu, Y. (2017). “Yeşil pazarlama kapsamında çevreye duyarlı ürünlerin satın alma eğilimleri: lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrenciler üzerinde bir araştırma”, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, ICMEB17 Özel Sayısı, <https://dergipark.org.tr/>, 417-427.
- Korkmaz, M.; Atay, L. ve Yıldırım, M. (2017). “Yeşil ürün satın alma davranışı, kişilerarası etkilenme eğilimi ve sosyal etki arasındaki ilişki: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma”, Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 14 (3), <https://dergipark.org.tr/>, 40-52.
- Milliyet Gazetesi, (<http://www.milliyet.com.tr/damla-su-artik-tamamen-donusebilen-bitkisine-istanbul-yerelhaber-614239/>, (Erişim tarihi: 15.01.2016).
- Nar, P. B. (2015). “Profiling green consumer characteristics: An eternal quandary”, Journal of Advanced Management Science, Vol.3, No.2, <https://www.researchgate.net/>, 174-178.
- Peattie, K. ve Crane, A. (2005). “Green marketing: Legend, myth, farce or prophesy?”, Qualitative Market Research: An International Journal, Vol.8, No.4, <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/13522750510619733/full/pdf?title=green-marketing-legend-myth-farce-or-prophesy>, 357-370.
- Sharma, A. P. (2021). “Consumers’ purchase behaviour and green marketing: A synthesis, review and agenda”, International Journal of Consumer Studies, 45, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/ijcs.12722>, 1217-1238.
- Sürdürülebilirlik İçin Eko etiketler (2014). İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği <http://www.skdturkiye.org/ekoetiketrehberi.pdf>, 7.
- Sisman Aydın, G. (2019). “Eko-Etiketleme ve Türkiye Çevre Etiketleri”, Harran Üniversitesi Mühendislik Dergisi, 4(1), <https://dergipark.org.tr/>, 40-47.
- Oflaç, B. S. ve Göçer, A. (2015). “Genç tüketicilerin algılanan çevresel bilgi düzeyleri ve eko-etiketli ürünlere karşı yaklaşımları üzerine bir çalışma”, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17 (2), <https://dergipark.org.tr/>, 216 – 228.
- OMO (<https://www.omo.com/tr/camasir/deterjan.html>, (Erişim Tarihi: 27.04.2023).
- Onurlubaş, E. (2016). “Tüketicilerin yeşil ürün satın alma davranışlarını etkileyen faktörler”, Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, 6 (11), <https://dergipark.org.tr/>, 70-106.
- Özcan, H. ve Özgül, B. (2019). “Yeşil pazarlama ve tüketicilerin yeşil ürün tercihlerini etkileyen faktörler”, Türkiye Mesleki ve Sosyal Bilimler Dergisi, 1 (1), <https://dergipark.org.tr/>, 1-18.
- Özdemir, Z. ve Yaşa Özeltürkay, E. (2019). “Tüketicilerin çevre konusundaki bilinçlerinin eko – etiketli gıdalar için daha fazla ödeme isteklilikleri üzerindeki etkisi: Adana ili örnekleme”, Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi, 23 (1), <https://dergipark.org.tr/>, 77-100.
- Özgüven Tayfun, N. ve Öçlü, B. (2016). “Çevreci ürünlerin tüketicilerin satın alma kararlarındaki yeri üzerine bir uygulama”, Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(3), <https://dergipark.org.tr/>, 185-198.
- Tsai, P.H; Lin, G.Y.; Zheng, Y.L.; Chen, Y.C.; Chen, P.Z.; Su Zheng-Cheng (2020). “Exploring the effect of Starbucks’ green marketing on consumers’ purchase decisions for consumers’ perspective”, Journal of Retailing and consumer services, 56, <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698920303313>
- Türkiye Cumhuriyeti Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, <https://cevreetiketi.csb.gov.tr/>, (Erişim Tarihi:13.06.2023)
- Türkiye Cumhuriyeti Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, <http://csb.gov.tr/ulusal-eko-etiket-logo-yarismasina-basvurular-basladi-bakanlik-faaliyetleri-22074>, (Erişim Tarihi:13.06.2023).
- UNILEVER, <https://www.unilever.com.tr/news/press-releases/2017/unilever-2025-itibariyle-100-geri-donusturulebilir-plastik-ambalajin-sozunu-verdi/>, (Erişim Tarihi:13.06.2023).

- WWF, http://www.wwf.org.tr/sizneyapabilirsiniz/isinizdogayikatini/yesilofisun/yesilofis_nedir/, (Erişim Tarihi: 23.02.2016).
- Yıldız, B. ve Küçükkancabaş Esen, S. (2020). “Eko-etiketlerin tüketici davranışları üzerindeki etkileri: buzdolabı eko-etiketlerinin konjoint analizi ile incelenmesi”, *Verimlilik Dergisi*, 1, <https://dergipark.org.tr/>, 83-98.
- Yücel, Engin (2019). *Yeşil Pazarlama, Yeşil İşletmecilik*, ed.Çağatay Orçun, Oytun Bora Sezgin, 167-191, Ekin Yayınevi
- Yücel, M. ve Ekmekçiler, Ü. S. (2008). “Çevre dostu ürün kavramına bütünsel yaklaşım; temiz üretim sistemi, eko-etiket, yeşil pazarlama”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (26), <https://dergipark.org.tr/>, 320-333.
- Wang, D.; Walker, T; Barabanov, S (2020). “A psychological approach to regaining consumer trust after greenwashing: The case of Chinese green consumers”, *Journal of Consumer Marketing*, <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JCM-06-2019-3257/Full/Html>, 593-603.
- https://tr.wikipedia.org/wiki/2022_Birle%C5%9Fmi%C5%9F_Milletler_%C4%B0klim_De%C4%9Fi%C5%9Fi_kli%C4%9Fi_Konferans%C4%B1, (Erişim tarihi: 13.12.2022).
- Zülfikar, H. (2013). “Hanelerin Yeşil Ürün ve Hizmet Tercihlerinde Etkin Unsurlar Üzerine Bir İnceleme”, *Sosyoloji Konferansları (Journal of Economy Culture and Society)*, No: 48, <https://dergipark.org.tr/>, 57-73.

Geliş Tarihi: 28/03/2023

Kabul Tarihi: 12/05/2023

TERSİNE LOJİSTİĞİN ÖNEMİ VE UYGULAMA ÖRNEKLERİ

Hilal PAKSOY*

Mehmet ALAGÖZ**

ÖZET

Küreselleşen dünyada teknolojik gelişmelerle birlikte tüketim davranışları da değişirken ürünlerin üreticiden tüketiciye ulaşması ve atık haline dönüşmesi de hız kazanmıştır. Atık halini alan ürünlerin artışı çevrenin kirlenmesine neden olurken tabiattaki mücerret kaynakları da azaltmaktadır. Ekolojik dengenin bozulmasıyla birlikte toprağa gömme ve yakma kapasitelerinin tükenmesi, geri dönüşümün önemini artırmıştır. Ayrıca son yıllarda gerek çevresel duyarlılık gerekse yasal zorunluluklar gereği doğal kaynakların korunmasına verilen önemin artması da tersine lojistik faaliyetlerinin önem kazanmasında etkili olmuştur. Artan bu önem "tersine" ürün akışının etkin ve verimli şekilde yönetilmesini gerekli kılmıştır. Bu bağlamda iade edilen, kullanım süresi dolmuş olan ürünlerin kullanıcılardan toplanması, sınıflandırılması, mümkün olanlara bakım yapılması değilse minimum tahribatla yok edilmesi aynı zamanda ayrıştırma sonucunda oluşan ürünlerin varış yerine nasıl ve ne yolla ulaştırılacağını sistematik şekilde ele alan "tersine lojistik" kavramının gittikçe büyüyen bir çalışma alanı olması sonucunu doğurmuştur.

Anahtar Kelimeler: Tersine Lojistik, Atık, Tersine Lojistik Faaliyetler.

THE IMPORTANCE OF REVERSE LOGISTICS AND PRACTICE EXAMPLES

ABSTRACT

In the globalizing world, while the usage patterns have changed with the technological developments, the transformation from producer to consumer into life and waste has also gained speed. The increase in the area where the wastes are located causes the pollution of the environment, and the abstract resources in the waste nature are also reduced. The wear and tear of the burying and burning capacities they have accumulated, along with the damage to the ecological balance, has increased the importance of re-consumption. In addition, the advantages of the importance given to natural resources, which need legal structures and protection measures needed in recent years, have also been effective in ensuring the importance of logistics costs. This increasing importance necessitated the effective and efficient execution of "reverse" product management. In this context, return is a growing field of study of the concept of "reverse logistics", which deals with the transportation system, which deals with routing, redirecting from expired users, destroying them with minimum destruction, if possible, maintenance is not allowed, as well as how and which way the road to the compartment is taken to the place where it is routed. coverage area.

KeyWords: Reverse Logistics, Waste, Reverse Logistics Activities.

* Doktora Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, hilalpksoy34@hotmail.com, ORCID: 0000-0001-8139-3851.

** Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, malagoz@selcuk.edu.tr, ORCID:0000-0001-9961-4616.

GİRİŞ

İnsanlar hayatlarını idame ettirebilmek için bir kısım kaynaklara ihtiyaç duyarlar. İnsan hayatının vazgeçilmezleri diyebileceğimiz bu kaynakların elde edilmesi için gerekli faaliyetleri gerçekleştirme zorunluluğu ilk çağlardan günümüze kadar hiç değişmemiştir. Endüstrileşme sürecinde şehirleşme ve tüketim eğilimindeki artış daha fazla doğal kaynak tüketimine, atıkların artmasına dolayısıyla ekolojik dengenin bozulmasına sebep olmuştur. Öyle ki, miktarı ve zararlı içerikleriyle çevre ve insan sağlığını tehdit etmeye başlayan atıkların, gömme alanlarının azalması geri kazanım sistemlerine ağırlık verilmesini zorunlu kılmıştır. Bu kazanılmış malzemelerin toplanması, depo edilmesi ve geri dönüşüm birimlerine taşınması bir mekanizmayı gerekli kılmıştır. Böylece tarihsel süreç içinde hep var olan “lojistik” insanlarla birlikte gelişerek bu günkü halini almıştır.

Tersine lojistik hammadde kaynak kullanımının azalması, atıkları geri kazanımı ile katma değer üretme ve enerjiden tasarruf sağlama, çöp depolama alanlarının daraltılmasına yardımcı olma ve tüketicuyu memnun etme gibi faydalar sağlamaktadır. Tersine lojistik ile ömrü tükenmiş ürünler çöp yığınları olmak yerine, ekonomiye kazandırılmaktadır. Bunun yanı sıra tersine lojistik geri dönüşüm, yeni sektörlerin (geri dönüşüm ve yeniden üretim gibi) ve yeni istihdam alanlarının doğmasına yol açarak ekonomiye de katkı sağlamaktadır. Ekolojik dengenin hızla bozuluyor olması yasal zorunluluklar, sürdürülebilir çevre kavramı, müşterilerin istekleri ve iktisadi nedenler işletmelere üretmiş oldukları ürünleri geri dönüşüm faaliyetleri ile geri alarak tersine lojistik uygulamalarıyla ekonomiye yeniden değer olarak kazandırma gibi görevler yüklemektedir. Bu çalışmada tersine lojistiğin önemi ve uygulama örnekleri hakkında bilgi verilmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede çalışmamız şu bölümlerden oluşmaktadır: Tersine lojistiğin tanımı ve kapsamı, tersine lojistik faaliyetleri, tersine lojistiğin önemi, tersine lojistik uygulama örnekleri.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Tersine Lojistiğin Tanımı ve Kapsamı

Asırlardır insanların en iyi tatmin duygusuyla gereksinimlerini karşılamak için doğal kaynakları kullanması, tüketmesi çevrenin de tükenmesine ve dünyanın neredeyse sürdürülemez bir istikbale doğru yol alındığının farkına varılmasına sebep olmuştur.1972 yılında dünya gündemine gelen sürdürülebilir kalkınma kavramı “şu anki ve gelecekteki nesillerin hakları dikkate alınarak doğal kaynakları, çevresel değerleri ve sosyal sistemleri tehlikeye atmadan ekonomik gelişmenin gerçekleştirilmesini amaçlayan çevreci bir dünya görüşüdür.” Sürdürülebilir gelişme yolunda üretim işletmeleri, gereksinimlerini daha az enerji ve malzeme kullanarak giderebilmek için ürünün parçalarından bir kısmını veya tamamını tekrar kullanarak ürünü yeniden kazanmaya çalışmaktadırlar. Böylece ürünlerin sadece üreticiden kullanıcıya değil aynı zamanda tekrardan kullanıcıdan üreticiye giderek, döngü tamamlanacaktır. Ürünün döngüyü tamamlaması ise “tersine lojistik” kavramının kilit bir süreç haline gelmesini sağlamıştır (Bilgili,2017;560).

Lambert ve Stock (1981) tersine lojistiği, birincil akışın (ileri lojistik) tersine, kullanıcıdan üreticiye yönelen hareketi baz alarak “tek yönlü yolda aksi istikamete yönelmek” şeklinde tanımlamışlardır (Karaçay, 2017;23). Fleischmann’a göre ise tersine lojistik, “ömrünü tamamladığı veya modası geçtiği için tüketici tarafından kullanılmayan ürünün, tekrar kullanılabilir kalite standartlarına getirilip pazara ulaştırılmasına değin geçen lojistik faaliyetlerin tamamını içeren bir süreçtir” (Nakıboğlu,2007; 183).Bu tanımlardan yola çıkarak tersine lojistiği “hammadde, yarı mamul ve tamamlanmış ürünlerin tekrar değer kazanabilmesi yoksa en az çevre zararı ile izale edilebilmesi için ürünün varış noktasından başlangıç noktasına doğru geriye akışının projelendirilip, tatbik edilerek kontrolünün yapılması” olarak özetleyebiliriz.

Tersine Lojistik Faaliyetleri

Ürünün yeniden kullanıma döndürülme gayesiyle üreticilere geri dönen ürünler, hangi amaçla tüketileceğine bağlı olarak farklı aşamalardan geçer. Ürünü onarma, yenileştirme, tamamını ya da bir bölümünü yeniden kazanma veya hiçbir işleme tabi tutmadan direkt olarak satma gibi değişik seçenekler vardır (Coşkun,2011; 26). Tersine lojistik faaliyetlerini şu başlıklar altında açıklayabiliriz:

Tamir: Kullanılıp geri dönmüş ürünün kırılmış veya işlevini yitirmiş parçalarının yerine yenisinin yerleştirilerek tekrar işlevsel hale getirilmesidir.

Ürün yenileştirme: Kullanılarak ömrünün sonuna gelmiş ürünü, belirli bir kalite düzeyine ulaştırmak için ürün sökülerek parçalarına ayrıldıktan sonra gelişmiş parçalar eskimiş parçalar yerine takılarak ürün geliştirme yapılır. Özetle kullanılmış ürünlere parça ilave edilerek belli bir kaliteye ulaştırılması işlemi ile ürün yenileştirme gerçekleştirilmiş olur (Coşkun,2011; 29).

Yeniden üretim: Geri alınan ürünün, kullanılmamış bir ürün seviyesine getirilebilmesi veya daha üstün standartlara ulaştırılabilmesi için yapılan işlemlerdir. Kullanılmış ürün parçalarına ayrılır ve parçalar kontrol edilip yıpranmış, modası geçmiş olanlar yenileri ile değiştirilir (Bulut ve Deran,2007;334).

Ürün yamyamlaştırma: Bu aşamada yukarda açıkladığımız ilk üç geri kazanımdan farklı olarak kullanılmış ürünün küçük bir kısmı başka bir ürünün tamiri, yenilenmesi ya da tekrar üretimi için kullanılmaktadır.

Geri dönüşüm: Diğer geri kazanım şekillerinden farklı olarak kullanılmış ürünlerin özellikleri ve işlevleri yok olur. Çünkü burada amaç kullanılmış ürünlerin parçalarının tekrardan kullanılabilmesidir.

İmha: Yeniden kullanılamaz olan ürünlerin, gömülerek ya da yakılarak yok edilmesidir. Bu işlemle enerji dönüşümü elde edilebilmektedir.

Parçalarının nasıl değerlendirileceğine yani bu işlemlerden hangisinin uygulanacağına; ürünün yapısına ve tasarım özelliklerine, (ürün veya üretim sürecinin) teknolojik değişim hızına, tüketici pazarına, elde edilecek faydaya, katlanılacak maliyete, ürünün kalite durumu gibi etkenlere bakılarak karar verilmektedir.

Lojistik ağ içerisinde üreticiye dönen kullanılmış ürünlerin yeniden pazara arz edilmesi aşamasında farklı alternatif seçenekler şunlardır: (Taş, 2009;34-35):

- Outlet ile satış: Üretici geri aldığı ürünleri marka hassasiyeti içinde outlet mağazalarında satışa sunar.
- İkincil pazarda satış: Daha ucuz fiyatla ürünleri satın alan işletmeler bu ürünleri mağazalarında ya da başka perakendeciler vasıtasıyla satarlar.
- Yeniden üretim veya yenileme: Kullanılmış eski ürünlerin fonksiyonunu yitirmiş veya kırılmış olan parçaları tespit edilip yenilenerek bakımdan geçirilebilir.
- Kurumlara hibe: Bazı durumlarda ürün kurumlara bağış olarak verilebilir ki, bununla işletme vergi konusunda avantaj sağlar.
- Geri dönüşüm: Yasal zorunluluklarında etkisi ile üründe kullanılan parça miktarını azaltmak amacıyla geri dönüşümü ya da yeniden kullanımı gerçekleştirilebilir.
- İnternette satış: Açık artırma ile geri gelen ürünün internet ortamında satışı yapılabilir.
- Gömme: En son tercih olarak uygulanabilecek olan bu yöntem en düşük bedelle yapılmalıdır.

LİTERATÜR TARAMASI

Nakıboğlu (2007), tersine lojistiğin önemi ve faydaları, tersine lojistik konusunda dünyadaki durum ve yasal düzenlemelerden bahsederek zamanın ve ürün yapısının, tersine lojistik süreci içindeki önemini, ürünün geri dönüş sebeplerini ve tersine lojistikte uygulanan işlemleri açıklayan bir çalışma yapmıştır.

Şengül (2010), atıkların ekonomiye tekrardan kazandırılması ve tersine lojistik konulu çalışmasında, değerlendirilebilir atıklar için uygulanan tersine lojistik ağ sistemi, tersine lojistik ağ sürecinin kademeleri ve atıklar geri kazandırılmaya çalışılırken uygulanan stratejilerin optimize edilmesi hakkında bilgi vermiştir.

Yıldırım ve İslamoğlu (2018), tersine tedarik sürecinde bir anahtar süreç olarak tersine lojistik konulu çalışmasında tersine lojistiğin aşamalarını açıklamış, ileri ve ters lojistiğin karşılaştırmasını yaparak tersine lojistiğin önemi ve karşılaşılan sorunlar hakkında bilgi vermiştir.

Rogers ve Lembke (2001), Amerika'da bir grup şirketin uyguladıkları tersine lojistik süreçlerini ve bu süreci zorlaştıran unsurların neler olduğunu araştırmışlardır. İşletmelerin geri alım stratejilerini belirleyen etkenlerin; rekabet, iyi bir ulaşım ağı kurmak ve yasal belirleyiciler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Tersine

lojistik ağ içinde en çok uygulanan faaliyetlerin ürünlerin geri dönüşümünün yapılıp yenilenecek tekrar üretilmesi ve satışının yapılması faaliyetleri olduğunu tespit etmişlerdir.

Erol vd. (2010), Türkiye'deki farklı sektörler ve farklı büyüklük ölçeğine sahip firmaların uyguladıkları tersine lojistik faaliyetlerini incelemişlerdir. Çalışmada sektör ve firmaların karşı karşıya kaldıkları sınırlamalar ve tersine lojistiği uygulamaya iten en önemli sebeplerin neler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda bu işletmelerde tersine lojistik faaliyetlerinin uygulanmasında asıl güdüleyicinin kanuni zorunluluklar olduğu ve karşılaşılan en büyük engelin de sistemin kendi içindeki yetersizlikleri olduğu sonucuna varılmıştır.

Karaçay (2008), tersine lojistiğin ne olduğundan, tersine lojistik aşamalarından bahsederek tersine lojistik sürecini ve bu sürecin işleyişini açıklayarak tersine lojistiğin önemini kavramsal bir çerçevede incelemiş, uygulamalardan örnekler vermiştir.

Kocabaşoğlu vd. (2007), tersine lojistik faaliyetlerinin sistematik şekilde uygulanabilmesi için yapılan harcamalar, karşılaşılması muhtemel olan riskler ve sistem dışında gelişen ve tahmini mümkün olmayan belirsizlikler arasındaki etkileşimi araştırmışlar. Sonuç olarak tersine lojistik ağının kurulması sürecinde tersine lojistik ile bu faktörler arasında anlamlı etkileşimlerin var olduğunu tespit etmişlerdir.

Smith (2005), tersine lojistiğin önemini müşterilere sağladığı tatmin üzerinden tespit etmeye yönelik bir çalışma yapmıştır. Müşterilerin anket sorularına verdiği cevaplar sonucunda yapılan analizde müşterilerin tersine lojistik kapsamında ürünlerin geri dönüşünde uygulanan prosedürün satın alma kararları üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Toktay vd. (2004), tersine lojistikte işletme yönetim yapısındaki belirsizlik ve risklerin belirlenmesinden bahsederek tersine lojistik ağı faaliyetlerinin sistematik şekilde yürütülmesi sürecinde zamanlamanın, ürünün miktarının ve ürünün sistemin hangi aşamasından sürece dahil edilmiş olmasının önemini inceleyen araştırmalar yapmışlardır.

Erol vd. (2010), tersine lojistik sistemi kapsamında geri dönüşümü gerçekleştirilen ürünlerin geri dönüşümü sürecinde yaşanan(miktar, kalite düzeyi, harcama zaman konusunda) volatilite ortadan kaldırıldıktan sonra tersine lojistik sisteminin kaliteli şekilde planlanabilmesi için uygun yerin tespit edilmesi, işlem hacminin belirlenmesi, üretimin programlanması, lojistik ağ yapı şemasının oluşturulması ve ürünlerin kontrolü kararlarının verilmesi konularında öngörüleme çalışması yapmıştır.

Demirel ve Gökçen (2008), tersine lojistik konusunda yapılmış olan akademik çalışmaları kategorize eden bir araştırma yaparak tersine lojistik konusunda araştırmacıların hangi konuları daha öncelikli olarak ele aldıklarını tespit etmişlerdir.

TERSİNE LOJİSTİĞİN ÖNEMİ

Uzunca bir zamandır metal hurda toplanması, atık kağıtların geri kazanımı, şişeler için uygulanan depozite gibi faaliyetler ile ürünler ve malzemeler tekrardan kullanılmaya çalışılmaktadır. Bu açıdan baktığımızda geri dönüşümün yeni bir kavram olmadığını görmekteyiz. Son yıllarda çevreye karşı duyarlılığın artması ve yasal zorunluluklar tekrar kullanıma olan eğilimi hızlandırmıştır. Böylece ürünlerin yok edilme maliyeti yerine daha düşük maliyetlerle geri kazandırılarak ekonomik olarak avantaj elde edilmektedir.

Sanayileşmeyle beraber hızla gelişen teknoloji, tüketimin artmasına, doğal kaynakların azalmasına, atıkların artmasına, çevrenin kirlenmesine ve ekolojik dengenin bozulmasına sebep olmuştur. Bu gelişmelerle birlikte çevreye olan duyarlılığın artması sonucu atıkların tekrar kazanılmaya çalışılması işletmeler için yasal mecburiyet olarak gündeme gelmiştir. Ayrıca, toplumlarda çevre bilinci kavramının gelişmesiyle müşteri ilişkilerinin iyileştirilmesi, çevreci bir imaj kazanımı, rekabet avantajı sağlayabilme ve işletme ekonomisine sağlayacağı faydalar yönünden de son derece önemli bir rol üstlenmiştir. Böylece tersine lojistik kavramının önemi de artmıştır.

Tersine lojistik ters dağıtım akışı içinde yönetim, üretimde tehlikeli olan ve olmayan atıkların uzaklaştırılması, ambalajlama ve ürünün kullanımını içeren faaliyetlerin tamamını içerir (Dirik,2012; 55). Tersine lojistiğin önemi sektöre ve firmanın dağıtım havuzundaki yerine göre farklılık gösterir. Otomotiv parça endüstrisi gibi ürünün değer ve geri dönüşüm oranı yüksek alanlarda tersine lojistik etkinlikleri daha çok önem arz etmektedir. Örneğin her sene Amerika'da otomotiv parça sektöründe 10 milyon aracın %95'i tekrar dönüşüme alınmakta ve %75'i yeniden ekonomiye kazandırılmaktadır (Karaçay, 2008;319,320).

Çevreye karşı bir bilinç kazanımını da beraberinde getiren tersine lojistik süreci firmaların bu farkındalığı kazanarak daha etkin olmalarını sağlamaktadır. Ekonomik ve ekolojik olarak tersine lojistiğin önemini anlayan işletmeler bunu sadece bir yasal yükümlülük olduğu için değil aynı zamanda bir toplumsal sorumluluk olarak işletme programları içine almışlardır. İyi bir tersine lojistik uygulaması, ürünün elde edilmesi için katlanılan bedeli ve riski minimize ederek sosyal sorumluluğu yerine getirirken aynı zamanda ‘çevreci’ imajını da iyileştirerek, rekabet avantajı sağlar. İşletmeye sağlayacağı karlılık yanında tüketici gözünde kazanacağı itibar ve güvenilirlik yeni pazarlama faaliyetleri için müşteri potansiyeli kazandırmaktadır. Ayrıca düzgün üretilmemiş mallar zayi olmak yerine yeniden üretime sokularak yüksek fiyatla satılabilmektedir. Yine ömrünü tamamlamış araç ve gereçlerin ters akışa dahil edilmesi işletmeye israftan kaçınma ve maliyetlerini düşürme imkânı vermesi açısından da oldukça önemlidir (Nakiboğlu,2007;181).

O halde tersine lojistiğin önemini daha iyi anlayabilmek açısından sağlayacağı faydaları şu şekilde sıralayabiliriz:(Erdal vd. 2020;498,499):

- ✓ Değerin tekrar kazanımı: Kullanım ömrünü tamamladığı için yok olacak ürünün katma değer katılarak lojistik ağ zincirine tekrar döndürülmesini sağlar. Özellikle ürün veya parçaların bozuk veya eskimiş olması değil de kullanılmak istenmemesi nedeniyle üreticiye geri döndüğü durumda, değer kazanımı çok yüksek oranda olmaktadır.
- ✓ Kârın artması: Parça ve malzemeler ürünün tekrar kazanımı ile yeniden değerlendirildiğinde, bu ürünlerin yenisi üretildiği takdirde kullanılacak olan maliyetlerden daha az maliyete katlanılacağı için kar elde edilebilmektedir.
- ✓ Çevresel zorunluluklara uyulması: İşletmeler atıkların dönüştürülmesi, tehlikeli maddelerin kontrolü, paketleme ve ürünün sorumluluğunu alma gibi çevresel konulardaki kanuni yükümlülükleri yerine getirme noktasında da ters lojistikten faydalanmaktadırlar.
- ✓ Müşteri ilişkilerini iyileştirme ve rekabet avantajı sağlama: İşletmenin tersine lojistik faaliyetleri ile geri kazandırılan ürün için geri alım güvencesi sağlaması dolaylı olarak müşteri ilişkilerinin de iyileştirilmesinde etkili olabilmektedir. Ayrıca işletmeler geri dönüşümle tekrar kazandırılan ürünlerin ekonomiye fayda sağladığı noktasında tüketicileri ikna edici doneler sunabildikleri takdirde “çevreci işletme” imajı kazanarak sektörde rekabet avantajı da sağlayabileceklerdir.
- ✓ Maliyet avantajı sağlama: İşletmeler elinden çıkaramadıkları ürün stoklarını tersine lojistik uygulayarak parçalarına ayrıştırılabilir şekle getirip, maliyet avantajı sağlayabilmektedirler. Ek olarak işletmenin pazarda başarı şansı da artacaktır.
- ✓ Doğal kaynakların korunması.
- ✓ Ürünün elde edilmesi aşamasında endüstriyel işlem sayısının azaltılması nedeniyle tersine lojistik enerji tasarrufu sağlama.
- ✓ Atıkların azalmasıyla çöp toplama faaliyetlerinin kolaylaşması.
- ✓ Ekonomi için yeni yatırım alanları oluşturarak istihdam sağlama.
- ✓ Gelecek nesiller için yeni iş imkânları sunması ve doğal kaynaklardan faydalanma fırsatı vermesi.
- ✓ Katı atıkların depolanma ve taşınma gibi sorunlarını önlemesi.
- ✓ İnsanların sağlığını olumsuz etkileyen çevre kirliliğinin ve dolaylı olarak da sağlık harcamalarının azalmasına yardımcı olması.

TERSİNE LOJİSTİK UYGULAMA ÖRNEKLERİ

Günümüzde tüm lojistik ağının tek bir yapı şeklinde algılandığı basit üretim sürecinde lojistik ağı oluşturan işletmelerin birbirleriyle ilişkilerinin artması tabii olarak işletmelerin tersine lojistik sistemlerini iyileştirme gayretlerini artırmıştır. Ayrıca günümüzde işletmelerin itibarlarını artırmak açısından çevresel yükümlülüklerle dikkat etmeleri de tersine lojistik faaliyetlerine katılmalarında önemli bir rol oynamaktadır. Bu çerçevede bazı işletmeler tersine lojistik sistemlerini kendileri kurmaya çalışırken buna gücü olmayan işletmeler uzmanlaşmış başka işletmelerden destek almaktadırlar. Birçok işletme, geri dönüşümle ilgili sorunlarını

çözümlemeye çalışırken müşteri odaklı işleyen tersine lojistik faaliyetlerini “imaj yönetimi” için bir fırsat olarak görmektedir (Karaçay,2008;319-320). Özet olarak diyebiliriz ki, tersine lojistiğin direk ve dolaylı faydalarını kavrayan işletmeler, uzun vadeli planlarında bunu dikkate almaktadırlar.

Dünya’da Tersine Lojistik Uygulama Örnekleri

Barselona’da mutfak atık yağı geri dönüşümü: Atık yağlar hem suları temizleyen bakterilerin yaşamasını engelleyen bir tabaka oluştururken hem de denizlerin kirlenmesine sebep oluyor. Kullanılıp atık haline gelmiş 1 litre yağın, yapılan araştırmalar sonucunda, 1000 litre suyun kirlenmesine yol açtığı tespit edilmiştir. 2010 yılında Barselona’da mutfak atık yağlarını geri dönüştürme amacıyla başlatılan uygulama kapsamında tüketiciler atık yağlarını belediyenin ücretsiz dağıttığı, “Olipot” kaplarında toplayarak, belirlenmiş “yeşil noktalar” da geri dönüşüme kazandırmaktadırlar. Böylece toplanan bu atık yağlardan biyodizel elde edilmektedir (<https://yesilgazete.org/blog/2018>).

Avustralya’da akıllı çöp kutuları: İlk kez Avustralya’da uygulamaya konulan akıllı çöp kutuları, çöpler atılır atılmaz ayrıştırıyor ve yeni çöplere yer açabiliyor. Her çöp kutusu normal çöp kutularından sekiz kat daha büyük ve 600 litre kapasiteye sahip. Bu durum geri dönüşümü kolaylaştırmanın yanında atıkların daha az yer tutmasına, tek seferde daha çok atık taşınabilmesine imkân sağlamaktadır. Güneş enerjisiyle çalışan bu çöp kutularının kapasitesi dolmaya yaklaşıncaya GPS ile merkeze haber verilerek taşıma kamyonlarının tam dolmadan gereksiz yolculuk yapmaları da önlenmiş oluyor(<https://yesilgazete.org/blog/2018>).

Sıfır atığa ulaşmaya çalışan Kamikatsu/Japonya: Sıfır atık kenti olmayı hedefleyen Japonya’nın Kamikatsu kasabasında 2003 yılında atıklar 34 kategoriye ayrılarak halkın kendisi tarafından geri dönüşüm merkezlerine taşınmaya başlanmıştır. Sadece kâğıt atıkları 4 farklı kategoriye ayırmaktadırlar. Ayrıca çoğu evde gıda atıklarını gübreye dönüştüren makineler mevcut ve bu makineler için belediye vatandaşlarına %80 oranında destek sağlıyor. Halkın %80’i uygulamaya uygun şekilde ve çoğunlukla da evlerinde ayrıştırmış olarak çöplerini toplama noktalarına getirirken %20’si kendi olanaklarıyla kendi arsalarında çöplerini gömüyor ya da yakarak yok ediyor. Kasabada hem kullanılmış eşyaların bırakılabildiği hem de kullanılmış ürünlerin geri kazanımıyla üretilen giysiler, oyuncaklar ve benzeri eşyaların bedava alınabildiği bir dükkân aracılığı ile atık ürünler tekrar ekonomiye kazandırılması teşvik edilmeye çalışılıyor(<https://www.aa.com.tr/dunya/ilk-sifir-atik-kasabasi-adayi>).

İsveç’te geri dönüşüm devrimi olarak nitelenen bir dizi uygulama: Gazetelerden kâğıt, plastik ve camın eritilmesi ile yeni ürünler, yiyecek atıkları kompost yapılarak biyogaz üretiliyor. Geri dönüşüme tabi tutulamayacak durumda olan atıklar yakılıp enerjiye dönüştürülüyor. Yanmayan kalan küller de yol yapımında kullanılıyor. Elektrik ve ısınma gereksinimlerinin büyük kısmını çöplerden sağlayan ülkede geri dönüşüm ürünlerinin satıldığı bir alışveriş merkezi bulunmaktadır. Bu alışveriş merkezinde insanların eşyalarını tamir edip tekrar kullanabilmesi için eğitici atölye faaliyetleri yapılmaktadır (<https://geridonusumekonomisi.com.tr/isvecte-geri-donusum->).

İtalya’da bedava bonus uygulaması: İtalya’nın başkenti Roma’da belediye geri dönüşümü teşvik etmek için pilot bölge olarak seçilen üç bölgenin terminallerine yerleştirdiği makineler ile bir geri dönüşüm faaliyeti başlatmıştır. "Daha çok geri dönüşüm, daha çok seyahat" sloganı ile yaygınlaştırılmaya çalışılan bu uygulamada her bir plastik su şişesi için bireylerin cep telefonlarına 5 cent bonus yüklenmektedir. Bu proje kapsamında kazanılan bonuslar bilet alımında kullanılabilir(<https://tr.euronews.com>).

Geri dönüşümde başarılı örnek bir şehir Ljubljana/Slovenya: Slovenya’nın başkenti Ljubljana’da çöplerin %70’ten fazlası geri dönüştürülüyor. Şehirde 2025 yılı için çöplerin %75’inin geri dönüştürülmesi hedeflenmektedir.2002’de konteynırlarla kâğıt, cam ve ambalaj atıkları toplanırken 2006’da biyolojik atıklar kapıdan alınmaya başlanmıştır. Avrupa’nın biyolojik atıkları ayrı toplama için 2023 yılında getirmiş olduğu zorunluluğu çok önceden gerçekleştirmiş olan şehirde çöpün azaltılması amacıyla 2013’te kapılara ambalaj ve kâğıt atık kutuları konulmuştur. Biyolojik atıkları işleme amacıyla 2015’te kurulan Atık Yönetimi Bölgesel Merkezi (RCERO) şu anda kendi ısı ve elektriği için atıkların %95’inden katı yakıt üretirken %5’ten daha azını atık depolama alanlarına gönderiyor. Asıl amaç tekrar kullanım ve geri kazanım olsa da bunun yanı sıra biyoyakıtlardan yüksek kalitede bahçe gübresi de elde ediliyor. Ljubljana’da insanların kendi çöplerini atabilecekleri iki evsel atık geri dönüşüm tesisi kurulmuş bulunmaktadır. Ayrıca yağmur suları da özel araçlar yardımı ile çatılardan toplanarak çevre dostu deterjanlarla sokakların temizlenmesi için kullanılıyor (www.geridonusumekonomisi.com.tr/Slovenya-).

Almanya’da geri dönüşüm için renk kodları: Geri dönüşüm oranını artırmak için bir uygulama örneği de dünyada en iyi geri dönüşüm oranına sahip olan Almanya’da bulunmaktadır. Bu uygulama uyarınca çöpleri atarken karışmaması için ayrı renk kodları geliştirmişler; sarı kutuya ambalaj atıkları ve plastikler, mavi kutuya kâğıt ve türevleri, kahverengi kutuya organik atıklar, yeşil ve beyaz renkli kutulara şişeler (renklerine göre ayrıştırılarak) atılıyor. Geri dönüştürülemeyen bölüm ise farklı tasarımlar geliştirilerek yeni ürün elde etmek ve yakıt üretmek için kullanılıyor. Almanya’da çöp ve geri dönüşüm kutuları pek çok noktada bulunması Almanya’nın dünyadaki en iyi geri dönüşüm oranına sahip olmasındaki payı oldukça fazladır. Ayrıca yoğun turist alan bir ülke olarak geri dönüşüm kutuları üzerindeki Almanca ve İngilizce açıklamalarla yerli ve yabancı turistlerin çöplerini nereye atacakları konusunda yönlendirilmiş olmaları da Almanya’nın bu başarısında büyük önem taşımaktadır(www.copunesahipcik.org/almanlar-geri-donusumde-dunya).

Türkiye’de Tersine Lojistik Uygulama Örnekleri

Arçelik A.Ş., Bolu ve Eskişehir’de Atık Elektrikli ve Elektronik Eşya Geri Kazanım Tesisi kurmuştur. Marka farkı gözetmeden eski ürünleri piyasadan toplayıp bu tesiste geri dönüştürerek ekonomiye tekrar kazandırmıştır. Atıklar değerlendirilirken bir yandan bu eski ürünlerin çevreye verdiği zarar ortadan kaldırılmış diğer yandan da eski ürünlerin tükettiği fazla elektrikten de tasarruf sağlanmıştır.2014-2016 arasında ekonomi için günlük 5 milyon hanenin elektrik (40 GWh) tüketimi miktarınca kazanç elde edilmiştir. (www.arcelikas.com).

Vestel A.Ş.,2018 yılında ömrünü tamamlamış beyaz ev eşyalarını geri dönüştürerek Vestel Manisa Hayvan Barınağı’ndaki engelli köpekler için yürüteç geliştirmiştir. Ayrıca hayvanların hayata tutunmasını sağlamak için fuar sonunda standartlardan kalan artık malzemeleri de geri dönüştürüp kedi ve köpekler için kulübe yaparak onlara yaşam alanı oluşturmuştur(www.vestel.com.tr).

Şişecam 2011’den beri Çevko ve mahalli yönetimler ortaklığı ile devam ettirdiği “Cam Yeniden Cam” Projesi ile 4 yılda 203 bin öğrenci geri dönüşüm eğitimine alınmış, 578.400 ton cam ambalaj atığı tekrar kazanılırken 208 bin otomobilin trafikten alınmasına eşit değerde karbon sürümü engellenmiş, 24 bin ev için gerekli sıcak su ve ısıtma gereksinimini sağlayacak seviyede enerjiden tasarruf sağlanmıştır. (www.sisecam.com.tr).

Akcansa çimento firmasının, hayata geçirdiği Atık Isıdan Enerji Geri Kazanımı Projesi (2011)ile kurduğu 15 MW gücündeki santralden birinci yıl 119 bin GJ enerji tasarrufu yapılırken 15,7 bin ton karbon emisyonu engellenmiştir. 2015 yılında ise 346 bin GJ enerji geri kazanımı ve 51,4 bin ton karbon emisyon azalışı sağlanmıştır. Bu tesis Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı’ndaki en iyi uygulama örneklerinden biri olmuştur(www.akcansa.com.tr).

Anel Doğa Entegre Geri Dönüşüm Şirketi 2003 yılında 30.000 m² alana kurulmuş Türkiye’nin ilk elektronik atık entegre işletmesidir. Ayrıca bu alanda faaliyet gösteren tek işletmedir. Elektronik eşya, otomobil ve uçak parçaları, atık kablo geri dönüşümü, tehlikeli atık depolama, atık yönetim çalışma alanları bulunmakta olup yaklaşık 600 kuruma “atık yönetimi” ile ilgili hizmet sunmaktadır. Üretici ve ithalatçı firmalarla gerçekleştirilmiş olan anlaşma çerçevesinde ürün satışı sonrası garanti süresindeki geri dönüşlerden gelen elektronik aygıt ve parçalar toplanmaktadır. Anel Doğa, atıklardan çimento fabrikaları için yakıt sağlamaktadır. Ayrıca tesiste otomobil atıkları için geri dönüşüm ve yok etme faaliyetleri de gerçekleştirilmektedir (www.anel.com.tr).

Geri dönüşüm örneklerinden bir diğeri Kadıköy Belediyesi’nin gerçekleştirdiği, akıllı telefon ve tabletler için “Atık Getirme Noktalarımız” uygulamasıdır. Dijital aletler vasıtası ile kullanılmış olan ürünün cinsine göre en uygun atık getirme noktaları (ambalaj, cam ambalaj, elektronik, Atık Pil, Bitkisel, Tekstil, ilaç atık noktaları) hızlı şekilde bulunup “navigasyon” ile erişilerek atıkların tekrar kazanımı için teslim noktalarına ulaştırılması sağlanıyor. Kadıköy’de 600 ton olan günlük çöp miktarının, %12’si geri dönüşebilen atıklardan meydana gelirken yıllık olarak toplanan 9000 ton atığın %86’sını cam, %84’ünü ise atık piller oluşturmaktadır(<https://cevre.kadikoy.bel.tr/icerik/geri-kazanilabilir-atiklar>).

Eskişehir Tepebaşı Belediyesi 2009 yılında başlattığı kaynağında ayrı toplama uygulaması ile atık ürünler 6 gruba ayrıştırılarak (ambalaj atıkları-elektronik atıklar, tekstil ve evsel atıklar, bitkisel yağ atıkları) toplanmaya başlanmıştır. Ambalaj atıkları iç mekân kutuları, kumbara, kafes ve konteynerler içinde, atık bitkisel yağlar 5 litrelik bidonlarda, tekstil atıkları kumbaralarda, atık piller pil kutularında, elektronik atıklar ise e-atık kumbaralarında toplanmaktadır. E-atık kutularından alınarak ekolojik enerji sistemine gönderilen elektronik

atıklar işlenip “Atıktan Türetilmiş Yakıt” şeklinde kullanılmaktadır. Atıkların yakıt şeklinde kullanılması ile çevreyi etkileyen atıklar en uygun şekilde uzaklaştırılmakta ve doğal kaynaklar fosil yakıt tüketimi azaltılarak korunmaktadır. Ambalaj atıklarının ilgili firmalarca toplanıp ayırma tesisinde ayrıştırması yapılırken bitkisel atık yağlar ise ham yağ nötralizasyonu, biyodizel saflaştırma, gliserin saflaştırma gibi bir dizi işleme tabi tutulmaktadır. Tekstil atıkları ham maddeye dönüştürülerek kazanılan gelir, ihtiyaç sahibi çocuklar için kıyafet alımında kullanılmaktadır. Atık pil toplama kutularındaki piller de katı atık alanlarında uygun şekilde imha edilmektedir(www.tepebasi.bel.tr).

İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından yerleştirilen akıllı geri dönüşüm konteynerine kullanılmış pet su şişesi veya meşrubat kutusu atan vatandaşların İstanbul kartına yüklenen para ile ücretsiz ulaşım bileti ve Şehir Tiyatroları bileti alınabildiği gibi Belediyenin sosyal tesislerinde de indirim sağlanmaktadır (www.enerjiportali.com/geri-donusum-nedir-nasil yapılır).

Ülkemizde hayata geçirilmeye çalışılan “Sıfır Atık Projesi” uygulama örneklerinden biri İpekyolu Belediyesi’nin gerçekleştirdiği “Geri Dönüşüm Sokağı” projesidir. Çevreye karşı farkındalık oluşturmak için hayata geçirilen bu projeye son kullanım süresi dolmuş lastik, plastik kapak, metal ve ambalaj atıkları gibi geri dönüşüm ürünleri belediye elemanları aracılığıyla toplanarak hayvan kulübesi, kitaplık, koltuk, süs eşyaları şeklinde peyzaj çalışmaları ile değerlendirilmektedir. Ayrıca 50 bin plastik kapak üzerine ünlü ressamların eserleri (Leonardo Da Vinci’nin Mona Lisa, Ahmet Hamdi Bey’in Kaplumbağa Terbiyecisi gibi) yansıtılarak yeni tasarımlar yapılmıştır. Bu uygulama ile günde 15 ton çöp, yılda 12 ton atık yağ, 400 kilogram atık pil geri dönüştürülmektedir (www.sifiratik.co/2018/07/18/turkiyede-bir-ilk-geri-donusum-sokagi/).

Fatih Belediyesi’nin 2018 yılında başlattığı sıfır atık projesi kapsamında atıklar kaynağında 6 ayrı kategoriye ayrılarak toplanmaktadır. Bunun için okul, kamu kuruluşu ve marketlerde ayrı toplama kumbaraları vardır. Bu şekilde yılda 254 bin ton atık toplanmakta ve 13.562 ton atık evsel atıklardan elle ayrıştırılıp geri kazanımla yıllık 1.630.000TL. tasarruf edilmiştir. Ambalaj, tekstil atıkları, bitkisel yağ ve elektronik atıklar ve cam atıklar caddelerdeki geri kazanım kumbaraları vasıtasıyla toplanmaktadır. İlçede atık projeksiyon haritası yapılmış, farkındalık geliştirmek için merkezi iki nokta atık getirme alanı olarak belirlenmiştir. Ayrıca sisteme katılan 105 kâğıt toplayıcı için 17 tane atık getirme noktası mevcuttur. Bu uygulamada veli ve öğrencilerin beraber eğitilmesi amaçlanmaktadır (www.enerjiportali.com/geri-donusum-nedir-nasil yapılır).

Gaziantep Şehit Kamil Belediyesi’nde atık üretici ambalaj ve tekstil atıkları ve atık geri getirme merkezi tarafından 2013 yılında kaynağında ayrı toplama ile 13 çeşit atık niteliğine göre (kâğıt, metal, plastik, cam ambalaj atıkları) toplanarak geri kazanım tesislerine gönderilmeye başlanmıştır. Atıklar toplanırken kutu, konteyner, kumbara ve poşet donanımlar kullanılmaktadır. Bilgilendirme ve farkındalığı artırma eğitimlerinde de yeşeren kalem, broşür, defter, mini cam fidanı gibi teşvik edici araçlardan faydalanılmaktadır. Tekstil için kurulan 20 tane giysi kumbarası yanında Alo Atık Hattı arandığında atıklar kapıdan da teslim alınabilmektedir. İkinci el kıyafet kumbaraları vasıtasıyla toplanan kıyafetler de “Giysi Değerlendirme Merkezi’nde elle ayrıştırılarak kullanılabilir olanlar ambalajlanıp ihtiyacı olanlara ulaştırılmaktadır. Atıkların ayrı toplanmaya başlanmasıyla çöp olarak depo alanına giden ambalaj atıklarını azalmıştır(www.sehitkamil.bel.tr).

Beyoğlu Belediyesi sıfır atık uygulaması kapsamında 2019 yılında atıkları kaynağında 8 gruba ayırarak toplamaya başlamıştır. Geri dönüşebilen ürünler için 6 farklı atığın (ambalaj, tekstil, cam, atık pil, atık yağ, elektronik şeklinde) atılabileceği 19 tane atık toplama noktası oluşturulurken ambalaj atıkları için ayrıca 35 atık toplama noktası daha kurulmuştur. Oluşabilecek aksaklıkların hızlı çözümü için de whatsapp grupları kurulmuştur. Ayrıca farklı dört noktada “Mamamatik” olarak kurulan otomatlara atılan pet şişe karşılığında makine üzerindeki kaplara sokak hayvanları için su ve mama bırakılmaktadır. Bu uygulamada 2019 için yıllık ortalama atık miktarı 135.073 ton iken ambalaj atığı miktarı 2.842 ton, moloz 2.114 ton, ahşap 2.753 ton, atık pil 1,5 ton, elektronik atık 7 ton, tekstil atığı 256 ton ve yağ atığı 200 tondur. Uygulama sayesinde evsel atık toplama çalışmalarında sarf edilen zamandan tasarruf, iş gücü kazanımı ve araç giderlerinde azalma meydana gelmiştir (www.enerjiportali.com/geri-donusum-nedir-nasil yapılır).

SONUÇ

Sanayileşmenin artması çevresel problemlerin ortaya çıkmasına ve kaynakların da giderek azalmasına neden olmaktadır. Özellikle uzun yıllar geçmesine rağmen doğada kaybolmayan atıklar, dünyamızı çok farklı açılardan tehdit etmektedir. Doğal dengeyi koruma arzusu, birtakım tedbirlerin alınmasını gerekli kılarken, ürünlerin dönüş sebeplerine bakılmaksızın geri kazanılması da bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu bağlamda çevrenin korunması ve kaynaklardan tasarruf sağlanması amacıyla atıkların toplanması ve yeniden ekonomiye kazandırılmasını sağlayan tersine lojistik faaliyetlerinin önemi artmıştır. Kanuni yükümlülükler işletmeleri tersine lojistik uygulamaya mecbur kılarken bu sayede işletmeler kazanacakları ekonomik faydalar yanında, oluşturacakları çevreci imaj sayesinde müşterilerle ilişkilerini yönetebilme gücü elde etmektedirler. Bu sebeple tersine lojistik, işletmeler arasında rekabet avantajı oluşturan bir parametre haline gelmiştir. Dünyada ve Türkiye’de birçok uygulama örneği ile tersine lojistiğin günümüz dünyası için bir zorunluluk olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada tersine lojistiğin artan önemi hem teorik olarak hem de yurt dışı ve yurt içindeki uygulama örnekleri üzerinden ortaya konulmaya çalışılmıştır. Gelecekteki çalışmalarda, konunun alt yapısını açıklayan teorik çalışmalar ışığında, tersine lojistik faaliyetlerinin uygulanmasını zorlaştıran faktörler, tersine lojistik süreçlerinde yaşanan koordinasyon eksikliğinin nedenleri ve çözüm önerileri, tersine lojistiğin Türkiye’deki uygulanma başarısı araştırma konusu olarak seçilebilir.

KAYNAKÇA

Makaleler

- Bilgili, M., Yunus (2017). “Ekonomik, Ekolojik ve Sosyal Boyutlarıyla Sürdürülebilir Kalkınma” Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, cilt:10, sayı: 49, s.560.
- Bulut, E.ve Deran, A. (2007). “Ters Lojistik ve Şirketlerin Maliyet Yönetimi Üzerine Etkileri”, Ekonomik Yaklaşım Dergisi, cilt19, özel sayı, s. 334
- Coşkun, A. (2011) “Üreticilerin Tersine Lojistik Faaliyetlerini Etkileyen Faktörler: Beyaz Eşya Sektöründe Bir Uygulama”, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir. s.29.
- Demirel, Ö.N ve Gökçen H. (2008). “Geri Kazanımlı İmalat Sistemleri İçin Lojistik Ağı Tasarımı: Literatür Araştırması”, Gazi Üniversitesi Müh. Mim. Fak. Dergisi, (24)4, s. 907-909.
- Erol, İ., Velioglu, M. N., Şerifoğlu F. S., Büyüközkan, G. Aras, N. Çakar, N. D. ve Korugan, A. (2010), “Exploring Reverse Supply Chain Management Practices in Turkey”, Supply Chain Management: An International Journal, 15/1: 43-54.
- Karaçay, G. (2008) “Tersine Lojistik: Kavram ve İşleyiş”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14(1), s. 319-320.
- Kocabaşoğlu, C., Prahinski, C., ve Klassen, R.D. (2007). “Linking Forward and Reverse Supply Chain Investments: The Role of Business Uncertainty”, Journal of Operations Management, 25/6, 1141-1160.
- Nakiboğlu, G. (2007). “Tersine Lojistik: Önemi ve Dünyadaki Uygulamaları”. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 9/2. s.183,191,192.
- Rogers, D.S. ve Tibben-Lembke, R. (1998). “Going Backwards: Reverse Logistics Trends and Practices”, Reverse Logistics Executive Council, Pittsburgh, PA.
- Smith, A.D. (2005) “Reverse Logistics Programs: Gauging Their Effects On CRM and Online Behavior”, The Journal of Information and Knowledge Management Systems, 35/ 3, 166-181.
- Şengül, Ü. (2010). “Atıkların Geri Dönüşümü ve Tersine Lojistik”. Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, s.77.

Toktay, B., van der Laan, E.A. de Brito, M.P. (2004), “Managing Product Returns: Informational Issues and Forecasting Methods”, in Reverse Logistics: Quantitative Methods for Closed-Loop Supply Chains, Ed: R. Dekker, Fleischmann, M., K. Inderfurth, L.N. Van Wassenhove, Springer Verlag.

Yıldırım, A., Yıldırım, S. ve İslamoğlu, E. (2018), “Tedarik Sürecinde Bir Anahtar Süreç: Tersine Lojistik” IV. International Caucasus-Central Asia Foreign Trade And Logistics Congress September, 7-8, Didim/AYDIN 1160.

Kitaplar:

Erdal, M, Görçün, Ö.F. ve Saygılı, M.S. (2020). Entegre Lojistik Yönetimi, 2.Basım Beta Yayınevi, İstanbul.s.498-499.

Tezler:

Dirik, M. (2012), “Tersine Lojistik ve Karaman Organize Sanayi Bölgesinde Gıda Sektöründe Tersine Lojistiğin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Uygulama”, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.s.56.

Taş, F. (2009), “Akü Geri Dönüşüm Sistemi İçin Tersine Lojistik Ağ Tasarımı ve Karma Tamsayılı Programlama Modeli” Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü s. 34,35.

İnternet Kaynakları:

<https://www.aa.com.tr/tr/dunya/dunyanin-ilk-sifir-atik-kasabasi-adayi-kamikatsu/1527674>.Erişim Tarihi 27.01.2023.

<https://cevreonline.com>, Erişim Tarihi 29.01.2023.

<https://cevre.kadikoy.bel.tr/icerik/geri-kazanilabilir-atiklar>.Erişim Tarihi 27.01.2023.

<https://geridonusumekonomisi.com.tr/isvecte-geri-donusum>. Erişim Tarihi 20.01.2023.

<https://sifiratik.co/2018/07/18/turkiyede-bir-ilk-geri-donusum-sokagi>/Erişim Tarihi 02.02.2023.

<https://sifiratik.com/turkiyede-bir-ilk-geri-donusum-sokagi>/Erişim Tarihi.02.02.2023.

<https://tr.euronews.com>.Erişim Tarihi 01.02.2023.

<https://yesilgazete.org/blog>/Erişim Tarihi 27.01.2023.

www.anelso.com.tr.Erişim Tarihi.04.02.2023.

www.akcansa.com.tr.Erişim Tarihi 01.02.2023.

www.arcelikas.com.Erişim Tarihi 01.02.2023.

www.copunesahipcik.org/almanlar-geri-donusumde-dunya.Erişim Tarihi.26.01.2023.

www.enerjiportali.com/geri-donusum-nedir-nasil-yapilir. Erişim Tarihi 27.01.2023.

www.geridonusumekonomisi.com.tr/Slovenya-.Erişim Tarihi 02.02.2023.

www.onlinekalite.com.Erişim Tarihi 14.02.2023.

www.sehitkamil.bel.tr.Erişim Tarihi 25.01.2023.

www.sisecam.com.tr. Erişim Tarihi 03.02.2023.

www.tepebasi.bel.tr.Erişim Tarihi 02.02.2023.

www.vestel.com.tr.Erişim Tarihi 31.01.2023.

Geliş Tarihi: 01/05/2023

Kabul Tarihi: 11/06/2023

MATRAH ARTTIRIMININ KAPSAMI VE ETKİLERİ

Furkan Aslan ÜNAL *

ÖZET

1982 Anayasası'nın 73. Maddesine göre herkes, kamu giderlerini karşılamak üzere, mali gücüne göre, vergi ödemekle yükümlüdür. Buna göre Türkiye'de vergi mükellefleri, elde ettikleri kazançlarını beyan etmek ve bu beyan ettiği gelirleri üzerinden hesaplanan vergiyi ödemek ile yükümlüdür. Ancak mükellefler ödemek durumunda oldukları vergileri çeşitli sebeplerle noksan beyan edebilmekte yahut beyan dışı bırakabilmektedir. Bu durum sonucunda devlet vergi kaybını en aza indirmek ve azalan gelirlerin hazineye aktarılmasını sağlamak için, firmaların geçmiş yıllara ait vergilerini belli oranlar dahilinde arttırıp beyan edilmesini sağlayarak ilgili dönemler için incelemeden muaf tutmaktadır.

Bu amaçlara yönelik olarak ortalama her iki yılda bir yapılandırma kanunu çıkarma uygulaması 7440 Sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun ile devam etmiştir.

Çalışmada, öncelikle 7440 Sayılı Kanun kapsamında vergi ve matrah arttırımına ilişkin hükümler ele alınmış ve devamında, yeniden yapılandırma kanunlarının gerek ülke ekonomisine gerekse mükellefler üzerindeki etkileri eleştirel bir yaklaşımla incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Matrah, Vergi Borcu, Matrah Arttırımı, Yapılandırma

SCOPE AND EFFECTS OF BASE INCREASE

ABSTRACT

According to Article 73 of the 1982 Constitution, everyone is obliged to pay taxes according to their financial strength in order to meet public expenditures. Accordingly, taxpayers in Turkey are obliged to declare their earnings and pay the tax calculated on this declared income. However, taxpayers may under-declare or exclude the taxes they have to pay for various reasons.

As a result of this situation, the state exempts the companies from examination for the relevant periods by increasing and declaring the taxes of the previous years within certain rates in order to minimize the tax loss and to ensure that the declining revenues are transferred to the treasury. The practice of issuing a structuring law every two years on average for these purposes continued with the Law No. 7440 on Restructuring of Certain Receivables and Amending Some Laws. In the study, first of all, the provisions regarding tax and base increase within the scope of Law No. 7440 were discussed, and then the effects of restructuring laws on both the country's economy and taxpayers were examined with a critical approach.

KeyWords: Base, Tax Debt, Base Increase, Structuring

* Yüksek Lisans Öğrencisi, Nişantaşı Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Muhasebe ve Finans Anabilim Dalı, furkanaslanunal@outlook.com ORCID: 0000-0001-5120-7560

GİRİŞ

Ülkemizde artık süreklilik kazanan vergi affı olarak nitelendirilen vergide yeniden yapılandırma kanunlarıyla gözetilen amaç vergi mükelleflerinin farklı farklı sebeplerle beyan etmekten imtina ettiği ya da eksik beyan ettiği geçmişe dönük vergilerini belirlediği oranlar ile değerleyerek beyan etmesine olanak sağlamıştır. Bu yapılandırma kanunlarıyla gözetilen amaç beyan edilmeyen ve bu sebeple hazinenin mahrum bırakıldığı gelirlerinin hazineye aktarılmasını sağlamaktır. Mükellefler bu uygulama ile hem matrah artırımından yararlandıkları yıllar için incelemeyen muaf olurlar hem de işletme kayıtlarını fiili duruma uygun hale getirirler. Kamu borçlarının tahsil edilmesi amacıyla çıkarılan yeniden yapılandırma kanunlarının en sonuncusu 12.03.2023 Tarihli Resmi Gazete 'de yayımlanan 7440 Sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'dur. Kamu borçlarının yapılandırılması, vergi ve matrah artırımını öngören Kanun'un n 5'inci maddesi ile daha önceki 6111, 6736, 7143 ve 7326 Sayılı Kanunlar ile getirilen düzenlemelere paralel olarak matrah ve vergi artırım hükümleri getirilmiştir.

Daha önce yasa koyucular tarafından çıkarılan matrah artırım düzenlemelerinden farklı olarak 7440 sayılı Kanunla kar dağıtımına ilişkin gelir ve kurumlar vergisi stopajı matrah artırımına kapsamına alınmıştır. (BDO Yayıncılık A.Ş., 2023, s. 1)

Bunun yanı sıra 7440 sayılı kanunu önceki yapılandırma kanunlarından farklı kılan bir diğer özelliği ise henüz beyannamesi verilmemiş olan 2022 hesap dönemini de af kapsamına almasıdır.

12.03.2023 Tarihli Resmî Gazete 'de yayımlanan 7440 Sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanuna konu edilecek alacakların ait olduğu idareler ise şunlardır:

- Hazine ve Maliye Bakanlığı
- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
- Belediyeler
- Sosyal Güvenlik Kurumu
- İl Özel İdareleri
- Ticaret Bakanlığı
- Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı (YİKOB)'na olan kesinleşmiş borçlar ile bazı kurumlara olan idari para cezalarının yeniden yapılandırılması. (Vizyon Grubu, 2023)

VERGİ VE MATRAH ARTTIRIMI KAVRAMI

Türk vergi sistemimizde dört adet tarhiyat yöntemi vardır. Bunlar: Beyana dayanan tarh, ikmalen vergi tarhı, re'sen vergi tarhı ve verginin idarece tarhidir. (Saban, 2020, s. 80)

193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu'nun 83 ve devamında yer alan maddelerinde (Dördüncü kısmında) açıklandığı üzere 1950 'den günümüze kadar devamlılığını sürdüren Gelir Vergisi sistemimizde tarhiyat işlemleri, prensip itibarıyla, mükelleflerin verdiği beyannameler üzerinden yapılır. (İdil, 2012, s. 1)

Gelir Vergisi sistemimizde kabul gören tarh yöntemi olan beyana dayanan tarh yönteminde vergi matrahı, mükelleflerce ya da mükellefler adına görevlendirilen vergi sorumluları tarafından hesaplanarak ilgili vergi dairesine bildirilir. Mükellef ile vergi dairesi arasında güveni temel alan bu sistemde beyan edilen bilgilerin doğruluğu sistemin işleyişi açısından oldukça önemlidir.

Vergi süreçlerinin sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi için mükellefler tarafından verilen beyannamelerin gerçeği yansıtır olması gerekmektedir. 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nun 135-141. maddeleri arasında düzenlenen vergi incelemesi, mükelleflerin beyan ettikleri vergilerin doğruluğunu tespit etmek için mükelleflere ait defter, belge ve kayıtları üzerinde kontrol gerçekleştirilmesidir. Mükellefler vergi matrahlarını eksik ya da hiç bildirmez ise idare tarafından ikmalen yahut re'sen tarh işlemleri ile karşı karşıya kalabilmektedir. Ayrıca, mükelleflerin eylemlerinin ağırlığına ve neticelerine bağlı olarak idari/adli nitelikli yaptırımlara da başvurulmaktadır. (Mualla ÖNCEL, 2022, s. 100).

Farklı sebeplerden ötürü noksan ya da hiç beyan edilmeyen geçmiş yıla ait vergilerin mükelleflerce, belirlenen oranlar ve tutarlar dahilinde beyan edilmesini sağlayarak Maliye Bakanlığı'nın gerçekleştirdiği zorlu ve uzun vergi incelemesinden muaf tutulmayı sağlayan uygulama vergi ve matrah artırım uygulamasıdır. Bu uygulama ile devletin gözettiği amaç mükellefler tarafından eksik ya da hiç beyan edilmeyen vergilerin hazineye aktarılmasını sağlamak iken mükelleflerin gözettiği amaç ise işletme kayıtlarının fiili durumla uygun hale getirilmesi, idare tarafından gerçekleştirilecek olası bir denetime muhatap olmamaktır.

7440 SAYILI KANUN KAPSAMINDAKİ VERGİ VE MATRAH ARTTIRIMI

Kesinleşmiş ya da kesinleşmemiş veya dava aşamasında bulunan kamu alacaklarının yapılandırılması, uyuşmazlıkların sulh yolu ile çözümlenmesi, işletme kayıtlarının düzeltilmesi vergi ve matrah artırımını öngören kanun, makalenin konusuna ilişkin olarak yalnızca vergi ve matrah artırım yönünden incelenecektir.

Kapsam ve Koşullar

Matrah ve vergi artırımını 7440 Sayılı Kanun m.5'te düzenlenmiş ve 2018,2019,2020,2021,2022 yılları kurumlar vergisi gelir vergisi ve KDV ve kanunda yer alan türden gelir ve kurumlar vergisi stopajları kapsamındadır.

Tablo 1. Gelir Vergisi

Yıl	Matrah Arttırım Oranı	Asgari Matrah (Bilanço ve Serbest Meslek esası)	Asgari Matrah (İşletme Hesabı)	Arttırılan Tutara Uygulanacak Vergi Oranı
2018	%35	94.000	63.800	Normal Vergi
2019	%30	99.600	66.400	Oranı %20 -
2020	%25	105.800	70.500	İndirimli Oran
2021	%20	112.400	75.000	%15
2022	%25	200.000	105.000	

2022 yılı için matrah artırımında bulunmak isteyen mükellefler önce 2022 yılına ilişkin Gelir Vergisi beyannamesini vermelidir. Daha sonra 2022 yılı beyannamesinde beyan edilen vergiye esas matrahın, 2021 beyannamelerinde beyan edilen matrahın yüzde 122,93 oranında arttırılması suretiyle bulunan tutar ile 2022 yılı üçüncü geçici vergilendirme döneminde beyan edilen matrahın yüzde 40 oranında arttırılması suretiyle bulunan tutarın yüksek olanından az olmaması şartı aranır.

2022 yılına ilişkin matrah artırımından yararlanan mükellefler 2022 yıllık beyannamelerde hesaplanan vergilerden mahsup edilemeyen geçici vergilerini iade alamayacaklardır.

Tablo 2. Kurumlar Vergisi

Yıl	Matrah Arttırım Oranı	Asgari Matrahlar	Vergi Oranı
2018	%35	200.000	
2019	%30	215.000	Normal Vergi Oranı
2020	%25	230.000	%20 -
2021	%20	260.000	İndirimli Oran %15
2022	%25	500.000	

Uygulama bakımından yukarıda bahsettiğimiz Gelir Vergisinde matrah artırımını ile aynıdır. Şöyle ki;

2022 yılı için matrah artırımında bulunmak isteyen mükellefler önce 2022 yılına ilişkin Kurumlar Vergisi beyannamesini vermelidir. Daha sonra 2022 yılı beyannamesinde beyan edilen vergiye esas matrahın, 2021 beyannamelerinde beyan edilen matrahın yüzde 122,93 oranında arttırılması suretiyle bulunan tutar ile 2022 yılı üçüncü geçici vergilendirme döneminde beyan edilen matrahın yüzde 40 oranında arttırılması suretiyle bulunan tutarın yüksek olanından az olmaması şartı aranır.

Örnek üzerinden açıklayacak olursak A firmasının 2022 yılı kurumlar vergisi matrahı, 2022 yılı üçüncü geçici vergilendirme döneminde beyan edilen matrah ve yüzde 40 oranında artırılması suretiyle elde edilen tutar, 2021 yılı beyannamesinde elde edilen matrah ve yine yüzde 122,93 oranında artırılması ile bulunan tutarlar aşağıdaki tabloda yer almaktadır:

Tablo 3. Örnek Kurumlar Vergisi

Dönem	Vergi Matrahı	Artırım Oranı	Artırım Tutarının Matrahı	Matrah Artırımında Baz Alınacak Tutar
2021- Kurumlar Vergisi	5.870.050,75	%122,93	13.086.104,14	-
2022-Üçüncü Dönem Geçici Vergisi	13.103.535,38	%40,00	18.344.949,53	-
2022 – Kurumlar Vergisi	17.501.865,63	-	18.344.949,53	18.344.949,53

Tablodaki tutarlardan yüksek olanı 2022 yılı üçüncü geçici vergilendirme döneminde beyan edilen matrahın yüzde 40 oranında artırılması ile elde edilen 18.344.949,53 TL olup, bu tutar 2022 yılında beyan edilecek olan kurumlar vergisi matrahından (17.501.865,63) yüksek olduğundan A firmasının matrah artırımından yararlanabilmesi için 2022 yılı matrahının en az 18.344.949,53 TL olması gerekmektedir.

2022 yılına ilişkin matrah artırımından yararlanan mükellefler 2022 yıllık beyannamelerde hesaplanan vergilerden mahsup edilemeyen geçici vergilerini iade alamayacaklardır.

Mükelleflerin 2018- 2021 yılları için matrah artırımında bulunmaları durumunda bu yıllarda zararları mevcut ise bu zararlarının %50'si 2022 yılı ve izleyen yıllar karlarından mahsup edilememektedir. Bunun yanı sıra 2022 yılı için matrah artırımında bulunan mükellefler, 2022 yılına ait zararları mevcut ise bu zararlarının tamamını 2023 yıl ve izleyen yıllarda karlarından mahsup edememektedir.

Tablo 4. Gelir ve Kurumlar Vergisi Stopajı

Yıl	Ücretler, Serbest Meslek Kazancı, GMSİ, Kar Payı Dağıtımı	Yıllara Yaygın İnşaat	Çiftçilere ve vergiden muaf esnafa yapılan ödemeler
2018	%6		
2019	%5		
2020	%4	%1	İlgili yıldaki tevkifat oranının %25'i
2021	%3		
2022	%2		

Tablo 5. Katma Değer Vergisi

Yıl	Vergi Arttırım Oranı	Diğer
2018	%3	İlgili yıl içerisinde tüm dönemlerde hesaplanan KDV bulunmaması halinde yahut
2019	%3	işlemlerinin tamamı istisna kapsamındaki hizmetlerden oluşması halinde, ilgili yıl için arttırılan kurumlar vergisi oranı üzerinden %18
2020	%2,5	
2021	%2	
2022	%2	

VERGİ VE MATRAH ARTTIRIMINDA BULUNMANIN SONUÇLARI

7440 Sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanuna göre mükellefler matrah artırımından 31 Mayıs 2023 tarihine kadar yararlanabilmektedirler. Matrah artırımından yararlanan mükelleflerin ödemelerinin ilk taksitinin son günü ise 30 Haziran 2023 tarihi olduğu belirtilmiştir. Belirlenen oranlara göre hesaplanan vergiler peşin ödenebileceği gibi; 12 taksit ile 12 ayda da ödenebilmektedir. 12 taksit halinde ödemek isteyen mükellefler için katsayı 1,09'dur. Vergilerin ilk taksit ödeme süresinde peşin olarak ödenmesi halinde ise %10 indirim yapılmaktadır. Tüm bunların yanı sıra matrah artırımından yararlanan mükelleflerin devam eden vergi incelemelerinin kanunun yayımını izleyen 7 iş günü içerisinde sonuçlandırılmaması durumunda incelemeye devam edilemeyeceği kanunda belirtilmiştir.

VERGİ VE MATRAH ARTTIRIMININ TÜRKİYE EKONOMİSİNE ETKİSİ

Makalenin konusunu oluşturan 7440 sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun kapsadığı yapılandırma konusuna giren borç türleri dikkate alındığında vergi affı olarak nitelendirilebilir. Zira Türk dil kurumu sözlüğünde af; bir suçu, bir kusuru veya bir hatayı bağışlama olarak nitelendirilmiştir. (Türk Dil Kurumu, 2023)

Vergi afları, dünyanın birçok yerinde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ekonomik, sosyal ve siyasi amaçlarla zaman zaman uygulanmaktadır. Devletler vergi afları ile mükelleflerin imtina ettiği vergi gelirlerini hazineye tekrardan kazandırmayı amaç edinir. Bu nedenle vergi afları, dünyada birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de önemli bir uygulama alanı bulmuştur. Ancak vergi aflarının sık sık tekrarlanması mükellef tutum ve davranışlarını olumsuz yönde etkilediği gibi ekonomi üzerin de de önemli etkileri bulunmaktadır. (Güler, 2003)

Vergi ve Matrah arttırımı gibi vergi aflarının çıkarılmasının ekonomik ve siyasi nedenleri vardır. Hazineye aktarılamayan ya da eksik olarak aktarılan gelirlerin hazineye aktarılmasını sağlayarak ekonomiyi canlandırmak ve böylece kamu gelirlerinde hızlı bir artış sağlamak ekonomik nedenler arasında sayılabilirken, siyasi partilerin seçimleri kazanmak için seçim vaadi olarak vergi affı çıkarması ise siyasi nedeni olarak gösterilebilmektedir.

7440 sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun kapsamında çıkarılan vergi ve matrah arttırmalarının Türkiye ekonomisine olumlu etkileri olduğu gibi olumsuz etkileri de vardır.

Vergi ve Matrah arttırmalarının olumlu etkilerine bakacak olursak;

- Mükelleflerce bildirilmeyen ya da eksik bildirilen vergilerin hazineye kazandırılarak vergi gelirlerinde artış sağlamak,
- Vergi idareleri üzerindeki iş yükünü azaltarak gerek zaman açısından gerekse maliyet açısından tasarruf sağlamak
- Af, teşvik unsurlarıyla birlikte makul ve adaletli cezalardan oluşturulup mükellef hizmeti ve eğitimi ile geliştirilen vergi sisteminin reformu için daha iyi ve kapsamlı daha büyük bir gayretin parçası olduğu takdirde, sonraki aflardaki gönüllü uyum artabilir. (Çetin, 2007)
- Yüksek oranlarla çıkarılan matrah arttırımı ve yine ağır cezalarla desteklenen vergi afları mükelleflerin ilerleyen süreçlerde uyumlu mükellef olmalarına katkı sağlayabilir.
- 2021 yılı içerisinde aktif olarak faaliyetlerini yürüten kurumlar vergisi mükellef sayıları ile faal olan gelir vergisi mükellef sayılarının toplamı 3.221.894'tür. Bunların içerisinde incelenen mükellef sayısı ise 54.065'tir. Bu verilere göre inceleme oranı %1,68 olmaktadır. (Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı, 2022) Buna göre vergi ve matrah arttırımı uygulamaları ile incelemeye tabi tutulamayan firmalardan da vergi temini yapılmaktadır. Firmalar kayıtlarında hata ve hilelerin olduğunu düşündüğü yıllar için vergi ve matrah arttırımında bulunarak yukarıda da belirtilen oranlar üzerinden iktisap eden vergilerini öderler.

Vergi ve Matrah Arttırımının olumsuz etkilerine bakacak olursak;

- Gerek siyasi gerekse diğer sebeplerden ötürü sürekli olarak çıkarılan vergi afları mükelleflerde beklenti oluşturarak vergi kaçırmanın normalleşmesine sebebiyet verebilir.
- Vergi ve matrah arttırımı gibi vergi aflarının süreklilik kazanması vergi kayıplarını arttırmaktadır.
- Belirli aralıklarla sürekli çıkarılan Yapılandırma kanunları kişilerde ve şirketlerde “Nasıl Olsa Af Çıkar” bilincini ön plana çıkararak mevut da piyasada yer alan uzman ve mesleğini dürüst bir şekilde ifa eden mali müşavirleri itibarsızlaştırmaktadır.
- Vergi ve matrah arttırımı gibi vergi afları, toplumda kanunlara olan güvenin azalmasına yol açarak vergi kaçırmanın ve muhasebede hata ve hilelerin meşrulaşmasına ve bağışıklığına sebep olabilir.
- Belirli aralıklarla sürekli çıkarılan vergi ve matrah arttırmaları vergiye uyumlu mükellefler üzerinde olumsuz etki yaparak bu mükelleflerin de vergilerini eksik beyan etmelerine ve dolayısıyla hazinenin alacaklarından mahrum bırakılmasına sebebiyet verebilir.
- Siyasi ya da idari ne olursa olsun sürekli bir şekilde çıkarılan vergi afları toplum ahlakı üzerinde olumsuz etkiye sebep olabilmektedirler.
- Alışılmış yapılandırma kanunlarından farklı olarak 12.03.2023 Tarihli Resmi Gazete 'de yayımlanan 7440 sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun kapsamına 2022 yılı beyannamesi henüz verilmediği halde 2022 yılı da dahil edildi. Bu durum mükelleflere 2022 yılı beyannamelerini nasıl olsa matrah artırımından yararlanırsınız düşüncesiyle gerçeklikten uzak bir şekilde hazırlamasına sebep olabilmektedir.

SONUÇ

Kamuoyunda vergi affı veya barışı olarak da bilinen 7440 sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun 12.03.2023 tarihli ve 32130 sayılı Resmî Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Yürürlüğe giren 7440 sayılı Kanun'un matrah/vergi arttırımı ile ilgili kısmı incelenmiş olup bu uygulamaların devlet ve mükellefler açısından olumlu ve olumsuz yönleri açıklanmıştır.

7440 sayılı kanun devlete borcu olanların ya da stok hesapları gibi muhasebe kayıtları ile fiili durumları arasında farklılıkları bulunan mükelleflere idare tarafından gerçekleştirilen uzun ve yoğun incelemelere maruz kalmamak için yapılandırma imkanlarından yararlanabilmesi için fırsat tanıyan bir kanundur. Bu sayede mükellefler hem vergi ve matrah arttırımından yararlandıkları yıllar için incelemeye tabi tutulmamakta hem de kayıtlar ile fiili durumunu tutarlı hale getirmektedirler.

Devlet açısından baktığımızda ise mükellefler tarafından çeşitli sebeplerle olduğundan düşük ya da hiç beyan edilmeyen vergilerin hazineye kazandırılmasını sağlamaktadır.

Vergi ve matrah arttırımı gibi vergi affı uygulamalarının idari ve siyasi nedenleri bulunmaktadır. Siyasi partilerin seçim vaadi olarak kullandıkları vergi affı uygulamaları siyasi nedenlere örnek olarak gösterilebilecekken, vergi idaresi üzerindeki iş yükünü azaltarak, vergi sistemindeki aksaklıkları gidermek idari nedenleri arasında gösterilebilir.

Sebebi her ne olursa olsun iki üç yılda bir çıkarılan ve süreklilik kazanan vergi ve matrah arttırmalarının vergisel yükümlülüklerini tam olarak yerine getirmeyen mükellefler lehine rekabet avantajı sağlamakta olduğu ve toplumda vergisel ahlak üzerinde tahrip edici bir etkisi olduğu kaçınılmazdır. Bu şekilde süreklilik kazanan ve olağan bir durum haline gelen vergi ve matrah arttırmalarını bünyesinde barındıran yapılandırma kanunları devlete ve vergi idaresine duyulan güveni sarsmakta ve nihayetinde vergiye uyumlu mükellefler adına dezavantaj oluşturarak toplumda vergisel ahlakı zedelemektedir.

KAYNAKÇA

- BDO Yayıncılık A.Ş. (2023, Mart 3). *7440 Sayılı Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılması İle Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunla Getirilen Matrah Ve Vergi Artırımına İlişkin Düzenlemeler*. BDO Türkiye: <https://www.bdo.com.tr/tr-tr/yayinlarimiz/sirkulerler/vergi-2023/vergi-2023-052> adresinden alındı
- Çetin, G. (2007). Vergi Aflarının Vergi Mükelleflerinin Tutum ve Davranışları Üzerindeki Etkisi. *Yönetim ve Ekonomi*, 2.
- Güler, Y. (2003). Vergi Aflarının Bütçe ve Genel Ekonomi Üzerine Etkileri . *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 8.
- İdil, G. (2012). Gelir Vergisi Sisteminde Beyan Esasının Tetkiki ve İlk Tarhiyat Esasının Teklifi. *Maliye Araştırma Merkezi Konferansları*, 1.
- Mualla ÖNCEL, N. Ç. (2022). *Vergi Hukuku, Gözden Geçirilmiş Değişiklikler İşlenmiş 29. Baskı*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Saban, N. (2020). *Vergi Hukuku*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Türk Dil Kurumu. (2023, Mayıs 1). *Türk Dil Kurumu Sözlükleri*. <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı. (2022). *T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı*. <https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2022/04/VDK-2021-Birim-Faaliyet-Raporu.pdf> adresinden alındı
- Vizyon Grubu. (2023, Mart 27). *Bazı Alacakların Yeniden Yapılandırılmasına Dair 7440 Sayılı Kanun Genel Tebliği (Seri No:1) Yayınlandı*. Vizyon Grubu : <https://www.vizyongrubu.com/tr/sirkuler/bazi-alacaklarin-yeniden-yapilandirilmasina-dair-7440-sayili-kanun-genel-tebliği-seri-no-1-yayimlandi/> adresinden alındı

Geliş Tarihi: 01/05/2023

Kabul Tarihi: 11/06/2023

KANITA DAYALI HEMŞİRELİK KAVRAMI VE KANIT NİTELİĞİ OLUŞTURAN DURUMLAR

Berna KAHVECİ CEYLAN*

Mustafa METE**

ÖZET

Tüm sağlık profesyonellerinin uygulamalarını en iyi kanıtlara dayandırması son derece önemlidir. Kanıta dayalı uygulamalarında, klinik kararlarını desteklemek için mevcut en iyi kanıtları kullanma süreci olarak tanımlanabilir. Kanıta dayalı uygulamanın amacı; sağlık çalışanları tarafından güvenli, standart ve nitelikli bakımın verilmesini sağlamalıdır. Tıbbi uygulamalarda artan hatalar, gelişen sağlık hizmetleri ve teknolojiden gelen hasta talepleri ile birleştiğinde, hemşirelik alanında kanıta dayalı uygulamanın yaygın olarak benimsenmesi gerektiğini göstermektedir (Baran vd., 2020).

Hemşireler klinik kararlar verirken profesyonel bilgiye sahiptirler (Aslan, 2016). Hemşirelik uygulamaları hakkında bilgi kaynakları; gelenekler, inançlar, otoriteler, bireysel deneyimler ve bilimsel araştırmalar yoluyla edinilmektedir (Erdoğan vd., 2015).

Anahtar Kelimeler: Kanıt, Hemşirelik, Bilim, Karar verme

THE CONCEPT OF EVIDENCE-BASED NURSING AND EVIDENCE-GENERATION SITUATIONS

ABSTRACT

It is essential that all healthcare professionals base their practices on the best evidence. Evidence-based practice can be defined as the process of using the best evidence available to support clinical decisions. The purpose of evidence-based practice should ensure safe, standard, and qualified maintenance is provided by healthcare workers. Increased errors in medical practice combined with patient requests from improved health care and technology indicate that evidence-based practice in the field of nursing should be widely adopted. (Baran et al., 2020).

Nurses have professional knowledge when making clinical decisions. (Aslan, 2016). Information resources on nursing practices are obtained through traditions, beliefs, authorities, individual experiences and scientific research. (Erdoğan et al., 2015).

KeyWords: Evidence, Nursing, Science, Decision-making

* Öğr. Gör. İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Sağlık Kurumları İşletmeciliği, bernakahveci@aydin.edu.tr, ORCID:0000-0002-7384-7224

** Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu, Sağlık Kurumları İşletmeciliği Programı, mustafamete@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1332-7905

GİRİŞ

Hemşirelik Araştırması

Bilgi: Araştırmanın temel yapısını oluşturan karmaşık, çok boyutlu bir kavramdır olduğunu belirtmektedir (Erdoğan vd., 2015). Platon, bilgiyi "makul ve doğru inançlar" olarak tanımlar ve bilgi geliştirme sürecini üç temel unsura dayandırır: akıl, deneyim ve sezgidir. Bilgi, mantık ve deneyimden bağımsız kişisel algı ve iç görüdür. Bilgi doğada kolayca bulunmaz ve insanın bilgiyi yarattığı, ürettiği ve ona göre hareket ettiğini belirtmektedir. (Karagözlü, 2006; Erdoğan vd., 2015).

- **Gelenekler ve inançlar;** İnançlar kanıtlanamaz dogmalar olarak görülür ve bu nedenle yanlıştır. Bu bilgilerin bilimsel bilgilerle tamamen uyumsuz olması bilimsel ilerlemeyi engellemektedir
- Gelenek de ise, belirli inançların doğru olduğunu kabul edilir. Etkili problem çözmenin, çoğu hemşirelik uygulamasının sağlam kanıtlar yerine geleneklere, uygulamalara ve tutarlı kültürlere dayanması nedeniyle engellenmektedir şeklinde belirtmektedir.
- **Otoriterler;** Otoriterler belirli bir uzmanlık düzeyine sahip kişilerdir ve bilgilerinin koşulsuz kabulü bilimsel ilerlemeyi desteklemez şeklinde belirtmektedir
- **Kişisel deneyim;** Doğuştan gelen izlenimlere, deneyimlere ve ilhamlara dayanır. Hemşirelik uygulamalarında sezgi ve deneyim önemli bir rol oynamaktadır. Bununla birlikte, kişisel deneyim, bilimsel yöntemlerle doğrulanamadığı ve kanıtlanamadığı için sınırlı bir kanıttır şeklinde ifade etmektedir.
- **Deneme yanılma;** sorununuza bir çözüm bulana kadar başka bir yöntem denemektir. Bu nedenle hemşirelik uygulamalarında bireysel sağlığa zararlı olabildiği ifade edilmektedir.
- **Bilimsel araştırma;** bilimsel yöntemlerle elde edilen bilgiler en doğru bilgidir. Kanıta dayalı hemşirelik bu nedenle hemşirelerin klinik uygulamalarını gelenek, otorite, sezgi veya kişisel deneyimden ziyade mümkün olan en güçlü araştırmaya dayalı olmasına izin verir şeklinde belirtmektedir (Aslan, 2016).

Bilim; deneysel ve gözlemsel çalışmalardan toplanan ve uygulama yoluyla doğrulanabilen bilgilerdir. Bilimin en temel özelliği, kanıtlara dayalı olarak geliştirdiği fikirlerdir. Amaç, ikilemin nedenini açıklığa kavuşturmak ve ikilemi çözmek için mantıksal yöntemler uygulamaktır olduğu belirtilmektedir.

Profesyonel hemşirelerin güvenli ve etkili bakım sağlamak ve uygulamak için topluluklarına, tıbbi ekiplerine ve meslektaşlarına karşı sorumlu olmaları beklenir. Bakım, mevcut en iyi bilimsel kanıtlara dayanmalıdır. Eldeki mevcut bilgi ve konu ile ilgili karar verme arasındaki ilişki, hemşireliğin hasta bakım ve tedavisinde önemli bir faktördür. Kanıta dayalı uygulamanın, hemşirelik bakım ve tedavisi uygulamasına bilimsel bir yaklaşım sağladığı belirtilmektedir (Erdoğan vd., 2015).

Felsefe; felsefe, inanç ve bilim arasındaki boşluğu dolduran bir düşünce sürecidir. Felsefe kelime olarak bilgi sevgisidir, varlığı ve düşüncüyü, gerçekliği ve nedeni ve sonucu oluşturan ilkelerin incelenmesidir. Temel bir hemşirelik felsefesi, insanlara dikkatli, gerçekçi ve bütünsel bir bakış açısı getirmeyi içerir. Hemşirelik araştırma konuları bu nedenle hemşirelik felsefesini de yansıtır şeklinde ifade edilmektedir (Erdoğan vd., 2015).

Araştırma; bilimsel gelişmenin en temel aracıdır ve bilinmeyeni keşfetmek, öğrenmek ve bilgilendirmek anlamına gelir. Bilimsel araştırma ise problemlere güvenilir çözümler bulmak için sistematik ve sistematik veri toplama yoluyla analiz, yorumlama, değerlendirme ve raporlama aşamalarını içerdiği ifade edilmektedir (Erdoğan vd., 2015).

Bilimsel bir araştırmanın sahip olması gereken nitelikler

- Araştırma, bilimsel ilkelere göre sistematik bir araştırma süreci içinde yürütülür.
- Araştırmacıların düşünce ve değerleriyle kısıtlanmadan, doğru, tarafsız ve objektif bir şekilde olmalıdır.
- Araştırma eleştiriye ve kendini tekrar etmeye açık olmalıdır.
- Çalışmada tartışılan değişkenler ölçülebilir ve gözlemlenebilir olmalı, veriler istatistiksel yöntemlerle test edilmeli ve çalışma tekrarlanabilir olmalıdır.
- Araştırmada sadelik, basitlik ve açıklık esas olmalıdır.
- Araştırma, doğal olay ve olgular arasındaki ilişki netleştirmelidir şeklinde ifade edilmektedir (Erdoğan vd., 2015).

Hemşirelik araştırması, yeni bilgileri keşfetmenin, mesleki eğitim ve uygulamayı geliştirmenin ve kaynakları etkin bir şekilde kullanmanın etkili bir yoludur. Araştırma, yeniden tarama veya dikkatli bir şekilde incelemek anlamına gelir. Bilgi üretmek için soru sorma ve cevaplamanın sistematik bir sürecidir. Hemşirelik araştırması, profesyonel eğitim ve uygulamayı geliştirir ve hemşirelerin kaynakları verimli kullanmalarına yardımcı olur şeklinde ifade etmektedir (Hall, 2013).

Hemşirelik araştırmasının amacı, yüksek kaliteli araştırma sonuçlarını, bakımın kalitesini artırmak için kanıta dayalı hemşirelik uygulamalarına dönüştürmektir (Erdoğan vd., 2015)

HEMŞİRELİKTE KLİNİK KARAR VERME SÜRECİ

Hemşirelerin, çok yönlü ve karmaşık bir sağlık hizmeti ortamında çok sayıda bilgiyi kullanarak hızlı bir şekilde klinik kararlar alması gerekir. Hemşirelerin doğru ve etkili klinik kararlar verme yeteneği; bilgi, deneyim, kişisel özellikler, görev karmaşıklığı ve çevresel özelliklerden etkilenir şeklinde ifade edilmektedir. Klinik karar vermenin sınırları yasalar, etik ilkeler ve kültürel yapılar tarafından belirlenir. Hemşirelikte klinik karar verme sürecinde analitik ve sezgisel yaklaşımlar kullanılmaktadır. Bu yaklaşımların ve bunlara dayalı modellerin bakım hizmetlerinin kalitesi üzerinde önemli etkileri olduğu sonucuna varılmıştır şeklinde belirtilmiştir (Sucu vd., 2012). Klinik karar verme, aşağıdaki aşamalardan sonra verilebilmektedir.

Klinik Karar Vermeyi Etkileyen faktörler ise, deneyim, Temel Teorik Bilgi, Bireysel Özellikler, Karar Verilen Durumun Karmaşıklığı, Karar Verilen Ortamın Özellikleri ve Klinik Karar Verme Yaklaşımları ve Modelleri olmaktadır.



Şekil 1. Karar verme süreci (Sucu vd., 2012:53)

Karar Verme Kavramı

Karar verme, bilgi arama ve değerlendirme, yargılama, öğrenme ve hafıza gibi çeşitli işlevleri kapsar. Bireyin karar verme kapasitesi, karar verme anındaki bilişsel gelişim düzeyine, seçenekleri değerlendirme yeteneklerine ve kararların alındığı alandaki mevcut bilgilerin mevcudiyetine ve bolluğuna bağlıdır şeklinde belirtilmektedir (Ertural, 2019).

Klinik karar verme, bilgi arama ve değerlendirme, yargılama, öğrenme ve hafıza gibi çeşitli işlevleri kapsar. Bireyin karar verme kapasitesi, karar verme anındaki bilişsel gelişim düzeyine, seçenekleri değerlendirme yeteneklerine ve kararların alındığı alandaki mevcut bilgilerin mevcudiyetine ve zenginliğine bağlıdır şeklinde ifade edilmektedir. Bu nedenle, hemşirelikte klinik karar vericilerin rolü, hasta ihtiyaçlarını doğru bir şekilde değerlendirerek ve uygun bilgi kaynaklarını kullanarak sorunları ele alarak hemşirelik müdahalelerini planlamak ve uygulamaktır olduğunu belirtmektedir (Standing, 2010).

Karar Verme Modelleri

Bir karar modelinin geliştirilmesi, verilecek karar aşamasının belirlenmesi ve tanımlanmasını, gereken bilgi ve dayanakların belirlenmesini, bilgiyi işlemek ve kullanılabilir duruma getirmek için takip edilen yöntemlerin eleştirel olarak gözden geçirilmesini ve tüm faktörlerin klinik karar vermeye nasıl katkıda bulunduğunun değerlendirilmesini içerir şeklinde belirtilir (Standing, 2010).

Hemşirelikte karar vermede çeşitli teorik bakış açısı olmasına rağmen, **sezgisel ve analitik yaklaşımlar** en yaygın kullanılan ve benimsenen iki yaklaşımdır şeklinde belirtilmektedir. Bunlardan “**Analitik Karar Verme Yaklaşımı**”, bu aşamada, ipucu özelliklerini oluşturan verilerin toplanması, hipotezlerin oluşturulması, elde edilen sonuçların yorumlanması ve soruna ait karar verilmesini sağlamaktadır. Sorun belirlendikten ve ortaya konduktan sonra çeşitli çözümler üretilir. Bu yaklaşımda en çok **karar analiz modeli ve bilgi işleme teorisi** kullanılmaktadır (Sucu vd., 2012).

- **Karar analiz modeli:** Tıbbi teşhiste karar verme aşamasında popüler ve yaygın olarak faydalanılan bir yaklaşımdır. Sağlık hizmetlerinde istifade edilen bu karar analizi modelleri, karar vericilerin durumlar hakkında veri toplaması, bilgileri özetlemesi ve maliyet analizi, kalite ve politika geliştirme için doğru kararlar vermesi gereken karmaşık durumlarda kullanılmaktadır. Hemşirelik uygulamalarında karar analizi modellerini kullanmak zordur. Bunun nedenleri, karar verme ve tedavi sonuçlarının incelememesi, bakıma bütüncül bir yaklaşımın uygun olmaması ve her zaman stabil olmayan tedavi sonuçları ile açıklanmaktadır.
- **Bilgi işleme teorisi:** Bilimsel bir yaklaşım olarak, hastanın mevcut halini ve durumunu belirlemek için ‘hipotez- tümdengelim’ yaklaşımı kullanıldığı belirtilmektedir. Bu kuram ve teori, bireyler hakkında yeni ve eski bilgiler arasındaki ilişkinin açıklığa kavuşturulmasına dayanmaktadır.

Sezgisel Karar Verme Yaklaşımı Sezgisel yaklaşıma göre karar verme, bir durumun en önemli yönlerini belirleme, benzerlikler ve farklılıklar arasında ayırım yapma ve durumu geçmiş bilgi ve deneyimlere dayalı olarak yorumlamayı içerir. Sezgisel karar verme yaklaşımları için en önemli model örüntü tanıma modelidir (Sucu vd., 2012).

- **Örüntü tanıma modeli:** Hemşirelikte örüntü tanıma, hastanın temel ve eyleme geçirilebilir bilgilerinin hemşirenin belleğinde saklanan ve hastanın durumuna ilişkin ipuçları sağlayan verilerle karşılaştırılmasıyla elde edilen özelliklerin seçilmesi, sınıflandırılması ve karar verilmesidir. Bu modelde hemşire, yeni tanıştığı bir hastayla ilgili ipuçlarını, aynı veya benzer hastalardan daha önce edindiği teorik ve pratik bilgilerle karşılaştırır ve seçilen verilere dayalı olarak karar verme sürecini gerçekleştirir (Sucu vd., 2012).

Bakım Sürecinde Klinik Karar Verme ve Karar Vermeyi Etkileyen Faktörler

Klinik karar verme, hemşirelerin hasta bakımı ve yönetimi konularında karar vermek için kullandığı rutin bir süreçtir. Bakım veren hemşireler deneyim ve bilgi kazandıkça, klinik karar verme süreci daha kolay ve daha yönetilebilir hale gelir şeklinde belirtilir (Banning, 2008).

Uzun süredir hastalarla birlikte olan ve durumlarındaki değişiklikleri ilk kez fark etme fırsatına sahip olan hemşirelerin hasta bulgu ve davranışlarını yorumlayabilmesi klinik karar verme süreci için kritik öneme sahiptir.

Bu konuda hemşirelik sürecinin her aşamasında kararlar alınmaktadır. Hemşirelik sürecinde, bakımı üstlenen bir hemşire iletişim, problemi görme, karar verme, problemi çözme, bunlarla ilgili değişim, uygun liderlik, destek ve eğitim gibi süreçleri kullanarak bakımı planlayıp, uygular ve değerlendirir şeklinde ifade edilmektedir (Azak ve Taşçı, 2009).

KANIT VE KANITA DAYALI UYGULAMA

Kanıt; kelimenin tam anlamıyla, bir sonucu desteklemek için kullanılması amaçlanan gerçekle ilgili olan, gözlem ve deneyim yoluyla elde edilen sonuçlardır şeklinde belirtilmektedir (Seçkinli, 2015).

Başka bir tanıma göre kanıt, araştırma sonucudur (Yurtsever ve Altınok, 2006). Bu bağlamda, araştırmalardan elde edilen sonuçların sağlık uygulamalarının gelişimi için en iyi kanıt kaynağı olduğu bilinmektedir (Seçkinli, 2015).

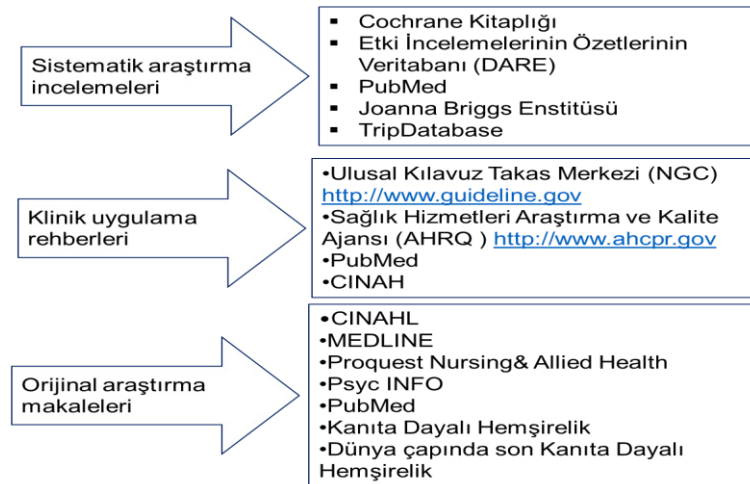
Güvenilir bir kanıtın üç önemli özelliği vardır:

1. Alınan bilgiler oybirliği ile alınmış olmalıdır.
2. Elde edilen kanıtlar kapsamlı ve anlaşılır bir şekilde sunulmalı ve anlaşılması zor olmamalıdır. Aksi halde delili kullanmaya çalışan kişi görüşünü ifade edemeyebilir veya uygun bir itirazda bulunamayabilir.
3. Elde edilen kanıtlar herkes tarafından erişilebilir olmalıdır. Kanıt yayınlanmazsa kamuya açık bir kullanım yoktur (Yılmaz, 2005).

Edinilen bilgiler, mevcut sorunlara ve uygulamalara çözüm getirebilmesi için üç alanda değerlendirilmelidir. Bu alanlar etkinlik, uygunluk ve uygulamadır şeklinde ifade etmektedir (Yılmaz, 2005).

- **Etkinlik;** etkinlik, kanıta dayalı, uygulamaya dayalı müdahalelerin başarılı sonuçlarla sonuçlanıp sonuçlanmadığını ifade eder.
- **Uygunluk;** Bakım verilen kişinin görüş ve tercihleriyle ilgilidir. Bakımın fizyolojiden çok psikososyal konularla ilgilendiğinden, hastanın deneyimi, hastanın önemli gördüğü sağlık sorunları ve hastanın sonuçla ilgili kişisel görüşü önemlidir.
- **Uygulama olanakları;** Girişimlerin uygulanması için akış ortamında gerekli kaynakların mevcudiyeti ile ilgilidir. Buna sağlık çalışanlarının mevcudiyeti, prosedürlerin uygulanması, maliyeti ve gerekli kaynaklar da dahildir şeklinde belirtmektedir.

En uygun kanıt kaynağı yüksek kaliteli araştırmalardır. En uygun araştırma kanıtı, belirli bir sağlık hizmeti alanında mevcut olan en yüksek kaliteli ampirik bilginin bir özetidir ve o alandaki yüksek kaliteli araştırmaların (nicel, nitel, sonuçlar ve müdahaleler) sentezinden geliştirilmiştir şeklinde ifade etmektedir (Grove et al., 2013; Grove ve Gray, 2018).



Şekil 2. Kanıt Kaynakları (Güneş, 2017; Asan vd., 2020).

İyi bir kanıt seçerken, önce iyi bir dergi, ardından iyi bir yayın bulmak çok önemlidir. The Cochrane Library, Web of Science, Eric, IEEE Xplore, Science Direct, Directory of Open Access Journals, JSTOR, CINAHL, Related Articles, EMBASE, Up ToDate, Cochrane Library ve Pubmed gibi veri tabanları, yüksek kaliteli bilgilere, filtreleme ve analiz seçeneklerine hızlı erişim sağladıkları için kanıt ararken ilk tercihiniz olmalıdır şeklinde belirtmektedir (Güneş, 2017; Asan vd., 2020).

Hemşirelikte Kanıta Dayalı Uygulama Sürecinin Adımları

Literatür taramasından elde edilen makaleler mutlaka aynı seviye veya düzeyde klinik kanıt içermeyebilir. Bu sebeple, klinik karar vermede faydalanılan kaynaklarda ve içerdikleri bilgileri de 'kalite seviyesi' dikkate alınmalıdır (Güneş, 2017).

Çalışmaların kalitesi ve uygunluğu değişebilir. Bu nedenle, araştırmanın gücünü anlamak çok önemlidir. Literatür, en güçlü kanıtın, en az bir sistematik incelemeyi içeren iyi tasarlanmış randomize kontrollü çalışmalardan (RKÇ) geldiğini bildirmektedir. Bu nedenle randomize kontrollü çalışmalar kanıt açısından altın standart olarak kabul edilmektedir (Kocaman, 2003; Yılmaz, 2005).

Joanna Briggs Merkezi tarafından kabul edilen sınıflandırma ve Stitler'in kanıt güzeyi sınıflandırması, hemşirelikte kanıt düzeylerini değerlendirmek için kullanılan sınıflandırma örnekleridir. Stitler ve arkadaşları tarafından seçilen kanıt şeması hemşirelik araştırmalarının özellikleri ile uyumludur. Bu sınıflandırmadaki en güçlü kanıt "Seviye I" dir, ancak seviyelerin kalitesi A'dan D'ye sıralanır şeklinde belirtmektedir. Her seviye için, kalite seviyesi D ise (çalışma sonuçlarının güvenilirliği şüphe varsa), çalışma otomatik olarak incelemeye çıkarılacaktır. Nitel çalışmalar düşük düzeyde de olsa kanıt olarak kabul edilir şeklinde belirtmiştir (Kocaman, 2003).

Kanıta Dayalı Uygulama

Kanıta Dayalı Uygulamaların esas amacı; elde edilen bilgilerin yönetimi, maliyetlerin aşağıya çekilmesi ve kaliteli bir hasta bakımının verilmesidir. Uygulamaların güvenlik kültürü oluşturduğu, hastanın hastanede kalma süresini kısalttığı, ihtiyaç duyulan uygulamalarda azalma sağladığı görülmüştür (Baran vd., 2020),

Araştırma kullanımı ve kanıta dayalı uygulama sıklıkla birbirinin yerine kullanılsa da iki kavram arasında bazı farklılıklar vardır. Kanıta dayalı uygulamalar; klinik kararları doğru verebilmek için mevcut en iyi kanıtları kullanma süreci olarak tanımlanır. Sağlık hizmetlerinde kanıta dayalı uygulamalar; belirli bir konudaki araştırma ve inceleme sonuçlarını seçme, sonuçları sentezleme ve bu sonuçların klinik uygulama kararları için sunulmasıdır şeklinde belirtmiştir (Kocaman, 2003).

Kanıta dayalı uygulama basamakları;

1.Adım: Klinik soruları ortaya koyma, (PICO disiplinde)

2.Adım: En İyi Kanıta Ulaşma

3.Adım: Kanıtların Değerlendirilmesi

4.Adım: Kanıtların geçerliliğinin ve uygunluğunun değerlendirilmesi

5.Adım: Kanıta Dayalı Uygulama Kararlarının Sonuçlarının değerlendirilmesi şeklinde belirtmiştir (Darıcı ve Turgut, 2020).

Kanıta dayalı uygulamalar, diğer geleneksel uygulamalardan iki açıdan farklılık göstermektedir (Erden, 2004).

1. Kanıta dayalı olan sağlık hizmetleri, açıklığı hedeflemektedir.
2. Kanıta dayalı olan sağlık hizmetleri, uygulayıcılara çözümün bir parçası olarak kabul eden kriterler ve araçlar ortaya koymakta, interaktif öğrenimi benimsemekte ve desteklemektedir.

Tablo 1. Tıp ve Hemşirelik hizmetlerinde Kanıt Düzeyi Sınıflamaları (Kocaman, 2003).

Tıpta kanıt düzeyleri sınıflaması (Muir Gray, 1997)

Düzyey	Kanıt tipi
I	İyi tasarlanmış RKÇ lardan ortaya konmuş en az bir sistematik incelemelerden elde edilen kuvvetli kanıtlar
II	İyi tasarlanmış ve yeterince büyüklükte en az bir RKÇ 'dan elde edilen kuvvetli kanıtlar
III	İyi tasarlanmış randomize edilmemiş, tek gruplu pre-post değerlendirmeli, kohort, zaman serileri ve Vaka inceleme çalışmalarından elde edilen kanıtlar
IV	İyi tasarlanmış ve buna paralel olarak birden fazla araştırma merkezi veya takımı tarafından yapılmış, deneysel olmayan çalışmalardan elde edilen kanıtlar
V	Bu sahadaki otoritelerin görüşlerine, klinik kanıtlara ve deneyimlerine, uzman ekiplerin tanımlayıcı çalışmalarına dayalı kanıtlar

Hemşirelikte kanıt seviyesi sınıflamaları, Joanna Briggs Enstitüsü kanıt seviyesi sınıflaması (Joanna Briggs, 2003)

Düzyey	Kanıt tipi
I	RKÇ 'larla yapılmış sistematik araştırmalardan elde edilen kanıtlar
II	En az bir, iyi ve uygun tasarlanmış, RKÇ 'dan elde edilen kanıt
III.1	Randomize edilmemiş, iyi tasarlanmış, kontrollü incelemelerden elde edilen kanıt
III.2	Birden fazla merkez ve ekip tarafından yapılmış, iyi tasarlanmış, ortaya konmuş kohort ya da Vaka-kontrol incelemelerinden elde edilen kanıt
III.3	Girişimli ya da girişimsiz olarak çoklu zaman serilerinden ortaya konulan kanıt.
IV	Kontrolsüz deneysel çalışmalardan elde edilen etkileyici sonuçlar. Klinik çalışmalarına dayalı, saygın otoritelerin fikirleri, düşünceleri, tanımlayıcı çalışmalar ya da uzman ekip raporları.

Stetler 'ın (1998b) kanıt seviyesi ve kalitesi sınıflaması

Düzyey-kalite	Kanıt kaynağı
I (A-D)	Kontrollü çalışmalarla meta-analiz
II (A-D)	Deneysel çalışma
III (A-D)	Yarı-deneysel çalışma
IV (A-D)	Deneysel olmayan çalışma (tanımlayıcı ve kalitatif vaka çalışmaları) Düzenli olarak elde edilmiş kalite iyileştirme ve geliştirme programı sonuçları ya da Vaka raporu
V(A-D)	sonuçları
VI (A-D)	Ulusal olarak tanınmış otoritelerin tecrübelerine dayalı fikirleri, uzman ekip fikirleri, araştırmaya dayanmayan düşünceleri, resmi görüşleri

Kanıtı Dayalı Hemşirelik

Hemşireler için mevcut profesyonel performans standartları, pratikte kanıt kullanımını ve araştırmayı içerir. Başlangıç düzeyinde, tüm hemşirelerin uygun hemşirelik faaliyetlerini belirlemek için kanıt ve araştırmaları kullanmaları ve yetkinliklerine uygun araştırmalar yapmaları çok önemlidir. Günümüzde hemşirelerin, bireylere hizmeti iyileştirmek ve hemşirelik bilgi tabanını genişletmek için kanıt üretmesi ve yayınlaması gerekmektedir (Berman et al., 2016).

Kanıtı Dayalı Hemşirelik, hemşirelerin klinik uzmanlık, hasta tercihleri ve mevcut en uygun kanıtları kullanarak karar verme aşaması olarak tanımlanır şeklinde belirtmiştir (Kocaman, 2003; Seçkinli, 2015).

Kanıtı dayalı hemşirelik uygulamaları geliştirmek için hemşirelerin şu adımları izlemesi çok önemlidir:

- Bir araştırma ruhu geliştirin. Hemşireler hastaları için en iyi olanı belirlemeye hazır ve istekli olmalıdır.
- Klinikle ilgili sorular sorun. Hemşireler PICO gibi standart bir formatta uygulama soruları sormalıdır.

•En iyi kanıtı arayın.

•Kanıtları eleştirel olarak değerlendirin. Hemşirelerin en geçerli, güvenilir ve uygulanabilir kanıtları belirlemede eleştirel düşünceleri çok önemlidir şeklinde belirtilmiştir.

•Kanıtları klinik uzmanlık ve kişisel veya aile tercihleri/değerleri ile bütünleştirin. Kanıt, bir kişinin bakımı için otomatik olarak geçerli olmamalıdır. Her hemşire, kanıtların kendi klinik durumlarına, mevcut kaynaklara, kurumsal kılavuzlara ve kişisel tercihlerine uygun olup olmadığına karar vermelidir.

•Müdahalelerin uygulanması ve sonuçların değerlendirin. Hemşireler, müdahalenin başarılı olup olmadığını gösteren ilgili tüm verileri toplar. Sonuçlar kanıtlarda bildirilenlerden farklıysa, bu değerlendirme farklı yanıtların nedenini belirlemeye ve gelecekteki durumlar için mevcut kanıtları iyileştirmeye yardımcı olacaktır şeklinde belirtilmiştir (Hall, 2013).

Hemşirelik uygulamalarının temel amacı, kanıta dayalı uygulama için güçlü bir temel sağlamak ve hemşirelerin bu temelden en iyi şekilde yararlanmasına yardımcı olmaktır (Demir vd., 2012:96). Uygulamanın genellikle gelenek temelli olduğu hemşirelik mesleğinde, eğitim düzeyi arttıkça kanıta dayalı uygulamaya olan ihtiyaç artarak devam etmektedir (Kocaman, 2003:63). Kanıta dayalı bakım, birçok ülkenin kanıta dayalı klinik uygulama kılavuzları geliştirmesi ve kanıta dayalı kararlar almasıyla son yirmi yılda en önemli sağlık sistemi stratejilerinden biri olmuştur (Gerrish et al., 2007:330). Literatür; bakım kalitesinin iyileştirilmesi, klinik uygulama ve hasta bakım sonuçlarının iyileştirilmesi, bakımın standardizasyonu ve hasta memnuniyetinin artırılmasının ancak kanıta dayalı uygulama ile mümkün olduğunu bildirmektedir (Leufer et al.; 2003:66).

Günümüzde iletişim teknolojilerinin kullanımı artmakta, bilgiye erişim kolaylaşmakta ve yeni teknolojiler geliştirilmektedir. Hayatımıza girdikten sonra hasta beklentileri de yükselmektedir (Sitzia, 2002:240). Çağdaş ve modern hemşirelik uygulamalarında klinik karar verme aşamasında kanıta dayalı uygulama adeta bir zorunluluk haline gelmiştir (Arslan vd.; 2015:8). Sağlık hizmetlerindeki en büyük grup olan hemşirelerin, en iyi kanıtı tanımlamak ve onu uygulamaya dönüştürmek için kanıta dayalı uygulamayı anlamaları gerekir. Hemşirelerin kanıta dayalı uygulamaya yönelik davranışlarının belirlenmesi, kanıta dayalı hemşirelik uygulamalarını artırmaya yönelik stratejilerin geliştirilmesine de yardımcı olacaktır. Kanıta dayalı hemşirelik süreçlerini kolaylaştıracak stratejiler geliştirmenin ilk adımı hemşirelerin bu konudaki tutumlarını ve davranışlarını anlamaktır (Ayhan, 2013). Kanıta dayalı hemşirelerin bu konudaki tutum ve görüşlerini değerlendiren uluslararası çalışmalar olmasına rağmen, ülkemizde yapılan ulusal araştırma ve çalışma sayısının çok sınırlı olduğunu görmektedir (Dikmen vd.; 2018:140).

Hemşirelik Uygulamalarının Kanıt Niteliği Oluşturduğu Durumlar

- Hemşirelerin kanıta dayalı bilgilerle çalışma koşullarını değerlendirmek,
- Hemşirelerin doğru, eleştirel, basit, nesnel, uygulanabilir, kanıta dayalı, Biyopsikososyal açıdan kaliteli bakım sağlaması,
- Uygulamalara farklı açılardan yenilikler getirmek,
- Hemşirelik bakımında farklılıkları ortadan kaldırmak veya azaltmak,
- Etkili karar vermek,
- Uygulama hatalarını en asgari düzeye indirmek,
- Hemşire motivasyonunu ve memnuniyetini arttırmak,
- Sağlık sisteminde en olumluya, en iyiye ve en güzele ulaşmak açısından bu önemlidir (Babadağ ve Kara 2004; CQC 2010; Jennings 2000; Kocaman 2003; NMC, 2010).

8 Mart 2010 tarihli Hemşirelik Yönetmeliği'nde Ülkemizde hemşirelerin rol, yetki ve sorumlulukları "Birey, aile ve toplumun tüm ortamlarında hemşirelik uygulamaları ile karşılanabilecek sağlıkla ilgili gereksinimlerini tanımak ve kanıta dayalı hemşirelik bakımını planlamak, uygulamak, değerlendiren izler ve belirler." şeklinde ifade etmiştir (Hemşirelik Yönetmeliği, 2010).

Uluslararası Hemşireler Birliği 2012 temasını 'Kanıttan Eyleme' olarak belirleyerek, yetersiz bilgilendirilmiş kararların bakımı iyileştirmede neden başarısız olduğunu ve buna göre hareket etmek için neden her zaman kanıtların kullanılması gerektiğini açıklamıştır. Topluma bir bütün olarak kaliteli bakım sağlamada

sağlık temelli bir yaklaşımı benimsemek, sağlık politikasının düzenlenmesine aktif olarak katılmak, ulusal ve uluslararası sağlık eylem planlarını geliştirmek ve gerçekleştirmek hedeflerine ulaşmak için hemşirelik kanıtlarını kullanan bakım modellerini benimsememiz gerekmektedir şeklinde ifade etmiştir (ICN, 2012).

Kanıtı Dayalı Hemşirelik Uygulamalarının Önündeki Engeller

Hemşirelerin kanıtı dayalı olarak yaptıkları çalışmalar karşısında hem bireysel hem de işletme açısından birçok engel vardır. Bireysel olarak, hemşirelerinin tam gelişmiş olmaması kaliteli hizmet vermek yönünden hemşirelerin kanıtı dayalı uygulamalar karşısındaki en önemli engelleridir. Hemşirelerin ağır çalışma şartlarının olması nedeniyle araştırma bulgularını uygulayacak zamanlarının olmadığına dikkat çekilmektedir. Zamanları olsa bile uygulayabilmek için sorumlu yönetici hemşireden onay alması zorunludur (Çopur vd., 2015).

Hemşirelikte kanıtı dayalı uygulamalarda her zaman bu iş birliğinin sağlanması gerekmektedir. Bu engelleri şöyle sıralamak mümkündür (Uysal vd., 2010):

- Araştırma ile ilgili engeller,
- Hemşire ile ilgili engeller,
- Kurumsal engeller,
- Hemşirelik mesleğiyle ilgili engeller

SONUÇ

Kanıtı Dayalı Tıp Uygulamaları, sağlık hizmetlerinin kalitesinin artırılması, maliyetlerin düşürülmesi ve tıbbi uygulama hatalarının önlenmesi için temel yapı taşlarından biridir. Kanıtı Dayalı Tıp eğitimi ile ilgili programlar ilerletilirken dikkate alınacak temel ilkelerde olmalıdır. Bunlar; Kanıtı Dayalı Tıp eğitiminin ilk aşamalarında, mümkün olan en geniş tıbbi hizmet departmanında kanıtı dayalı tıp uygulamasının hedeflerini belirlemek, kanıtı dayalı tıbbi adımları kapsayan eğitimi planlamak, etkileşimli eğitim yöntemlerini seçmek, eğitimi klinik eğitime entegre etmek olacaktır.

Kanıtı Dayalı Tıp ve Kanıtı Dayalı Hemşirelikte yeterlilikler yaşam boyu bir öğrenme sürecine rehberlik eder ve tıp alanındaki değişikliklere uyumu kolaylaştırır. Kanıtı Dayalı Tıbbin temelleri meslek yaşamı boyunca klinik karar vermede ilkelerin ve uygulamalarının bilinmesi ile kanıt ve reklam, gerçek ve kurgu, veri ve spekülasyon, bilgi ve görüş arasında ayrımın rahat bir şekilde yapılmasına olanak vererek hemşirelik mesleğini gelişimine de katkı sağlayacaktır.

Ülkemizdeki hemşireliğin, henüz yalnızca kuramsal seviyede ele aldığı bu konuda atacağı ilk ve en uygun adım, uygulamalarını kanıtı dayandırma sorumluluğunu benimsemek ve gözden geçirmek, hemşirelik eğitim-öğretim programları ile hemşirelerin bu konudaki beceri ve yeterliklerini geliştirmek olabilir.

Bu sonuçlar doğrultusunda,

- Hemşirelerin akademik konferanslara (kongreler, sempozyumlar, kurslar) katılımını desteklemek,
- Bunun için gerekli onayları ve mali desteği sağlamak,
- Bilimsel faaliyetlere aktif katılımı teşvik etmeyi ve profesyonel yayınları ve araştırma sonuçlarını takip etmek önerilebilir.

Ayrıca hemşirelerinin kanıtı dayalı hemşirelik uygulamaları konusunda bilgi, beceri ve farkındalıklarını arttırmak amaçlı kurumda hizmet içi eğitim programlarının hazırlanması da faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Asan A., Sezgin M., Giray G. (2020), Web of Sciences Veritabanı Kapsamındaki Dergilerde Türkiye Adresli Tam Makalelerin Analizi: 1900-2019. *Social Sciences*, 15(4), 1-15.
- Aslan Ö. (2016), Kanıta dayalı uygulamada hemşirelik araştırmasının ve rolünün gözden geçirilmesi. *Hemşirelik Araştırmasının Esasları Hemşirelik Uygulaması İçin Kanıtın Değerlendirilmesi*. Alan Ö. Bebiş B. (Çeviri edts);1-20.
- Arslan S, Konuk Şener D, Küçük Ö. (2015). Pediatri kliniğinde çalışan hemşirelerin kanıta dayalı uygulamalara ilişkin görüşleri. *Yıldırım Beyazıt Üniv Sağlık Bilim Fak Hem E-Dergisi*. s:3:1-9.
- Ayhan Y. (2013). Kanıta dayalı hemşireliğe yönelik tutum ölçeğinin Türkçe 'ye uyarlanması: geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Dokuz Eylül Üniversitesi: Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir*.
- Azak A., Taşçı S. (2009), Klinik Karar Verme ve Hemşirelik. *Türkiye Klinikleri J Med Ethics*;17(3):176-83.
- Babadağ, K., Kara, M. (2004), Kanıta dayalı hemşirelik ve meslekleşme. *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 7(2): 112-117.
- Banning M. (2008), A review of clinical decision making: models and current research. *J Clin Nurs.*;17(2):187-95.
- Baran, G. K., Atasoy, S., & Şahin, S. (2020), Hemşirelerin kanıta dayalı hemşirelik uygulamalarına yönelik farkındalık ve tutumlarının değerlendirilmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 7(3), 352-359.
- Berman A, Snyder JS, Frandsen G. Kozier & Erb's (2016), *Fundamentals of Nursing. Concepts, Process and Practice*, 10th ed., St. Louis,
- Care Quality Commission (CQC) (2010), *Guidance about compliance: Essential standards of quality and safety*, <http://www.tinyurl.com/CQCquality-standards>
- Çopur, Ebru Öztürk; Kuru, Nilgün; Seyman, Çiğdem Canbolat (2015), «Hemşirelikte Kanıta Dayalı Uygulamalara Genel Bakış» *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, Sayı / Number: 1 Cilt / Volume: 2 Yıl / Year: 2015 e-ISSN:2149-018X doi:10.5222/SHYD.2015.051
- Darıcı, A., & Turgut, M. D. (2020), Kanıta Dayalı Çocuk Diş Hekimliği Evidence-based Pediatric Dentistry, (2):504.
- Demir Y, Ak B, Bilgin NÇ, Efe H, Albayrak E, Çelikpençe Z, et al. Hemşirelik uygulamalarında araştırma sonuçlarının kullanımındaki engeller ve kolaylaştırıcı faktörler. *J Contemp Med* 2012;2:94-101.
- Dikmen Y, Filiz NY. (2018). Tanrıkulu F, Yılmaz D, Kuzgun H. Attitudes of Intensive Care Nurses towards Evidence-Based Nursing. *Int J Health Sci Res*;8:138-43.
- Erden A. (2004). Kanıta Dayalı Radyoloji. *Tanısal ve Girişimsel Radyoloji* 10:89-91
- Erdoğan S. Nahcivan N. Esin N. (2015), *Araştırmaya giriş ve araştırma süreci*. Hemşirelikte Araştırma Sürec, Uygulama ve Kritik. Ed. Nobel Tıp Kitapevleri.;3-27.
- Ertural, H. (2019), *Üniversite öğrencilerinin karar vermede özsaygısının ve karar verme stillerinin üst biliş ve öğrenilmiş güçlüğü göre incelenmesi (Doctoral dissertation)*.
- Güneş Ü. (2017), "Hemşirelikte Kanıta Dayalı Uygulama Sürecinin Adımları", *Uluslararası Hakemli Hemşirelik Araştırmaları Dergisi*.;9:171-187.
- Gerrish K, Ashworth P, Lacey A, Bailey J, Cooke J, Kendall S. (2007). McNeilly E. Factors influencing the development of evidence-based practice: a research tool. *J Adv Nurs*;57:328-38. [CrossRef]
- Grove SK, Burns N, Gray J. (2013), *The Practice of Nursing Research: Appraisal, Synthesis and Generation of Evidence*, Seventh Edition.:28.
- Grove SK, Gray J. (2018), *Understanding Nursing Research. Building an Evidence-Based Practice*. Seventh Edition.41.

- Hall AM. (2013), Evidence-Based Practice, In P.A. Potter, A. Perry, P.A. Stockert, & A.M. Hall, Fundamentals of nursing (8th ed.). St. Louis, MO: Mosby Elsevier. 50-65.
- Hemşirelik Yönetmeliği (R.G.: 8 Mart 2010 tarih ve 27515 sayılı)
- ICN (2012), Closing the gap: From evidence to action, <http://www.icn.ch/shop/en/publications/131-ind-2012-closing-the-gap-fromevidence-to-action.html>
- Jennings, B. M. (2000), Evidence-based practice: The road best traveled? Research in Nursing & Health, 23(5): 343-345.
- Karagözoğlu Ş. (2006), Bilim, Bilimsel Araştırma Süreci Ve Hemşirelik. Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi. 13(2): 64-71.
- Kocaman N. (2003), Hemşirelikte kanıta dayalı uygulama. Hemşirelikte Araştırma Geliştirme Dergisi. 61-69.
- Leufer T, Cleary-Holdforth J. (2003). Evidence-based practice: improving patient outcomes. Nurs Stand 2009;23:35-9. [CrossRef] Kocaman G. Hemşirelikte kanıta dayalı uygulama. Hem Araş Geliş Dergisi;2:61-9.
- Nursing and Midwifery Council (NMC) (2010), Standards for preregistration nursing education: Draft for consultation, <http://www.tinyurl.com/NMC-education>
- Seçkinli S. (2015), Hemşirelikte araştırma kullanımı ve kanıta dayalı uygulama. Hemşirelikte Araştırma Süreç, Uygulama ve Kritik. Erdoğan S. Nahcivan N. Esin N. Ed. Nobel Tıp Kitapevleri. s:335-358.
- Sitzia J. (2002). Barrier store search utilization: the clinical setting and nurses themselves. Intensive Crit Care Nurs;18:230-43. [CrossRef]
- Sucu G, Dicle A, Saka O. (2012), Hemşirelikte klinik karar verme, etkileyen etmenler ve karar verme modelleri. Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi. 9(1): 52-60.
- Standing M. (2010), Clinical Judgement and Decision-Making in Nursing and Interprofessional Healthcare. 1-28
- Uysal A. (2010). Temel AB, Ardahan M, Ozkahraman S. Barriers to research utilisation among nurses in Turkey. J Clin Nurs.;19(23-24):3443- 52. doi: 10.1111/j.1365-2702.2010.03318.x
- Yılmaz M. (2005), Hemşirelik bakım hizmetinin kalitesini geliştirme yolu olarak kanıta dayalı uygulama. C.Ü. Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi, 9 (1):41-48.
- Yurtsever S, Altınok M. (2006). Kanıta dayalı uygulamalar ve hemşirelik, F.Ü. Sağlık Bil. Dergisi. 20(2):159-166.

Geliş Tarihi: 24/05/2023

Kabul Tarihi: 14/06/2023

TÜRKİYE’DE SAĞLIK HİZMETLERİNE ERİŞİMİN SAĞLIK COĞRAFYASINA DAYALI MORTALİTEYE ETKİSİ

Bilgen ŞİMŞEK***Mustafa METE****

ÖZET

Dünyada olduğu gibi ülkemizde de sağlık hizmetlerine erişim kısıtı yaşayan pek çok popülasyon bulunmaktadır. Bu kısıt, sağlık hizmetlerinde verimsizlik, hakkaniyet, eşitlik gibi pek çok açıdan ele alınmaktadır. Böylelikle eşitlik çerçevesinde, hakkaniyetli verimli bir sağlık sistemine ulaşmak hedeflenmektedir. Çalışmamızda, ülkemiz sınırlarında sağlık hizmetlerine erişim kısıtı yaşayan popülasyonun en fazla ölüme sebep olan hastalıklar açısından değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Çalışma sonucunda nedensel ölümlerle, sağlık hizmetlerine erişim arasındaki ilişkinin varlığı ve ilişki yönünün tespit edilmesinin literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışmada Covid-19 Pandemisinin bilinen ya da henüz bilinmeyen etkilerinin elemine edilmesi açısından 2018 yılı verilerinin kullanımı uygun görülmüştür. Ayrıca, İstanbul ilini diğer illerden farklılaştıran pek çok faktör mevcuttur. Yoğun popülasyon, ekonomik durum, mevcut sağlık hizmetlerinin çeşitliliği ve erişim imkanları dikkate alındığında İstanbul ilinin çalışmayı olumsuz etkileyeceğine kanaat getirilmiş ve dışlanmıştır.

Araştırmada ilk olarak illerin hastalık bazında ölümlerinin toplam ölümlere oranı ve il nüfusuna oranları hesaplanmıştır. Bulgular küçük değerden başlayarak sıralanmış ve en küçük değere sahip yani performansı en yüksek 15 il verileri değerlendirilmede kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Sistemi, Sağlık göstergeleri, Mortalite, Morbidite, Doğum Oranı

THE EFFECT OF ACCESS TO HEALTH SERVICES ON MORTALITY BASED ON HEALTH GEOGRAPHY IN TURKEY

ABSTRACT

As in the world, there are many populations in our country who have limited access to health services. This constraint is discussed in many aspects such as inefficiency, equity and equality in health services. Thus, it is aimed to reach a fair and efficient health system within the framework of equality. In our study, it is aimed to evaluate the population that has limited access to health services in our country in terms of diseases that cause the most deaths. As a result of the study, it is thought that the existence and direction of the relationship between causal deaths and access to health services will contribute to the literature.

In the study, the use of 2018 data was deemed appropriate in order to eliminate the known or unknown effects of the Covid-19 Pandemic. In addition, there are many factors that differentiate the province of Istanbul from other provinces. Considering the dense population, economic situation, diversity of existing health services and access opportunities, it was concluded that the province of Istanbul would adversely affect the study and was excluded.

In the study, firstly, the ratio of the deaths of provinces on the basis of disease to total deaths and their ratio to the provincial population were calculated. The findings were ranked starting from the smallest value and the data of the 15 provinces with the lowest value, that is, the highest performance, were used in the evaluation.

KeyWords: Health System, Health indicators, Mortality, Morbidity, Birth Rate

* Öğr. Gör. İstanbul İstinye Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulu, Türkiye, bilgen.simsek@istinye.edu.tr ORCID: 0000-0001-6374-4136

** Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu, Sağlık Kurumları İşletmeciliği Programı, mustafamete@aydin.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1332-7905

GİRİŞ

Temelde, birey ve bireylerin oluşturduğu toplumların sağlık düzeylerinin korunması ya da yükseltilmesi adına kurulmuş sistemler, bu alanda sarf edilen toplam eforun standartlaştırılması ile karakterize olmaktadır. Sistemler ülkelerde benimsenen ekonomik, siyasi ve sosyal yapılarla uyum içerisinde olmasına rağmen, ülkeler arası kıyas durumunda sağlık sistemleri ve çıktıları arasındaki farklılıklar gözlemlenebilmektedir. Global arenada karşılaştırmaların yapılabilmesi için veri toplanması, standartları belirlenmiş sağlık göstergeleri kullanılarak ulusal düzeyde sağlanmaktadır. Sağlık coğrafyasından yararlanılarak toplanan bölgesel veriler, sağlık sisteminin durumu, sağlık hizmetlerine erişim, toplumsal sağlık düzeyi gibi pek çok çıktıya ulaşılarak, mevcut durumun korunması ya da iyileştirilmesi adına aksiyon planlarının hazırlanmasını sağlamaktadır.

Üreme sağlığı, aşılama, mortalite, morbidite ve fertilitate kullanılan başlıca sağlık göstergeleri olup sağlık düzeyinin belirlenmesinde kullanılan mortalite ölçütleri, kaba ölüm, bebek ölümü, neonatal ölüm, postneonatal ölüm, perinatal ölüm, ölü doğum, ana ölümleri, yaşa özel ölüm ve nedensel ölüm hızları şeklindedir. Ancak yapılan literatür taramasında, ülkemizde nedensel ölümlerin, sağlık coğrafyası bazında ele alınarak sağlık hizmetlerine erişim ile etkileşiminin araştırılmasına dair bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışma neticesinde, gösterge sonuçlarının çoğunda olduğu gibi negatif yönlü bir ilişki tespit edilmesi durumunda, her bir hastalığın tedavi gereksinimleri, tanı ve tedavi süreçleri için ihtiyaç duyulan hekim ziyareti, sıklığı ve süresi gibi özelliklerin dahil edileceği haritalar hazırlanması, bu ölümlerin bölgelerdeki sağlık altyapısının ve uzman insan gücü eksikliğine dayandırılıp dayandırılmayacağı üzerine bir araştırma yapılması planlanmaktadır. Ayrıca koruyucu sağlık hizmetlerinden yoksunluğun başlıca ölüm sebebi oluşturan bu hastalıklar üzerinde efektif rolü de çalışmaya dahil edilecektir.

Beklenenin aksine çalışma neticesinde pozitif yönlü bir ilişki saptandığında ise, sağlık hizmetine erişim kısıtı bulunan toplumsal sınıfın bu dezavantaja rağmen neden diğer bölgelerdeki bireylere göre daha iyi performans gösterdiğinin sebepleri üzerine durulacaktır. Sebeplerin doğru tespiti için ayrı bir çalışmaya ihtiyaç duyulacak olup, gelir kaybı sebebiyle yaşanan göçün durdurulması ya da yeniden kırsala dönüş gibi yeni projelerin oluşturulmasında öncülük edecektir.

SAĞLIK SİSTEMİ KAVRAMI ve AMACI

Fiziksel beden bütünlüğünün bozulmaması ve hastalık durumunun olmamasının yanında ruhsal ve sosyal bakımdan da bireyin bütünsel iyilik halini tanımlayan sağlık kavramının pek çok tanımlaması mevcuttur. Bu tanımlardan en geçerli kabul edilen Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) 1948 yılında yaptığı sağlığın bireyin hem fiziksel hem de ruhsal açıdan iyilik hali beklentisinin vurgulandığı tanım olmuştur. Sağlıklı olmak, hastalıkların önlenmesi, hastalık hallerinin giderilmesi gibi amaçlarla, doğrudan ya da dolaylı çalışmaların da içinde bulunduğu döngüsel çerçeveler, yerel ve global politika yapıcılar tarafından kurgulanarak, işleyen bir sisteme dönüştürülmüştür.

Sağlık Sistemi Kavramı

Sağlık hizmetleri sunum ve işleyişinin temelde karmaşık ve iç içe geçmiş bir mekanizma olması, sağlık sistemlerinin de tanımsal olarak tam karşılığının bulunmasını, içerik ve sınırlarının belirlenmesini zorlaştırmaktadır. DSÖ'nün sağlık sistemine tanımsal yaklaşımı ise sağlığı geliştirmenin temel alındığı ayrıca yenileyip sürdürmenin hedef alındığı tüm aktiviteleri kapsamaktadır (WHO 2000; Murray, Frenk 2000; WHO 2001; Murray, Frenk 2001; IHSD 2000a; WHO 2000a).

Sağlığın Sistem Olarak Değerlendirilmesi

Sağlık sistemleri sınırlarının anlaşılabilmesine dair 2000 Dünya Sağlık Raporu'nda farklı birkaç tanıma yer verilmiştir. Sağlık bakanlığının direkt kontrolünün mümkün olduğu aktivitelerin, sağlık sisteminin sınırlarının içeriklerini belirlemede gerekliliğini savunandır, kapsamlı ilk tanımını oluşturmaktadır. Ancak, tütün ve alkol kullanımı gibi sağlığın iyileştirilmesi hedeflerinde yer alan pek çok aktivite bu sınırların kapsamı dışında kalmaktadır. Yine bu sınırlar kapsamında bazı ülkelerde, devlet himayesinde olmayan vakıf ve dernekler, misyonerler, farklı devlet otoriteleri ile özel sektör tarafından sağlanan kişisel sağlık hizmetleri de sınırların dışında bırakılmıştır.

Biraz daha kapsamlı içeriğe sahip olan diğer bir tanımda ise, kişisel ve kişisel olmayan sağlık hizmetleri sınırlara dahil edilmiş olup sağlığı geliştirmeye yönelik sektörler arası aktiviteler kapsam dışı bırakılmaktadır.

Kapsamın biraz daha genişletildiği üçüncü tanımda ise, sağlığı iyileştirmeyi amaç edinmiş her faaliyet sistemin bir parçası olarak görülmektedir. Böylelikle tıbbi ve kişisel olmayan sağlık hizmetlerinin kapsama dahil edildiği ve trafik kazası kaynaklı ölüm oranlarını azaltmak amacıyla sektörlerin aralarında gerçekleştirdiği aktiviteler de içeriğe dahil edilmiştir. Sağlığı iyileştirmeye dair tüm aktivitelerin sisteme dahil edildiği yaklaşım ise son tanımlı oluşturmaktadır. Eğitsel, çevresel, endüstriyel ve benzeri insan aktivitelerinin tamamı sağlığı etkilediğinden, sistemler arası operasyonel bir ayırım yapılmamaktadır (WHO 2001).

Sağlık Sisteminin Amacı

Sağlık sistemleri çeşitli amaçlara yönelik kurgulanmış olsa da temel amaç insanların sağlığını iyileştirmektir. Bu işlevi gerçekleştirirken, insanların saygın bir şekilde tedavi edilmesini sağlarken, hastalık durumunda ortaya çıkan finansal risklere karşı da korunmasını sağlamaktadır. Sağlık sistemlerinin amaçları böylece üç temel başlık altında toplanmaktadır.

- Hizmet alan ya da sunulan nüfusun sağlık düzeyini yükseltmek;
- Sağlık hizmeti beklentilerine cevap vermek;
- Hastalık ya da sağlık hizmetinin doğuracağı maliyetlere karşı finansal koruma sağlamak.

Yapılan tüm çalışmaların ortak sonucu olarak, ülke popülasyonlarının sağlık statüleri ve bu popülasyonda yer alan bireylerin hem yaşam kalitesinin korunması hem de iyileştirilmesi adına mevcut ya da gelecekte oluşabilecek sorunlarla başa çıkma yetisini güçlendirmek üzere yapılandırılmaktadır.

SAĞLIK SİSTEMİ PERFORMANSI

Bir sağlık hizmeti sunumu üstlenen sistemin, müşteri ve hasta beklentilerini karşılamadaki başarısı ve sağladığı hizmetin etkinliğinin değerlendirilmesi performans ölçümüdür. Bu değerlendirme sağlık bakımı hizmet sunucularının gerçekleştirdikleri faaliyetlerin etkinliğini gösteren kalite değerleri, sisteme ait kaynakları ve finansal özellikleri kapsamaktadır. Performansa dayalı veriler, tüketici seçimlerine rehber olmak, beklentileri karşılamak ve geliştirilmesi için en iyi işlev ve öncelikleri belirlemede etkinlik sağlamaktadır (Pransky et al., 2001). Uluslararası karşılaştırmalar için kullanılan sistem verileri, sağlık politikaları tartışmaları hususunda bilgi içeriği olarak kullanılmıştır (Anderson and Hussey, 2001). Sağlık bakımı yöneticileri, harcamalarda tasarrufa gitmek suretiyle, kalite ve hizmet erişimi performansını geliştirmeye çalışmaktadırlar. Farklı ülkelerde olduğu gibi sağlık hizmetleri sunumunda farklı yapısal özellikler, performans üzerinde oluşturduğu farklılıklarla ilişkilendirilmesi mümkündür (Anell and Willis, 2000). Sağlık sistem performansının değerlendirilmesinde hedeflenen temel amaç, ülkelerin kendi sistemlerindeki mevcut kalite ve performansın geliştirilmesine yönelik bilgi sağlanmasıdır (PAHO, 2001).

Sağlık göstergelerinin sağlığın belirleyicileri ve sağlık statüsü olmak üzere iki temel türü vardır. Göstergeler bütünsel değerlendirmeye imkân sağlayan küçük parçalar şeklindedir. Ölçümlenerek zaman içerisinde pek çok açıdan değişimleri izlenerek kayıt edilmektedir. (First Nations Center 2007:2).

Sağlığın Belirleyicileri Olarak Göstergeler

İnsanlığın varoluşundan bu yana süregelen evrimsel gelişim ve değişimden bahsetmek mümkündür. Başta teknolojik gelişmeler, ekonomik, sosyal, kültürel alanlarla etkileşmekte ve beşerî unsurlar üzerinde hem pozitif hem de negatif etkiler yaratmaya devam etmektedir. Özellikle bu evrimlere paralel gelişen sağlık sorunları da çeşitlenmektedir. Geçmişte var olan hastalıkların bulunan tedavilerle görülme sıklığının düşmesinin yanında, maruz kalınan radyasyon, sanitasyon, çevre kirliliği ve beslenme alışkanlıkları da ciddiyeti yüksek yeni sorunlara sebep olmaktadır.

Dünya Sağlık Örgütü'nün bu gelişmeler ışığında sağlığın temel belirleyicilerini sosyal, ekonomik, fiziksel çevreyle birlikte kişinin ya da toplumun süregelen alışkanlıkları, davranışları ya da karakteristiği olarak tanımlamaktadır (World Health Organization, 2015b; Çelik, 2012).

Bireyin sağlık düzeyini etkileyebilecek belirleyiciler aşağıda verilen şekilde sıralanabilmektedir (Ersöz, 2017).

- Gelir veya sosyal konum
- Toplumsal ilişkiler ve Sosyal Destek Alabilme

- Okuryazarlık ve Eğitim
- İş ve Çalışma Koşulları
- Sosyal Çevrenin Özellikleri
- Fiziksel Çevrenin Özellikleri
- Problemlerle Başa Çıkma
- Çocuk Gelişimi
- Bireyin Biyolojik veya Genetik Özellikleri
- Halk Sağlığı Çalışmaları
- Cinsiyet
- Kültür

Sağlık Statüsüne İlişkin Göstergeler

Sağlık statüsü toplumsal sağlığın çeşitli açılardan değerlendirildiği gösterge türüdür. Kişilerin, sağlık statülerini etkileyen faktörler, genetik özellikler, fiziksel çevre ve sosyal çevre şeklindedir. Doğumda beklenen yaşam süresi, bebek ölüm hızı, sakatlık ya da kronik hastalıklar oranı, anne ölüm oranları, bulaşıcı hastalıkların görülme oranı, kanser görülme oranı, diyabetin de dahil olduğu diğer kronik hastalıkların görülme oranı, kalp hastalıkları ve sakatlık oranları sağlık statüsüne yönelik göstergeler arasındadır (First National Center, 2007:2; U.S. Centers For Disease Control and Prevention, 2013:10). Bir ülkedeki sosyoekonomik durum ve sunulan kamu olanakları anne ve bebek ölüm riskini etkileyen faktörlerdendir. Çalışmalar bebek ölüm hızı ile toplumsal sosyoekonomik düzey arasındaki kuvvetli ilişkiyi ortaya koymaktadır (Ergin ve Hassoy, 2011:100; Barlas vd., 2014:1).

SAĞLIK COĞRAFYASI KAVRAMI ve ÖNEMİ

Pratikte birbirinden bağımsız iki kavram olarak karşımıza çıkan coğrafya ve sağlık, aslen etkileşim ve ilişki oranları oldukça yüksektir. Bulunulan fiziksel ortam, çevresel faktörlerin etkisiyle doğrudan sağlık deneyimleri üzerinde etkinlik sağlamaktadır.

Kavramsal İçerik

Sağlık coğrafyası aslen beşerî coğrafya alt başlıklarında incelenmesine rağmen, araştırma alan ve yönleriyle fiziki coğrafyayla yakından ilişkilidir. Kapsam olarak genel ve bölgesel coğrafyayı kapsamaktadır. Sağlık coğrafyası mekânsal, tarihsel ve kronolojik sistem çerçevesinde işlemektedir (Ütöne, 2013). Yakın ilişkiye sahip coğrafya ve sağlık kavramlarının ilişki içeriğinde mekânsal etkileşimden bahsetmek mümkündür. Mekânsal statü, çevresel faktöre bağlı riskler ve pek çok sağlık etkisinin gelişimde önemli düzeyde rol almaktadır. Sosyal düzey ve doğal yapılar, sağlık ve refah düzeyini direkt sağlık politikasıyla bağıntılı olarak etkilemektedir. Doğum yeri, çalışma alanı, hava kirliliği, beslenme şekilleri, virüsler ve sağlık hizmetlerine erişebilme de çalışma hayatı ve sağlık deneyimleri üzerinde etkilerdir (Tunstall vd., 2004).

Türkiye’de Sağlık Coğrafyası Çalışmalarının Önemi

Ülkemizde sağlık coğrafyası literatürü tarandığında, sağlık coğrafyası üzerine hazırlanmış çeşitli tez, bildiri, makale ve kitaplar mevcuttur. Ayrıca “Sağlık Coğrafyası” yerine tıbbi ya da medikal coğrafya tabirlerinin de kullanıldı görülmüştür.

Sağlık hizmetlerinde mevcut kaynakların kıtlığı sebebiyle hizmetlerin sunumuna dair de önceliklerin belirlenmesi gerekmektedir. Hizmetlerin eşitlik ve hakkaniyet çerçevesinde ihtiyaç duyulan yer ve zamanda sunulması beklenmektedir. Hakkaniyet değerlemesinin doğru tayin edilmesi çalışmaların doğru ilerlemesini sağlayacaktır. Ülkemizde sağlık hizmetlerine erişim ve erişimi etkileyen temel sebepler arasında bulunan gelir düzeyleri dağılımlarının en sağlıklı şekilde yapılabilmesi için sağlık coğrafyasından faydalanılmaktadır. Bölgelere göre elde edilen istatistiksel veriler, önceliklerin hakkaniyetle belirlenmesi ya da hakkaniyetli kaynak dağıtımı için yol gösterici olmaktadır. Disiplinler arası yapılan çalışmalarla elde edilen sonuçların, bölgesel

bazda sorunların tespitine yöneliktir. Sorunların insanları etkileyen yönleri ele alınarak çözüm önerileri sunulmaktadır. Örnek olarak il ya da ülke bazında dağılımı yapılan bir hastalığın, yoğunlukla görüldüğü bölgeler tespit edilerek kök nedenler sonrasında da çözümler araştırılır. 2019 TÜİK verilerinin kişi başı gayri safi yurtiçi hasıla bölgesel yansımada, ülkenin doğu kesimi en zayıf dağılıma sahip olarak görülmektedir. Temel sağlık hizmetlerinin yorumlandığı sonraki bölümlerde görüleceği üzere, kişi başına düşen GSYİH ile sağlık hizmetlerine erişim arasında sıkı bir ilişki bulunmaktadır. Sağlık coğrafyası çalışmalarının efektif rolü, yokluk ya da yoksunluk yaşayan kesimlerin tespit edilmesine yöneliktir. Ülke performansında görülen yükseliş aslen gelişmişlik düzeyinin arttığı anlamına gelmemektedir. Gelişmişlik düzeyini arttıran yokluk ya da yoksunluk yaşayan bölgelerin durumunda pozitif değişimler yaratmak, hizmetlere ulaşımın ve hizmet kullanımının hakkaniyet çerçevesinde yapılmasıyla ilgilidir.

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de yapılan sağlık coğrafyası çalışmalarıyla sağlık politikalarının geliştirilmesine yönelik aksiyon planları hazırlanmaktadır. Çalışmalar neticesinde ihtiyaç duyulan hizmetlerin desteklenmesi, uygun kaynakların yaratılması, finansal düzenlemelerin gerçekleştirilmesi ve yönetsel etkinliklerin tekrar gözden geçirilmesi sağlanmaktadır. Özellikle sağlık hizmetlerine erişim sıkıntısı yaşayan bölgelerin tespit edilmesiyle ihtiyaçlara cevap verecek süreçlerin tasarlanmasını sağlamaktadır. Tüm bu çabalara rağmen, ülkenin doğu kesimlerinin performansının yükseltilmesi, sağlık hizmetlerine ulaşımının artırılması için daha fazla çabaya ihtiyaç duyulmaktadır.

SAĞLIK HİZMETLERİNE ERİŞİM

Sağlık hizmetlerine erişim sorununun çözülmesine yönelik çalışmalar yoğun bir şekilde devam etse de bu kavram karmaşasının tanımlanması konusunda bir fikir birliği mevcut değildir (Russell vd., 2013).

Erişimle ilgili, nüfus özellikleriyle sunum sistemi arasındaki uyum iki farklı görüşten birini oluşturmaktadır. Diğer görüşe göre ise, bireylerin sağlık hizmeti alması sonucu elde edilen kullanım oranı, memnuniyet durumu gibi verilerin değerlendirilmesi şeklindedir (Aday and Andersen, 1974:209). Bireyler ve toplumların sağlık açısından iyilik hallerinin devamı veya iyilik hallerinin sağlanması amaçlanarak, ihtiyaç anında veya talep edilmeden sunulan temel sağlık hizmetlerinin, adil, kaliteli ve ücretsiz olarak engellemelere uğramaksızın sunulması şeklinde, sağlık hizmetlerine erişim tanımlanabilmektedir (Kurt, 2007:70). Türkiye’de sağlık hizmet kalitesinin artırımı ve sağlık hizmetlerine erişimin sağlanması amaçlanarak 2000’li yıllarda fiziki altyapı ve mali desteklerin içerdiği bir değişim hareketi başlamıştır. Süreç dahilinde genel bir iyileşmenin sağlık göstergelerine yansımaları olsa da bölgesel farklılıklar ortadan kaldırılamamıştır.

Sağlık Hizmetlerine Erişimi Etkileyen Değişkenler

Sağlık hizmetlerine erişimle ilgili pek çok farklı tanım yapılmış ve erişimi etkileyen değişkenler de farklı boyutlarda ele alınmıştır. Sağlık hizmetlerinin erişimine demografik özellikler, finansal faktörler, sağlık hizmetlerine dair altyapı, ulaşım ve tesis kullanımı, memnuniyet oranı etki eden başlıca değişkenler olarak düşünülmektedir.

Sağlık Hizmetlerinde Karşılanamayan İhtiyaçlar Sorunu

Yetim ve Çelik 2020 yılında yayınlanan araştırma makalelerinde, Türkiye’de sağlık hizmetlerine erişimin, bireysel ve demografik özelliklere göre farklılık gösterdiğini, kadınlarda, eğitim almamış veya gelir seviyesi düşük kişilerde sağlık ihtiyacı karşılanma düzeyinin diğerler kişilere göre çok daha az olduğunu, eğitim ve gelir düzeyindeki ivme ile karşılanamayan sağlık ihtiyaçları düzeyinin negatif yönlü etkileşimde olduğu, kısa dönemde, sağlık ihtiyaçları karşılanmasında dezavantaj yaratan ekonomik ve finansal problemlerin giderilmesi gerektiği çıkarımlarına ulaşmıştır. Ancak tedavi edilmeyen hem hastalığın hem birey hem de toplumsal sağlığı daha fazla olumsuz yönde etkileyerek, tedavi edilmesi için daha fazla kaynak ihtiyacı doğurabileceğini dile getirmiştir. Orta ve uzun vade için ise; cinsiyet eşitliğine yönelik çalışmalar yapılarak özellikle kadınların eğitimsel faaliyetlerine eğilim gösterilmesi gerektiğini vurgulamıştır (Yetim ve Çelik, 2020).

Karşılanamayan ihtiyaçlar sorunlarının beraberinde getireceği psikolojik, fizyolojik sorunlar bireysel ve toplumsal anlamda tehdit unsuru oluşturmasının yanında, sağlık harcamaları için oluşturacağı ekstra yük, bu başlığın en önemli çıktısı olacaktır.

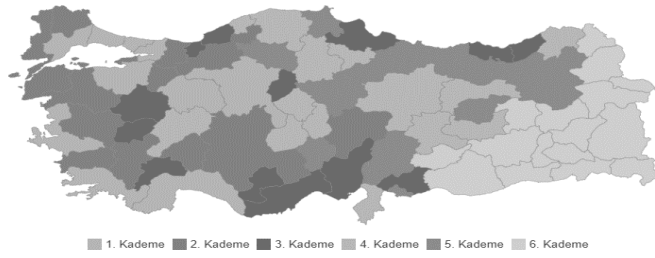
Ülkemizde İl Bazında Sağlık Hizmetlerine Erişim

Sağlık hizmetlerine erişimi yorumlayabilmek için öncelikle Türkiye’de gelir düzeyleri temelli yapılan çalışmalar incelenmekte ve ardından temel sağlık göstergelerine dair verilerle ilişkilendirilmektedir. Gelir düzeyleri ile göstergeler arasında sıkı bir ilişki olduğundan bahsetmek mümkündür.

İl ve Bölgesel Bazda Gelir Düzeyinin Ölçülmesi

52 değişkenin kullanılarak illerin sosyo-ekonomik gelişmelerinin ölçüldüğü 2017 İl SEGE raporuna göre, Türkiye’nin doğu bölümü 6. Kademe olarak gösterilmektedir. Sağlık sistemleri sınıflandırılırken söz konusu sınıfları kesin çizgilerle birbirinden ayırmanın mümkün olmaması sebebiyle, ülkeler genel olarak kullanılan finansman yöntemine tabi olarak sınıflandırılmaktadır (Öztürk ve Karakaş, 2015:42).

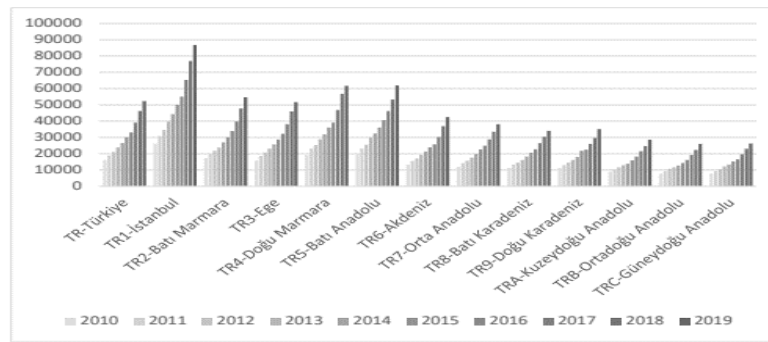
Bu durumda finansal gelir açısından altı kademeye bölünen ülke illeri değerlendirmesinde, altıncı kademe doğu illerinin finansal açıdan zayıf olması sebebiyle sağlık hizmetlerine erişim gücünün de zayıflığından bahsetmek mümkündür.



Şekil 1. 2017 İl SEGE Raporu (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı)

Bölgeler arası gelir düzeyinin tespit edilmesine yönelik 2010-2019 yıllarını kapsayan TÜİK veri kaynağı kullanılarak kişi başı Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) dağılımları kullanılmıştır. Döneme ait veriler Şekil 8 ülkenin batı kesimlerinden doğuya gidildikçe gelir düzeyinde bir artış izlenmektedir. Ancak artışa rağmen doğu bölgelerinin Türkiye ortalamasının altında kaldığı gözlemlenmiştir. Şekil 9 üzerinde dikkat çeken dağılımda ise, doğu ve batı arasındaki fark açıkça görülebilir. İki şekilde de gelir düzeyi en yüksek il İstanbul performansı en düşük kesim ise Kuzey, Orta ve Güney Doğu Anadolu bölgeleridir.

Kişi başı GSYİH'nın değerlendirme sonuçları ile İl SEGE raporu değerlendirme sonuçlarının birbiriyle örtüşmesi, sağlık hizmetlerine erişim konusunda bu bölgelerin finansal kriterler dikkate alınarak yetersiz olduğu anlamını taşımaktadır.



Şekil 2. Kişi Başına Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (2009 Bazlı, TL ve Cari Fiyatlarla), 2010-2019 (TÜİK)



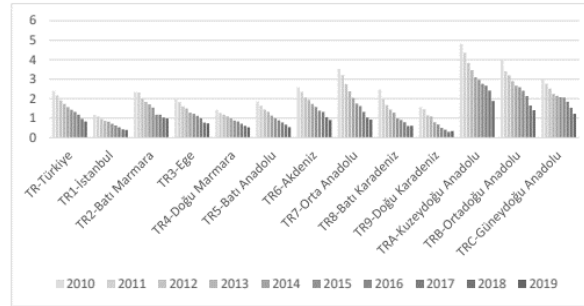
Şekil 3. Kişi Başı Gayri Safi Yurtiçi Hasıla Bölgesel Dağılımı (Düzey 1), 2019 (TUIK)

Bölgesel Bazda Temel Sağlık Göstergelerinin Yorumlanması

Adölesan Doğumların Toplam Doğumlar İçindeki Oranı

DSÖ'ne göre 10-19 yaşların tanımlandığı çocukluktan yetişkinliğe geçiş sürecine karşılık gelen adölesan kavramı, biyolojik, psikolojik ve sosyal gelişimin tamamlanmadığı ancak değişime açık olduğu bir süreçtir. DSÖ tanımına göre de adölesan gebelik 10-19 yaş kadınların gebelik sürecini kapsamaktadır. Bu süreç hem anne hem de bebek açısından ciddi sağlık riskleri içermesi sebebiyle tüm dünyada önemli görülen bir sorundur.

Türkiye genelinde toplam doğumlar içerisinde adölesan doğum oranları Şekil 10'da da görüleceği üzere düşüş eğilimindedir. Ancak Kuzeydoğu, Ortadoğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinin halen ülke ortalamasının üzerinde olduğu izlenmektedir.



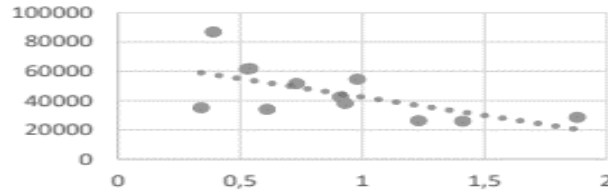
Şekil 4. Adölesan Doğumların Toplam Doğumlar İçindeki Oranı (%), 2010-2019 (TUIK)

Şekil 11'de adölesan doğumların her bir bölgedeki toplam doğumlara oranı verilmektedir. İstanbul ile Doğu Karadeniz Bölgesi adölesan doğumları en düşük, Kuzeydoğu, Ortadoğu ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri oranların en yüksek değerlerde olduğu bölgelerdir.



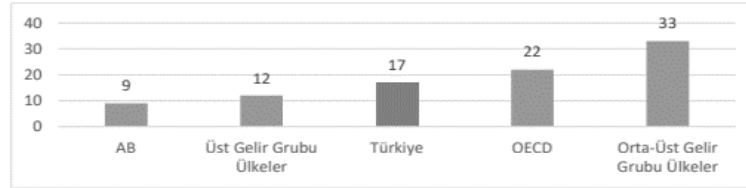
Şekil 5. Adölesan Doğumların Toplam Doğumlar İçindeki Oranı Bölgesel Dağılımı (%), 2019 (TÜİK)

Kişi başı GSYİH verileriyle benzerlik gösteren veri haritası, adölesan doğumlarla kişi başı GSYİH değerleri arasında ters yönde bir ilişki olduğunu yansıtmaktadır. Kişi başına gelirden yükseliş görülmesiyle, adölesan doğumlarda azalma gözlenmektedir.



Şekil 6. Kişi başı GSYİH ile Adölesan Doğumların Toplam Doğumlar İçindeki Oranı İlişkisi, 2019 (TÜİK)

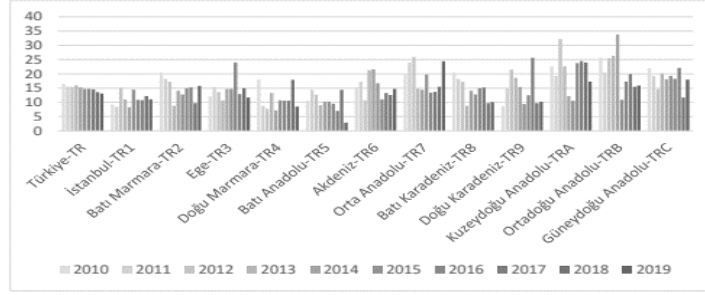
OECD, orta-üst gelir grubu ülkeler, üst gelir grubu ülkeler ve AB ülkeleri arasında Türkiye'nin istatistiksel durumu incelendiğinde ise ortalama değerlere sahip olduğu görülmektedir. Veri değerlendirmesinde Türkiye'nin 2019 yılına ait verileri kullanılmıştır.



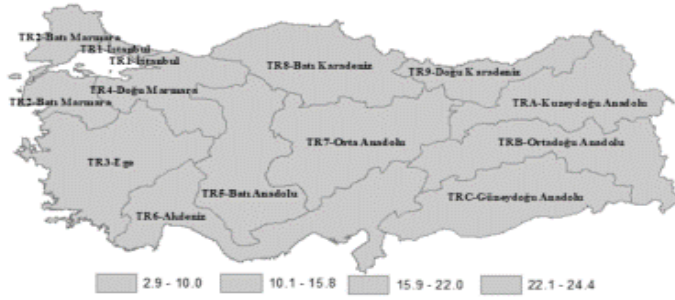
Şekil 7. Adölesan Doğurganlık Hızının Uluslararası Karşılaştırması, (%), 2018 (TÜİK)

Anne Ölüm Oranları

Değerlendirmeye konu olan popülasyonda, yıllık periyotta gebeliğe bağlı anne ölümlerinin o dönemde gerçekleşen canlı doğumlara oranının 100.000 ile çarpımına denk gelen değer anne ölüm oranlarını yansıtmaktadır. Sağlık göstergeleri içerisinde, elde edilen anne ölüm oranları mortalite kapsamında yer bulmaktadır. Aşağıdaki şekilde de gözlemlendiği üzere, Türkiye genelinde kronolojik olarak azalma gösteren bu oranlar bölgesel olarak incelendiğinde Doğu Anadolu bölgesinde tutarsız değişimler göstermektedir ve ülke ortalamalarının üzerinde bir seviyede seyir etmektedir.



Şekil 8. Anne Ölüm Oranı (100.000 Canlı Doğumda), 2010-2019 (Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistikleri Yıllıkları)

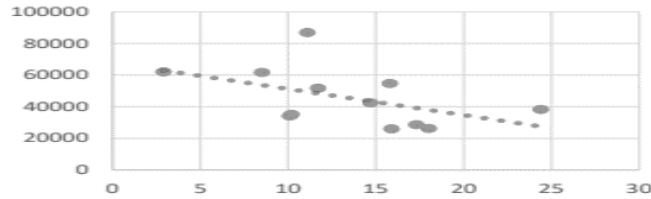


Veri Kaynağı: Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistik Yıllığı, 2019

Şekil 9. Anne Ölüm Oranları (100.000 Canlı Doğumda) Bölgesel Dağılımı, 2019 (Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistikleri Yıllıkları)

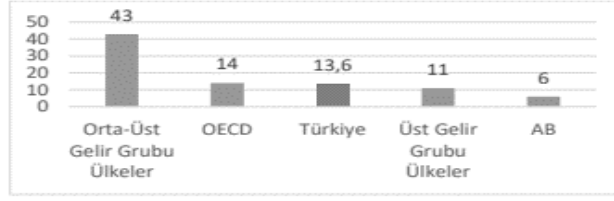
Kuzeydoğu Anadolu, Ortadoğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu anne ölüm oranları performansı da diğer göstergeler ve kişi başı GSYİH değerlendirme sonuçlarına uyum göstermektedir.

Kişi başı GSYİH oranlarının ülke ortalama değerlerinin altında olması ile anne ölüm oranlarının ülke ortalamasının üzerinde olması arasındaki ilişki, beklentilere paralel ters yönlü olarak değerlendirilmektedir.



Şekil 10. Kişi başı GSYİH ile Anne Ölüm Oranı İlişkisi, 2019 (TÜİK ve Sağlık Bakanlığı)

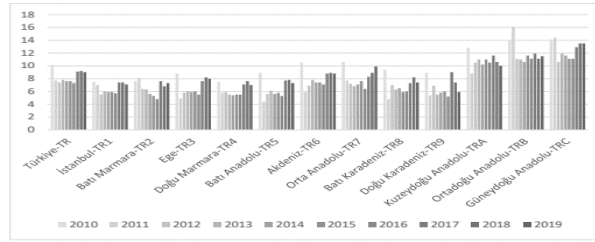
2018 Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistik Yıllığı verilerinde değerlendirilen anne ölüm oranının diğer AB ülkelerinin iki katından fazla olduğu gözlemlenmektedir. Kişi başı gelir düzeyi ile anne ölüm oranı arasında mevcut negatif yönlü ilişki sebebiyle, gelir düzeyi düşük doğu bölgeleri yine kötü performans sergilemektedir.



Şekil 11. Anne Ölüm Oranının Uluslararası Karşılaştırması, (100.000 Canlı Doğumda), 2017, (Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistik Yıllığı, 2018)

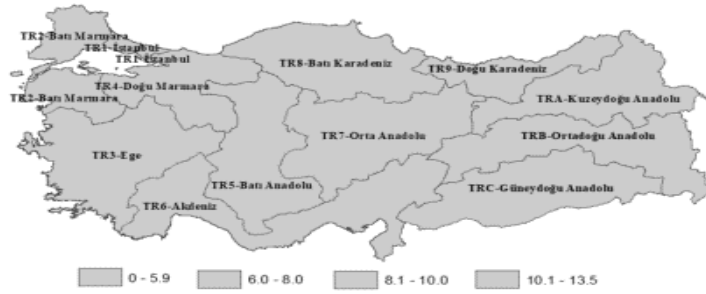
Bebek Ölüm Hızı

Doğumundan itibaren ilk yaşına ulaşamayan çocukların ölümü, bebek ölümü olarak değerlendirilmektedir. Bir yıllık dönemde bebek ölümlerinin aynı dönem gerçekleşen canlı doğumlara oranının 1.000 ile çarpılmasıyla formüle edilen değerler de bebek ölüm hızını vermektedir. Bebek ölüm hızları bölgesel sağlık sistemi ve ülkenin kalkınma durumunu yansıtan önemli göstergelerden biridir. 2010-2017 döneminde ülkemizde bebek ölüm hızlarında azalma sağlanmasına rağmen 2017-2018 döneminde tekrar yükseliş yaşamıştır. Buna rağmen 2010 yılındaki seviyeler kadar kötüleşmemiştir (Şekil 12). 2019 yılında da Batı Marmara, Ortadoğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu dışında kalan bölgelerde bebek ölüm hızı oranları düşüş eğiliminde olmuştur.



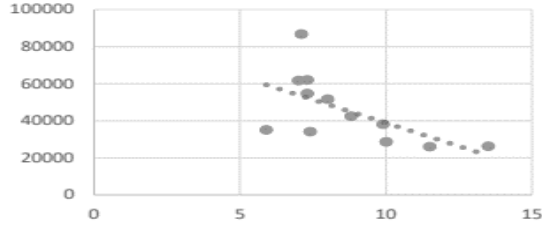
Şekil 12. Bebek Ölüm Hızı (1.000 canlı doğumda), 2010-2019 (Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistikleri Yıllıkları)

Bölgesel performans en yüksek performansı Doğu Karadeniz Bölgesi sergilemektedir.



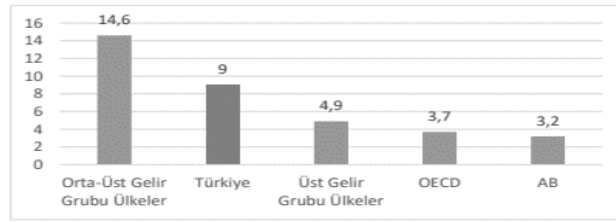
Şekil 13: Bebek Ölüm Hızı (1.000 Canlı Doğumda) Bölgesel Dağılım, 2019 (Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistik Yıllığı, 2019)

Sağlık coğrafyası bakımından incelendiğinde Türkiye'nin doğu kesimleri yine ortalama değerlerin üzerinde yer bulmaktadır. Bebek ölüm hızının da yine gelir seviyesi ile ilişkisi negatif yönlü olduğu kişi başı GSYİH ile ilişkilendirildiği grafikte sunulmaktadır. Gelir seviyesinin artışı bebek ölüm hızını azaltacak bir etmendir.



Şekil 14: Kişi başı GSYİH ile Bebek Ölüm Hızı İlişkisi, 2019 (TÜİK ve Sağlık Bakanlığı)

2019 Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistik Yıllığı incelendiğinde, Türkiye bebek ölüm hızı açısından üst gelir grubu ülkelerle, OECD ve AB ülkeleri kıyaslamasında performans açısından geride kalmıştır. Şöyle ki ülkemiz bebek ölüm hızı OECD ülkeleri bebek ölüm hızının iki katından fazlasına denk düşmektedir. Bölgesel dağılım açısından incelendiğinde ise tüm sağlık göstergelerine paralel olarak, bebek ölüm hızında da yurdun doğu kesimlerinde batıya oranla geri kalmışlığı yansıttığı görülmektedir.

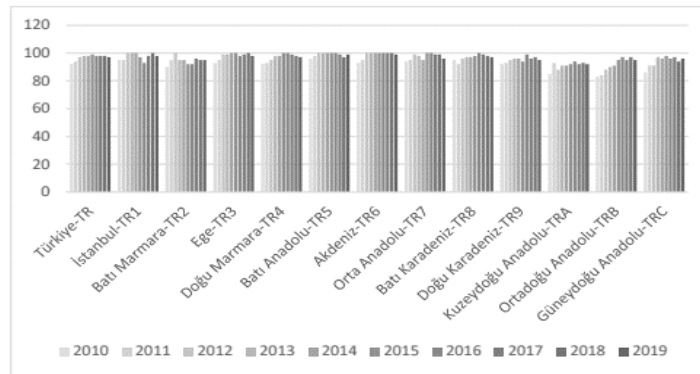


Şekil 15: Bebek Ölüm Hızının Uluslararası Karşılaştırması, (1.000 Canlı Doğumda), 2019 (Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistik Yıllığı, 2019)

Sağlık Kuruluşlarında Gerçekleşen Doğum Oranı

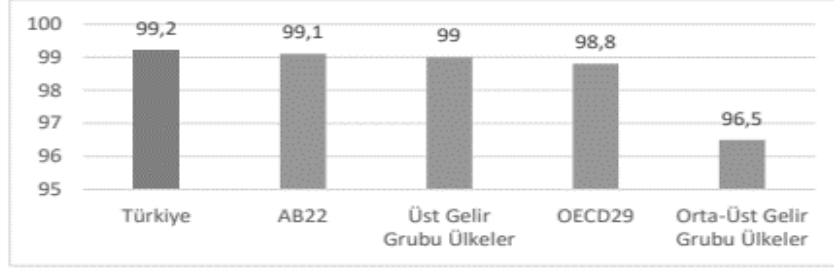
Ana ve çocuk sağlığı ile yakından alakalı bir diğer gösterge de sağlık kuruluşlarında gerçekleşen doğum oranlarıdır. Doğumların sağlık kuruluşlarında gerçekleştirilmesi anne ve bebek yönünden değerlendirildiğinde risklerin bertaraf edilmesi için önemli bir kriterdir. Böylelikle anne bebek ölümlerinin azalmasına fayda sağlamaktadır. Türkiye genelinde değerlendirme yapıldığında oranlar ortalama değerlere yakın değerlerdedir (Şekil 16).

Sağlık kurumlarında yapılan doğumların yıl bazında 2017 ve 2018 yıllarında düşmesi, bu dönem gözlemlenen bebek ölüm hızını arttırdığı düşünülebilir. 2019 verileri incelendiğinde ise sağlık kurumlarında gerçekleşen doğum oranının %92 üzerine ulaştığı bu bağlamda da kişi başı GSYİH ile bir ilişki durumunun olmadığı söylenebilir. Türkiye genelinde sağlık kuruluşlarında yapılan doğumların oldukça yaygın olduğundan bahsetmek mümkündür.



Şekil 16. Sağlık Kuruluşlarında Gerçekleşen Doğum Oranı (%), 2010-2019 (Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistikleri Yıllıkları)

Uluslararası boyutta değerlendirildiğinde ise Türkiye'nin nitelikli sağlık personeli ile gerçekleştirilen doğum oranları, diğer göstergelerin aksine %99,2 oranıyla ilk sırada yer almaktadır. Değerlendirmeye 29 OECD ülkesi, 22 AB ülkesi ile birlikte orta-üst gelir grubu ülkeler ve üst gelir grubu ülkeler dahil edilmiştir.

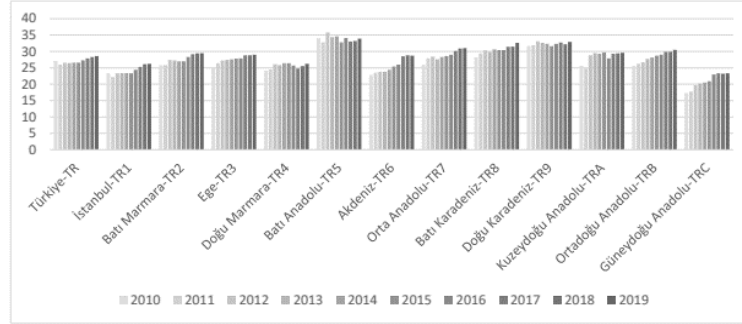


Şekil 17. Nitelikli Sağlık Personeli ile Gerçekleşen Doğumların Uluslararası Karşılaştırması (%), 2018 (Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistik Yıllığı, 2019)

Bölgesel Bazda Sağlık Altyapısına Dair Göstergelerin Yorumlanması

10.000 Kişiye Düşen Hastane Yatağı Sayısı

Hastane yatak sayısının bölgesel popülasyona uygun olarak değerlendirmesi sonuçların realitesi açısından önemlidir. Şekil 18’de görüleceği üzere 2010 ile 2019 yılları arasında Türkiye genelinde yatak sayılarındaki artış dikkati çekmektedir. Hastane yatak sayıları açısından en yoksun bölgeler Kuzeydoğu ve Ortadoğu Anadolu olmuşken, ülke genelinde en az yatağa sahip bölge Güneydoğu Anadolu Bölgesidir.



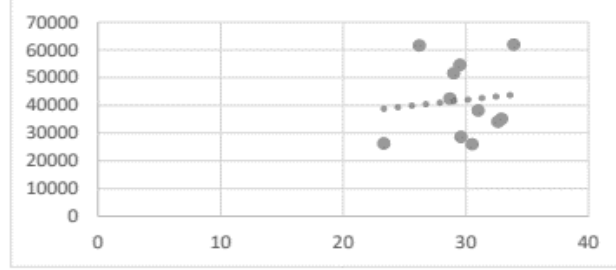
Şekil 18. 10.000 Kişi Başına Toplam Hastane Yatak Sayısı, 2010-2019 (Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistikleri Yıllıkları)



Şekil 19. 10.000 Kişi Başına Toplam Hastane Yatak Sayısının Bölgesel Dağılımı, 2019 (Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistikleri Yıllıkları)

Şekil 19’ da yapılan bölgesel dağılımda İstanbul, Doğu Marmara ve Güneydoğu Anadolu 10.000 kişi başına düşen hastane yatak sayısının en düşük olduğu kesimlerdir. Nüfusun efektif etkisiyle İstanbul’da yatak

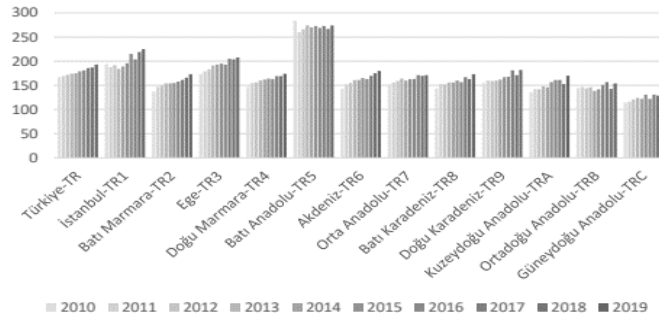
sayısının az çıkması beklenen bir sonuçtur ve Şekil 20’de gösterilen kişi başı GSYİH ile 10.000 kişi başına düşen hasta yatak sayısı analizinde, özel durumu sebebiyle İstanbul’a yer verilmemiştir. Sonuç olarak ta gelir durumu ile yatak sayısı arasında pozitif yönlü ilişkiden bahsedilmektedir.



Şekil 20: Kişi başı GSYİH ile 10.000 Kişiye Düşen Hastane Yatağı Sayısının İlişkisi, 2019 (TÜİK ve Sağlık Bakanlığı)

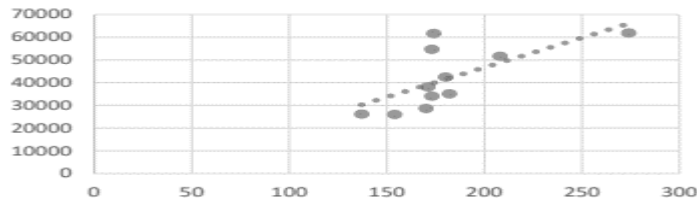
100.000 Kişiye Düşen Toplam Hekim Sayısı

Sağlık hizmetlerine ulaşım açısından sağlık işgününün değerlendirilmesinde 100.000 kişiye düşen toplam hekim sayısı, öncül göstergelerden birisidir.



Şekil 21. 100.000 Kişiye Düşen Toplam Hekim Sayısı, 2010-2019 (Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistikleri Yıllıkları)

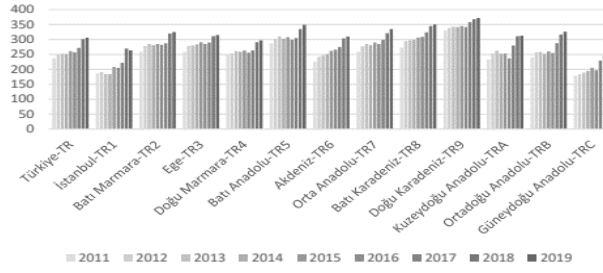
Batı Anadolu bölgesi 100.000 kişiye düşen toplam hekim sayısı değerlendirmesinde ilk sıralarda yer almaktadır. Yatak sayısının değerlendirilmesinde de bölge, ortalamanın üzerinde yer almaktaydı. Güneydoğu Anadolu bölgesi ise en düşük gelir seviyesine sahip olduğu gibi aynı zamanda en düşük hekim sayısına sahiptir ve aralarında pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır.



Şekil 22. Kişi başı GSYİH ile 100.000 Kişiye Düşen Toplam Hekim Sayısının İlişkisi, 2019 (TÜİK ve Sağlık Bakanlığı)

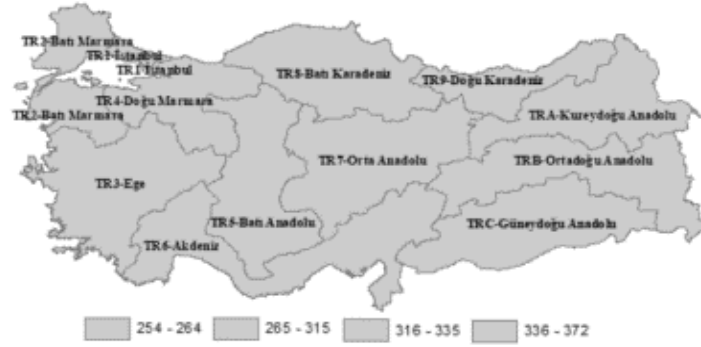
100.000 Kişiye Düşen Hemşire ve Ebe Sayısı

Sağlık hizmetleri performansı değerlendirmesinde kapasite hacminin belirlenmesi adına 100.000 kişiye düşen hemşire ve ebe sayısı da önemli veriler içermektedir. Sağlık hizmetlerine erişimin önemli bir parçasıdır ve anne ve bebek ölüm hızlarının da aktif rol oynamaktadır.



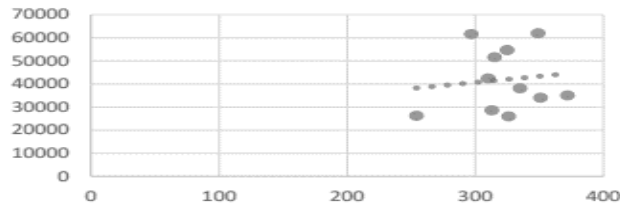
Şekil 23.100.000 Kişiye Düşen Hemşire ve Ebe Sayısı, 2011-2019 (Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistikleri Yıllıkları)

Yukarıdaki şekilde 2010 yılına ait verilerin yetersizliği sebebiyle 2011-2019 yılları değerlendirme alınmıştır. Bu aralıkta hemşire ve ebe sayılarının tüm bölgelerde artış gösterdiği izlenmektedir. Toplam hastane sayısında çok bir farkın gözlenmediği Batı Anadolu bölgesinde hemşire ve ebe sayıları ortalama değerin üzerindedir. Güneydoğu Anadolu bölgesi ise yine çalışmada en sonda yer almaktadır.



Şekil 24. 100.000 Kişiye Düşen Hemşire ve Ebe Sayısı Bölgesel Dağılımı, 2019 (Sağlık Bakanlığı, Sağlık İstatistik Yıllığı, 2019)

Gelir seviyesi ile 10.000 kişiye düşen hemşire ve ebe sayısı değerlendirildiğinde ise yine pozitif yönlü bir ilişki den bahsetmek mümkündür.



Şekil 25. Kişi başı GSYİH ile 100.000 Kişiye Düşen Hemşire ve Ebe Sayısının İlişkisi, 2019 (TÜİK ve Sağlık Bakanlığı)

ÜLKEMİZDE SAĞLIK COĞRAFYASINA DAYALI ÖLÜM NEDENLERİNİN DAĞILIMI

TÜİK 2018 daimî ikametgaha göre seçilmiş ölüm nedenleri görülme sıklığı baz alınarak; dolaşım sistemi hastalıkları, iyi/kötü huylu tümörler, solunum sistemi hastalıkları, sinir sistemi ve duyu organları hastalıkları, endokrin beslenme ve metabolizmaya ilgili hastalıklar, dışsal yaralanma ve zehirlenme, diğer sebepler şeklinde sıralanmış, iller bazında da bu sebeplere bağlı ölümlerin sayıları belirtilmiştir.

Tablo 1: 2018 Daimî İkamete Göre Nedensel Ölümler

İl	Toplam Ölüm	Dolaşım sistemi Hast.	İyi/Kötü Huylu tümör	Solunum Sistemi Hast.	Sinir sis. Duyu org Hast	Endokrin Beslenme Metab.	Dışsal Yaralanma Zehirlenme	Diğer
Adana	9 816	4 580	1 735	1 008	299	415	534	1 245
Adıyaman	2 391	1 055	367	324	74	118	76	377
Afyonkarahisar	5 029	2 324	741	656	196	189	250	673
Ağrı	1 773	593	374	226	60	96	145	279
Amasya	2 486	1 030	470	299	160	107	96	324
Ankara	25 413	9 822	5 479	2 697	1 389	1 396	1 111	3 519
Antalya	10 754	3 970	2 386	1 065	607	632	771	1 323
Artvin	1 406	565	257	200	78	72	53	181
Aydın	7 798	3 583	1 309	1 131	241	237	340	957
Balıkesir	10 484	4 607	2 011	1 367	570	323	417	1 189
Bilecik	1 553	645	288	242	58	79	64	177
Bingöl	971	394	202	97	46	33	26	173
Bitlis	1 024	357	207	125	44	50	48	193
Bolu	2 088	905	353	272	105	100	81	272
Burdur	2 163	936	348	237	141	160	130	211
Bursa	16 309	7 156	3 607	1 981	828	421	714	1 602
Çanakkale	4 420	2 044	856	514	277	96	168	465
Çankırı	1 606	655	267	249	64	102	65	204
Çorum	3 830	1 839	645	404	118	141	145	538
Denizli	6 016	2 839	1 041	699	232	193	290	722
Diyarbakır	4 522	1 836	818	495	201	212	163	797
Edirne	3 420	1 441	786	396	133	102	113	449
Elâzığ	2 990	1 152	602	323	206	214	172	321
Erzincan	1 396	551	301	145	96	87	51	165
Erzurum	4 012	1 454	902	495	222	186	159	594
Eskişehir	5 718	1 907	1 327	657	372	436	274	745
Gaziantep	6 894	2 545	1 023	720	262	338	202	1 804
Giresun	3 457	1 477	656	585	172	102	75	390
Gümüşhane	836	336	146	112	37	47	29	129
Hakkâri	523	180	82	67	20	24	35	115
Hatay	7 041	2 876	1 021	872	287	343	363	1 279
Isparta	3 067	1 189	481	504	174	169	138	412
Mersin	8 838	3 443	1 688	896	464	455	455	1 437
İstanbul	59 921	19 989	14 290	7 508	3 445	2 738	1 646	10 305
İzmir	25 756	9 837	5 448	3 979	957	1 277	960	3 298
Kars	1 340	467	291	220	48	44	71	199
Kastamonu	3 758	1 539	627	598	175	222	143	454
Kayseri	6 951	2 076	1 421	1 103	442	433	388	1 088
Kırklareli	2 786	1 134	686	321	140	117	70	318
Kırşehir	1 565	627	303	190	56	86	83	220
Kocaeli	8 279	2 851	1 900	1 035	471	425	283	1 314
Konya	11 322	4 019	2 189	1 487	628	676	623	1 700
Kütahya	4 497	1 602	822	551	290	396	218	618
Malatya	3 928	1 610	681	493	221	231	115	577
Manisa	9 864	4 023	1 708	1 403	470	527	482	1 251
Kahramanmaraş	4 687	1 958	741	558	197	201	266	766
Mardin	2 502	886	358	296	95	122	146	599
Muğla	5 313	1 881	1 154	629	372	297	341	639
Muş	1 177	378	251	152	48	66	42	240
Nevşehir	1 817	591	383	313	68	121	93	248
Niğde	1 996	771	325	301	67	73	120	339
Ordu	4 984	2 143	927	718	250	230	106	610
Rize	2 181	883	494	243	137	89	82	253
Sakarya	5 669	2 409	1 133	593	328	302	121	783
Samsun	8 205	3 541	1 568	1 093	408	183	286	1 126
Siirt	992	405	140	98	47	37	55	210
Sinop	1 961	817	391	246	87	98	82	240

Sivas	4 068	1 551	804	619	198	170	173	553
Tekirdağ	5 499	2 243	1 234	689	241	181	220	691
Tokat	4 309	1 608	766	615	279	246	205	590
Trabzon	4 877	1 897	965	672	275	218	189	661
Tunceli	519	211	99	69	33	26	24	57
Şanlıurfa	5 002	1 831	731	464	211	247	290	1 228
Uşak	2 471	1 028	396	284	119	148	107	389
Van	3 020	891	701	399	126	130	195	578
Yozgat	2 896	1 232	507	390	110	151	95	411
Zonguldak	4 232	1 558	856	732	200	281	168	437
Aksaray	1 895	696	371	235	84	132	118	259
Bayburt	474	196	96	71	20	16	15	60
Karaman	1 504	622	263	168	69	82	82	218
Kırkkale	1 803	830	301	186	66	145	91	184
Batman	1 495	636	229	151	88	66	35	290
Şırnak	1 215	406	158	141	38	35	94	343
Bartın	1 559	598	267	253	59	87	74	221
Ardahan	736	295	156	118	24	22	41	80
Iğdır	735	236	147	100	38	26	57	131
Yalova	1 653	591	337	244	93	85	54	249
Karabük	1 729	696	291	225	100	121	83	213
Kilis	709	294	110	84	33	51	19	118
Osmaniye	2 345	867	415	242	145	182	152	342
Düzce	2 250	863	458	300	116	131	84	298

Kaynak: TÜİK, 2018

Aşağıda 2018 yılı toplam Türkiye nüfusunun il bazında dağılımı listelenmektedir.

Tablo 2. 2018 İl Bazında Türkiye Nüfusu (Veri Kaynağı: TÜİK, 2018)

TÜRKİYE TOPLAM	82 003 882		
Adana	2 220 125	Çanakkale	540 662
Ankara	5 503 985	Ağrı	539 657
İzmir	4 320 519	Çorum	536 483
Bursa	2 994 521	Osmaniye	534 415
Antalya	2 426 356	Şırnak	524 190
Konya	2 205 609	Giresun	453 912
Şanlıurfa	2 035 809	Isparta	441 412
Gaziantep	2 028 563	Yozgat	424 981
İstanbul	15 067 724	Aksaray	412 172
Kocaeli	1 906 391	Edirne	411 528
Mersin	1 814 468	Muş	407 992
Diyarbakır	1 732 396	Düzce	387 844
Hatay	1 609 856	Kastamonu	383 373
Manisa	1 429 643	Uşak	367 514
Kayseri	1 389 680	Niğde	364 707
Samsun	1 335 716	Kırklareli	360 860
Balıkesir	1 226 575	Bitlis	349 396
Kahramanmaraş	1 144 851	Rize	348 608
Van	1 123 784	Amasya	337 508
Aydın	1 097 746	Siirt	331 670
Tekirdağ	1 029 927	Bolu	311 810
Denizli	1 027 782	Nevşehir	298 339
Sakarya	1 010 700	Kars	288 878
Ardahan	98 907	Kırkkale	286 602
Muğla	967 487	Hakkâri	286 470
Tunceli	88 198	Bingöl	281 205
Eskişehir	871 187	Burdur	269 926
Mardin	829 195	Yalova	262 234
Bayburt	82 274	Karaman	251 913
Trabzon	807 903	Karabük	248 014
Malatya	797 036	Kırşehir	241 868
Ordu	771 932	Erzincan	236 034

Erzurum	767 848	Bilecik	223 448
Afyonkarahisar	725 568	Sinop	219 733
Sivas	646 608	Çankırı	216 362
Adıyaman	624 513	Bartın	198 999
Tokat	612 646	Iğdır	197 456
Zonguldak	599 698	Artvin	174 010
Batman	599 103	Gümüşhane	162 748
Elâzığ	595 638	Kilis	142 541
Kütahya	577 941		

2018 yılı Türkiye toplam nüfusu olan 82.003.8822' nin %0.51'lik kısmına tekabül eden 421.164 kişi çeşitli sebeplerden dolayı hayatını kaybetmiştir.

421.164 kişinin ölümünde etkin rol oynayan hastalıklar aşağıdaki şekilde sıralanmıştır.

- Dolaşım sistemi hastalıkları: Toplam ülke nüfusunda meydana gelen ölüm olaylarının %38.44'ünün sebebi olarak gösterilerek toplamda 161.920 kişi yıl içerisinde bu sebeple vefat etmiştir.
- İyi huylu ve kötü huylu tümörler: Ülkede yaşanan toplam ölümlerin %19.74'ünün sebebi olarak gösterilmiştir. Sayısal olarak 83.163 kişi iyi ve kötü huylu tümörler sebebiyle hayatını kaybetmiştir.
- Solunum sistemi hastalıkları: Ülke nüfusunda mortalite sebebiyle yaşanan kaybın 52.568 kişiye karşılık gelen %12.48'ini oluşturmaktadır.
- Sinir sistemi ve duyu organları hastalıkları: Bir yıllık periyotta ülke nüfusunda yaşanan ölümlerin %4.93'ü olarak 20.766 kişiyi tanımlamıştır.
- Endokrin, beslenme ve metabolizmayla ilgili hastalıklar: Bu grup en fazla ölüme sebep olan 5. Hastalık grubu olarak gösterilmektedir. Ülke çapında yaşanan toplam ölümlerin %4.77'si olarak 20.074 kişiyi ifade etmektedir.
- Dışsal yaralanma nedenleri ve zehirlenmeler: Türkiye sınırlarında 2008 yılında meydana gelen toplam ölümlerin %4.38'ine denk gelen 18.462 kişinin hayatını kaybetmesinin sebebi olarak 6. Sırada yer almaktadır.
- Diğer sebepler: Oransal olarak gruplama sağlayamayan diğer tüm ölüm sebepleri tek başlıkta toplanmış ve toplam hayatını kaybeden kişi sayısının %15.25'ine karşılık gelmiştir. Kişi bazında ise 64.211 kişinin ölümüne sebep olmuş.

VERİLER ve BULGULAR

a) Dolaşım Sistemi Hastalıklarına Bağlı Ölümler

Öncelikle il bazında dolaşım sistemi hastalıklarına bağlı ölümlerin il bazında toplam ölümlere oranı, sonrasında ise toplam il nüfusuna oranı hesaplanmıştır. Dolaşım sistemi hastalıklarına bağlı ölümlerin il nüfusuna göre en düşük oranın görüldüğü ilk 15 il arsından 14 'ü ülkemiz doğu kesiminde yer alan iller arasındadır.

Tablo 3. Dolaşım Sistemi Hastalıklarına Bağlı Ölümler

	Dolaşım sistemi hastalıklarından ölenlerin, il bazında toplam ölüme oranı		Dolaşım sistemi hastalıklarından ölenlerin, il bazında toplam nüfusa oranı
Van	%29,50	Hakkâri	%0.06
Kayseri	%29,87	Van	%0.08
Kocaeli	%31,18	Şırnak	%0.08
Iğdır	%32,11	Muş	%0.09
Muş	%32,12	Şanlıurfa	%0.09
Nevşehir	%32,53	Bitlis	%0.10
Eskişehir	%33,35	Ağrı	%0.11

Şırnak	%33,42	Diyarbakır	%0.11
Ağrı	%33,44	Mardin	%0.11
Hakkâri	%34,42	Batman	%0.11
Kars	%34,85	Gaziantep	%0.12
Bitlis	%34,86	Siirt	%0.12
Muğla	%35,40	Aksaray	%0.12
Mardin	%35,41	Iğdır	%0.12
Konya	%35,50	Bingöl	%0.14

b) İyi Huylu ve Kötü Huylu Tümörlere Bağlı Ölümler

İyi ve kötü huylu tümörlere bağlı ölümlerin il bazında en düşük oranda görüldüğü ilk 15 ilin tamamı sağlık hizmetlerine erişimi kısıtlı olan doğu bölgesi sınırları içerisindedir.

Tablo 4: İyi Huylu Kötü Huylu Tümörlere Bağlı Ölümler

	Tümöre bağlı ölenlerin, il bazında toplam ölüme oranı		Tümöre bağlı ölenlerin, il bazında toplam nüfusa oranı
Şırnak	%13.00	Hakkâri	%0.03
Siirt	%14.11	Şırnak	%0.03
Mardin	%14.31	Şanlıurfa	%0.035
Hatay	%14.50	Batman	%0.038
Şanlıurfa	%14,61	Mardin	%0.04
Afyonkarahisar	%14,73	Siirt	%0.04
Gaziantep	%14,84	Diyarbakır	%0.05
Batman	%15.32	Gaziantep	%0.05
Adıyaman	%15.35	Adıyaman	%0.06
Kilis	%15.51	Ağrı	%0.06
Hakkâri	%15,68	Bitlis	%0.06
Isparta	%15,68	Hatay	%0.06
Kahramanmaraş	%15,81	Kahramanmaraş	%0.06
Uşak	%16.03	Muş	%0.06
Burdur	%16.09		

c) Solunum Sistemi Hastalıklarına Bağlı Ölümler

Solunum sistemi hastalıklarına bağlı ölümlerde, il nüfusuna kayıp oranı en düşük ilk 15 ilden 11 tanesi yine Türkiye doğu kesiminde yer almaktadır.

Tablo 5. Solunum Sistemi Hastalıklarına Bağlı Ölümler

	Solunum sistemine bağlı ölenlerin, il bazında toplam ölüme oranı		Solunum sistemine bağlı ölümlerin, il bazında toplam nüfusa oranı
Batman	%10.10	Şanlıurfa	%0.022
Mersin	%10.14	Batman	%0.025
Adana	%10.27	Şırnak	%0.027
Kırıkkale	%10.32	Siirt	%0.029
Osmaniye	%10.32	Bingöl	%0.03
Erzincan	%10.39	Diyarbakır	%0.03
Gaziantep	%10.44	Gaziantep	%0.035
Sakarya	%10.46	Mardin	%0.035
Çorum	%10.54	Van	%0.036
Ankara	%10,61	Adana	%0.04
Elâzığ	%10,80	Ağrı	%0.04

Diyarbakır	%10,95	Antalya	%0.04
Burdur	%10,96	Bitlis	%0.04
Rize	%11.14	Muş	%0.04
Karaman	%11.17	Adıyaman	%0.05

d) Sinir Sistemi ve Duyu Organları Hastalıklarına Bağlı Ölümler

Sinir sistemi ve duyu organları hastalıklarına bağlı gelişen ölümlerin en düşük olduğu 15 il içerisinde 13 tanesi ülkemiz doğu bölgesinde yer alan, sağlık hizmetlerine erişimi ve gelir düzeyi düşük illerdir.

Tablo 6: Sinir Sistemi Ve Duyu Organı Hastalıklarına Bağlı Ölümler

	Sinir sis. Ve duyu org. Bağlı ölenlerin, il bazında toplam ölüme oranı		Sinir sis. Ve duyu org. Bağlı ölümlerin, il bazında toplam nüfusa oranı
Çorum	%3.08	Hakkâri	%0.006
Adıyaman	%3.09	Şırnak	%0.007
Aydın	%3.09	Adana	%0.01
Şırnak	%3.13	Adıyaman	%0.01
Ardahan	%3.26	Ağrı	%0.01
Niğde	%3.36	Bitlis	%0.01
Ağrı	%3.38	Diyarbakır	%0.01
Kars	%3.58	Gaziantep	%0.01
Kırşehir	%3.58	Mardin	%0.01
Kırıkkale	%3,66	Muş	%0.01
İzmir	%3,72	Siirt	%0.01
Bilecik	%3,73	Şanlıurfa	%0.01
Nevşehir	%3,74	Van	%0.01
Bartın	%3,78	Batman	%0.01
Gaziantep	%3,80	Aydın	%0.02

e) Endokrin, Beslenme ve Metabolizmayla İlgili Hastalıklara Bağlı Ölümler

Endokrin beslenme ve metabolizmayla ilgili hastalıkların sebep olduğu ölümlerin en az görüldüğü 15 ilin 12 tanesi sağlık hizmetlerine erişim kısıtı yaşayan illerdir.

Tablo 7: Endokrin Beslenme ve Metabolizmayla İlgili Hastalıklara Bağlı Ölümler

	End. Bes. Metab. Bağlı ölenlerin, il bazında toplam ölüme oranı		End. Bes. Metab. Bağlı ölümlerin, il bazında toplam nüfusa oranı
Çanakkale	%2.17	Şırnak	%0.007
Samsun	%2.23	Hakkâri	%0.008
Bursa	%2.58	Bingöl	%0.01
Şırnak	%2,88	Bitlis	%0.01
Giresun	%2,95	Bursa	%0.01
Edirne	%2,98	Diyarbakır	%0.01
Ardahan	%2,99	Mardin	%0.01
Aydın	%3.04	Samsun	%0.01
Balıkesir	%3.08	Siirt	%0.01
Denizli	%3.21	Şanlıurfa	%0.01
Kars	%3.28	Van	%0.01
Tekirdağ	%3.29	Batman	%0.01
Bayburt	%3.38	Iğdır	%0.01
Diğer (1)- Other (1)	%3.38	Adana	%0.02
Bingöl	%3.40	Adıyaman	%0.02

f) Dışsal Yaralanma Nedenleri ve Zehirlenmelere Bağlı Ölümler

Dışsal yaralanma ve zehirlenme sebepli ölümlerin en az görüldüğü 15 il içerisinde 9 tanesi doğu bölgelerde yerleşimi olan illerdir.

Tablo 8. Dışsal Yaralanma Nedenleri ve Zehirlenmelere Bağlı Ölümler

Yaralanma ve zehirlenme bağlı ölenlerin, il bazında toplam ölüme oranı		Yaralanma ve zehirlenme bağlı ölümlerin, il bazında toplam nüfusa oranı	
Ordu	%2.12	Batman	%0.006
Sakarya	%2.13	Bingöl	%0.009
Giresun	%2.17	Diyarbakır	%0.009
Batman	%2.34	Adıyaman	%0.01
Kırklareli	%2.51	Bitlis	%0.01
Bingöl	%2,68	Gaziantep	%0.01
Kilis	%2,68	Hakkâri	%0.01
Gaziantep	%2,93	Kocaeli	%0.01
Malatya	%2,93	Malatya	%0.01
Bayburt	%3.16	Muş	%0.01
Adıyaman	%3.18	Ordu	%0.01
Yalova	%3.27	Sakarya	%0.01
Yozgat	%3.28	Şanlıurfa	%0.01
Edirne	%3.30	Kilis	%0.01
Kocaeli	%3.42	Adana	%0.02

g) Diğer Sebeplere Bağlı Ölümler

Diğer sebeplere bağlı ölümler çerçevesinde, diğer sebeplerin en az görüldüğü ilk 15 il arasında 12 doğu bölgesi ili bulunmaktadır.

Tablo 9: Diğer Sebeplere Bağlı Ölümler

Diğer Sebeplere bağlı ölenlerin, il bazında toplam ölüme oranı		Diğer Sebeplere bağlı ölümlerin, il bazında toplam nüfusa oranı	
Kırıkkale	%10.21	Hakkâri	%0.04
Zonguldak	%10.32	Ağrı	%0.05
Çanakkale	%10.52	Antalya	%0.05
Elâzığ	%10,74	Bursa	%0.05
Ardahan	%10,87	Diyarbakır	%0.05
Tunceli	%10.98	Elâzığ	%0.05
Giresun	%11.28	Van	%0.05
Balıkesir	%11.34	Batman	%0.05
Bilecik	%11.40	Adana	%0.06
Kırklareli	%11.41	Adıyaman	%0.06
Rize	%11,60	Ankara	%0.06
Erzincan	%11,82	Bingöl	%0.06
Denizli	%12.00	Bitlis	%0.06
Muğla	%12.03	Muş	%0.06
Kastamonu	%12.08	Siirt	%0.06

SONUÇ

TÜİK 2018 daimî ikametgaha göre seçilmiş ölüm nedenleri ile 2018 Türkiye iller bazında nüfus dağılımı verileri betimsel olarak analiz edilerek, önce illerde gerçekleşen nedensel ölümlerin toplam ölümlere oranı, daha sonra ise yine il bazında gerçekleşen nedensel ölümlerin toplam il nüfusuna oranı bulunmuştur. Böylelikle elde edilen değerlerin büyüklük sıralaması yapılarak değerlendirmeye alınmıştır. İl bazında nedensel ölüm oranlarının toplam il nüfusuna oranlanarak elde edilen sıralaması, araştırma içeriği için daha anlamlı bulunmuştur.

Araştırma sonuçlarının iki boyutta ele alınması mümkündür. Sağlık hizmetlerine erişim sorunu yaşayan illerin, diğer illerde en fazla görülen hastalıkların görülme sıklığına göre değerlendirilmesi ve illerdeki toplam nüfuslara bakılarak mortalite oranına göre değerlendirilmesi yapıldığında da aynı sonuca varılmaktadır.

Yıllardır sağlık coğrafyası bazında incelenen, 10.000 kişi başına toplam hastane yatak sayısı, hekim sayısı, hemşire ve ebe sayısı, sağlık hizmeti kullanım oranları, GSYİH, Sosyo-Ekonomik gelişmişlik sıralamaları, sağlık hizmetlerine erişim düzeyleri dikkate alındığında Kuzeydoğu Anadolu, Ortadoğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu sınırlarında bulunan iller sıralamaların sonlarında yer almıştır. Bu sonuçlara paralel olarak beklentinin ülkemizde en yaygın görülen nedensel ölümlerde, bu illerin il nüfusuna göre oranının yüksek olması yönündeyken, oranı en düşük iller olmuştur.

Daha net bir tabirle, Türkiye’de (İstanbul nüfus özellikleri sebebiyle değerlendirme dışı bırakıldığında) en fazla mortalite sebebi olarak gösterilen hastalıklar, gelişmişlik düzeyi ve sağlık hizmetlerine erişim düzeyi düşük illerde diğer illere göre daha az can kaybına sebep olmuştur.

Yetişkin ölümlerinin diğer illere göre daha az olmasının ya da gelişmişlik düzeyi ve sağlık hizmetlerine erişimle aynı yönde (pozitif) etkileşimli olduğu düşünüldüğünde kök nedenlerin irdelenmesi gerekmektedir.

Sağlık hizmetlerine ulaşımın engellerine rağmen, mortalite oranlarının diğer bölgelere göre daha az olmasının sebepleri arasında sigara ve alkol kullanımının batı bölgelerine göre daha düşük seviyede olması, stres faktörünün büyük şehirlere göre daha az olması, hava kirliliği ve sanitasyonun doğu bölgelerinde etkin olmayışı, beslenme alışkanlıkları ve doğal ortamlarda yetişen ürünlerin tüketilmesi, sağlık hizmeti kullanımına bağlı ilaç kullanımının da düşük oranlarda olması, genetik faktörler, alternatif tıp yöntemlerinin yaygın kullanımı gibi sebepler elde edilen sonuçları açıklamak yönünde uygun olabilir.

Ayrıca dini inanç kapsamında tevekkül yerine kadercilik yaklaşımına uygun hareketler de özellikle alternatif tıp yönelimini arttıran bir unsur olmaktadır.

Çalışma sonucunda elde edilen verilerin daha geniş çapta irdelenmesi gerekmektedir. Bulguların kök nedenlerinin fiziki yaşam ortamıyla ilişkisinin kanıtlanması, finansal endişe sebebiyle yaşanan batıya göç dalgasının önüne geçebilecek çalışmalara öncülük edebileceği düşünülmektedir. Finansal kaygıyı ortadan kaldırarak insanların sağlıklı yaşam ortamlarına dönüşünü sağlayabilecek projelerin hayata geçirilmesi bölgede temel sorun olan gelir düzeyini arttıracak, buna bağlı olarak sağlık hizmetleri açısından da olumlu gelişmeler yaratacaktır.

Fiziksel faktörlerin etkinliğinin kanıtlanması için kullanılması düşünülen bir yöntem de, en fazla ölümle sonuçlanan hastalıkların, teşhis ve hastalık evreleri dikkate alınarak, ihtiyaç duyulan hasta bakım süresi, ihtiyaç duyulan hekim ziyaret sıklığı, ihtiyaç duyulan medikal cihazlar çerçevesinde incelenmesi daha detaylı bir araştırmanın sonuçlarıyla değerlendirilmesini mümkün kılacaktır.

KAYNAKÇA

- Aday, Lu Ann and Ronald Andersen (1974), “A Framework for the Study of Access to Medical Care”, Health Services Research, 9(3) p.208-220
- Anderson G. and Hussey P. S. (2001) Comparing Health Systems Performance in OECD Countries. Health Affairs 20(3).
- Anell A. and Willis M. (2000) International Comparison of Health Care Systems Using Resource Profiles. Bulletin of the World Health Organization 78(6): 770-778.

- Barlas, Emin; Şantaş, Fatih ve Ahmet Kar (2014), “Türkiye’de Bölgesel Bebek Ölüm hızlarının Sağlık Ekonomisi Perspektifinden Karşılaştırmalı Analizi,” International Conference on Eurasian Economies 2014.
- Ergin, Işıl ve Hür Hassoy (2011), “Bebek Ölümlülüğünde Eşitsizlikler:Dünya ve Türkiye’deki Duruma Dair Bir Değerlendirme,” İzmir Dr. Behçet Uz Çocuk Hastalıkları Dergisi, 1(3):98-104.
- First National Center (2007), Understanding Health Indicators. Ottawa: National Aboriginal Health Organization.
- IHSD (The Institute for Health Sector Development) (2000a) World Health Report 2000- Summary and Comments. London
- Kurt, Öner (2007), “Ülkemizde Sağlık Hizmetlerine Erişim Sorunlu Mudur? Aile Hekimleri Bu Sorunu Çözebilir Mi?”, Muzaffer Eskiocak (Edi.), “Kentsel Bölgede Sağlık örgütlenmesi: Çok Sektörlü Yaklaşım Aile Hekimliği Ülkemiz İçin Uygun Bir Model Midir?” İçinde (s. 69-78), (Ankara: Türk Tabipler Birliği Yayınları
- MANAVGAT, G., ve ÇELİK, N., (2017). Sağlık Düzeyinin Belirleyicilerine Yönelik Mekânsal Bir Analiz: Türkiye İBBS-3 Örneği. Sosyo-ekonomi Dergisi, 25(34), 53-67.
- Murray C.J.L. and Frenk J. (2000) A Framework for Assessing the Performance of Health Systems. Bulletin of the World Health Organization 78(6): 717-731.
- Murray C.J.L. and Frenk J. (2001) World Health Report 2000: A Step Towards Evidence-Based Health Policy. The Lancet 357(26): 1698-1700.
- ÖZ, Necdet (2017), Hücresel Membranlar (Tıbbî Biyoloji ve Genetik Ders Notu, necdetersoztip.blogspot.com, e.10.3.2023
- Öztürk, Zekai ve Esmâ Tuğba Karakaş (2015), “Avrupa Birliği’ne Üye Ülkelerde Sağlık Sistemleri Yönetim ve Organizasyon Yapısı Almanya, Fransa, İrlanda ve İngiltere Örnekleri,” Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi, 1(2): 39-59.
- PAHO (Pan American Health Organization) (2001) Work Group of The Region of Americas on Health Systems Performance Assessment. Report of The Meeting Held in Ottawa, Canada, 4-6 September.
- Pransky G.; Benjamin K.; Dembe A. E. (2001), Performance and Quality Measurement in Occupational Health Services: Current Status and Agenda for Further Research. American Journal of Industrial Medicine, 40:295-306.
- Russell, J. Deborah; Humphreys, S. John; Ward, Bernadette,;Marita, Chisholm;Penny,Buykx;Matthew,McGrail and John Wakerman (2013), “Helping PolicyMakersAddressRural Health Access Problems”, The Australian Journal of Rural Health, Vol.21, p.61-71.
- Tunstall, H., Shaw, M., & Dorling, D. (2004). Places and Health. (J. TREVOR, Editör) J Epidemiol Comm Health, 58, 6-10.
- T.C. Sağlık Bakanlığı. Sağlık İstatistikleri Yıllıkları <https://www.saglik.gov.tr/TR,84930/saglik-istatistikleri-yilliklari.html/> (e. 3.12.2022)
- Türkiye İstatistik Kurumu, Bölgesel Hesaplar, <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=116&locale=tr> (e.3.12.2022)
- Türkiye İstatistik Kurumu. Çocuk İstatistikleri–Sağlık. <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=116&locale=tr> (e. 3.12.2022)
- Ütöne, J. (2013). Geography of Health. EszterházyKárolyCollege. WHO. (2010), World Health Organization.
- WHO (2000), World Health Report 2000: Health Systems-Improving Performance. Geneva, Switzerland.
- WHO (2001), European Regional Consultation on Health System Performance Assessment. Geneva.
- Yetim, B. ve Çelik, Y. (2020), Sağlık hizmetlerine erişim: Karşılanmamış ihtiyaçlar sorunu. Toplum ve Sosyal Hizmet, 31(2), 423-440.

Geliş Tarihi: 08/05/2023

Kabul Tarihi: 23/06/2023

YAŞLILARIN SAĞLIK HİZMETİ MEMNUNİYETİNİ ARTIRMAYA İLİŞKİN BİR UYGULAMA: YAŞLI DOSTU HASTANE

Gizem Zevde AYDIN*

Hasan Fehmi DEMİRCİ**

ÖZET

Artan yaşlı nüfusun ihtiyaçlarını karşılama gereksinimi yaş dostu kavramlara ve uygulamalara dikkat çekmiştir. Sağlık hizmeti yaşlı bireylerin en çok talep ettikleri hizmetler arasında yer almaktadır. Bu durum, yaşlı bireyler için sağlık hizmetlerinin önemini artırmaktadır. Yaşlı nüfusun sağlık bakım ihtiyaçlarını daha uygun koşullarda sağlamak, yaşlı bireylerin memnuniyetini ve hizmet kalitesini artırmak amacıyla yaşlı dostu hastaneler faaliyete geçirilmiştir. Bu çalışmanın amacı yaşlı dostu sağlık hizmeti ve yaşlı dostu hastane hakkında bilgi vermek, yaşlı dostu hastane standartlarını incelemek ve yaşlı dostu hastane uygulamalarına dikkat çekmektir. Bu amaç doğrultusunda yaşlı dostu kavramı tanımlanmış, yaşlı dostu sağlık hizmetlerine değinilmiş ve yaşlı dostu hastanelerin önemi vurgulanmıştır. Çalışma ile, sağlık bakımında yaşlı yetişkinlerin ihtiyaç ve tercihlerine odaklanılması, yaşlı yetişkinlerin fonksiyonel becerilerini olumsuz etkilemeyecek mimari düzenlemelerin yapılması, alanında uzman ve deneyimli personel istihdam edilmesi ve yaşlı dostu hastanelerin sağlaması gereken kritik başarı faktörlerinin dikkate alınması önerilebilir. Hastane üst yönetiminin geriatri hizmetlerinin değerinin bilincinde olması ve konuyla ilgili çalışanların bilinçlendirilmesi de önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık hizmeti, hastane, yaşlı

AN APPLICATION TO INCREASE THE SATISFACTION OF THE ELDERLY WITH HEALTH SERVICE: AGE-FRIENDLY HOSPITAL

ABSTRACT

The need to meet the needs of the increasing elderly population has drawn attention to age-friendly concepts and practices. Health care is one of the most demanded services by the elderly. This situation increases the importance of health services for elderly individuals. Age-friendly hospitals were put into operation to meet the healthcare needs of the elderly population under more favorable conditions and to increase the satisfaction and service quality of elderly individuals. This study aims to give information about the elderly-friendly health service and the elderly-friendly hospital, examine the elderly-friendly hospital standards and draw attention to elderly-friendly hospital practices. For this purpose, the concept of age-friendly has been defined, age-friendly health services have been mentioned, and the importance of age-friendly hospitals has been emphasized. With the study, it can be suggested to focus on the needs and preferences of older adults in health care, to make architectural arrangements that will not adversely affect the functional skills of older adults, to employ expert and experienced personnel, and to consider the critical success factors that elderly-friendly hospitals should provide. It is also essential for the hospital's senior management to be aware of the value of geriatric services and to raise the awareness of the relevant employees.

KeyWords: Healthcare, hospital, elderly

* Arş. Gör., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, gizemzevde.aydin@omu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8249-6788

** Arş. Gör., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü hasanfehmi.demirci@omu.edu.tr ORCID: 0000-0001-5223-8318

GİRİŞ

Geçen yüzyılda halk sağlığında yaşanan gelişmeler, tıbbi teknolojinin ilerlemesi, yaşanan sosyoekonomik kalkınma, doğurganlık ve ölüm oranlarındaki düşüş ile doğuştan beklenen yaşam süresi uzamıştır (Kocakoç ve Şahin, 2021). Sağlık ve sağlık hizmetlerinde dikkate değer gelişmeler (Mate vd., 2021), iyileştirilmiş hijyen önlemlerinin ve modern tıbbi müdahalelerin başarıları, giderek artan sayıda insanın daha uzun yaşamasıyla sonuçlanmıştır (Huang vd., 2011). Doğuştan beklenen yaşam süresi artışının tıbbi, teknolojik, sosyal ve ekonomik gelişmelerin bir sonucu olduğunu söylemek mümkündür. Temel olarak, gelişmekte olan ülkelerde sağlık hizmetlerinin kalitesindeki ve ekonomik kalkınmadaki gelişmelere bağlı olarak, doğuştan beklenen yaşam süresinde kademeli bir artış olmuştur. Bu durum, yaşlı nüfusta genel bir artışı beraberinde getirmiştir (Tanye ve Pelsler, 2020). Bununla birlikte nüfusun yaşlanma hızının gelişmekte olan ülkelerde sosyal ve ekonomik gelişmenin çok üstünde devam etmesi beklenilmektedir (Yaman ve Akdeniz, 2008). Bu değişimin nedeni, küresel yaşlanma süreci olarak adlandırılan "demografik dönüşüm" sürecidir. Doğurganlık ve ölümlülük hızlarındaki azalma ile birlikte sağlık alanında kaydedilen gelişmeler, yaşam standardının, refah düzeyinin ve doğuştan beklenen yaşam süresinin artması ile nüfusun yaş yapısı şekil değiştirmektedir (TÜİK, 2023). DSÖ'nün yaşlanma ve sağlık üzerine küresel strateji ve eylem planında 2050 yılına kadar her 5 kişiden 1'inin 60 yaş ve üzerinde olacağı belirtilmektedir. 60 yaş ve üzeri dünya nüfusunun 2050 yılına kadar 2,1 milyar olacağı öngörülmektedir. 80 yaş ve üzeri kişilerin sayısının ise 2050 yılına kadar 426 milyona ulaşması beklenmektedir (DSÖ, 2022a). Yaşam döngüsünün bir parçası olarak görülen yaşlanma, zamana bağlı olarak insanlarda işlev kaybına neden olabilmektedir. Türkiye'de yaşlı nüfusun toplam nüfus içindeki oranı 2021 yılında %9,7'dir. Nüfus projeksiyonlarına göre yaşlı nüfus oranının 2025 yılında %11,0, 2030 yılında %12,9, 2040 yılında %16,3, 2060 yılında %22,6 ve 2080 yılında %25,6 olacağı öngörülmektedir. Türkiye, oransal olarak yaşlı nüfus yapısına sahip ülkelere göre hala genç bir nüfus yapısına sahip olsa da, yaşlı nüfus sayısal olarak oldukça fazladır (TÜİK, 2023).

Yaşlanan nüfusa yönelik olarak sağlık hizmeti sunmanın maliyeti, yaşlılarda artan engellilik riski ve yaşlanan nüfusun ekonomik sorunları gibi bir dizi zorlukla karşı karşıya kalırsa da (Ahmadi vd., 2015) daha uzun yaşam, fırsatları beraberinde getirmektedir. Yine de, bireyler hatta toplum olarak bu ekstra yıllardan ne ölçüde yararlanabileceğimiz, büyük ölçüde sağlık anahtar faktörüne bağlıdır (DSÖ, 2015; DSÖ, 2017). Yaşlı bireyler, topluma önemli katkılarda bulunan fakat değerleri çoğunlukla göz ardı edilen kaynaklardır (Chiou ve Chen, 2009). Kötü sağlık, yaşlı popülasyonların baskın ve sınırlayıcı özelliği olarak değerlendirilmemelidir. İleri yaştaki sağlık sorunlarının çoğu kronik hastalıkların sonucudur ve sağlıklı davranışlarda bulunarak önlenebilir veya geciktirilebilir niteliğe sahiptir. Çok ileri yaşlarda bile fiziksel aktivite ve iyi beslenmenin sağlık ve esenlik için güçlü faydaları olabilmektedir. Diğer sağlık sorunları, yeterince erken tespit edilirse etkili bir şekilde yönetilebilmektedir (DSÖ, 2015). İnsanlar bu ekstra yaşam yıllarını sağlıklı ve destekleyici bir çevrede yaşarlarsa, değer verdikleri şeyleri yapma fırsatı bulmuş olacak, ailelerine ve topluma katkıda bulunabileceklerdir (DSÖ, 2015; DSÖ, 2022a).

Yaşlılık, hastalıklara sıkça rastlanılan ve yatarak tedavi hizmetinden çoğunlukla yararlanan bir dönemdir. Yaşlı bireylerin en çok talep ettikleri hizmetlerden biri, sağlık hizmetidir. Bu durum, sağlık hizmetlerinin önemini artırmaktadır. Bunun yanı sıra, yaşlı nüfus hem sağlık harcamalarında hem de sağlık hizmeti talebinde ve kullanımında en büyük paya sahip olmaktadır. Yaşlı hastaların sıkça başvurdukları bu hizmetlerden beklentileri de yüksektir (Gemlik vd., 2019). Küresel çapta nüfusun giderek yaşlanmasıyla birlikte hasta memnuniyetini en üst düzeye çıkarmak isteyen hastaneler, hizmetlerini büyüyen yaşlı hasta popülasyonunun beklentilerini karşılayacak şekilde organize etmeyi hedeflemektedir. Sağlık kurumlarında yaşlı dostu uygulamaların yerleştirilmesi ve bir kurum kültürüne haline getirilmesi için yüksek kaliteli, uygun maliyetli, kanıta dayalı geriatrik bakımı sağlayacak model ve kaynakların geliştirilmesi, etkilediği çok sayıda birey ve toplum açısından gereklilik haline gelmiştir (Kocakoç ve Şahin, 2021).

Tarihsel süreçte hastaneler, genellikle hızlı teşhis ve tek bir hastalığa müdahale edebilmek ve daha genç bir nüfusa bakım için tasarlanmıştır. Bu durum, hastalığa yatkın olan yaşlı bireyler için bir sorun oluşturmuştur (Wong vd., 2014). Bu doğrultuda giderek yaşlanan nüfusun sağlık ihtiyaçlarını anlayabilmek ve uygun çözümler bulabilmek amacıyla yaşlılara yönelik yeni kavramlar ve uygulamalar gündeme gelmiştir. "Yaşlı Dostu Hastane" de bu uygulamalardan birisidir (Gemlik vd., 2019). Erişilebilir ve iyi koordine edilmiş sağlık hizmetlerinin yaşlıların sağlık durumu ve sağlık davranışları üzerinde olumlu bir etkisinin olmasından yola çıkarak sağlık hizmetlerinin yaşlıların ihtiyaçlarına göre yapılandırılması kısaca yaşlı dostu hastane olarak tanımlanmaktadır (DSÖ, 2007).

Yapılan literatür araştırması sonucunda, dünyada yaşlı dostu stratejilerin benimsendiği ve yaşlı dostu bakımın sunulduğu sağlık kurumlarının olduğu görülmektedir. Fakat kavramın Türkiye’de kullanımının çok da yaygın olmadığı ve yaşlı dostu hastane sayısının oldukça az olduğu ifade edilebilir. Bu doğrultuda derleme niteliğindeki bu çalışma ile yaşlı dostu kavramına ışık tutmak, yaşlı dostu hastanelerle ilgili bilgi vermek amaçlanmıştır.

Yaşlı Dostu Kavramı

İçinde bulunduğumuz çağda insanlar daha iyi beslenme, sanitasyon, sağlık, eğitim ve ekonomik refah nedeniyle daha uzun yaşamaktadır (Tanye ve Pelser, 2020). Ancak buna paralel olarak nüfusun yaşlanması nedeniyle ekonomik ve sosyal zorluklarla karşılaşılması küresel bir sorun haline gelmiştir. Yaşlı nüfusta eşlik eden hastalıkların artan yükü ise sağlık harcamalarını artırmaktadır. Nüfusun yaşlanmasıyla birlikte sağlık hizmeti kullanımına talep de artmaktadır. Çalışmalarda yaşlanma ile sağlık hizmetlerinden yararlanma talebi arasında pozitif ilişki olduğu görülmektedir (Hsiao, 2011).

Yaşlanmayı olumlu hale dönüştürmek için sağlık, katılım ve güvenliğe yönelik fırsatlar yaşlanma sürecine eşlik etmelidir. DSÖ, bu vizyona ulaşmak için “aktif yaşlanma” terimini benimsemiştir. Aktif yaşlanma, yaşam kalitesini artırmak için yaşlanma sürecine sağlık, katılım ve güvenlik fırsatlarını dâhil etme sürecidir (DSÖ, 2002). Başarılı/aktif yaşlanma, sadece yaşlı davranışlarına değil, yaşanılan ve bakım görülen yerlerin kalitesine de bağlı bir durumdur. Buna bağlı olarak yaşlı dostu kavramı, maddi ve sosyal çevreyi iyileştirmeye çalışan politikalar ve programları içeren kalite çabalarının bir yansıması olarak ortaya çıkmıştır (Golant, 2014). Dolayısıyla yaşlı dostu kavramı, yaşlılık sürecinde yaşlıların işini kolaylaştıracak tüm çabaları ifade etmekte olup, başarılı yaşlanma ile doğrudan ilişkili bir kavramdır.

Yaşlı dostu kavramı sadece sağlık hizmetleri bünyesinde değerlendirilebilecek bir kavram değildir. Kavram, bireysel ve ailevi koşulların yanı sıra ev, mahalle ve şehirler dâhil olmak üzere çeşitli bağlamlara ve ortamlara duyarlı ve bunları kapsayıcı olarak yaşlıların ihtiyaçlarına odaklanan bir bakış açısını ifade etmektedir (Wang vd., 2017). Yaşlı dostu kavramı, yaşlı insanların ihtiyaçlarına odaklanan iyi müşteri hizmetleri ve yaşlı dostu bir özellik olarak kabul edilmektedir. Yaşlı dostu kavramının içinde binalar, toplu taşıma, konut, sosyal katılım, saygı ve sosyal çevre, istihdam, iletişim ve bilgi, topluluk desteği ve sağlık hizmetleri yer almaktadır (DSÖ, 2007). Bunlar göz önüne alındığında yaşlı dostu kavramının fiziksel çevre, barınma, sosyal çevre, katılım fırsatları, topluluk desteği ve sağlık hizmetleri, ulaşım seçenekleri, iletişim ve bilgi olmak üzere yedi boyuta ayrıldığı görülmektedir (Menec vd., 2011). Bu yedi boyut dikkate alınarak yaşlılara yönelik yapılan tüm iyileştirici faaliyetler, yaşlı dostu faaliyetler kapsamına girmektedir. Ancak yaşlı dostu faaliyetler gerçekleştirilirken göz önünde bulundurulması gereken bir takım özellikler bulunmaktadır. Yaşlı dostu kavramı ile ilişkilendirilebilecek bu özellikler şu şekildedir (DSÖ, 2002):

- Özerklik; kişinin kendi yaşam tarzına göre günlük yaşamını kontrol etme ve kararlar alma algısıdır.
- Bağımsızlık; günlük yaşamla ilgili temel işlevleri yerine getirebilme becerisidir.
- Yaşam kalitesi; bireyin içinde bulunduğu kültür ve sahip olduğu değerler göz önünde bulundurularak yaşamdaki konumunu algılamasıdır.
- Sağlıklı yaşam beklentisi; engelsiz yaşam beklentisi olarak ifade edilebilir. İnsanların ne kadar süre engelsiz yaşam sürebilecekleri özellikle yaşlılar için ayrı bir önem arz etmektedir.

Yukarıdaki kavramlar göz önüne alınarak yaşlı dostu sağlık hizmetleri inşa etme noktasında bireylerin; özerklik, bağımsızlık, yaşam kalitesi ve sağlıklı yaşama ile ilgili algılamaları önem arz etmektedir. Sağlık hizmetlerine ihtiyaç duyan ve bu hizmetlere başvuran artan sayıda yaşlı hasta, ihtiyaçlarına uygun olmayan bir hastane ortamı ve bu konuda özel eğitim veya uzmanlığa sahip olmayan sağlık profesyonelleriyle karşı karşıya kalabilmektedir (Huang vd., 2011). Bu nedenle, yaşlı dostu sağlık hizmetleri, yaşlıların özerkliklerine, bağımsızlıklarına, yaşam kalitelerine ve sağlıklı yaşam beklentilerine uygun şekilde tasarlanmalı ve insan kaynağı buna yönelik olarak eğitilmeli ve geliştirilmelidir.

Yaşlı Dostu Sağlık Hizmetleri

1982’de Birinci Dünya Yaşlanma Asamblesi ile kabul edilen Viyana Uluslararası Yaşlanma Eylem Planı’nın onaylanması, yaşlanmaya ilişkin politika ve programların oluşturulması için temel sağlamıştır (Ahmadi vd., 2015). Bu eylem planı, sağlık ve beslenme, yaşlı tüketicilerin korunması, konut ve çevre, aile, sosyal refah,

eğitim, gelir güvenliği ve istihdam gibi alanlarda toplam 62 eylem tavsiyesi öneren yaşlanmaya ilişkin uluslararası bir araçtır (United Nations, 1982). Bunu takiben İkinci Dünya Yaşlanma Asamblesi, devletlerin yaşlıların topluma katkısının devamlılığını sağlayacak politika geliştirmelerine yardımcı olacak faaliyetlere katkıda bulunmak için düzenlenmiştir. Bu plan, yaşlılar ve kalkınma, sağlık ve esenliği yaşlılığa ilerletmek, kolaylaştırıcı ve destekleyici ortamların sağlanması olmak üzere üç öncelikli alana odaklanmaktadır (United Nations, 2002). DSÖ'nün 2015 yılında yayınladığı yaşlanma ve sağlıkla ilgili dünya raporunda ise nüfusun yaşlanmasına yönelik kapsamlı bir halk sağlığı eylemine ihtiyaç duyulduğu belirtilmektedir. Bunun yanı sıra rapor, sağlıklı yaşlanmayı teşvik etmek için de bir eylem çerçevesi sunmaktadır. Yaşlı yetişkinlere yönelik olarak gerekli yatırımların yapılmasının, hem yaşlıların sağlığı ve refahı hem de topluma sürekli katılımlarının sağlanması açısından değerli sosyal ve ekonomik katkılar sağlayacağı ifade edilmektedir (DSÖ, 2015). Yaşlı dostu sağlık hizmetleri ile ilgili olarak DSÖ tarafından 2004 yılında yayınlanan raporda ise yaşlı dostu ilkelere değinilmiştir. Yaşlı dostu ilkeler, yaşlı hastaların ihtiyaçlarına daha iyi uyacak şekilde yönetim ve klinik hizmetleri, personel eğitimini ve ortamları değiştirmek için sağlık kuruluşlarına bir kılavuz olarak hizmet etmek üzere tasarlanmıştır. Yaşlı dostu ilkeler üç ana alanı ele almaktadır. Bunlar (DSÖ, 2004):

- İletişim ve Eğitim; klinik geriatride personel eğitimi ve hasta eğitimine yönelik yaklaşımlar oluşturma,
- Sağlık Bakımı Yönetim Sistemleri; kayıt ile ilgili süreçlerin prosedürlerin yaşlı ihtiyacına uyarlanması ve her ziyarette mevcut güncel tıbbi kayıtlar ile bakımın sürekliliğinin sağlanması,
- Fiziksel Çevre; tasarımın temiz ve konforlu merkezlere imkan vermesi şeklinde sıralanabilir.

Tüm bunlar göz önüne alındığında ve yaşlanan nüfusun sağlık sistemlerindeki etkisi düşünüldüğünde sağlık hizmetlerine yönelik küresel çapta yeni uygulamaların geliştirildiği görülmektedir. Yaşlı dostu sağlık hizmetleri, yaşlanan nüfusun bir sonucu olarak sağlık hizmetlerinde hem bina tasarımlarını hem de personeli yaşlı ihtiyacına yönelik olarak geliştirme ile ilişkili bir kavramdır.

Yaşlı yetişkinlerin sayısındaki artış beraberinde [sağlık](#) hizmetlerine olan talebi de artırmaktadır. Mevcut [sağlık hizmetleri](#), yaşlı bireylerin karmaşık ihtiyaçlarıyla yeterince uyum gösterememekte ve verilen bakım yetersiz kalabilmektedir. Buna rağmen sağlık hizmeti sunulan ortamın hızla değişmesi yaşlı yetişkinlerin bakımını iyileştirmek için fırsatlar sunmaktadır (Mate vd., 2018). Artan yaşlı nüfus nedeniyle, özellikle gelişmekte olan ülkelerde sağlık politika yapımcılarının yaşlı sağlığı konusunu ve ayakta/yatan hasta hizmetlerine olan ihtiyaçları dikkate almaları beklenmektedir (Ahmadi vd., 2015). Karmaşık sağlık ve sosyal ihtiyaçları olan yaşlı yetişkinlerin güvenli ve etkili bakım alması önemlidir (Mate vd., 2018). Bu noktada, yaşlı dostu bakım, hastaneye yatış sırasında yaşlı yetişkinler için olumsuz sonuçların riskini kabul etmeyi ve yaşlı yetişkinlere sağlık hizmeti verildiğinde ortaya çıkabilecek çözülebilir sorunları tahmin etmeyi ve önlemeyi kapsamaktadır (Parke ve Stinson, 1999).

Yaşlı dostu sağlık sistemlerinde, yaşlı yetişkinlere yönelik sağlık hizmetleriyle ilgili zararlar önemli ölçüde azaltılmakta hatta sıfıra yaklaşmaktadır. Bunun yanı sıra yaşlı yetişkinler, memnun kalacakları mümkün olan en iyi bakımı almakta ve süreç boyunca değer herkes için optimize edilmektedir (Fulmer ve Berman, 2016). Yaşlı dostu sağlık sistemleri yaratabilmek için hangi müdahalelerin yaşlıların bakımını iyileştireceğinin belirlenmesi gerekmektedir (Mate vd., 2018). Yaşlı dostu sağlık hizmetlerinde temel yaklaşımlar; ilaç kullanımının azaltılması, akıl sağlığı sorunlarının tespit edilmesi ve tedavisi, yaşlıların hareket kabiliyetinin geliştirilmesine yönelik önlemler, hızlı değerlendirme, sağlık uzmanlarının eğitimi ve kanıta dayalı programlar geliştirmektir (Lundy vd., 2020). Bu yaklaşımlar, başarılı yaşlı dostu sağlık bakımı için temel teşkil etmekte ve yaşlı insanlar için değere dayalı bakımı geliştirme noktasında büyük bir potansiyel taşımaktadır (Allen ve Ouslander, 2017). Yaşlı dostu sağlık sistemleri, güvenilir, kanıta dayalı bakım sağlamak için 4M'ler (önemli olanı belirleme, ilaçlar, mental aktivite ve hareketlilik) adı verilen bir çerçeve kullanmaktadır (Mate vd., 2021). 4M olarak kategorize edilen bu yaklaşımlar, John A. Hartford Vakfı ve Sağlığı Geliştirme Enstitüsü tarafından geliştirilmiştir. 4M, yaşlı dostu bakımında en son kanıtları ve yaşlı dostu bakım sağlamanın önündeki engelleri belirlemektedir. Yaşlı yetişkinlere yönelik kullanılacak en iyi kanıta dayalı uygulamaların belirlenmesi, yaşlı yetişkinlerin sağlığı için önemli olanlar, ilaçlar, psikolojik ve fiziksel durumlar için bireyselleştirilmiş değerlendirmelerin tamamlanması ve ardından değerlendirmelere göre hareket edilmesi 4M'nin amaçları içerisinde yer almaktadır (Cacchione, 2020). 4M'ler, yaşlı yetişkinlerin bakımında tüm karar alma sürecini yönlendirmesi gereken temel bileşenlerdir (Institute for Healthcare Improvement, 2020). Tablo 1'de 4M olarak ifade edilen yaklaşımlar ve yaklaşımlara yönelik olarak uygulanabilecek müdahaleler gösterilmektedir.

Tablo 1. Yaşlı Dostu Sağlık Sistemi 4 M Modeli için özel üst düzey müdahaleler

Önemli olanı belirleme (What Matters)	Yaşamın sonu da dâhil olmak üzere mevcut ve gelecekteki bakım için neyin önemli olduğuna göre hareket etmek
İlaçlar (Medication)	Yaşlı dostu ilaç tedavisi için standart süreci uygulamak Reçeteyi kaldırmak ve dozları yaşa uygun olarak ayarlamak
Hareketlilik (Mobility)	Bireye yönelik hareketlilik planı uygulamak Fiziksel imkânları hareket kabiliyetini artıracak şekilde planlamak
Mental aktivite (Mentation)	Yeterli beslenmeyi, sıvı alımını, uykuyu ve rahatlığı sağlamak Bağımsızlığı ve itibarı en üst düzeye çıkarmak Demans, deliryum ve depresyonu tanımlamak, tedavi etmek ve yönetmek

Kaynak: (Mate vd., 2018; Institute for Healthcare Improvement, 2020; Emery-Tiburcio vd., 2021).

Yaşlı nüfusun artması, yaşlılarda kırılabilirlik ve morbidite prevalansının yüksek olması, sağlık hizmeti ihtiyacının ve kullanımının fazla olması nedeniyle yaşlı nüfusun ihtiyaçlarına cevap verebilmek için hastaneler de dahil olmak üzere sağlık sisteminin hazırlıklı olması gerekmektedir (Rashmi vd., 2016). Yaşlı dostu sağlık sistemleri, kişi merkezli bakıma odaklanmakta ve yaşlı yetişkinler için neyin önemli olduğunu anlamaya ve buna göre hareket etmeye çalışmaktadır. Temel noktası, yaşlı yetişkinlerin kişiselleştirilmiş sağlık tercihleri ve hedeflerinin farkındalığıdır (Mate vd., 2021). Yukarıda ifade edilen 4M modeli ile yaşlı bireyler için neyin önemli olduğuna, yaşlı yetişkinlerin sağlık sonucu hedeflerine ve bakım tercihlerine öncelik verilebilir. 4M modeli, yaşlı dostu sağlık hizmetlerine yönelik olarak; yaşlı dostu ilaçlar kullanmak veya doz ayarlamak, fiziksel ve zihinsel kabiliyeti engelleyebilecek yüksek riskli ilaçlardan kaçınmak veya bunları reddetmek, bunama, depresyon ve deliryumu önlemek, tanımlamak, tedaviye ve yönetilmesine odaklanmak, yaşlı yetişkinlere fonksiyonel becerilerini sürdürmek ve önemli şeyleri yapabilmeleri için her gün güvenli bir şekilde hareket etmeleri konusunda yardımcı olmak veya onları teşvik etmek için uygun yaklaşım sağlamaktır (Mate, 2018).

Yaşlı insanlarda karmaşık ve kronik sağlık sorunları yaygındır; bu nedenle, yaşlı bakımı için eğitimli profesyonel sayısının artmasına, çok yaklaşımlı bir tedavi yönteminin izlenmesine ve yaşlıların tedavi ve bakımı için kapsamlı bir ekip oluşturulmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, yaşlı bakımında motivasyon, manevi destek ve yaşlılara uygun ortamlar gereklidir (Karki vd., 2015). Yaşlı dostu sağlık hizmetlerinin, değişen sağlık riskleri ve koşullarıyla karşı karşıya kalan yaşlı bireylerin ihtiyaçlarına cevap verebilen nitelikte olması beklenmektedir. Hizmetler, yaşlı insanların ihtiyaçlarını daha iyi karşılayacak şekilde yeniden yapılandırıldığında, sistemler bu iyileştirmelerin sunulmaya devam etmesini sağlamalıdır. Yaşlı insanlar için önemli olan müdahaleleri sağlayan sistemler yaratmanın yanı sıra, birinci basamak sağlık hizmetleri yaşlıların yaşadıkları yere yakın olmalı ve hassas gruplara ve yetersiz hizmet alan bölgelere hizmetlerde öncelik verilmelidir. Bu özellikle yaşlı insanlar için önemlidir. Tüm hizmet ortamlarında, sağlık merkezleri ve hastanelerin fiziki altyapısı yaşlı dostu olarak tasarlanabilir (DSÖ, 2015). Sağlık sistemleri, hastaneye yatışla ilişkili riskleri en aza indirmek ve yaşlı yetişkinler ve aileleri için sonuçları iyileştirmek için Yaşlı Dostu Sağlık Sisteminin 4M'lerini uygulayabilir (Tiburcio vd., 2021).

Yaşlı Dostu Hastane

Hastaneler yaşlı bireyler için uygunsuz çevresel tasarım, yaş ayrımcı tutumlar, bilgi eksikliği ve olumsuz klinik süreçler gibi faktörler nedeniyle sorun olabilmektedir (Ryan vd., 2022). Yaşlıların hastanedeyken aldıkları bakım ve hastane deneyimi, sağlıklarını ve esenliklerini etkileyebilmektedir (Seniors Care Network, 2021). Yaş dostu ortamlar, sağlıklı ve aktif yaşlanmayı teşvik etmektedir. Bunun yanı sıra yaşlıların kendileri için doğru olan bir yerde güvenle yaşlanmalarını, yoksulluktan kurtulmalarını, kişisel olarak gelişmeye devam etmelerini, özerkliği, sağlığı ve saygınlığı korurken topluluklarına katkıda bulunmalarını sağlamaktadır (DSÖ, 2022b). Yaşlı dostu hastane; ortamın, kurum kültürünün ve bakım verme yollarının yaşlıların fiziksel ve bilişsel ihtiyaçlarını karşılamayı ve bunlara yanıt vermeyi, sağlığı iyileştirmeyi (örn. beslenme ve fonksiyonel aktivite), güvenliği maksimuma çıkarmayı (örn. hastanede düşme) ve hastaların bakımlarıyla ilgilenen kişileri de dâhil etmeyi gerektirmektedir. Yaşlı dostu hastanenin amacı, yaşlıların hastanede kaldıkları süre boyunca evlerine dönebilmeleri veya ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılayan bir sonraki bakım düzeyine geçebilmeleri için optimal sağlıklarını korumalarını sağlamaktır (Seniors Care Network, 2021). Yaşlı dostu hastanelerde yaşlılara yönelik olarak; hastaneye kolay erişim, ziyaretler için uygun zamanlama, sağlık hizmetleri ve tıbbi bakım, eğitim personeli, uygun fiziksel ortam, tuvaletler, tabelalar, yatan hasta hizmetleri, kabul ve faturalama gibi çeşitli hizmetler sunulmaktadır (DSÖ, 2008; DSÖ, 2012). Yaşlı dostu bir hastanenin fiziksel özellikleri; yaşlı

yetişkinlerin güvenlik, fiziksel, sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını içeren çevresel tasarımın özellikleri olarak tanımlanmaktadır (Ahmadi vd., 2015; Huang vd., 2011, Tanye ve Pelsler, 2020).

“Yaşlı Dostu Hastaneler nüfusun büyük bir bölümünü oluşturan yaşlı bireylerin yaşlı bakım hizmetlerini en uygun şekilde karşılayan, yaşlıların ve ailelerinin gerekliliği ile uyumlu fiziksel çevre ve hizmet süreçlerini sağlamayı amaçlayan sağlık kuruluşları” olarak ifade edilmektedir. Yaşlı dostu hastanelerin başlıca amaçları:

- Yaşlı hastaların hastane dışında bağımsız yaşamalarını sağlamak,
- Hastanede aldıkları tedavi sürecinden sonra da yaşlı bireylerin yaşam kalitesini artırıcı çalışmalara katkıda bulunmak,
- Yaşlılarda hastane içi gerçekleşebilecek her türlü komplikasyonu önlemek,
- Hastaneleri yaşlılar için güvenli ve aile sıcaklığını yansıtan bir ortam haline getirmek,
- Yaşlı hastaları gereksiz tedavilerden korumak, hastanede kalış sürelerini azaltmak ve memnuniyetlerini artırmak,
- Hastanenin tüm bölümlerinde her çalışana yaşlı dostu kavramını benimsetmek ve bununla ilgili eğitimler vererek bilinçlendirmektir (TÜSEB, 2021).
- Bunun yanı sıra amaçların;
- Yaşlı dostu bakımı kurumsal bir öncelik haline getirmek için hastane liderliğine ve desteğine sahip olmak,
- Bağımsızlıklarının korunması ve yaşlı bakımı için en iyi uygulamalara dayalı bakım sağlamak,
- Bakım ve hizmeti, yaş ayrımcılığı içermeyen ve hastaların ve onlara bakanların benzersiz ihtiyaçlarına saygı duyan bir şekilde sunmak,
- Yaşlı bakımı ve araştırmalarında benzersiz etik durumları ortaya çıktıkça ele almak,
- Hastanenin fiziksel ortamını sağlamak, zayıf hastaların savunmasızlıklarını en aza indirmek (Seniors Care Network, 2021) olduğu ifade edilmektedir.

Yaşlı dostu hastanelerin yaşlı dostu politikalar oluşturarak bu politikalar çerçevesinde hizmet sunması beklenmektedir (Gemlik vd., 2019). Türkiye’de Isparta Yalvaç Devlet Hastanesi, Isparta Şehir Hastanesi, Burdur Bucak Devlet Hastanesi, Burdur Gölhisar Devlet Hastanesi, Burdur Devlet Hastanesi, Burdur Yeşilova Devlet Hastanesi ve Burdur Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi yaşlı dostu hastanedir. Mevcut haliyle Burdur İli, tüm ikinci basamak sağlık tesisleri Yaşlı Dostu Hastane konseptine sahiptir (T.C. Burdur Valiliği, 2022). Yaşlı dostu hastanelerde takip edilen yaşlı dostu hastane politikası aşağıdaki gibidir (Isparta İl Sağlık Müdürlüğü, 2022; T.C. Sağlık Bakanlığı Isparta Şehir Hastanesi, 2022):

- 65 yaş ve üzeri hastalara saygılı, onların ihtiyaçlarına yanıt verecek tarzda düzenlenmiş, zamanında ve kolay ulaşılabilir, ileri yaşa öncelik tanıyan hizmet sunumu,
- Yaşlılara yönelik birincil sağlık hizmetleri hakkındaki farkındalığı artırma,
- Fiziksel Egzersiz ve Aktif Yaşam Okulu’nda düzenli olarak sağlıklı yaşlanma ile ilgili eğitim ve uygulama hizmeti verme,
- Hastaneye başvuran tüm hastaların yanı sıra 65 yaş ve üzeri bireylerin memnuniyetini artırmayı önemseme,
- Yatağa bağımlı ve refakatçisi olmayan hastalarda destek personeli sağlama,
- Hasta bakımında yer alan tüm personelin 65 yaş ve üzeri hastaların fiziksel ve duygusal ihtiyaçlarına yönelik bilgi ve becerilerini sürekli geliştirme,
- Bakım alanlarında nitelikli personel çalıştırmayı ve personelin eğitimini teşvik ederek, yüksek farkındalık oluşturmayı, sürekli eğitim modeliyle tüm personeli 65 yaş ve üzeri bireylere yaklaşım konusunda duyarlı kılma,

- Güncel tıbbi teknolojik gelişmeleri zamanında eksiksiz uygulamayı, teknolojik desteği tüm alanlara ulaştırmayı ve sosyal sorumluluklarının bilincinde topluma en üst düzeyde katkı verme,
- 65 yaş ve üzeri bireylerin özerkliğine saygı yaklaşımı ile kendilerine uygulanacak tüm tedavi ve girişimler konusunda bilgilendirilmesi ve rızalarının alınması,
- 65 yaş ve üzeri bireylerin istismar ve ihmalinin önlenmesi ve çalışanlar tarafından fark edilerek ilgili makamlara duyurulması konusunda sağlık personelinin eğitime,
- Yaş ayrımcılığı yapmama,
- Hastane fiziksel alt yapısını ileri yaşa yönelik olarak düzenleme,
- Hizmet verilen tüm alanlarda temiz ve güvenilir ortam sağlama,
- Dost yönetim tarzı, dost sağlık personeli ve dost fiziksel yapıya sahip hastane oluşturmaktır.

Aynı zamanda yaşlı dostu hastanelerde “Yaşlı Sağlığı Modülleri-Eğitmciler İçin Eğitim Rehberi, Yaşlı Sağlığı Tanı Tedavi Rehberi ve Çok Yönlü Yaşlı İzlem Kılavuzu” gibi yaşlı sağlığı rehberlerinden faydalanılmaktadır. Yaşlı dostu hastanelerin birçok uygulanabilir standardı bulunmaktadır. Bu standartlar aşağıdaki şekildedir (Kim vd., 2014):

- Sağlık kuruluşunun yaşlı dostu hastaneler için kalite iyileştirme planları vardır.
- Sağlık kuruluşu, kalite iyileştirme ve hasta güvenliği faaliyetleri için ihtiyaç duyulan kaynakları destekler.
- Sağlık kuruluşu, kalite, güvenlik ve hasta memnuniyeti ölçümlerine cinsiyeti ve yaşı da dâhil eder. Bu veriler değerlendirme için personele sunulur.
- Sağlık kuruluşu, yaşlı hastaların memnuniyetini yönetir.
- Bildirilen hasta memnuniyeti sonuçları raporlanarak personele sunulur.
- Sağlık kuruluşu, sağlığın teşviki ve hastalıkların önlenmesi için hastanın ihtiyaçlarının erken ilk değerlendirmesini yapar.
- Değerlendirme, hastaların kayıtlarında belgelenir.
- Sağlık kuruluşuyla ortak çalışan sağlık ve sosyal bakım sağlayıcılarının listesi mevcuttur.
- Bakımın sürekliliğini sağlamak ve iyileştirmek için ortaklarla işbirliğine yönelik yazılı bir plan mevcuttur.
- İlgili tüm hasta bilgileri için kuruluşlar arasında bilgi alışverişini sağlayacak bir prosedür vardır.
- Hastalara ve ailelerine ayakta hasta konsültasyonu, sevki veya taburcu edilmesine yönelik anlaşılır talimatlar verilir.
- Ev sahibi kuruluşa, hastanın durumunun ve sağlık ihtiyaçlarının ve sevk eden kuruluş tarafından gerçekleştirilen müdahalelerin yazılı bir özeti zamanında verilir.
- Hekimler, hastaların durumundaki değişiklikleri dikkate alarak bakım planlamasını yeniden tasarlar.
- Gerçekleştirilen müdahale ve beklenen sonuçlar belgelenir ve kayıtlarda değerlendirilir.
- Hastaya ve bakıcıya verilen bilgiler hasta dosyasına işlenir.
- Teşhise yönelik işlemler yaşa bağlı değişiklikleri, toleransı ve yeteneği dikkate almalıdır.
- Sağlık kuruluşu, yaşlılara ve ailelerine yeterli bilgiyi sağlar, yaşlıları ve ailelerini tüm bakım süreçlerine dahil eder.
- Sağlık kuruluşunun, hastaların bakım planlamasını içeren süreçleri talep ve takip etme faaliyetleri bulunmaktadır.

- Sağlık kuruluşunun yaşlı dostu hastaneler için politika ve prosedürleri bulunmaktadır.
- Sağlık kuruluşu, yaşlı kişilerin sağlığına, değerlerine ve bakım süreçlerine katılımına önem veren ve bunları destekleyen yazılı, yaşlı dostu bir politika geliştirir.
- Sağlık kuruluşunun, yaşlı istismarı sorunlarına yönelik planları vardır.
- Sağlık kuruluşu personeli, yaşlılarla anlaşılır bir dille ve saygılı bir şekilde konuşur.
- Sağlık kuruluşunun halihazırdaki kalite ve iş planları, yaşlı dostu olmayı öncelikli konulardan biri olarak belirlemektedir.
- Sağlık kuruluşu, yaşlı dostu hizmet ve malzemeler için bir bütçe belirler.
- Yaşlılara bakım sağlayan tüm klinik personel, yaşlı bakımı konusunda temel eğitim alır.
- Tesisler, iyi aydınlatma, kaymayan zemin, sağlam mobilyalar ve temiz yürüme yollarına sahiptir.
- Tuvalet ve banyo ile yatakların başlarında acil durum alarm sistemi bulunur.
- Sağlık kuruluşu, temel yıkama tesislerine ve engelsiz tuvaletlere sahiptir.
- Koridorların her iki yanında korkuluk bulunmaktadır.
- Yatak yükseklikleri yaşlılar için uygundur.

Bunun yanı sıra yaşlı yetişkinler için hizmet sunumunu, eğitimi ve savunuculuğu desteklemek için liderlik sağlayan kuruluşlar yaşlı dostu hastane bakımı için beş çerçeve oluşturmuştur (Wong vd., 2014):

- Organizasyon Desteği; yaşlı dostu bakımı kurumsal öncelik haline getirmek için liderlik gerekmektedir. Bu liderlik sayesinde insan kaynaklarının, politikaların ve prosedürlerin, bakım verme süreçlerinin ve fiziksel alanların geliştirilmesi sağlanabilir.
- Bakım Süreçleri; bakımın sağlanması sürecinde yaşlanmanın fizyolojisi, patolojisi ve sosyal yönleri üzerinde durulması gerekmektedir. Bakımın sürekliliği sağlanmalıdır.
- Duygusal ve Davranışsal Ortam; Bakım hizmetleri yaş farkı gözetmeksizin hasta ve bakıcılarının ihtiyaçları göz önünde bulundurularak memnuniyeti ve kaliteyi artıracak şekilde sunulmalıdır.
- Klinik Bakım ve Araştırmada Etik; Bakıma yönelik tüm işlemler, bireylerin özerkliğini ve çıkarlarını koruyan hizmet ortamında yürütülmelidir.
- Fiziki çevre; Hastanenin yapıları, alanları, ekipmanı ve tesisleri, yaşlı bireylerin güvenliğini bağımsızlığını ve işlevselliği destekleyecek şekilde tasarlanmalıdır.

Huang ve arkadaşları (2011), hastane yakınında özel park alanı ve ayrı giriş bulunmasıyla otobüs/metro istasyonlarına yakınlığın yaşlı dostu hastanenin önemli unsurları olduğundan bahsetmiştir. Ahmadi ve arkadaşları (2015), hastanelerin toplu taşıma ile erişilebilirliğinin yaşlı bakımında önemli bir konu olduğunu ifade etmektedir. Kolay erişim, yaşlıların fazla sorun yaşamadan sık sık hastaneyi ziyaret etmelerini sağlamaktadır. Yaşlı dostu hastanelere yönelik olarak benimsenen ortak ilkeler arasında; kurumsal yaşlı ayrımcılığını ele alan üst düzey örgütsel liderlik, yaşlı hastaların bakım ve bakım sunumu konusundaki tercihlerine saygı duyan bir sistem, geriatrik bilgi ve becerilerle donatılmış personel, deliryum ve düşme gibi hastaneye ilişkili komplikasyonları azaltmak için kanıta dayalı uygulamalar, işlevi desteklemek için iyi tasarlanmış bir fiziksel ortam ve bakım ortamları arasında yumuşak geçişleri desteklemek için geliştirilmiş bağlantılar yer almaktadır (Mudge vd., 2021). Yaşlı dostu bakım konusunda hastaneler için öneriler Tablo 2'de belirtilmiştir (Wong vd., 2011; Wong vd., 2014).

Tablo 2. Hastaneler Tarafından Bildirilen Gelecek Vaat Eden Yaşlı Dostu Hastane Uygulamaları ve İlişkili Öneriler

Yaşlı Dostu Hastane Alanı	Hastaneler Tarafından Bildirilen ve Yaşlılar İçin Umut Vadeden Uygulamalar Olarak Belirlenen Spesifik Faaliyetler	Gelecek Vaat Eden Yaşlı Dostu Hastane Bakımını Desteklemek İçin Öneriler
Kurumsal Destek	Hastane liderliği, yaşlı dostu hastane bakımını desteklemek. Personeller için yaşlı yetişkin duyarlılık eğitimi, klinisyenler için klinik geriatri becerileri geliştirme ve paydaşların eğitimi ve güçlendirilmesine yönelik insan kaynaklarını geliştirmek. Paydaşları (yaşlı yetişkinleri ve toplum sağlığı ortakları) stratejik planlama ve geliştirme süreçlerine dahil etmek.	Yaşlı dostu hastane için yönetim kurulu ve stratejik plan oluşturmak. Kuruluştaki kıdemli bir yöneticiyi veya tıbbi lideri uygun girişimlere liderlik etmesi ve sorumluluk alması için görevlendirmek. Kuruluştaki uygulama ve politika değişikliğini desteklemeleri için paydaşları eğitmek ve yetkilendirmek. Klinik becerilerin geliştirilmesiyle insan kaynaklarının eğitimini ve gelişimini sağlayarak yaşlı yetişkinlere odaklanmak.
Bakım Süreçleri	Zihinsel yeteneklerde meydana gelen sorunları ve fonksiyonel gerilemeyi önlemek. Ekip çalışması ve birimler arası işbirliğine imkan veren bakım modelleri oluşturmak. * Yaşlılar için Akut Bakım birimleri, * Acil serviste geriatrik değerlendirme ekipleri, * Hastane içinde ve toplum içinde danışmanlık hizmeti veren özel geriatri hizmetleri gibi Bakım sürecini kolaylaştırmak. * Erken taburcu planlaması, * Toplum hizmetleriyle ortaklıklar, * Sosyal yardım programları gibi	Yaşlı yetişkinlerin fiziksel, bilişsel ve psikososyal işlevlerini optimize etmek için birimler arasında işbirliği sağlamak. Bu, yüksek risk taramasını, önleme tedbirlerini, yönetim stratejilerini, izleme ve değerlendirme süreçlerini içermelidir. Toplum ve çeşitli kuruluşlar arası işbirliğini sağlamak ve ortaklıklar geliştirmek.
Duygusal ve Davranışsal Ortam	Yaşlıların ailelerini de bakım planına dahil edecek mekanizmalar oluşturmak. Yaşlı yetişkinlerin ve diğer kırılgan grupların ihtiyaçlarına odaklanan kalite geliştirme stratejileri uygulamak. * Günlük menü seçimleri ve memnuniyet anketleri için yardım sağlayan gönüllüler, * Büyük puntolarla hazırlanmış yazılı materyaller, * Acil serviste her saat sıcak çorba gibi	Hastanede sunulan hizmet süresince tüm personele yaşlı yetişkinler için duyarlılık eğitimi sağlamak. Hasta merkezli sunulan hizmetlere yaşlı yetişkinlere dost bir bakış açısı getirmek.
Klinik Bakım ve Araştırmada Etik	Personel, bireyler ve aileler etik danışma hizmeti sağlamak. Hastane personeline etik durumlar ve bunların sonuçları konusunda eğitim vermek. * Vaka çalışması sunumları, * Hizmet içi eğitim gibi	Karmaşık etik durumlarda personelin, bireylerin ve ailelerin başvurabileceği klinik etik uzmanı veya etik danışma hizmeti erişimi sağlamak. Yaşlı yetişkinlerin özerkliklerinin korunması için politikalar geliştirmek.
Fiziki çevre	Fiziksel alanlar ve çevredeki öncelikli iyileştirmeleri belirlemek için fiziksel ortamın denetimini sağlamak. Yaşlı yetişkinleri ve klinik personeli fiziksel çevre planlama ve satın alma kararlarına dahil etmek.	Fiziksel çevre planlaması, tedarik zinciri ve satın alma faaliyetleri ve bakım için bilgi sağlamak amacıyla yönetmelik ve yönergeler dışında yaşlı yetişkinlere uygun fiziksel tasarım için kaynakları kullanmak. Fiziksel çevre denetimini sürekli hale getirmek ve yaşlı yetişkinlere uygun tasarımı sağlamak için eğitilmiş personelle işbirliği sağlamak.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sağlık hizmetlerinde talep artışı ve yaşlılarda kronik hastalıkların yaygınlığı, sağlık sistemleri için yüksek maliyetlere neden olmaktadır. Ayrıca yaşlıların sağlık hizmetlerini daha fazla kullandığı ifade edilmektedir. Bu nedenle, sağlık politikalarının yaşlılara koruyucu ve tanıtıcı sağlık hizmetlerinin sağlanması için gerekli tesislere ve altyapılara odaklanması, sağlık hizmeti sunulan ortamların yaşlı bireylerin ihtiyaçlarına göre uyarlanması gerekmektedir (Ahmadi vd., 2015; Chiou ve Chen, 2009). Sağlık bakımında yaşlı yetişkinlerin ihtiyaç ve tercihlerine odaklanmak, ilaç kullanımında yaşlılara yönelik fayda sağlayacak en etkili yolu seçmek, yaşlı yetişkinlerde fiziksel kabiliyeti destekleyecek ve hareketliliği sağlayacak mimari yapılanmaları sağlamak ve bu konuda eğitilmiş ve deneyimli personel istihdam etmek ve yaşlı bireylerin mental sağlığını olumlu yönde etkileyecek faaliyetler gerçekleştirmek yaşlı dostu hastanelerin sağlanması gereken kritik standartlar arasında yer almaktadır. Yaşlı bireylerin en çok hizmet aldıkları alanlar arasında yer alan hastanelerde güvenli ve başkalarının yardımına gereksinim duymadan sağlık hizmeti alabilmeleri önem arz etmektedir (Kılıç ve Uslukılıç, 2020).

Hastanede yatan yaşlı yetişkinler, özellikle kırılabilirliği olanlar, daha uzun süre kalış sürelerine sahiptir (Karki vd., 2015). Yaşlı bireyler, kırılabilirlik ve sakatlık nedeniyle hastaneye ilişkili komplikasyonlara ve kötü sonuçlara karşı savunmasız olabilmektedir (Mudge vd., 2021). Yaşlı hastalar düşme, advers ilaç olayları, düşme yaralanmaları, postoperatif komplikasyonlar ve malnütrisyon dahil olmak üzere hastaneden edinilen komplikasyonlar açısından daha yüksek risk altındadır (Wong vd., 2014; Ryan vd., 2022). Hastane ortamının yaşlı hastaların fonksiyonel becerilerini ve yaşam kalitelerini etkileyebileceği de belirtilmektedir (Kılıç ve Uslukılıç, 2020). Yaşlı hastalar hastanede kaldıkları uzun süre boyunca fiziksel rahatsızlık, hareket güçlüğü ve uygun olmayan bir ortamdan kaynaklanan kaygı ile de karşı karşıya kalabilmektedir (Karki vd., 2015). Bahsekonu riskler; hastanenin uygulamaları, hizmetleri ve fiziksel ortamı, yaşlı bireylerin karmaşık, çok boyutlu ihtiyaçlarını yeterince dikkate almadığında daha da artmaktadır (Wong vd., 2014). Yaşlı dostu hastaneler; yaşlılarda fonksiyon kaybını azaltma, ani düşüşü önleme, yatış sırasında işlevselliği destekleme, taburculuk sonrası verilen hizmetler gibi faydaları açısından yaşlı bireyler için büyük önem taşımaktadır (Kim vd., 2014). Yaşlılarda her geçen gün artan hastalık sayısı, yaşlı dostu hastanelerin kurulması gerekliliğini artırmaktadır (Karki vd., 2015).

Türkiye’de 2021 yılında 65 yaş üzeri nüfus 8.245.124’tür. Yaşlı bağımlılık oranı ise 14,3’tür (TÜİK, 2021). 65 yaş ve üzeri kişilerin kronik rahatsızlıklara sahip olma olasılıkları daha yüksektir. Bu doğrultuda daha fazla sağlık hizmetine ve bakıma ihtiyaçları bulunabilmektedir. Artan yaşlı nüfus göz önüne alındığında Türk sağlık sisteminin geriatrik bakım için artan bir taleple karşılaşacağı düşünülmektedir. Türk sağlık sisteminin geleceğin yaşlı nüfusunun artan taleplerine hazırlıklı olması beklenmektedir.

Günümüzde hastaneler artan yaşlı hastaların tıbbi ihtiyaçlarını karşılamak için yenilikçi çözümler üretmeye çalışmaktadır. Bu kapsamda yaşlı dostu hastane kavramının, hastanede yatan yaşlı yetişkinlerin bakım ihtiyaçlarının yüksek kalitede karşılanması açısından umut verici olduğu düşünülmektedir. Yaşlanan nüfusla birlikte yaşlı dostu ortamların geliştirilmesi sağlıklı yaşlanma konusuna da katkı sağlamaktadır. DSÖ’nün “Yaşlanma ve sağlık üzerine küresel strateji ve eylem planı”nda yaşlı dostu ortamların başarılı yaşlanma üzerindeki etkisine dikkat çekilmektedir.

Yukarıda bahsedilen 4M’lerin sağlık çalışanları tarafından farkındalığı ve uygulanması, yaşlı yetişkinler için adil, kişi merkezli, yüksek kaliteli sağlık hizmetlerinin genişletilmesi için oldukça önemlidir. 4M çerçevesine dayalı kişiselleştirilmiş yaşlı dostu bakım sağlık hizmetlerine entegre edildiğinde klinik sonuçlar iyileşmektedir (Lesser vd., 2021). Bu nedenle, üst yöneticilerin 4M modeline dayalı yaşlı bakım ortamına yönelik stratejiler geliştirmesi, bu stratejileri kurum kültürü haline getirmek için çalışanların motive edilmesine yönelik çalışmalar gerçekleştirmeleri önerilmektedir. Bunun yanı sıra yaşlı dostu bakımı, sadece tedavi edici hizmetler düzeyinde değil koruyucu sağlık hizmetleri açısından da ele almak, birinci basamak sağlık kuruluşlarının yaşlı dostu muayene ve bakımın sağlanabileceği merkezler haline getirilmesi önemlidir.

Her yaşlı yetişkinin ihtiyaç duyduğu sağlık hizmeti miktarı ve niteliği birbirinden farklıdır. Çünkü, her yaşlı yetişkinin sağlık durumu birbirinden farklıdır. Bu çeşitlilik, birbirinden farklı çok sayıda karmaşık sağlık hizmeti süreçlerini gerektirmektedir. Bu yüzden yaşlı dostu sağlık bakımı için gelecekte ihtiyaç duyulacak insan kaynağının teminine yönelik eğitim politikalarının geliştirilmesi, bu alana yönelik önlisans, lisans ve lisansüstü düzeyde eğitim verilen programların oluşturulması ya da mevcut programların müfredatına konuyla ilgili derslerin eklenmesi önerilmektedir. Hastane yöneticileri kanıtla dayalı yaşlı dostu bakım uygulamalarını ve ortamlarını desteklemeli ve etkinliğini izlemelidir (Mudge vd., 2021). Bu kapsamda hastane üst yönetiminin

geriatri hizmetlerinin değerinin bilincinde olması ve konuyla ilgili çalışanların bilinçlendirilmesi konusunda çalışmalar gerçekleştirilmesi önerilebilir. Yaşlıların kronik hastalıklarının yaygınlığı ve hastanelere ve sağlık merkezlerine artan ziyaretleri sağlık sistemlerinde yüksek maliyetlere neden olabilmektedir. Sağlık politika yapımcılarının yaşlılara yönelik kaliteli sağlık hizmetlerinin sunulması için gerekli tesis ve altyapı konularına odaklanması önerilebilir. Gelecekte yapılacak ampirik araştırmalara yönelik olarak yaşlı hastalar için önemli olan bakım ve koşullara odaklanması, yaşlı bireylerin ihtiyaçlarının karşılanmasına ilişkin multidisipliner çalışmaların yürütülmesi önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Ahmadi, A., Seyedin, H. ve Fadaye-Vatan, R. (2015). "Towards age-friendly hospitals in developing countries: a case study in iran", *Health promotion perspectives*, 5 (1): 42–51.
- Allen, K. ve Ouslander, J. G. (2017). "Age-Friendly Health Systems: Their Time Has Come", *Journal of the American Geriatrics Society*, 66 (1): 19–21.
- Cacchione, P. Z. (2020). "Age-Friendly Health Systems: The 4Ms Framework", *Clinical Nursing Research*, 29 (3): 139–140.
- Chiou, S. T. ve Chen, L. K. (2009). "Towards age-friendly hospitals and health services", *Archives of gerontology and geriatrics*, 49 (2): 3-6.
- DSÖ. (2002). Active aging: A policy Framework. https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/67215/WHO_NMH_NPH_02.8.pdf;jsessionid=8710253390B860DDB9DC4B1A6FE04F50?sequence=1, [Erişim Tarihi: 14.01.2023].
- DSÖ. (2004). Towards age-friendly primary health care. World Health Organization. <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/43030?sequence=1>, [Erişim Tarihi: 14.01.2023].
- DSÖ. (2007). Global age-friendly cities: A guide. <https://www.who.int/publications/i/item/9789241547307>, [Erişim Tarihi: 14.01.2023].
- DSÖ. (2008). Age-friendly primary health care centres toolkit. http://www.who.int/cardiovascular_diseases/guidelines/sion/en, [Erişim Tarihi: 14.01.2023].
- DSÖ. (2012). Good health adds life to years, global brief for world health day. WHO Report No: WHO/DCO/WHO. World Health Organization. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/70853>, [Erişim Tarihi: 14.01.2023].
- DSÖ. (2015). World report on Ageing and Health. <https://www.who.int/publications/i/item/9789241565042>, [Erişim Tarihi: 21.11.2022].
- DSÖ. (2017). Global strategy and action plan on ageing and health. Switzerland. <https://www.who.int/publications/i/item/9789241513500>, [Erişim Tarihi: 22.11.2022].
- DSÖ. (2022a). Ageing and health. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ageing-and-health>, [Erişim Tarihi: 31.10.2022].
- DSÖ. (2022b). Age friendly world. <https://extranet.who.int/agefriendlyworld/about-us/>, [Erişim Tarihi: 09.01.2023].
- Emery-Tiburcio, E. E., Mack, L., Zonsius, M. C., Carbonell, E. ve Newman, M. (2021). "The 4Ms of an age-friendly health system", *AJN, American Journal of Nursing*, 121 (11): 44-49.
- Fulmer, T. ve Berman, A. (2016). "Age-friendly Health Systems: How Do We Get There?", <http://healthaffairs.org/blog/2016/11/03/age-friendly-health-systems-how-do-we-get-there/>, [Erişim Tarihi: 21.11.2022].
- Gemlik, H., Saruhan, E. ve Arslanoğlu, A. (2019). "Yaşlı hastaların yaşlı dostu hastanelerden beklentileri üzerine İçerenköy Bayındır Hastanesi'nde nitel bir araştırma", *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 3 (5): 144-156.

- Golant, S. M. (2014). Age-friendly communities, desLibris.
- Hsiao, F. Y. S. (2011). "Improving care for older people: Where can we start?", *Journal of Clinical Gerontology and Geriatrics*, 2 (2): 33-34.
- Huang, A. R., Larente, N. ve Morais, J. A. (2011). "Moving towards the age-friendly hospital: a paradigm shift for the hospital-based care of the elderly", *Canadian geriatrics journal: CGJ*, 14 (4): 100-103.
- Institute for Healthcare Improvement. (2020). Age-friendly health systems: Guide to using the 4Ms in the care of older adults, Boston. https://www.ihl.org/Engage/Initiatives/Age-Friendly-Health-Systems/Documents/IHIAgeFriendlyHealthSystems_GuidetoUsing4MsCare.pdf, [Erişim Tarihi: 09.01.2023].
- Isparta İl Sağlık Müdürlüğü. (2022). Yaşlı Dostu Hastane Politikası. <https://yalvacdh.saglik.gov.tr/TR-820528/yasli-dostu-hastane-politikasi.html>, [Erişim Tarihi: 09.01.2023].
- Karki, S., Bhatta, D. N. ve Aryal, U. R. (2015). "Older people's perspectives on an elderly-friendly hospital environment: an exploratory study", *Risk Management and Healthcare Policy*, 81-89.
- Kılıç, M. ve Ulsukılıç, G. (2020). "Yaşlıların Hastane Fiziksel Ortamına Bağlı Yaşadığı Sorunlar ve Etkileyen Faktörler", *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 5 (2): 270-82.
- Kim, D., Lee, J. H. ve Ha, M. (2014). "Exploring perceptions of designers and medical staff in South Korea about design elements for the elder-friendly hospital", *Journal of Interior Design*, 39 (4): 15-32.
- Kocakoç, N. ve Şahin, S. (2021). Yaşlı dostu sağlık kurumları. Ş. Reyhan Uçku, Hatice Şimşek Keskin (Ed.), *Yaşlı Sağlığı ve Sorunları içinde* (ss 55-61), Ankara, Türkiye Klinikleri.
- Lesser, S., Zakharkin, S., Louie, C., Escobedo, M. R., Whyte, J. ve Fulmer, T. (2022). "Clinician knowledge and behaviors related to the 4Ms framework of Age-Friendly Health Systems", *Journal of the American Geriatrics Society*, 70 (3): 789-800.
- Lundy, J., Hayden, D., Pyland, S., Berg-Weger, M., Malmstrom, T. K. ve Morley, J. E. (2020). "An Age-Friendly Health System", *Journal of the American Geriatrics Society*, 69 (3): 806-812.
- Mate, K. S., Berman, A., Laderman, M., Kabcenell, A. ve Fulmer, T. (2018). "Creating Age-Friendly Health Systems - A vision for better care of older adults", *Healthcare (Amsterdam, Netherlands)*, 6 (1): 4-6.
- Mate, K., Fulmer, T., Pelton, L., Berman, A., Bonner, A., Huang, W. ve Zhang, J. (2021). "Evidence for the 4Ms: interactions and outcomes across the care continuum", *Journal of Aging and Health*, 33 (7-8): 469-481.
- Menec, V. H., Means, R., Keating, N., Parkhurst, G., ve Eales, J. (2011). "Conceptualizing Age-Friendly Communities", *Canadian Journal on Aging / La Revue Canadienne Du Vieillissement*, 30 (03): 479-493.
- Mudge, A. M., Young, A., McRae, P., Graham, F., Whiting, E. ve Hubbard, R. E. (2021). "Qualitative analysis of challenges and enablers to providing age friendly hospital care in an Australian health system", *BMC geriatrics*, 21 (1): 1-13.
- Parke, B. ve Stevenson, L. (1999). "Creating an elder-friendly hospital", In *Healthcare Management Forum* 12 (3): 45-48.
- Rashmi, M. R., Kasthuri, A. ve Rodrigues, R. J. (2016). "Senior friendly hospitals: Development and application of criteria: A descriptive study", *Indian journal of community medicine: official publication of indian association of preventive ve social medicine*, 41 (4): 256-262.
- Ryan, D., Zeh, W., Tsang, A., Schwartz, R., Wong, K., Straus, S. ve Liu, B. (2022). "Turning evidence into action using a senior friendly hospital framework and a collaborative network", In *Healthcare Management Forum*, 35 (6): 363-369.
- Seniors Care Network. (2021). Senior Friendly Care. <https://seniorscarenetwork.ca/programs-initiatives/programs/senior-friendlycare/>, [Erişim Tarihi: 09.01.2023].

- T.C. Burdur Valiliği. (2022). Burdur’da Sağlıkta Bir İlk “Tüm Hastanelerde Yaşlı Dostu Hastane Konsepti İle Sağlık Hizmeti”. <http://www.burdur.gov.tr/burdurda-saglikta-bir-ilk-tum-hastanelerde-yasli-dostu-hastane-konsepti-ile-saglik-hizmeti>, [Erişim Tarihi: 09.01.2023].
- T.C. Sağlık Bakanlığı Isparta Şehir Hastanesi. (2022). Yaşlı Dostu Hastane. <https://ispartasehir.saglik.gov.tr/TR.653275/yasli-dostu-hastane.html>, [Erişim Tarihi: 09.01.2023].
- Tanye, P. L. ve Pelsler, A. (2020). “Towards an “age-friendly-hospital: Older persons’ perceptions of an age-friendly hospital environment in Nigeria”. Cogent Medicine, 7 (1): 1-15.
- TÜİK. (2021). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları. Yaş Grubuna Göre Nüfus ve Yaş Bağımlılık Oranı. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayal%C4%B1-N%C3%BCfus-Kay%C4%B1t-Sistemi-Sonu%C3%A7lar%C4%B1-2021-45500vedil=1>, [Erişim Tarihi: 27.01.2023].
- TÜİK. (2023). İstatistiklerle Yaşlılar. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Yaslilar-2021-45636>, [Erişim Tarihi: 17.01.2023].
- TÜSEB. (2021). Türkiye Yaşlı Sağlığı Raporu: Güncel Durum, Sorunlar ve Kısa-Orta Vadeli Çözümler, Mehmet Akif Karan, İlhan Satman (Ed), İstanbul, ISBN: 978-605-70938-3-7.
- United Nations. (1982). Vienna International Plan of Action. <https://www.un.org/development/desa/ageing/resources/vienna-international-plan-of-action.html>, [Erişim Tarihi: 13 Ocak 2023].
- United Nations. (2022). Second World Assembly on Ageing. <https://www.un.org/development/desa/ageing/madrid-plan-of-action-and-its-implementation/second-world-assembly-on-ageing-2002.html>, [Erişim Tarihi 13 Ocak 2023].
- Wang, Y., Gonzales, E. ve Morrow-Howell, N. (2017). “Applying WHO’s age-friendly communities framework to a national survey in China”, Journal of Gerontological Social Work, 60 (3): 215-231.
- Wong, K. S., Ryan, D. P. ve Liu, B. A. (2014). “A system-wide analysis using a senior-friendly hospital framework identifies current practices and opportunities for improvement in the care of hospitalized older adults”, Journal of the American Geriatrics Society, 62 (11): 2163-2170.
- Wong, K., Ryan, D. ve Liu B. (2011). “Senior friendly hospital care across Ontario: summary report and recommendations. Toronto (ON): Ontario Local Health Integration Network, Government of Ontario. https://www.rgptoronto.ca/wp-content/uploads/2018/03/SFH_Provincial_Summary_2011.pdf, [Erişim Tarihi: 09.01.2023].
- Yaman, H. ve Akdeniz, M. (2008). “Yaşlı Dostu Birinci Basamak Sağlık Hizmetleri Uygulamaları: DSÖ Yaşlı Dostu Birincil Bakım Merkezi Enstrümanı”, Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi, STED, 17, 11-13.

AKŞEHİR MESLEK YÜKSEKOKULU SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

YAZIM KURALLARI

1. Dergi, Akşehir Meslek Yüksekokulu'nun, bilimsel içerikli-hakemli ulusal yayınıdır ve yılda bir defa yayınlanır. Dergide Sosyal Bilimler alanında yapılmış daha çok Kamu Yönetimi, İktisat, İşletme, Ekonometri, Muhasebe ve Finans, Uluslararası İlişkiler ve Turizm konularında araştırmalara yer verilir. Araştırmalar orijinal makale veya derleme olabilir. Ancak derlemelerin daha önce bilimsel ortamlarda sunulmuş olması beklenmektedir.
2. Dergide yayınlanacak eserlerin daha önce hiçbir bilimsel dergide yayınlanmamış olması zorunludur.
3. Dergide makale yazım dili Türkçe veya İngilizcedir. Yazım ve noktalamasında TDK İmlâ Kılavuzunun en son baskısı esas alınır. Gönderilen yazılar dil ve anlatım açısından bilimsel ölçülere uygun, açık ve anlaşılır olmalıdır.
4. Makaleler, A4 boyutundaki (210 x 297 mm) kağıda; üst ve alt kenarlardan 3,5 cm., sağ ve sol kenarlardan 2,5 cm. boşluk bırakılarak ve iki yana yaslı olarak yazılmalı; kaynaklar dahil 15 sayfadan fazla olmamalıdır.
5. Dergiye gönderilecek makaleler Microsoft Word programında yazılmalıdır. Çalışmanın başlığı büyük harfle ve koyu olarak, çalışmanın ortasına gelecek şekilde "Times New Roman" yazı karakteriyle 14 punto olmalıdır.
6. Çalışmanın başlığının hemen altında bir satır boşluk bırakarak yazar veya yazarların adları, akademik unvanlarıyla birlikte yazılmalı ve çalıştığı kurum (üniversite, fakülte, bölüm) adları ise (*) işaretiyle dipnot şeklinde sayfanın alt kısmında elektronik posta adresi ile birlikte verilmelidir. Yapılan çalışma herhangi bir kurum tarafından destek görmüşse, makalenin ana başlığının son kelimesi üzerine (*) konularak destek veren kurumun adı aynı sayfada dipnot olarak verilmelidir.
7. Çalışmanın özeti yazar ve yazar adlarından sonra bir satır boşluk bırakılarak yazılmalıdır. Çalışmanın Türkçe özeti en fazla 300 en az 100 kelime olmalıdır. Özet "Times New Roman" karakterinde ve 9 punto olarak "italik" şekilde yazılmalıdır.
8. Çalışmada en az 3 ve en çok 7 kelimedenden oluşan Türkçe anahtar kelimeleri bulunmalıdır.
9. Çalışmanın İngilizce başlığı, özeti ve anahtar kelimeleri yukarıda belirtilen kıstaslar göz önünde bulundurularak Türkçe anahtar kelimelerden hemen sonra 1 satır boşluk bulundurularak yazılmalıdır.
10. Çalışmanın ana metni, Giriş bölümü başta olmak üzere İngilizce anahtar kelimelerden hemen sonra 1 satır boşluk bırakılarak yazılmaya başlanmalıdır. Çalışmada kullanılan başlıklarda numaralandırma yapılmamalıdır. Çalışma boyunca ana başlıklar "Times New Roman" karakterinde 14 punto, "ortalı" ve "koyu" olarak, ana başlık altındaki ara başlıklar ise 12 punto, "ortalı" ve "koyu" olarak, ara başlıkların altındaki başlıklar ise 10 punto, "soldan" ve "koyu" olarak, metin ise 9 punto ve "iki yana yaslı" olarak yazılmalıdır. Çalışmada kullanılan ana başlıklardan önce ve sonra bir satır boşluk bırakılmalı, diğer başlıklarda ise sadece başlık öncesi bir satır boşluk bırakılmalıdır.
11. Çalışma boyunca yazılacak metin sırasında kullanılacak paragraf ölçüleri ise metin iki yana yaslı olmalı, ilk satır 0,5 cm. olmalı, her bir paragraf sonrası 6nk aralık verilmeli ve tek satır aralığı kullanılmalıdır.
12. Çalışmada kullanılacak şekiller ise 1'den itibaren numaralandırılarak isimlendirilmeli ve şeklin altında yer almalıdır. Şeklin ismini hemen altında ise şeklin kaynakçası tam olarak belirtilmelidir. Şekillerde kullanılacak yazı karakteri 9 puntodur.
13. Çalışmada kullanılacak tablolar ise 1'den itibaren numaralandırılarak isimlendirilmeli ve tablonun üstünde yer almalıdır. Tablonun hemen altında ise tablonun kaynakçası tam olarak belirtilmelidir. Tablolarda kullanılacak yazı karakteri 9 puntodur.
14. Dergiye gönderilecek
 - Türkçe makaleler için;
 - Ana Başlık; Yazar(lar)ın Adı Soyadı; Yazar(lar)ın Kurumu (sorumlu yazar belirtilmeli ve e-posta adresi verilmeli); Özet; Anahtar Kelimeler; İngilizce Başlık; Abstract; Keywords; Giriş; Materyal ve Metot; Bulgular ve Tartışma (veya Bulgular); Sonuç (veya Tartışma ve Sonuç); Kaynaklar şeklinde düzenlenmelidir.
 - İngilizce makaleler için;
 - İngilizce ana başlık, Yazar(lar)ın Adı Soyadı; Yazar(lar)ın Kurumu (sorumlu yazar-corresponding author-belirtilmeli ve e-mail adresi verilmeli); Abstract; Keywords; Türkçe Başlık; Özet; Anahtar Kelimeler; Introduction; Material and Methods; Results (or Results and Discussion); Discussion and Conclusion (or Conclusion); References şeklinde düzenlenmelidir.
15. Yararlanılan kaynaklar metin içerisinde Yazar soyadı, yıl ve sayfa numarası sistemine göre belirtilmeli ve yazar isimleri baş harfi büyük diğer harfler küçük olarak yazılmalıdır. İki yazarlı kaynak bildiriminde ve (makale İngilizce hazırlanmışsa and); üç veya daha fazla kaynak bildiriminde vd., (makale İngilizce hazırlanmışsa et al.,) kısaltması kullanılmalıdır. Metin içerisinde kullanılan kaynaklar, metin sonunda (kaynaklar kısmında) numara kullanılmadan alfabetik sıraya göre verilmelidir.
 - Tek yazar olması durumunda; (Karasioğlu, 2007 ; 35-37)

- İki yazar olması durumunda; (Karasioğlu ve Göktürk, 2009; 65)
- İkiyden fazla yazar olması durumunda; (Karasioğlu vd., 2006;156)
- Birden fazla yazar ard arda verilmesi durumunda; (Karasioğlu, 2005; Karasioğlu ve Göktürk, 2006; Aydın vd., 2007)

16. Aynı yazara ait aynı yıl yayınlanmış eserlerin metin içerisinde gösterimi (Karasioğlu, 2008a; 2008b) şeklinde olmalıdır.

17. Yazar ismi belli olmadığı durumlarda, Türkçe kaynak için hem metin içerisinde hem de kaynaklar bölümünde Anonim, yıl ifadesi kullanılmalıdır. Yazarı belli olmayan yabancı kaynak ise, metin içerisinde Anon. yıl, kaynaklar bölümünde ise Anonymous yıl olarak verilmelidir.

18. İnternet kaynakları ise, metin içerisinde (Karasioğlu, 2003) yıl şeklinde verilmelidir. Kaynaklar bölümünde ise, URL, yıl şeklinde gösterilip sayfa adresi açıkça yazılmalıdır.

ÖRNEKLER

- Makaleler:

GÜREDİN, E. (1987). "Türkiye'de Denetim Standartlarının Oluşumu", **Mali Sorunlara Çözüm Dergisi**, sayı: 33-34, s.21-29.

- Bildiriler:

Akdağ, M., & Tok, H. (2004). "Geleneksel öğretim ile power point destekli öğretimin öğrenci erişimine etkisi". **XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı**, İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Malatya, Turkey, 06-09 Temmuz.

- Kitaplar:

Davutoğlu, Ahmet. **Stratejik Derinlik, Türkiye'nin Uluslararası Konumu**, İstanbul, Küre Yayınları, 2001.

- Tezler:

ÖZKAN, T. (1997). "Ticari bankacılıkta kredi fiyatlandırma teknikleri". **Yayımlanmamış doktora tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Para ve Banka Anabilim Dalı.

- Ansiklopediler

Bergmann, P.C. (1993). Relativity. **In The new encyclopedia Britannica** (Vol. 26, pp. 501-508). Chicago: Encyclopedia Britannica.

- Elektronik Kaynaklar

WEIBEL, S. (1995). **Metadata: the foundations of resource description**. *D-lib Magazine*, [Online] Available at: <<http://www.dlib.org/dlib/July95/07weibel.html>>, [Erişim tarihi: 19.02.2007].

- Süreli Yayınlar / Dergiler:

Yücelt, U. ve Marcella, M. (1996). "Services Marketing in the Lodging Industry: an Empirical Investigation", **Journal of Travel Research**, 34 (4): 32- 38.

- Kurum Yayını:

İTO (2003), **Ekonomik Rapor**, İTO Yayınları No: 2003-57, İstanbul.

19. Makale dergi editörlüğüne sunulmadan önce yazım kurallarına uygunluğu kontrol edilmelidir.

20. Yayımlanan yazı ve çevirilerin her türlü sorumluluğu yazara aittir.

21. Metinle ilgili her türlü düzeltme yazar(lar) tarafından yapılır.

22. Dergiye gönderilecek makalelere ait ilk başvuru bir dilekçe ile yapılmalıdır. Dilekçede makale ismi, yazar isimleri iletişim amaçlı telefon ve e-mail adresi belirtilmelidir. Dilekçede, gönderilen çalışmaların başka bir yerde yayınlanmamış veya yayınlanmak üzere gönderilmemiş olduğu belirtilmelidir. (Ayrıntılı bilgi için editörle iletişime geçiniz.)

23. Makale 3 nüsha printer çıktısı ve 1 adet cd/dvd olarak dergi editörlüğüne posta yolu ile gönderilmeli, ayrıca e-posta ile de aksehirdergi@selcuk.edu.tr adresine gönderilmelidir. (Ayrıntılı bilgi için editörle iletişime geçiniz.)

24. Dergide yayınlanacak yazıların yazım ve dilbilgisi kurallarına uygun olması şarttır. Dergi Yayın Kurulu, gerekli gördüğü takdirde eserin sahibinden içerik ve şekil bakımından değişiklikler isteme hakkına sahiptir.

25. Dergi Yayın Kurulu, biçim ve dizayn açısından uygun bulduğu yazıları bilgisayar programı tarafından random atanan üç hakeme gönderir, makaleler üç hakemden ikisinin kabul onayı ile hakem raporlarının tamamlanma tarihlerine göre sıraya konarak yayınlanır.

26. Dergide yayınlanan yazıların telif hakkı AKMYO Sosyal Bilimler Dergisi'ne aittir.

27. Yayın hakları saklıdır. AKMYO Sosyal Bilimler Dergisinin yazılı izni alınmaksızın dergide yayınlanan çalışmaların bütünü veya bir kısmı elektronik, mekanik kayıtlama veya benzeri bir araçla herhangi bir şekilde basılamaz, çoğaltılamaz, fotokopi veya teksir edilemez, özetlenemez ve yayınlanamaz. Ancak, kaynak göstermek şartıyla alıntı yapılmasını izin verir.