

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

Mesleki Eğitim ve Uygulama Dergisi

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
MESLEKİ EĞİTİM VE UYGULAMA DERGİSİ

Sayı: 2 Cilt: 1

DERGİ KÜNYESİ

Dergi Adı	ANADOLU ÜNİVERSİTESİ MESLEKİ EĞİTİM VE UYGULAMA DERGİSİ- ANAMEUD
Web	https://dergipark.org.tr/tr/pub/anameud
Yayıncı	ANADOLU ÜNİVERSİTESİ

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
MESLEKİ EĞİTİM VE UYGULAMA DERGİSİ

Sayı: 2 Cilt: 1

<u>Editör</u> Prof. Dr. Salim ŞENGEL	<u>Editör Yardımcısı</u> Doç. Dr. Bahar SUVACI
	<u>Editör Yardımcısı</u> Dr. Öğr. Üyesi Onur LAKEÇ
	<u>Editör Yardımcısı</u> Araş. Gör. Gökhan ERŞEN

Alan Editörleri

Prof. Dr. Aslı AFŞAR	Prof. Dr. Serpil ALTINIRMAK
Prof. Dr. Göksel ARLI	Prof. Dr. Fikret ER
Pof. Dr. Dilek ACAR	Doç. Dr. Mesut AYGÜN
Doç. Dr. Nuran ÖZTÜRK BAŞPINAR	Doç. Dr. Ayla TOPUZ SAVAŞ
Dr. Öğr. Üyesi Emre BİRİNCİ	Doç. Dr. Osman GÜLDEMİR
Öğr. Gör. Dr. Mehmet Gökhan TURAN	Öğr. Gör. Dr. Sibel DANIŞAN

İstatistik Editörü

Prof. Dr. Fikret ER

Mizanpaj Editörü

Öğr. Gör. Dr. Bülent ATMACAN

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
MESLEKİ EĞİTİM VE UYGULAMA DERGİSİ

Sayı: 2 Cilt: 1

İÇİNDEKİLER

Nuran Öztürk BAŞPINAR Orkun ŞEN Burcu TETİK DEMİRHAN	Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Müfredatındaki Değişimlerin Yeniliklerin Yayımları Kapsamında Değerlendirilmesi	1-25
Yağmur SAVAŞKAN	Salgın Hastalıklar ve Turizm: Sağlık Turizmine Yönelik Bir Derleme	25-58
Dora UZKESİCİ Mehmet Gökhan TURAN	Satınalma Yönetiminde İşletme Tedarikçi İlişkilerinin Tekrar Satın Almadaki Rolü: İmalat Sanayinde Nitel Bir Çalışma	59-76

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ MESLEKİ EĞİTİM VE UYGULAMA DERGİSİ

Volume: 2, Issue: 1, p. 1-25, 2023

BÜRO YÖNETİMİ VE YÖNETİCİ ASİSTANLIĞI MÜFREDATINDAKİ DEĞİŞİMLERİN YENİLİKLERİN YAYILIMI KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

EVALUATION OF CHANGES IN OFFICE MANAGEMENT AND EXECUTIVE ASSISTANT CURRICULUM IN THE SCOPE OF DIFFUSION OF INNOVATIONS

Nuran Öztürk BAŞPINAR¹

Orkun ŞEN²

Burcu TETİK DEMİRHAN¹

(Received 19.11.2022 Accepted 11.01.2023) – Research Article

Özet

İşletmelerin yaşamını sürdürebilmesi için üretim ne kadar önemliyse, örgüt işlerinin takibi açısından da büro işleri o denli önemlidir. Sanayi devriminden sonra üretimde yaşanan gelişmeler büro faaliyetlerini örgütlerin vazgeçilmez unsurlarından biri kılmıştır. Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Programı kapsamında sunulan müfredatla öğrencilerin günümüz iş yaşamında büro yöneticileri ve yönetici asistanlarından beklenen sorumlulukları yerine getirebilmeleri hedeflenmektedir. Eskişehir Meslek Yüksekokulu eğitim-öğretime, 24. 09.1990 gün ve 10/1 sayılı Senato kararı ile 8 Ekim 1990'da başlamıştır. Eskişehir Meslek Yüksekokulu kapsamında 32 yıllık geçmişi olan Sekreterlik Eğitimi bu anlamda iç ve dış paydaşlar, sektör ve akademi çerçevesinde değişen, gelişen bir profili genel hatlarıyla yansıtabilecek ve zaman içerisindeki yayılım süreçlerini sergileyebileceğine inanılmaktadır. Program kapsamında ilk yıldan itibaren ortalama her 5 yılda bir köklü müfredat düzenlemesi yapılmış ve son düzenleme 2022'de gerçekleştirilmiştir. Dersler ve içerikleri, eğitim amacı, ihtiyaç analizi, dış paydaş görüşü, öğrenci ve mezunların görüşü ve yurtiçi ve yurtdışındaki diğer Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Programlarının incelenmesi sonucunda belirlenen çerçevede güncellenmiştir. Bu çalışmada Eskişehir Meslek Yüksekokulu Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Programı müfredatının tarihsel değişimi yansıtılarak 2022 eğitim öğretim yılında uygulamaya konulan yeni müfredatın içeriği ve değişiminin mevcut ve olası paydaşlara (öğrenciler, mezunlar, işverenler, akademi) ilan edilmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Büro Yönetimi, Yönetici Asistanlığı, Sekreterlik, Yeniliklerin Yayılımı, Müfredat.

¹Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Programı, nbozturk@anadolu.edu.tr, Orcid id: 0000-0002-0913-4350.

²Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi İnsan Kaynakları Yönetimi Anabilim Dalı, orkuns@anadolu.edu.tr, Orcid id: 0000-0002-8098-7751.

¹Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Programı, burcutetik@anadolu.edu.tr, Orcid id: 0000-0001-6356-6237.

Abstract

How important production is for businesses to survive, office work is just as important in terms of the follow-up of organizational work. The developments in production after the industrial revolution have made office activities one of the indispensable elements of organizations. With the curriculum offered within the scope of the Office Management and Executive Assistant Program, it is aimed that the students will be able to fulfill the responsibilities expected from office managers and executive assistants in today's business life. Eskişehir Vocational High School started education on October 8, 1990, with the decision of the Senate on 24.09.1990 and numbered 10/1. Secretariat Education, which has a 32-year history is believed to be able to reflect, a changing and developing profile within the framework of internal and external stakeholders, the sector and academia, and exhibit its diffusion processes over time. Within the scope of the program, a fundamental curriculum arrangement was made on average every 5 years from the first year, and the last arrangement was made in 2022. The courses and their contents have been updated and determined within the framework as a result of the educational purpose, needs analysis, external stakeholder view, opinions of students and graduates, and examination of other Office Management and Executive Assistant Programs at home and abroad. In this study, it is aimed to announce the content and change of the new curriculum implemented in the 2022 academic year by reflecting the historical change in the curriculum of the Eskişehir Vocational High School Office Management and Executive Assistant Program to existing and potential stakeholders (students, graduates, employers, academia).

Keywords: Office Management, Executive Assistantship, Secretariat, Diffusion of Innovations, Curriculum.

Giriş

Bu çalışmada büro yönetimi ve yönetici asistanlığı alanındaki profesyonel sekreterlik eğitimi pratiklerinin çıkış noktası olarak kabul edilen alana ilişkin yurtiçi ve yurtdışı önlisans ders planlarının incelenmesi çerçevesinde, büro yönetimi ve yönetici asistanlığı ön lisans programlarının güncel yetkinlikleri kazandırma konusundaki adaptasyonu belirlenmeye çalışılmıştır. Bu adaptasyonlar ele alınırken yayılım çerçevesinde değerlendirilmiş ve özellikle alandaki güncel ve ihtiyaç duyulan yetkinliklere göre davranış değişikliklerinin ne ölçüde gerçekleşme potansiyeli olduğunun ortaya konulmasına da bir zemin hazırlamıştır. Epistemolojik açıdan ele alındığında yayılım kavramı yayılma kavramı ile karıştırılmaktadır. Yayılma genellikle sayısal verilerin artma hızı ve çeşitliliği olarak ifade edilirken yayılım olguların nitel boyutuyla da ilgilenmektedir. Yayılım kavramı bir düşüncenin, fikrin kültürel anlamda benimsenerek sadece tutumlarda değil, aynı zamanda davranış biçimlerinde de değişikliğin oluşması olarak ifade edilmektedir. Bu doğrultuda çalışma kapsamında doküman analizi yöntemi kullanılarak, alan eğitiminde zirvede yer alan ve ülkemizdeki Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı (BYYA) programlarına karşılık gelen yurtdışı eğitim kurumlarının müfredatları ve Türkiye’de 2021 tarihli YÖK Atlas’a göre ilk 5’te yer alan BYYA ön lisans eğitimi müfredatları; ders sayısı, çeşitliliği, zorunlu ve seçmeli dersler gibi bilgiler açısından analiz edilmiştir. Sonuç olarak; incelenen program içeriklerinin mezunların iş hayatına doğrudan atılmasını hedeflediği için yenilenmesi gerektiğine karar verilmiştir.

Kuramsal ve Kavramsal Çerçeve

Yayılım

Yayılım konusunun tarihine bakıldığında temelde sosyolojik olarak ele alınan bir kavram olduğu ve yakın dönemlerde çeşitli uzmanlaşma alanlarında ortaya çıktığı söylenebilir. Yayılım kavramı düşüncelerin ve bunun sonucunda kültürün farklı alanlara ya da bireylere dağılması olarak ifade edilmektedir (Ataman, 2003). Aynı noktadan hareketle Türk Dil Kurumu (TDK) da yayılım kavramını “bir düşüncenin, kültürün belli bir noktadan başka birçok alana dağılması” (TDK, 2022) şeklinde ifade etmektedir. Aynı zamanda “yayılım, bir yeniliğin sosyal sistemin üyeleri arasında zaman içerisinde belirli kanallar aracılığıyla iletiildiği bir süreç ve yeni fikirlerle ilgili mesajların olduğu özel bir iletişim türü” olarak ifade edilmektedir (Rogers, 1983, s.5).

Yayılım kavramı Erçek’in (2002) belirttiği üzere genellikle kullanım bakımından belirli bir yönetim fikri veya uygulamasının belirli bir örgütsel topluluk içinde nasıl yayıldığını

anlamlandırmak için kullanılmaktadır (Şen ve Taşcı, 2022, s.2). Bu noktadan hareketle Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Programı kapsamında ele alınan müfredatların, öğrencilerin mezun olduktan sonra yer alabileceği potansiyel alanlardaki etki düzeyini belirlemek önem taşımaktadır. Araştırma bu etki düzeyinin gelecek araştırmalarda belirlenmesine yönelik olarak da bir kapı açabilecektir. Ancak benzeri araştırmaların gerçekleştirilebilmesi için de mevcut durumun analizine ihtiyaç vardır.

Yükseköğretim kurumlarının müfredatlarında yer alan derslerin uygulanma biçimleri ve dersi veren öğretim elemanının dersi aktarma şekilleri gibi parametrelerin yayılım kapsamında meydana getirdiği değişiklikler de yayılım sürecinde önemli rol oynamaktadır. Araştırmada müfredatların geçmiş ve mevcut durumu ortaya çıkarılmak istendiği için örgütsel davranış ve insan kaynakları konu başlıkları kapsamına giren öğretim elemanı davranışları kapsam dışı bırakılarak derslerin kataloglarda yer alan tarihsel sıralamaları üzerinde durulmuştur.

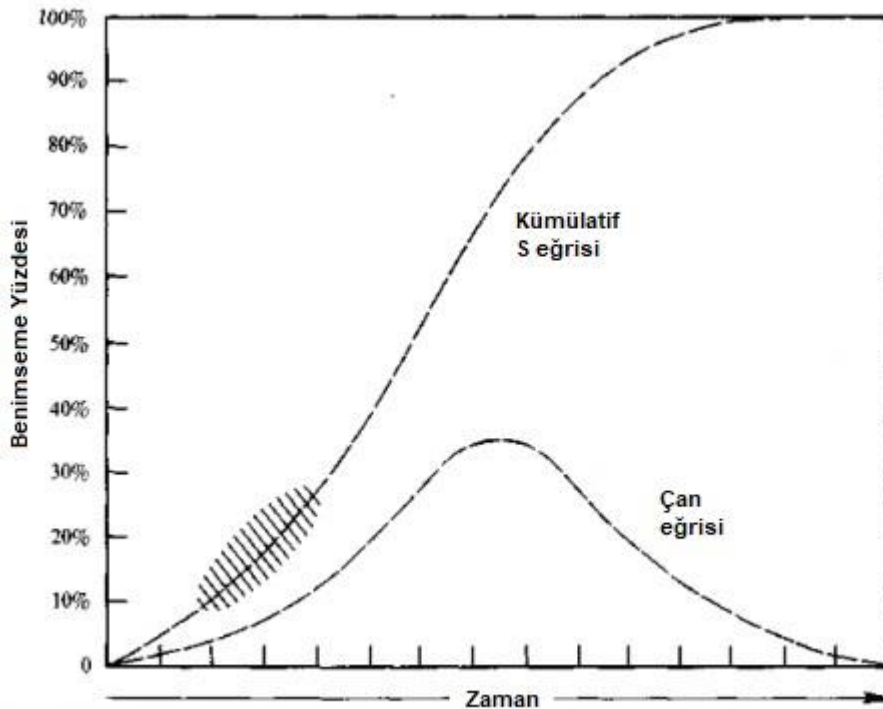
Doğal olarak, zaman içinde incelendiğinde bu yayılımın hızında ve yöntemlerinde değişiklikler meydana gelebilmekte, hatta bu yayılımı tetikleyen bağlamsal özellikler ve yayılımı sürükleyen aktörlerin kimlikleri ve birbirleriyle ilişkileri de değişebilmektedir. Bu ilişki kapsamında yayılım içerisinde aktörlerin ve oluşturdukları söylemlerin etkileşimi de önemli bir hale gelmektedir (Erçek, 2004, s. 132-135). Yükseköğretim çerçevesinde özellikle müfredat konusu, eşit eğitim hakkı kapsamında kural koyucu olan Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından ortak bir çerçevede ele alınmaktadır. Dolayısıyla alanda yer alan aktörlerin başka bir deyişle Meslek Yüksekokullarının (MYO) müfredatları ve ders içerikleri benzer bir yapıya bürünmektedir. Bu benzerlik kavramının esas noktasını ise DiMaggio ve Powell'ın (1983) bahsettiği üzere kurumsal baskılar oluşturmaktadır. Kurumsal baskıların sebepleri alanlara göre farklılıklar göstermesine rağmen yükseköğretim kurumları arasındaki benzerlikler özellikle kural koyucunun zorlayıcı eşbiçimlilik baskıları dolayısıyla meydana gelmektedir. Bununla beraber kural koyucu tarafından ihtiyaç analizleri doğrultusunda belirlenen ancak kurumlara da esneklik payı bırakılan (örneğin, bölgesel ihtiyaçlara göre seçimlik ders konulması) bir yapı içerisinde müfredatlar oluşturulmaktadır.

Kamu politikaları içerisinde yayılım mekanizmaları, uluslararası kuruluşların karşılıklı öğrenme ve bilgi paylaşımı, epistemik (bilgi ve kavrama menşeli) toplulukların bir araya gelmeleri, bilgi üretimi ve bu bilgilerin kullanımı, ortak üretilen politikaların üyeler tarafından uygulanma zorunluluğu nedeniyle benzerlik göstermektedir (Gürer vd., 2016, s.32). Yükseköğretim kurumları ve özelinde Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı müfredatlarında

bu alan için yetkin bireylerin diğer bir ifade ile TDK’da açıklandığı gibi “gerekli olgunluğa erişmiş, olgun, kâmil, mükemmel” (TDK, 2022) kişilerin yetiştirilmesi, mezun edilen bireylerin sektör içerisinde kendi alanları içerisindeki iş pozisyonlarında yer almaları ve nihayetinde bu alandaki verimliliğin artırılabilmesine katkıda bulunmak amacıyla müfredatta yenilikler gerçekleştirilmektedir.

Yeniliklerin yayılımı

Sosyal bir sistem içindeki tüm bireyler ve aktörler -ki konu dahilinde Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı programlarına sahip olan üniversiteler- aynı anda yenilik kavramını benimsememekte, fikirleri -ve ders önerilerini- belirli zaman dilimlerinde farklı benimseme kategorileri kapsamında ele almaktadırlar. Yenilikçilik kavramının bilişsel ya da tutumsal değişimden çok davranışsal bir değişimi ifade etmesi (Rogers, 1983, s.242) müfredatlarını yenilemek isteyen aktörlerin benimseme zamanlarını doğru stratejiler altında ele almasını gerektirmektedir. Stratejilerin doğru bir biçimde oluşturulabilmesi için de alandaki ihtiyacın doğru bir biçimde belirlenmesi ve günümüz kurumlarının beklentilerini karşılayabilecek bir yapıda olması gerekmektedir.



Şekil 1: Benimseyen Dağılımının Çan Frekans Eğrisi ve Kümülatif S Eğrisi.

Kaynak: (Rogers, 1983, s. 243)’dan uyarlanmıştır.

Şekil 1’de yeniliklerin benimsenme düzeyleri zamansal olarak ifade edilmektedir. Yeniliklerin benimsenmesi zaman içerisinde ya kümülatif S eğrisi biçiminde ya da normal dağılımda olan çan eğrisi biçiminde gerçekleşmektedir. Zaman değişkeni araştırmacılara benimseme kategorilerini sınıflandırma konusunda yardım etmekte ve yayılım kıvrımlarının çizilmesini sağlayabilmektedir. Yeniliği benimseme kavramı zaman içerisinde yer alan belirli frekans temelinde normal dağılım eğrisi göstermektedir. Eğer yenilikleri benimseyenler kümülatif/birikerek artıyorsa diğer bir ifade ile verilerin birikmesi suretiyle üst üste toplandığı bir yapıdaysa sonuç S eğrisi biçiminde olmaktadır (Rogers, 1983, s.243). BYYA programlarının öğrencilerinde ortaya çıkmasını istediği eğri normal dağılım olarak ifade edilen eğri değil, Rogers’ın da üzerinde durmuş olduğu S eğrisidir. S eğrisi ile kabullenilen yenilikler davranışsal değişimi meydana getirebilecektir. Dolayısıyla müfredattaki yenilikler kapsamında ders programlarına dahil edilen derslerin özellikle davranışsal değişiklikleri meydana getirebilecek stratejiler üzerinden ele alınması gerekmektedir. Diğer bir ifade ile mezunlar ile iş başvurularını gerçekleştireceği kurumlar arasındaki uyumun sağlanması ve kurumsal niteliklerin mezunlar tarafından içselleştirilmesi gerekmektedir. Örnek olarak teknoloji tabanlı bir kurumda adaydan teknoloji okuryazarlığı konusunda yeterli bilgiye sahip olması beklenirken dağıtım ve satış kanallarının öncelikli olduğu bir kurumda ise telefon protokolü, görgü kuralları, presentabl olabilme gibi konularda kurumu temsil edebilecek bilgi düzeyi aranacaktır. Aynı zamanda bu durum heves/moda ikilemini de ortaya koymaktadır. Bu ikilemin “moda” tarafında müfredat kapsamında meydana gelen yenilikler, öğrencilerin davranışları üzerinde rasyonel bir gelişme başka bir deyişle “akla uygun, aklın kurallarına dayanan, ölçülü, ussal, hesaplı” (TDK, 2022) bir gelişme yaşanmasını sağlamalıdır. Bir uygulamanın moda olarak ifade edilebilmesi için alan ya da çevre içerisinde meşruiyetini kanıtlamış aktörler tarafından kabul görmesi gerekmektedir (Abrahamson, 1996). Eğer gerçekleştirilen değişiklikler belirli bir olgunluk seviyesine ulaşmıyorsa ve kısa bir süre sonra yeniden değiştirilmeye ihtiyaç duyuluyorsa bu durum yapılmış olan değişikliklerin gelip geçici olduğunu göstermektedir. Bu da ikilemin “heves” tarafını ifade etmekte ve değişikliklerin heves kapsamında ele alındığını doğrular nitelikte olmaktadır. Ayrıca müfredatlarındaki yeniliklerin uygulama süreçlerinde taklit unsurlarının etkisiyle moda derslerin popüleritesi azalmaya başlayabilmekte ve bunun üzerine ilgililer tekrar bir yenilik gerçekleştirme telaşına girmektedir. Ancak gözden kaçırılan en önemli nokta yenilenen derslerin çıktılarının ve geri dönüşlerinin doğru bir biçimde alınabilmesi diğer bir ifade ile ilgili derslerin hedeflerine ulaştığının belirlenebilmesi için belirli bir süreye ihtiyaç duyulmasıdır. İşte bu noktada müfredat

yenilenirken karşılaşılan ikilemlerin doğru stratejiler planlanarak ele alınması önem taşımaktadır. Bu stratejiler planlanırken de mezunların iş imkanı bulabilecekleri alanların ihtiyaçlarının doğru bir biçimde belirlenebilmesi ve güncel sektörel yeniliklerin takip edilmesi gerekmektedir.

Stratejiler belirlenirken yapılan ihtiyaç analizleri doğrultusunda değişikliklerin gerçekleştirilmesi ve uzmanlık alanlarından uzaklaşmadan bu yeniliklerin “birbiriyle ilişkileri karşılıklı olarak yönlendirilmiş olan (yani kültürel olarak yapılanmış ve paylaşılmış bir beklentiler sistemiyle tanımlanan) çok sayıda bireyin etkileşiminin teşkil ettiği” (sosyolojisi.com, 2018) sosyal sistem kapsamında ele alınması gerekmektedir. “Kişilerin bir kurum veya kuruluşla ilgili ortak kanaatini, o kuruma bakışını ve o kurumun toplumdaki algısını ifade eden” (Innogate, 2022) kurum itibarına önem verilirken alanda ihtiyaç duyulmayan uzmanlıklara sahip çıktıkların alınması yayılım sürecine olumsuz etki edecektir. Dolayısıyla sosyal sistemin yapısı, sistemde meydana gelecek yeniliklerin yayılımını kolaylaştırabilen ya da engelleyebilen özellikte olabilmektedir.

Müfredat kavramı

Bu noktada ilk önce müfredat kavramı ile ilişkili eğitim kavramını tanımlamak gerekir. Eğitim; kişiliğinin geliştirilmesi yoluyla bireyin yetişkin yaşamına hazırlanmasını temel alan ve bireye gereken her türlü bilgi, yetenek ve tutumu kazandırma sürecidir (Tezcan, 1997, s.3). Eğitim sürecinden geçen bireyin davranışlarında bir değişim olması beklenmektedir. Okulda düzenli bir şekilde gerçekleştirilen, belirli bir yaş grubunda ve benzer düzeydeki bireylere amaca uygun hazırlanmış bir programla verilen eğitime örgün eğitim adı verilirken (Hacıoğlu vd., 2008, s.4) belirli meslekler ile ilgili gerekli bilgi, beceri ve yetenekleri vermeyi amaçlayan eğitime ise mesleki eğitim adı verilmektedir (Ivan ve Albu, 2014, s.77). Mesleki eğitimi gerekli kılan unsur mesleklerde ve iş pozisyonlarında görülen çeşitliliğin artmasıdır. Mesleki eğitim, mesleğin nitelik ve niceliğinin beklentilerine tüm paydaşların uyum gösterebilmesini amaçlamaktadır.

Bir eğitim kurumundan mezun olmak veya bir alanda uzmanlaşma sağlamak amacıyla tamamlanması gereken ders ve konuları kapsayan plan müfredat olarak adlandırılmaktadır (Görgeç, 2014, s.9). Müfredat planlama sürecine müfredat geliştirme adı verilir. Öğrencilerin öğrenme ihtiyaçlarını karşılayabilecek bir müfredat geliştirmek için ihtiyaç analizi yapmak (Güleç, 2013, s.41), mesleki alandaki gelişmelerin yönünü saptamak ve mezunların çalışacağı sektör beklentilerini tanımlamak gerekir. Bu amaçla EMYO bünyesinde söz konusu çalışmalar periyodik olarak yapılmaktadır. Nitelikli işgücü yetiştirilmesini hedefleyen mesleki eğitim,

istihdamın ve ülkesel rekabet gücünün artırılması ve kalkınmanın hızlandırılması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle başta teknoloji olmak üzere çeşitli ögeler tarafından etkilenen mesleki eğitim müfredatının zaman içinde değiştirilip yenilenmesi gerekmektedir (Karabulut ve Marul, 2011, s.78).

Büro yönetimi ve yönetici asistanlığı programı

Türkiye’de üniversitelerin örgün, ikinci öğretim ve açıköğretim de dahil olmak üzere 135 bölümünde büro yönetimi ve yönetici asistanlığıyla ilgili programlar mevcuttur. Mezunların istihdam edilme imkanının çok olması bu bölümlere olan ilgiyi artırmaktadır. Bu konuda yapılan bir araştırmada elde edilen sonuca göre, Türkiye’nin büyüme hızı ve mezun verilen öğrenci sayısı dikkate alındığında, piyasadaki sekreteryal hizmetler hususunda talep karşılanamamakta ve istihdam açığı her yıl büyümektedir (Halıcı, Yılmaz, & Kasımoğlu, 2012, s.195). Bu sebeple; sektörün kalifiye büro elemanı ve yönetici asistanı ihtiyacını karşılamada Meslek Yüksekokullarına büyük görevler düşmektedir.

Anadolu Üniversitesinin temelini, 1958’de kurulan Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi oluşturur. 1982’de Anadolu Üniversitesine dönüşen kurum, kısa zamanda yalnızca ülkemizin değil dünyanın en büyük üniversiteleri arasında da çağdaş, dinamik ve yenilikçi bir üniversite olarak yerini almıştır. 1990 yılında açılan Eskişehir Meslek Yüksekokulu (EMYO) Anadolu Üniversitesinin Yunussemre Yerleşkesinde yer almaktadır. 2 yıllık ön lisans eğitimi veren EMYO Anadolu Üniversitesi’nin en eski ve köklü meslek yüksekokulu unvanına sahiptir. EMYO’da açılmış olan ilk iki programdan biri BYYA programıdır. Zengin akademik kadrosuyla yüksek kaliteli eğitim verilen yüksekokulda; program bazında sanayi, ticaret ve hizmet sektörleri başta olmak üzere kurumların rekabet güçlerini artıracak yönde nitelikli büro elemanı ve yönetici asistanı yetiştirmek, ayrıca iş dünyası ve toplumla karşılıklı yarar esasına dayalı bir iletişim ve iş birliği içinde bulunmak amaçlanmaktadır. Eğitim hizmetini sunarken de rekabet, verimlilik ve kalite esas alınmaktadır.

Sanayi devriminden sonra üretimde yaşanan baş döndürücü gelişmeler büro faaliyetlerini dolayısıyla büro elemanlarını ve yönetici asistanlarını örgütlerin vazgeçilmez ögelerinden biri haline getirmiştir. İşletmelerin varlığını sürdürebilmesi için üretim ne kadar önemliyse, örgüt işlerinin takibi açısından da büro işleri o denli önem arz etmektedir. Günümüz çağdaş işletmelerinde görev alan büro yönetimi ve yönetici asistanlığı mezunları, yöneticinin örgütsel ve yönetsel görevlerinde yöneticiyi zaman yönetimi, toplantı yönetimi, iletişim vb. gibi her bakımdan destekleyen, yöneticinin yokluğunda görevlerinin aksamasını önleyen, olumlu bir

örgütsel imajın oluşmasına katkıda bulunan, ekip oyuncusu olarak görev ifa eden, kariyer ve iş planlaması ve ilişki uzmanlığı yapan aktörler olarak önem kazanmaktadır. Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Programı kapsamında sunulan derslerle mezunların günümüz çalışma hayatında görevlerini yerine getirebilecekleri bilgi birikimine sahip olmaları hedeflenmektedir.

Yöntem

Bu çalışmada Eskişehir Meslek Yüksekokulu Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Programı müfredatının tarihsel değişimi yansıtılarak 2022 eğitim öğretim yılında uygulamaya konulan yeni müfredatın içeriği ve değişiminin mevcut ve olası paydaşlara (öğrenciler, mezunlar, işverenler, akademi) ilan edilmesi amaçlanmaktadır. Ayrıca BYYA programlarında ele alınan ders müfredatının tarihsel süreç kapsamında yayılım süreçleri incelenmeye çalışılmıştır. Müfredatlar yıllar içerisinde değişen koşullarla birlikte güncelliğini yitirmiş ve işlevini kaybetmiştir. Derslerin bir kısmı ise zamana karşı direnmiş ve halen müfredatlarda yerini korumaktadır. Zamana karşı koyabilen derslerin müfredata girdikleri dönemin gerçekliğini yansıtmakla beraber çağımızın ihtiyaçlarına uyumlandıkları da gözden kaçmamaktadır. Alandaki gelişmeler, büro alanındaki gelişmeler ve yönetici asistanlığı mesleğinin günümüz şartlarına uyumlanması gerçeğinden yola çıkarak müfredatta yer alan derslerin yenilenmesi kabulü ortaya çıkmıştır. Bu kabul sonucunda ortaya çıkan varsayımlardan hareketle yeni bir müfredat ortaya koyan aktör ya da aktörler (BYYA bölümleri), diğer aktörler (BYYA bölümleri) tarafından izlenerek alanda derslerin yayılımı konusunu ortaya çıkarmıştır. Söz konusu kabul ve varsayımlar sonucunda aşağıdaki önermede bulunulmuştur.

Önerme: Alandaki gelişmelere bağlı olan bir BYYA müfredatının, mezunlara rasyonel bir bakış açısı kazandırması ve alanda yer alan yöneticilerin (işverenlerin) de gelişmelere bağlı ve içselleştirilmiş uzmanlık davranışlarına sahip olan mezunları tercih etmesiyle iş süreçleri istenilen verimliliğe sahip olabilecektir.

Önerme doğrultusunda ise çalışmanın araştırma sorusu şu şekilde ifade edilmekte ve yanıtları aranmaya çalışılmaktadır:

- EMYO-BYYA'nın kuruluş aşamasından bu yana gerçekleştirilen müfredat değişikliklerinin yıllar içerisindeki yayılımı nasıl gerçekleşmiştir?

Çalışma nitel bir inceleme olarak yapılandırılmış olup araştırma deseni doküman analizidir. Doküman analizi, durum ya da olgularla ilişkili bilgi taşıyan yazılı kaynakların incelemeye tabi tutularak değerlendirilmesidir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.189). Bu doğrultuda doküman

analizi deseni ile bilimsel incelemelerin veri kümesi oluşturulmakta ve ihtiyaç duyulan analiz, açıklama ve yorumlar gerçekleştirilebilmektedir.

Analiz ve Bulgular

Bu bölümde EMYO-BYYA programı kapsamında yapılan müfredat değişikliklerinin tarihsel yayılımı yer almaktadır. Program müfredatında yer alan derslerin 1990 yılından itibaren 5 yıllık dönemlerde ele alındığı ve düzenlenme çabasına girildiği görülmektedir. Buna göre yüksekokulun kuruluş yılı olan 1990 yılından itibaren ya da müfredata konulduğundan bu yana müfredatta yer alan ve adı ya da yarıyılı değişse bile içerikleri aynı ya da benzer olan zorunlu derslerin Çizelge 1'deki gibi olduğu bulgulanmıştır:

Çizelge 1: 1990 Yılından İtibaren ya da Müfredata Konulduğundan Bu Yana Müfredatta Yer Alan ve Adı ya da Yarıyılı Değişse Bile İçerikleri Aynı ya da Benzer Olan Zorunlu Dersler

<i>Bilgisayar içerikli dersler¹ (1990-2022)</i>
<i>Temel Hukuk/Hukukun Temel Kavramları/Genel Hukuk Bilgisi (1990-2022)</i>
<i>Genel İşletme (1990-2022)</i>
<i>Genel Ekonomi/İktisada Giriş (1990-2022)</i>
<i>Genel Muhasebe (1990-2022)</i>
<i>Büro Yönetimi (1990-2022)</i>
<i>Yönetici Asistanlığı (1990-2022)</i>
<i>Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I-II (1990-2022)</i>
<i>Türk Dili I-II (1990-2022)</i>
<i>İngilizce I-II (1990-2022)</i>
<i>Mesleki İngilizce (1990-2011) → İş İngilizcesi I, II (2022)</i>
<i>Büro Otomasyonu (1990-2001) → Bürolarda Teknoloji Kullanımı (2002-2017) → Güncel Bilgi ve İletişim Teknolojileri (2022)</i>
<i>Türkçe İş Yazışmaları (1995-1998) → İş Yazışmaları (1999-2001) → Mesleki Yazışmalar (2002-2021) → İş Yazışmaları (2022)</i>

¹ Bilgisayar içerikli derslerin isimleri yıllara göre değişiklik gösterdiği için genel bir ders kategorisi olarak bu isim verilmiştir.

Büro Uygulamaları (1995-1999) → Büro Yönetimi Uygulamaları (2018-2021) → Sektörel Uygulamalar (2022)

Protokol Bilgisi (2002-2022)

Kaynak: (Anadolu Üniversitesi, 2021)

Yukarıdaki Çizelge 1’de görüldüğü gibi derslerin 12’si 1990 yılından bu yana müfredatta yerini korumakta 3 ders ise müfredatta yer aldığı ilk tarihten bu yana yerini korumaktadır. Özellikle 2000’li yılların başlarında gerçekleştirilen düzenlemelerin Milli Eğitim Bakanlığı ve Yükseköğretim Kurulu’nun ortaklaşa sürdürdüğü Meslek Yüksekokulları Program Geliştirme Projesi kapsamında ele alındığı görülmektedir. Sınavsız geçiş adı verilen uygulama kapsamında öğrenciler meslek liselerinden üniversitelerdeki ilgili alanlara doğrudan geçiş gerçekleştirmiş ve müfredat (protokol bilgisi, kamu özel kesim yapısı ve ilişkileri dersleri gibi) bu süreç kapsamında yeniden ele alınmıştır.

Çizelge 2: Gelişmeler Nedeniyle Mesleki Seçmeliye (M. Seçmeli) Dönüşen Zorunlu Dersler

Halkla İlişkiler (Zorunlu) (1990-2011) → Halkla İlişkiler (M. Seçmeli) (2012-2022)

Kamu Özel Kesim Yapısı ve İlişkileri (Zorunlu) (2002-2011) → Kamu Özel Kesim Yapısı ve İlişkileri (M. Seçmeli) (2012-2022)

Kaynak: (Anadolu Üniversitesi, 2021)

Yukarıdaki Çizelge 2’de görüldüğü gibi müfredattaki derslerin 2’si müfredata girdiklerinden bu yana yerini korumaktadır ancak zorunlu ders statüsünden mesleki seçmeli ders statüsüne geçmişlerdir.

Çizelge 3: Gelişmeler Nedeniyle Kapsamı ve Adı Değişen Zorunlu Dersler

Daktilografî (1990-2001) → Klavye Teknikleri (2002-2022)

Dosyalama ve Arşivleme (1990-2015) → Belge ve Bilgi Yönetimi (2016-2021) → Belge Yönetimi ve Dosyalama (2022)

Sekreterlik Davranışları (1990-2001) → Örgütsel Davranış (2002-2022)

Ticari Matematik (1990-2021) → Genel Matematik (2022)

Kaynak: (Anadolu Üniversitesi, 2021)

Yukarıdaki Çizelge 3’te görüldüğü gibi müfredattaki 4 dersin kapsamı ve adı değişmiştir. Daktilografi dersi daktilo adı verilen mekanik yazı makinelerinde metotlu yazmayı öğretmeye yönelik bir ders iken büro teknolojisinde yaşanan gelişmeler yazışmaların bilgisayar ortamında

gerçekleştirilmesini gerektirmiş ve bu ders yerini klavye teknikleri dersine bırakmıştır. Aynı şekilde Dosyalama ve Arşivleme dersi manuel dosyalama sistemlerini öğretmeye yönelik bir ders iken yine teknolojik değişimler dosyalama ve arşivlemenin ağırlıklı olarak elektronik ortamlarda gerçekleştirilmesini gerektirmiş ve bu ders yerini Belge Yönetimi ve Dosyalama dersine bırakmıştır.

Çizelge 4: Gelişmeler Nedeniyle Kapsamı, Adı ve Statüsü Değişen Zorunlu Dersler

Örnek Olay Analizi (M. Seçmeli) (2003-2011) → Örnek Olay Analizi (Zorunlu) (2012-2022)

Sunu Teknikleri (M. Seçmeli) (2003-2011) → Sunu Teknikleri (Zorunlu) (2012-2021) → Elektronik Sunum Yazılımları (Zorunlu) (2022)

Genel İletişim (Zorunlu) (1990- 2002) → Örgütsel İletişim (M. Seçmeli) (2003-2015) → Örgütsel İletişim (Zorunlu) (2016-2021) → İletişim (M. Seçmeli)(2022)

Kaynak: (Anadolu Üniversitesi, 2021)

Yukarıdaki Çizelge 4’de yer alan ilk iki ders mesleki seçmeli ders statüsünden zorunlu ders konumuna geçerken zorunlu statüdeki Genel İletişim dersinin bir dönem Örgütsel İletişim dersi ile yer değiştirdiği ve son müfredatta yine Genel İletişim dersinin müfredatta bu kez mesleki seçimlik olarak yer bulduğu görülmektedir. Avrupa Birliği’nin finanse ettiği ve alandaki kural koyucu olan YÖK’ün geliştirdiği İnsan Kaynaklarını Mesleki Eğitim Yoluyla Geliştirme Projesi (İKMEP) kapsamında 2010-2011 öğretim yılından itibaren de müfredat değişikliğine gidilmiştir.

Çizelge 5: Gelişmeler Nedeniyle Önce Statüsü Değiştirilen Sonra Kaldırılan Zorunlu Dersler

Yönetim ve Organizasyon (Zorunlu) (2002-2011) → Yönetim ve Organizasyon (Seçmeli) (2012-2015)

Sekreterlik Bilgisi (Zorunlu) (1999-2018) → Sekreterlik Bilgisi (M. Seçmeli) (2019-2021)

Stres Yönetimi (Zorunlu) (1990-2002) → Kriz ve Stres Yönetimi (Zorunlu) (2003-2011) → Kriz ve Stres Yönetimi (M. Seçmeli) (2012-2021)

Zaman Yönetimi (Zorunlu) (1995-2002) → Zaman Yönetimi (Seçmeli) (2003-2011) → Zaman Yönetimi (Zorunlu) (2012-2021)

Kaynak: (Anadolu Üniversitesi, 2021)

Yukarıda Çizelge 5’de görüldüğü gibi müfredatta yer alan 3 zorunlu ders müfredatta önce seçmeli veya mesleki seçmeli ders statüsünde yer almışken 2022 müfredatında yer almamıştır.

Çizelge 6: Gelişmeler Nedeniyle Kaldırılan Zorunlu Dersler

İngilizce İş Yazışmaları (1995-2001)

Ticari Bilgiler ve Belgeler (1999-2001)

Mesleki İngilizce (1990-2011)

BYS Teknikleri (2000-2002)

İş Yeri Uygulaması (2019-2021)

İş Yeri Eğitimi (2019-2021)

Kaynak: (Anadolu Üniversitesi, 2021)

Çizelge 6'da görüldüğü gibi 6 zorunlu ders müfredattan kaldırılmıştır. Son iki sırada yer alan dersler 3+1 (teorik – uygulama ders saatleri) eğitim modeline geçildiği için müfredatta yer bulmuş ancak bu modelin çeşitli sakıncalar doğurduğu görüldüğünden –özellikle pandeminin bu yönde etkisi büyüktür- kaldırılmıştır ve staj müfredatta 2022 yılında ilk kez zorunlu ders statüsünde yer almıştır.

BYYA programı kapsamında yer alan müfredattaki yeniliklerin yayılımı, alanda ihtiyaç duyulan yeniliklerin ve teknoloji konusunun gerektirdiği değişikliklerin etkisiyle birlikte yıllar içerisinde aşağıdaki gibi farklılaşmıştır:

Yapılan analizlere göre müfredatta yer aldıkları ilk yıldan itibaren mesleki seçmeli ders statüsünü koruyan ve 2022 yılında yapılan EMYO-BYYA programı müfredatında da kendisine yer bulan mesleki seçmeli dersler Çizelge 7'deki gibidir.

Çizelge 7: Müfredatta Yer Aldıkları İlk Yıldan İtibaren Statüsünü Koruyan ve Güncel Müfredattada Yer Bulan Mesleki Seçmeli Dersler

İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku (1990-2022)

Etkili ve Güzel Konuşma (1999-2022)

İnsan Kaynakları Yönetimi (2002-2015) ➡ İnsan Kaynakları Yönetimi (2022)

Çevre Koruma (2012-2021) ➡ Çevre Koruma ve İklim Değişikliği (2022)

Türk İşaret Dili (2013-2022)

Çağdaş Yönetim Yaklaşımları (2016-2022)

Ofis Ergonomisi (2016-2021) ➡ Bürolarda Ergonomi (2022)

Bilgisayar Destekli Ön Muhasebe (2008-2010) ➡ Muhasebe Yazılımları (2022)

Temel İlk Yardım (2012-2021) ➡ İlk Yardım (2022)

Kaynak: (Anadolu Üniversitesi, 2021)

Gelişmeler nedeniyle mesleki seçmeli statüsü değişerek 2022 müfredatında zorunluya dönüşen ders ise -*Meslek Etiği (M. Seçmeli)* (2011-2021) ➡ *Meslek Etiği (Zorunlu)* (2022)- meslek etiği dersidir.

Çizelge 8: Müfredat Güncellemelerinde Kaldırılan Mesleki Seçmeli Dersler

<i>Toplantı Yönetimi (1999-2021)</i>
<i>Bireylerarası İletişim (1999-2002) ➡ Bireylerarası İletişim (2019-2021)</i>
<i>Toplam Kalite Yönetimi (2002-2015)</i>
<i>Çalışma Psikolojisi (2002-2011)</i>
<i>Pazarlama İlkeleri (2002-2015)</i>
<i>Girişimcilik (2002-2021)</i>
<i>Hızlı Yazma ve Okuma (2003-2021)</i>
<i>Finansman ve Finansal Yatırım Araçları (2003-2011)</i>
<i>Yönetim Bilişim Sistemleri (2003-2012)</i>
<i>Telefonda Etkili İletişim (2012-2015)</i>
<i>Ofis Elemanları İçin Sayısal Uygulamalar (2014-2015)</i>

Kaynak: (Anadolu Üniversitesi, 2021)

Yukarıdaki Çizelge 8’de görüldüğü gibi bazı mesleki seçimlik dersler daha önceki müfredat güncellemelerinde müfredattan kaldırılırken Toplantı Yönetimi, Bireyler Arası İletişim, Girişimcilik ve Hızlı Yazma ve Okuma dersleri 2022 müfredatında yer bulamamıştır. Gelişmeler nedeniyle 2022 müfredat güncellemesiyle ilk kez açılan mesleki seçimlik dersler ise Çizelge 9’daki gibidir.

Çizelge 9: 2022 Müfredat Güncellemesiyle İlk Kez Açılan Mesleki Seçmeli Dersler

<i>Görsel Web Tasarımı</i>
<i>Ekip Yönetimi ve Liderlik</i>
<i>İş Yaşamında Proje Yönetimi</i>

Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği

İşletme Becerileri

Kariyer Yönetimi

Kişisel Finans Yönetimi

Almanca I-II

Fransızca I-II

İspanyolca I-II

Rusça I-II

Temel Mutfak Uygulamaları

Kaynak: (Anadolu Üniversitesi, 2021)

Yapılan analizlere göre EMYO-BYYA programı müfredat güncellemeleriyle kendilerine yer bulan ve son (2022) müfredat güncellemesinde de yer alan ortak seçmeli derslerin Çizelge 10'daki gibi olduğu bulgulanmıştır.

Çizelge 10: 2022 Müfredatında da Kendilerine Yer Bulan Ortak Seçmeli Dersler

Sanat Tarihi (1990-2022)

Beden Eğitimi (1999-2022)

Türk Halk Müziği (1999-2022)

Halk Dansları (1999-2022)

Kültürel Etkinlikler (2005-2022)

Salon Dansları (2005-2022)

Topluma Hizmet Uygulamaları (2008-2022)

Müziğin Tarihçesi (2012-2022)

Cumhuriyet Dönemi Türk Tiyatrosu (2012-2022)

Gönüllülük Çalışmaları (2019-2022)

Kaynak: (Anadolu Üniversitesi, 2021)

Yapılan analizlere göre pandemi döneminde özellikle teorik derslerin Yükseköğretim Kurulu Kararları doğrultusunda dijital ve uzaktan öğrenme yöntemleri ile gerçekleştirilebilmesi nedeniyle Açıköğretim Fakültesi müfredatında yer alan ve EMYO BYYA müfredatında da kendisine yer bulan ancak pandemi kısıtlamalarının kalkması ve örgün eğitimde yüzyüze

eğitime dönülmesiyle son müfredat güncellemesinde kaldırılan ortak seçmelik dersler Çizelge 11'deki gibidir.

Çizelge 11: Pandemi Döneminde Müfredata Giren Ancak 2022 Müfredatında Yer Bulamayan Ortak Seçmeli Dersler

Çatışma ve Stres Yönetimi (2019-2021)

Felsefe (2019-2021)

Bireylerarası İletişim (2019-2021)

İkna Edici İletişim (2019-2021)

Profesyonel Yaşamda İmaj ve İtibar Yönetimi (2019-2021)

Sosyal Psikoloji I (2019-2021)

Kaynak: (Anadolu Üniversitesi, 2021)

Özellikle de bölüm ile ilgili uzmanlık alanı gerektiren derslerin müfredat içerisinde yer aldığı ve yıllar içerisinde yayılımının gerçekleştiği görülmektedir. Alanın ihtiyacı doğrultusunda müfredata eklenen derslerin büro yönetimi ve yönetici asistanlığı kavramlarının anlamının genişlemesi dolayısıyla ele alınması ancak sosyal yapıda meydana gelen değişim faktörlerinin gözden kaçırılmaması ve bu değişim faktörlerinin uyumlanarak ortaya konulması gerekmektedir. Bu doğrultuda sözkonusu programın müfredatı aşağıdaki gibi yeniden yapılandırılmıştır:

Çizelge 12: Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Programı Güncel Müfredatı (2022)

I.Yarıyıl		II. Yarıyıl	
ZORUNLU DERSLER	Teori+ Uygulama	ZORUNLU DERSLER	Teori+ Uygulama
Elektronik Kelime İşleme	2	Elektronik Hesap Tabloları	2
İktisada Giriş	2	Genel Hukuk Bilgisi	2
İngilizce I (ENG)	4	İngilizce II (ENG)	4
Genel İşletme	2	İş Yazışmaları	3
Genel Matematik	2	Yönetici Asistanlığı	3
Genel Muhasebe	2	Staj	5
Klavye Teknikleri	3	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi II	2

Büro Yönetimi	3	Türk Dili II	2
Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi I	2	Seçmeli Dersler	2
Türk Dili I	2	Mesleki Seçmeli Dersler	3
III. Yarıyıl		IV.Yarıyıl	
ZORUNLU DERSLER	Teori+ Uygulama	ZORUNLU DERSLER	Teori+ Uygulama
Elektronik Sunum Yazılımları	2	Veri Yönetimi ve Raporlama	3
Örgütsel Davranış	2	Güncel Bilgi ve İletişim Teknolojileri	3
İş İngilizcesi I	3	Meslek Etiği	2
Belge Yönetimi ve Dosyalama	3	Protokol Bilgisi	2
Örnek Olay Analizi	3	İş İngilizcesi II	3
Seçmeli Dersler	4	Sektörel Uygulamalar	5
Mesleki Seçmeli Dersler	13	Mesleki Seçmeli Dersler	10
MESLEKİ SEÇMELİ DERSLER	Teori+ Uygulama	SEÇMELİ DERSLER	Teori+ Uygulama
Çevre Koruma ve İklim Değişikliği (TR)	2	Sanat Tarihi	2
İnsan Kaynakları Yönetimi (TR)	2	Beden Eğitimi	2
İletişim (TR)	2	Türk Halk Müziği	2
Muhasebe Yazılımları (TR)	3	Halk Dansları	2
Görsel Web Tasarımı (TR)	3	Kültürel Etkinlikler	2
Halkla İlişkiler (TR)	3	Salon Dansları	2
Bürolarda Ergonomi (TR)	2	Topluma Hizmet Uygulamaları	2
İşletme Becerileri (TR)	2	Müziğin Tarihçesi	2
Kamu-Özel Kesim Yapısı ve İlişkileri (TR)	3	Cumhuriyet Dönemi Türk Tiyatrosu	2
Etkili ve Güzel Konuşma (TR)	2	Gönüllülük Çalışmaları	3

Çağdaş Yönetim Yaklaşımları (TR)	3		
Ekip Yönetimi ve Liderlik (TR)	3		
İş Yaşamında Proje Yönetimi (TR)	3		
Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği (TR)	3		
Türk İşaret Dili (TR)	3		
İş ve Sosyal Güvenlik Hukuku	2		
Temel Mutfak Uygulamaları	2		
Almanca I-II	3		
Fransızca I-II	3		
İspanyolca I-II	3		
Rusça I-II	3		
İlk Yardım	2		
Kariyer Yönetimi	3		
Kişisel Finans Yönetimi	2		

Kaynak: (Anadolu Üniversitesi, 2021)

Programın yapılandırılmasında günümüz BYYA öğretiminin niteliği evrensel biçimde ele alınmaktadır. Buna göre, öncelikle yerel düzeyde Türkiye’de Yüksek Öğretime Geçiş Sınavı (YKS) yerleştirme sonuçlarına göre en çok tercih edilen okulların müfredatları incelenerek, Türkiye’de Büro Yönetimi alanında en çok ortaklaşan dersler tespit edilmiş, ardından da yurtdışında “Office Administration” alanında ve önlisans düzeyine sahip olan okulların programları incelenmiştir. Buna göre, Türkiye’deki programların² çoğunun son yıllarda bütünsel bir müfredat güncellemesine gitmediği ancak yurtdışındaki programların çoğunda büro yöneticilerinin çok daha çeşitli yetkinliklere gereksinmesi sebebiyle birçok farklı alandan seçmeli derslerin verildiği görülmüştür³. Bölümlerin müfredatlarında görülebileceği üzere,

² Yurtdışında incelenen YKS sıralamasında ilk 5’te yer alan Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Programlarına sahip üniversiteler; Başkent Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Marmara Üniversitesi olarak sıralanabilir. Bu bölümlerin müfredatlarına ulaşılacak web sayfalarının linkleri kaynakçada gösterilmiştir.

³ Yurtdışında incelenen Office Management/Administration programlarına sahip üniversiteler; Cincinnati State College, Medicine Hat College, Northern Lights College, Columbus State Community College, Mohawk College, Seneca College, Conestoga College, Fanshawe College, Algonquin College, Bristol Community

Türkiye’de incelenen bu üniversitelerin BYYA programlarının içeriği (Başkent Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi) oldukça benzer durumdadır. Bazı dersler hariç olmak üzere genel olarak ders isimleri ve statüleri aynılaştırılmıştır. Bu durumun kural koyucu YÖK tarafından önlisans eğitiminin girdi ve çıktılarının standartlaştırılması amacını taşıdığı söyleyebilmekteyiz. Tek tek üniversitelerin müfredatını oluşturma motivasyonlarının bilinmediği göz önünde tutularak, Büro Yönetimi Programlarının bu standartlaştırılmış hali yabancı ülkelerdeki örneklerle karşılaştırıldığında daha da belirginleşmeye başlamaktadır. Nitekim yurtdışında verilen Büro yönetimi eğitimlerinde ders isimlerinin neredeyse tamamı, aynı ders planı işleniyor dahi olsa farklılaşmaktadır (Cincinnati State College, Medicine Hat College, Northern Lights College, Columbus State Community College, Mohawk College, Seneca College, Conestoga College, Fanshawe College, Algonquin College, Bristol Community College, Wayne State College, Montgomery County Community College, Owens Community College, Florida State College, Chattanooga State Community College). Örneğin Türkiye’de neredeyse tüm Büro Yönetimi programlarında yer alan “Ofis Programları” adlı ders, yurtdışında aynı içeriğe sahiptir ancak farklı farklı isimlerle örgütlenmektedir.

Eskişehir Meslek Yüksekokulu Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı programının müfredat yapılanmasında bölümde yer alan öğretim elemanlarının mesleğe yönelik vizyonunun dışında, Türkiye’de incelenen üniversitelerin ders listesi ve yabancı programların müfredatı da etkili olmuştur. Buna noktada belirtilmelidir ki yeniliklerin yayılımı çerçevesinde Yönetici Asistanı yetiştirme sürecinde bu dersleri “taklit etme” biçiminde bir uygulamadan ziyade ders içeriklerinin sektörün ihtiyaçları çerçevesinde değerlendirilmesi ve eğer gerekli görülüyorsa bu dersleri müfredata “farklı ve daha işlevsel isimlerle” dahil etme yolu seçilmelidir. Geçmişten beri diğer BYYA programları ile ortak isimlerle yürütülen zorunlu ve seçmeli derslerin bir kısmı da yine aynı şekilde isim ve kapsam değişikliğine uğramışlardır.

Sonuç ve Değerlendirme

Yapılan doküman analizi sonucunda Anadolu Üniversitesi EMYO-BYYA Programı müfredatında 1990 yılından beri sürekli program geliştirme çabası içinde olduğu izlenmekle birlikte köklü sayılabilecek değişiklik dönemlerinin 5 yıllık periyotlarda olduğu görülmektedir.

College, Wayne State College, Montgomery County Community College, Owens Community College, Florida State College, Chattanooga State Community College’dir. Bölümlerin müfredatlarına erişim linkleri kaynakçada gösterilmiştir.

Ancak 2000’li yılların başında yapılan değişikliğin temel nedeninin Milli Eğitim Bakanlığı – Yükseköğretim Kurulu (MEB-YÖK) Meslek Yüksekokulları Program Geliştirme Projesi olduğu söylenebilir. Bu değişiklikle meslek lisesi mezunlarının üniversiteler bünyesine sınavsız geçişlerinin sağlanabilmesi amaçlanmıştır ve kurulan komisyonla tüm Meslek Yüksekokulu (MYO) programlarında geçerli olacak ortak bir müfredat belirlemiştir. Tüm MYO’ların belirlenen bu müfredata 2002-2003 öğretim yılından itibaren uyması zorunlu tutulmuştur. Bu proje kapsamında BYYA programlarına Protokol Bilgisi ve Kamu Özel Kesim Yapısı ve İlişkileri gibi bazı ortak dersler konulmuştur.

Avrupa Birliği tarafından finanse edilen ve YÖK tarafından geliştirilen İnsan Kaynaklarını Mesleki Eğitim Yoluyla Geliştirme Projesinde (İKMEP) belirlenen ve tüm meslek yüksekokullarında –içlerinde BYYA’nın da olduğu- en fazla öğrenciye sahip olan 15 farklı program için uygulanan hedefler, müfredatta önerilen ve uygulanması istenen dersler doğrultusunda 2010-2011 öğretim yılından itibaren EMYO BYYA müfredatının da güncellenmesi sonucunu doğurmuştur (Özhavzalı ve Erduran, 2019, s. 150). Böylelikle uygulamadaki ders isimleri ve kredilerin aynı olması ve yatay geçiş yapan öğrencilerin geçişlerini kolaylaştırmak ve tüm Türkiye’de bulunan aynı programların eş ve benzer olması amaçlanmıştır.

Yukarıda sözü edilen projelerin bağlayıcılığı nedeniyle EMYO’yu diğer MYO BYYA programlarından ayıran hatta öne çıkaran İngilizce İş Yazışmaları gibi bazı derslerin de kaldırılması gerekmiş ya da bilgi iletişim teknolojilerine ilişkin dersler yetersiz kalmıştır. İlerleyen yıllarda BYYA Programının gelişen teknolojik düzeyi yansıtacak, yöresel, bölgesel, ulusal ve uluslararası gereksinimleri karşılayacak şekilde iş yaşamı ile koordineli olarak yeniden ele alınması ve güncellenmesi kaçınılmaz olmuştur. Böylelikle 2010-2011 öğretim yılından itibaren EMYO BYYA programı da müfredatını yeniden bağımsız olarak geliştirmeye başlamıştır.

2022 yılında yapılan müfredat geliştirme çalışması ile programda pek çok ders ile ilgili değişikliğe gidilmiş ve bu tarihe kadar programda hiç yer almamış dersler programa eklenmiştir. Daha önce EMYO BYYA programında hiç yer almamış Görsel Web Tasarımı, Ekip Yönetimi ve Liderlik, İş Yaşamında Proje Yönetimi, Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği, Kariyer Yönetimi ve Kişisel Finans Yönetimi dersleri bu duruma örnek verilebilir. Kuşkusuz bu uygulamada yeniliklerin yayılımının etkisi önemlidir. Çünkü müfredat geliştirme çalışmaları sürecinde yurt içi ve yurt dışı yükseköğrenim kurumlarının ilgili müfredatından da

yararlanılmıştır. 2021 yılı YÖK Atlas bilgileri doğrultusunda ülkemizde ilk 5’te yer alan diğer üniversitelerin BYYA program müfredatları da gözönünde bulundurulmuştur. Örneğin Görsel Web Tasarımı ve Sektör Uygulamaları dersleri sözkonusu müfredatlardan esinlenilerek müfredata eklenmiştir. Yurt dışında ise Top Schools adı altında yayınlanan ve Büro Yönetimi önlisans eğitimi veren başarılı kurumlar listesinde yer alan kurumların müfredatından esinlenilerek İş Yaşamında Proje Yönetimi ile Ekip Yönetimi ve Liderlik gibi dersler müfredata eklenmiştir. Ancak 2022 EMYO-BYYA müfredatında gerçekleşen ve belki de en önemli yenilik isteğe bağlı İngilizce hazırlık okuma imkanı sağlanmasıdır. Mezunların iş yaşamında yabancı dil yeterliliğine sahip olması beklendiğinden BYYA programı öğrencileri de EMYO’nun diğer program öğrencileri gibi 2022 eğitim öğretim yılından itibaren talebi halinde yabancı dil hazırlık eğitimi alabilmektedir.

Toplum içerisinde yer alan bireyler yenilik kavramını kendilerini ait hissettikleri benimseme kategorisi kapsamında ele almakta ve bu benimseme durumu ise zamansal olarak farklılıklar barındırmaktadır. Bu doğrultuda oluşan yenilik ise bilişsel ya da tutumsal değişimlerden ziyade yayılım biçiminde gerçekleşen davranışsal değişimi ele alarak bireylerin davranışlarında meydana gelen değişimleri konu edinmektedir. Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı eğitimlerinde gerçekleşen yeniliklerin yayılımı süreçlerin uygulanması aşamasında yeniliğin öğrenilmesi ve öğrenme üst limitlerine ulaşılabilmesi ile zaman içerisinde S eğrisine dönen bir hal alması beklenmektedir. Dış paydaş görüşlerinden hareketle alanın ihtiyaç duyduğu yenilikler doğrultusunda ders programlarına dahil edilen dersler belirlenirken programın çıktısı olarak mezunlarda davranışsal değişiklikleri meydana getirmesi amaçlanmalı ve bu doğrultuda stratejilerin belirlenmesi gerekmektedir. Ancak stratejilerin planlanması konusunda alan analizinin doğru bir biçimde yorumlanması gerekmekte, heves olarak ortaya çıkan olguların kültürel değişime bir katkısı olmayacağını ve bu durumun da davranışlarda amaçlanan değişikliği yaratmayacağını gözönünde bulundurulması gerekmektedir. Kültürel kapsamda özellikle “moda” kavramlar üzerinde durulması mezunlar üzerinde rasyonel değişikliklerin oluşmasını sağlayabilecektir. Moda ve heves olguları kısa vadede birbirlerinden ince bir çizgiyle ayrıldığı için müfredatlardaki yeniliklerin uygulama süreçlerinde taklit mekanizmalarının da işler hale getirildiği görülmektedir. Bu durum alan analizinin her ne kadar doğru yorumlansa dahi amacının sapmasına sebep olabilmekte ve bir hevesle oluşturulan programların ve derslerin yayılımını da yol açabilmektedir. Bu noktada kural koyucu durumunda olan YÖK ve mezunların başvurabilecekleri kurumların yöneticilerinin etkisiyle

kültürel anlamda bir uyumun gerçekleştirilmesi ve heves faktörünün etkilerinin minimize edilmesi hedeflenmelidir.

BYYA Programları gelecekte uzun vadede alana ihtiyaç duyacakları verimli ve gerekli iş gücünü sağlamak istiyorlarsa moda olan kavramların yanında dersi yürütecek uzman insan kaynaklarından faydalanabilecek bir şekilde müfredatlarını güncellemeleri de üzerinde durulması gereken bir konudur. Alanın ihtiyaçları gözetilerek değişen dünyanın gereklerine uygun, alanın vizyonu kapsamında ve alandaki boşlukların üzerine gidebilecek derslerin ele alınması gerekmektedir. Bu durum gerçekleştirilirken de moda unsurların sosyal yapı ve toplumsal kültür tarafından ortaya konulduğu ve gerekleri ortaya çıkardığı gözardı edilmeden dengeli bir stratejinin izlenmesi önem taşımaktadır.

Yayımlı süreçleri tarihsel anlamda uygulamaların diğer takipçiler tarafından ne derece uyumlandığıyla ilgili bir kavramdır. Bu uyum süreci pek çok faktörle birlikte ele alınabildiği gibi faktörlerin içerisinde yer alan kavramların ortaya çıkarılarak diğer çalışmalara bir rehber niteliği taşıması açısından da önem arz etmektedir. Bu çalışmanın da BYYA programları özelindeki müfredat değişikliklerinin belirlenmesi aşamalarında gerçekleştirilebilecek olan hedef kitle analizi, paydaş analizi ve swot analizi gibi paydaş görüşleriyle ele alınabilecek diğer çalışmalara referans olabilmesi hedeflenmektedir.

Kaynakça

- Abrahamson, E. (1996). Management Fashion. *The Academy of Management Review*, 21(1), s. 254-285.
- Ataman, G. (2003). Örgüt Tasarımında Yeni Tekniklerin Yayılım Dinamikleri, *Öneri*. 5(19), s.13-19.
- DiMaggio, P. ve Powell, W. (1983). Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociology Review*, 48, s. 147-160.
- Erçek, M. (2004). Çeviri, Aktör Ağları ve Eksik/Öncül Kurumsallaşma: Türkiye'deki Mesleki Personel/İnsan Kaynakları Söyleminin Yeniden Kurgulanması, 1960-1999. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), s. 129-195.
- Görgeç, İ. (2014). "Program Geliştirmede Temel Kavramlar". içinde Ed. H. Şeker, *Program Geliştirme Kavramlar Yaklaşımlar*, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Güleç, H. (2013). *Identifying English Language Needs of The Turkish National Police Academy Students: A Needs-Based Syllabus Suggestion for Law Enforcement English Course*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Gürer, C., Akgül, A. ve Tosun, H. (2016). Kamu Politikalarının Yayılımı: Kuramsal Bir İnceleme. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 16, s. 23-44.

- Hacıoğlu, N., Kaşlı, M., Şahin, S. ve Tetik, N. (2008). *Türkiye'de Turizm Eğitimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Halıcı, A., Yılmaz, B. ve Kasımoğlu, M. (2012). Employment Predictions in Secretarial Occupation. *Journal of Management and Sustainability*, 2(2), s. 187-196.
- Ivan, M. ve Albu, R. (2014). A New Model of Vocational Education and Training in Braşov Country. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov*, 7(56), s. 77-84.
- Karabulut, A. ve Marul, M. (2011). Mesleki ve Teknik Eğitimde Eğitim Modeli Tasarımı. *Milli Eğitim*, 191, s. 78-85.
- Özhavzalı, M. ve Erduran, T. (2019). Bilgi İletişim Teknolojilerinin Gelişime Göre Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Programının Durumunun Araştırılması. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 5(2), s. 144-155.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusions of Innovations*. New York: MacMillan Publishing Co.
- Şen, O. ve Taşçı, D. (2022). *Uzaktan Eğitim Yoluyla Gerçekleştirilen Yönetici Eğitimi Faaliyetlerinin Yayılım Süreçleri ve Kurumsallaşma Koşulları*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Tezcan, M. (1997). *Eğitim Sosyolojisi*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.

İnternet Kaynakları

- Algonquin College. (-). Office Administration.
<https://www.algonquincollege.com/business/program/office-administration-general>. Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Anadolu Üniversitesi. (2021). Üniversitesi Kataloğu. <https://www.anadolu.edu.tr/ogrenci-isleri/orgun-bilgi-ve-belgeler/universite-katalogu>. Erişim tarihi: 23.12.2022.
- Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu. (2022). Akademik Personel.
<https://emyo.anadolu.edu.tr/personel/akademik-personel>. Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksekokulu. (2022). Hakımızda, Genel Bilgi.
<https://emyo.anadolu.edu.tr/hakimizda/genel-bilgi>. Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Başkent Üniversitesi. (-). Ders Listesi. http://bya.baskent.edu.tr/kw/ders_listesi.php. Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Bristol Community College. (-). Office Administration.
<https://bristolcc.edu/learnatbristol/programsandcourses/degreesandcertificates/degreeprograms/officeadministration.html>. Erişim tarihi: 20.12.2022.

- Chattanooga State Community College. (-). Administrative Office Professional. <https://chattanoogastate.edu/administrative-office-professional>. Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Cincinnati State College. (-). Administrative Assistant (AA). <https://www.cincinnati-state.edu/academics/degree-certificate/administrative-assistant-aa>. Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Columbus State Community College. (-). Business Office Administration - Administrative Assistant Major. <https://explore.csc.edu>. Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Conestoga College. (-). Office Administration. <https://www.conestogac.on.ca/fulltime/office-administration-general>. Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Dokuz Eylül Üniversitesi. (-). Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Programı. <https://imy.deu.edu.tr/tr/buro-yonetimi-ve-yonetici-asistanligi-programi>. Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Fanshawe College. (-). Office Administration. <https://www.fanshawec.ca/programs/oag1-office-administration-general/next>. Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Florida State College. (-). Office Administration. <https://www.fscj.edu/academics/areas-of-study/business/office-administration-as>. Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Hacettepe Üniversitesi. (-). Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu / Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı - Dersler. <https://bilsis.hacettepe.edu.tr>. Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Innagate. (2022). Kurumsal İtibar Nedir ve Neden Güçlü Olmalıdır? <https://innogate.org/kurumsal-itibar-nedir-ve-neden-guclu-olmalidir>. Erişim tarihi: 20.12.2022.
- İstanbul Aydın Üniversitesi. (-). Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı Ders Planı. <https://ebs.aydin.edu.tr>. Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Marmara Üniversitesi. (-). Marmara Üniversitesi Eğitim-Öğretim Bilgi Sistemi. <https://meobs.marmara.edu.tr/ProgramTanitim/sosyal-bilimler-meslek-yuksekokulu/buro-yonetimi-ve-yonetici-asistanligi-127-162-0>. Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Medicine Hat College. (-). Programs & Courses Administrative Office Management. <https://www.mhc.ab.ca/ProgramsandCourses/Academic-Programs/Programs-of-Study/Administrative-Office-Management>. Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Mohawk College. (-). Office Administration - General. <https://www.mohawkcollege.ca/programs/business/office-administration-general-380>. Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Montgomery County Community College. (-). Office Management. <https://www.mc3.edu/degrees-and-programs/programs/business/office-management>. Erişim tarihi: 20.12.2022.

Başpınar, Ö., N. & Şen, O. & Demirhan, T., B. (2023). Büro Yönetimi Ve Yönetici Asistanlığı Müfredatındaki Değişimlerin Yeniliklerin Yayılımı Kapsamında Değerlendirilmesi. Anadolu Üniversitesi Mesleki Eğitim ve Uygulama Dergisi (ANAMEUD), 2(1): 1-25.

Northern Lights College. (-). Executive Assistant Diploma.

<https://www.nlc.bc.ca/Programs/All-Programs-Alphabetical/Business-Management-Executive-Assistant-Diploma>. Erişim tarihi: 20.12.2022.

Owens Community College. (-). Office Administration.

<https://www.owens.edu/academics/program/office-administration.html>. Erişim tarihi: 20.12.2022.

Seneca College. (-). Office Administration.

<https://www.senecacollege.ca/programs/fulltime/EXS.html>. Erişim tarihi: 20.12.2022.

Sosyolojisi. (2018). Sosyal Sistem Nedir? Tanımı (Sosyoloji). <http://sosyolojisi.com/sosyal-sistem-nedir-tanimi-sosyoloji/9415.html>. Erişim tarihi: 20.12.2022.

TDK. (2022). Türk Dil Kurumu Sözlükleri. <https://sozluk.gov.tr>. Erişim tarihi: 20.12.2022.

Wayne State College. (-). Office Administration. <https://www.wsc.edu/office-administration>. Erişim tarihi: 20.12.2022.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ MESLEKİ EĞİTİM VE UYGULAMA DERGİSİ

Volume: 2, Issue: 1, p. 26-58, 2023

SALGIN HASTALIKLAR VE TURİZM: SAĞLIK TURİZMİNE YÖNELİK BİR DERLEME

EPIDEMIC DISEASES AND TOURISM: A REVIEW ON HEALTH TOURISM

Yağmur SAVAŞKAN

(Received 25.02.2023 Accepted 09.06.2023) – Research Article

Özet

Bu çalışmada, dünya genelinde salgın olarak görülen hastalıkların turizm sektörü üzerindeki etkilerinin sağlık turizmi çerçevesinde değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda literatür taraması yapılarak konuyla alakalı çalışmalar derlenmiş ve yorumlanmıştır. İlgili alanda yayınlanmış makale, tez, bildiri, haber arşivi gibi belgeler ve ilgili resmî kurumların istatistiksel verileri detaylı bir şekilde incelenerek salgın hastalıklar ve sağlık turizmi arasındaki ilişki hakkında çıkarımlar elde edilmeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda salgın hastalıkların sağlık turizmi ile ilişkisini inceleyen çalışmaların, salgın hastalıkların turizm ile ilişkisini inceleyen çalışmalara göre sınırlı kaldığı, salgın hastalıkların seyahat kısıtlamalarına neden olduğu ve seyahat hareketliliğiyle turist tercihlerini etkilediği, salgın dönemlerini başarılı bir şekilde atlatabilen ülkelerin sağlık hizmetlerinde itibarlarını artırarak gelecekte sağlık turizminde rekabet avantajı elde edebilecekleri belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Salgın Hastalıklar, Turizm, Sağlık Turizmi, Pandemi.

Abstract

In this study, it is aimed to evaluate the effects of diseases that are seen as epidemics around the world on the tourism sector within the framework of health tourism. In this context, by literature review was in the study studies related to the subject were compiled and interpreted. It has been tried to obtain inferences about the relationship between epidemic diseases and health tourism through detailed examination of documents such as articles, theses, papers, news archives published in the relevant field and the statistical data of related official institutions. As a result of the study, it has been determined that the studies examining the relationship of epidemic diseases with health tourism are limited compared to studies examining the relationship of epidemics with tourism, epidemic diseases cause travel restrictions and affect tourist preferences with travel mobility, it has been determined that countries that can successfully overcome the epidemic periods can gain a competitive advantage in health tourism in the future by increasing their reputation in health services.

Keywords: Epidemic Diseases, Tourism, Health Tourism, Pandemic.

Giriş

İnsanlık tarihi boyunca turizm endüstrisini üzerinde de büyük ölçüde etki oluşturan, Şap Hastalığı, SARS virüsü, Domuz Gribi (H1N1), Kuş Gribi, Zika Virüsü, Ebolo Salgını gibi çeşitli nedenlerle birçok salgın hastalık meydana gelmiştir. Bu salgın hastalıkların en son yaşananı ise 2019 yılında görülmeye başlayan (Çoban, 2020: 45) ve 2022 sonlarına doğru etkisini kaybetmeye başlasa da devam ettiği görülen Yeni Tip Koronavirüs (COVID-19) Hastalığıdır.

Barry (2009: 11-15) ve Maital ve Barzani (2020: 4), 1800'ü yıllardan itibaren 130 yılda dört salgın meydana geldiğini belirtmektedir. 1889, 1918, 1957 ve 1968 yıllarında gerçekleşen bu önemli salgınlardan 1889-1892'de H2N2 (Asya gribi) virüsü üç genişletilmiş dalga halinde gelmiştir. Mayıs 1889'da Türkistan'da başlayıp birkaç ay sonra Berlin ve Paris'e kadar yayılan virüs sonraki birkaç hafta içinde ise okyanusu aşarak ABD'ye, ardından 1890'da Hong Kong ve Japonya'ya geçmiştir. 1918 yılının Ocak ayında ise ikinci büyük bir grip salgını olan İspanyol gribi, ABD Kansas'ta ilk vakaların ortaya çıkmasıyla başlamış ve ABD ordusunun kamplarında hızla yayılmıştır. Nisan ayına gelindiğinde Avrupa'ya kadar yayılan virüs bu sırada ABD'de ortadan kaybolursa da Asya ve Avrupa'ya uzanmıştır. 1918 yılında gerçekleşen salgın toplam dünya nüfusunun yüzde 1.9 ile 5.5 arasında bir oranda ölümüne neden olmuştur. Tahmini ölüm sayısı 34.4 milyon ile 100 milyon arasındadır. 1957'deki Asya gribi H2N2, Şubat ayında Çin'de başlayıp aynı yılın Nisan ayında Hong Kong'a ardında da Japonya'ya ulaşmıştır. ABD'de Haziran ayından Ekim ayına kadar salgınlar görülmüş ancak griple ilişkili ölüm oranı düşük kalmıştır. 1958 yılının Ocak-Mart ayları arasında toplamda 20.000 ölüm ile ikinci bir dalga olmuştur. 1968'de H3N2 virüs salgını 13 Temmuz'da Hong Kong'da başlamıştır. Ağustos'ta ABD ve Japonya'ya, Eylül ayında ise İngiltere'ye ulaşan virüs 1969'da zirve yapmıştır. Hastalık oranının %20 civarında ve Amerika'daki ölüm oranının ise 34.000 kişi olduğu tahmin edilmektedir. Bu salgın, dört salgın içindeki en hafif olanıdır.

Görüldüğü gibi salgın hastalıklar, dünya genelinde birçok kez yaşanmıştır. Öyle ki ileriki dönemlerde de başka türlü hastalıkların meydana gelmesi olası bir durumdur. Salgın hastalıkların, ulaşım olanaklarını ve özellikle seyahati kısıtlaması başta olmak üzere yerli-yabancı yatırımlar, ekonomik riskler ve krizler, işsizlik-istihdam sorunu, kişilerin psikolojik durumu ve sosyal yaşantısında yorgunluk, bıkkınlık ve bunalım gibi hem bireysel hem de ülke şartlarında ve yaşantısında çok geniş çerçevede etkileri söz konusu olabilmektedir.

Salgın hastalıklar genel anlamda seyahatleri ve dolayısıyla turizmi önemli ölçüde etkilese de sağlıkla ilgili seyahatlerinden kolay kolay ödün vermemektedir. Kısacası turizm her anlamda durma noktasına gelse de tek faaliyet gösterebilecek olan turizm türü sağlık turizmi, diğer bir ifade ile sağlık amaçlı seyahatler olmaktadır. Diğer bir ifadeyle bazı durumlarda enfeksiyon riski, seyahat davranışını etkilememektedir. Burada kararı etkileyen durum, bireylerin kendilerine göre yaptıkları değerlendirmede seyahate çıktıklarında aldıkları sağlık riski, seyahatin maliyetinden ve gidilmediğinde alınan riskten daha az ise riski göze alıp seyahate çıkmayı tercih edeceklerdir (Fenichel, Kuminoff ve Chowell, 2013: 1-2). Örneğin, Covid-19 salgınında hastalık dünya genelinde yayılım gösterdikçe ülkeler de tek tek şehirlere giriş çıkış yasakları, şehirler arası seyahat kısıtlamaları ile önlemler almaya başlayıp, devamında sokağa çıkma yasağı ve dış hat uçuşları durdurmaya kadar kararlar almışlardır (Budak ve Korkmaz, 2020; 66-70; ikv.org.tr, 2023; tuba.gov.tr, 2023). Öyle ki 27 Mart 2020 tarihinde Türkiye’de kargo uçuşları, devlet, acil tıbbi ve teknik nedenlerle acil iniş halleri haricinde tüm dış hat uçuşlar durdurulmuş; iç hatlarda ise belirli sayıda özel izinle Türk Hava Yolları tarafından uçuşların yapılması kararlaştırılmıştır (web.shgm.gov.tr, 2023). Bu durum seyahatlerin kısıtlandığı veya tamamen durdurulduğu hallerde, acil tıbbi nedenlerin muaf tutularak sağlık turizmi amaçlı seyahatlerin devam edebildiğinin göstergesi olmaktadır.

Uluslararası turizm hareketlerinin hızla büyüme kaydetmesinde sağlık turizminin etkisi hiç şüphesiz azımsanmayacak düzeydedir. Öyle ki sağlık turizmi kapsamında seyahat eden insan sayısı 1 milyonun üzerindedir (Özçelik, Gül ve Kızılırmak, 2021: 56). Sağlık turizmi, dünya genelinde özellikle termal turizm, spa-wellness turizmi, medikal turizm ve ileri yaş turizmle büyük bir ürün segmentine dönüşmüştür (Gül, 2019: 284). Sağlık turizmi, seyahat yoluyla hastaların sağlık hizmeti ve tıbbi tedaviler almasını sağlayan bir pazar olması yönüyle hem sağlık sektörüne hem turizm sektörüne getiri sağlayan dolayısıyla popüler ve hızla büyümeye devam eden küresel bir niş pazardır (Han, 2013: 257; Ganguli ve Ebrahim, 2017: 74).

Bu doğrultuda çalışma kapsamında pandemi olgusunun sadece sağlık turizmi özelinde ve bütüncül yaklaşımla ele alınmasının gerekçeleri şu şekilde sıralanabilir:

- Sağlık turizminin Türkiye’ye gerek turizm gelirlerinde gerekse ekonomik anlamda katkı sağlaması, Türkiye’nin sağlık turizminde çekici güce sahip olması (Öz, 2022: 22-23),
- Sağlık turizminin gelişen ve büyüyen bir pazar olmaya devam etmesi,
- Pandemi dönemlerinde keyfi ve eğlenceye dayalı seyahatler kısıtlansa da sağlığa yönelik seyahatlerin bundan muaf olabilmesi, dolayısıyla sağlığa yönelik seyahatlerin bu dönemde dahi devamlılık gösterebilmesi,

- Daha önceki çalışmaların yoğun olarak Covid-19 salgınına dayalı ya da tek bir salgın hastalığa dayalı incelenmiş olması.

Literatür incelemesi yapıldığında salgın hastalıkların ve turizm ilişkisi ile etkilerine odaklanan çalışmaların (Abdullah vd., 2004; Pine ve McKercher, 2004; Smorfitt, Harrison ve Herbohn, 2005; Leslie ve Black, 2005; Lyon ve Worton, 2007; Kuo vd., 2009; McAleer vd., 2010; Lee ve Chen, 2011; Speakman, 2017; Haque ve Haque, 2017; Maphanga ve Henama, 2019; Menegaki, 2020; Bakar ve Rosbi, 2020; Mulder, 2020; Bahar ve İlal, 2020; Elsayeh, 2020; Ivanova, Ivanov ve Ivanov, 2020; Özdemir ve Yıldız, 2020; Şengel vd., 2020; Wachyuni ve Kusumaningrum, 2020; Terziyska ve Dogramadjieva, 2021; Rogerson ve Rogerson, 2021; Turak, 2021; Özçelik Heper, 2022) bulunduğu ancak tek bir turizm türü olarak sağlık turizmine odaklanan çalışmaların (Rack vd., 2005; Bağcı, Uzun ve Bostan, 2020; Aktaş, 2020; Sarman ve Sarman, 2021; Kılıç ve Çınar, 2021; Gürleyen ve Çınar, 2021; Bulun ve Yarar, 2021; Seo ve Kim, 2021; Chhabra vd., 2021; Altıkulaç ve Emir, 2022) ise çoğunlukla 2020 yılı itibariyle yapıldığı ve Covid-19'a yönelik olduğu görülmektedir. Bu durum, çalışmada diğer salgın hastalıkların da sağlık turizmiyle ilişkisine odaklanılmasının nedeni olmuştur ve çalışma kapsamında literatürde turizmle ilişkilendirilmiş salgın hastalıklarla ilgili çalışmalardan yola çıkılarak ikincil veriler ışığında salgın hastalıklar, sağlık turizmi ölçütünde derlenmeye çalışılmıştır. Bu yönüyle çalışma, salgın hastalıkların turizmle ilişkisini açıklamakla beraber çalışmanın kapsam olarak küresel çapta bilinen tüm salgın hastalıkların, sağlık turizmiyle ilişkisini açıklamaya yöneliktir. Bu durum çalışmanın, literatürde daha önce yapılmış çalışmalardan farklılığını göstermektedir.

Böylelikle bu derleme çalışmasının; sağlık turizmi ve pandemi ilişkisini ileriki dönemlerde ele alacak olan araştırmacılara, konuyla ilgili literatürde daha önce yapılan çalışmaları ve literatürde çalışma yapılabilecek boşluklar ile genel çerçeveyi görebilmeleri açısından yardımcı olabilmesi ayrıca hem sağlık turizmi hem pandemi literatürüne katkı sağlaması, sağlık turizminde ilgili paydaşların gelecekte yaşanabilecek pandemi olasılığına karşı sağlık turizmiyle ilgili gelecek öngörülerde bulunabilmeleri, gerekli önlemlerin alınmasında ve mevcut durumun analizi gibi hususlarda ışık tutabileceği düşünülmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Salgın Hastalıklar

Avcılık ve toplayıcılıkla başlayan insanoğlunun hayatta kalma mücadelesi ve evrimi, 20.000 yıl öncesinde hayvan sayısında azalmaya sebebiyet vermiştir. İnsanoğlunun başka besin

kaynakları aramaya yönelen insanoğlu tarıma başlamış ve hayvanları evcilleştirmiştir. Böylece insanlar, fareler, sıçanlar, keneler, pireler ve sivrisinekler gibi hayvanlar ve haşerelerle daha yakın temas kurmaya başlamışlardır. Bu hayvanlar beraberinde veba, tularemi, tifüs ve sıtma gibi hastalıkları da getirmişlerdir. Aynı zamanda yerleşik düzene geçilmesiyle insanlar toplu halde yaşamaya başlamış ve insanların bir arada yaşadıkları kentler ortaya çıkmıştır. Toplumsal hayatın gelişmesiyle salgın hastalıklar kolayca yayılma imkânı bulmuş ve hastalıklarla ölümler artmıştır (Akın, 2018: 6).

Salgın; bir hastalığın aktif olarak yayıldığı, genellikle kontrolden çıkmış ancak çoğunlukla bir ülke veya bölge içerisinde gerçekleşen bir olaydır. Pandemi ise daha büyük bir coğrafi ölçekte yayılım gösteren çok fazla sayıda insanı etkileyen bir salgındır (Maital ve Barzani, 2020: 2). Diğer bir ifadeyle bir hastalığın belirli bir zaman diliminde yaygın görülmesi durumuna salgın (epidemi); tüm dünyayı etkileyerek küresel boyutta büyük salgın haline dönüşmesi ise ‘pandemi’ olarak adlandırılmaktadır (Arık, 1991; Page ve Yeoman, 2006: 4).

Pandemi kelimesi; Yunanca (Grek) kökenli kelime olan pan (herkes, hepsi) ile demos (insanlar) sözcüklerinin birleşiminden oluşmaktadır. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ – World Health Organization/WHO) pandemiye “dünya genelinde insandan insana kolayca yayılan yeni bir patojenin salgını” olarak tanımlamaktadır. Buradan hareketle bir hastalığın salgın olabilmesi için aşağıdaki özellikleri taşıması gerekmektedir (Maital ve Barzani, 2020: 2):

- Yaygın olarak görülmesi,
- Birkaç ülkede veya kıtada aynı anda görülmesi,
- Çok fazla sayıda insanı etkilemesi,
- Hastalığın bulaşıcı olması (Bir kişiden diğerine bulaşarak yayılım göstermesi).

Aynı şekilde salgın hastalığa neden olan bulaşıcı hastalıkların da birtakım özellikleri bulunmaktadır. Öncelikle hastalığa yakalanmış olan bir kişiden çevresindeki sağlıklı kişilere çok çabuk bulaşır. İkinci olarak akut özellik taşırlar. Diğer bir ifadeyle kısa bir süre içerisinde kişi ya iyileşir ya da ölür. Diğer bir özelliği ise hastalıktan kurtulanlar vücutlarında antikor üretirler. Böylelikle kişiler hastalığı geçirdikten sonra hastalığa karşı bağışıklık kazanırlar. Son olarak hastalığa yol açan mikroplar genellikle toprakta ya da hayvanlarda yaşayamaz insan vücudunda yaşayabilirler (Diamond, 2010: 296-297).

Akın (2018: 3)’a göre tarihsel süreçte literatürde yer almış ve bildirilmiş olan salgına yol açan enfeksiyonlar ile ilk saptandığı tarihler aşağıdaki gibidir:

Tablo 1. Tarihsel Süreçte Literatürde Yer Almış Enfeksiyonlar (Akın, 2018: 3).

- Tifüs (M.Ö. 429-426)	- Dengue ateşi (1778)
- Çiçek (165-189)	- Epidemik Tifüs (1847-1848)
- Veba (541-542)	- Trypanosomiasis (Uyku Hastalığı) (1896-1906)
- Viral Kanamalı Ateş (1545-1576)	- Tekrarlayan Ateş (1946)
- Kızamık (1592-1596)	- Poliomyelitis (1971)
- Sıtma (1600-1650)	- Meningitis (1996)
- Leptospirosis (1616-1619)	- SARS Coronavirus (2002-2003)
- Sarı Humma (1648)	- Chikungunya virüs (2006)
- Tifüs (M.Ö. 429-426)	- El-Ayak-Ağız (Şap) Hastalığı (2008)
- Influenza (1732-1733)	- MERS (Middle East Respiratory Syndrome (2012)
- Kolera (1816-1826)	

Ani ve beklenmedik kriz durumlarının ortaya çıkması devlet kaynaklarında sorun yaşanmasına neden olur. Ekonomik faaliyetlerde ve yatırımlarda yaşanan durgunluk, devlet gelirlerini azaltacaktır. Salgın hastalıkla mücadele etmek ve önlemek için kamu harcamalarının artması hükümetin mali durumu kötüleştirmektedir. Bu nedenle olası salgın hastalıklar gibi benzeri durumlar için ekonomiyi canlandıracak teşvik paketlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca faiz fazlasını biriktirme gibi uygulamalarla olası kriz durumlarına karşı bütçe ayırmaları önem taşımaktadır (Fan, 2003: 6). Çünkü bir salgın sırasında ülke genelinde hastalığı kontrol altına almak için okulları ve insanların toplu buldukları restoran, sinema gibi mekanları kapatmak, ulaşım ve diğer kamu hizmetlerini azaltmak, insanların evden çıkmasını yasaklamak veya kısıtlamak gibi önlemler alınabilir (Delivorias ve Scholz, 2020: 3). Bu önlemlerin aynı zamanda turizmin temeli olan seyahat unsurunu ve böylelikle turizm sektörünü dolayısıyla sağlık turizmini doğrudan etkileyen sonuçlara yol açtığı söylenebilir.

Sağlık Turizmi

İnsanların sağlıkları için en iyi hizmeti ve tedaviyi bulmak adına çok uzaklara gidip şifa aramaları şeklinde gerçekleştirdikleri sağlık seyahatlerinin geçmişi insanlık tarihi kadar eski dönemlere uzanmaktadır (Wong ve Sa'aid Hazley, 2020: 267). Buradan hareketle sağlık olgusunun turizm hareketlerinde en eski motivasyonlardan biri olduğu söylenebilir (Damijanic, 2019: 979). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)'ne göre sağlık kavramı, yalnızca herhangi bir hastalığın ya da sakatlığın olmaması durumu değil; aynı zamanda zihinsel, fiziksel ve sosyal açıdan da bireyin iyi olma durumu olarak tanımlanmaktadır (Dunn, 1959: 786). En iyi sağlık koşullarından yararlanmak din, ırk, siyasi görüş, ekonomik ve sosyal statü fark etmeksizin tüm insanların temel haklarından biridir. Bununla beraber küreselleşmenin de etkisiyle ülkeler arası

iş birliğinin sağlanması, seyahat özgürlüğü, ulaşımda kolaylıkların sağlanması, sağlık hizmetlerinde kalitenin artması ve dünya genelinde sağlık hizmetlerinin her yerde gelişim göstermesi gibi faktörler sağlık turizmi kavramını ön plana çıkartmıştır (who.int, 2021; Tontuş, 2017).

Genel ve öz bir ifadeyle sağlık turizmi; insanların kendi yaşadıkları yerden başka bir yere sağlık amacıyla seyahat etmeleri ve konaklamaları ile gerçekleşen turizm faaliyetleridir (Öksüz ve Altıntaş, 2017: 61). Bu açıdan düşünüldüğünde gerek dinlenme ve rahatlama amacıyla bir kaplıca seyahati olsun gerek tıbbi bir tedavi veya tanı amacıyla gerekse estetik operasyonlar olsun dünya genelinde birçok insan sağlık turisti olarak sınıflandırılabilir (Ross, 2001).

İnsanların fiziksel sağlığına odaklanırken aynı zamanda onların zihinsel ve ruhsal sağlık durumlarını iyileştiren ve bireylerin sosyal faaliyetlerinde kapasitelerini artırmaya yardımcı olan turizm türü olan sağlık turizmi (Mainil vd., 2017: 16) sadece tedavi amacıyla hastanelere gidilen bir turizm çeşidi olarak algılanmamalıdır. Sağlıklı yaşam sunan her türlü turizm çeşidi sağlık turizmi olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla sağlık turizmi, stres koşullarından arınmak isteyenler için bir alternatif olabilmektedir (Ayoubian, Tourani ve Dehaghi, 2013: 95).

Genel bir yaklaşımla sağlık turizmi üç sınıflandırmada açıklanmaktadır (yigm.ktb.gov.tr, 2021; Semenova, Chistobaev ve Grudtcyn, 2020):

- Medikal (Tıp) Turizm: Hastanelerde tedavi ve ameliyat vb. uygulamalar,
- Termal Turizm (Kaplıca ve Spa & Wellness): Termal tesislerde rehabilitasyon ve dinlenme vb. hizmetler,
- Yaşlı bakımı ziyaretleri amacıyla organize edilen turizm hareketleri.

Sağlık turizminin dünya genelinde popüler hale gelmesinde etkili olan faktörler; yaşanan ülkede uzman eksikliği, maliyet etkinliği, bulunabilirlik, uzun bekleme süresi ve bakım desteğidir. Çoğu gelişmiş ülkede tıbbi tedavi maliyeti yüksek olmaktadır ayrıca hastalar uzun süre beklemek zorunda kalabilmektedirler. Diğer yandan kendi yaşadığı ülkede tedavi sırasında çeşitli destek hizmetlerini (sigorta vb.) çoğunlukla alamamaktadırlar. Bu nedenle hastalar, Tayland ve Hindistan gibi ülkelerde daha uygun maliyetli tedavi seçeneklerini değerlendirmektedirler (Kumar ve Raj, 2015: 284).

Kimi zaman gerekli olan tıbbi imkanların yaşanan ülkede mevcut olmaması durumunda da hastalar başka ülkelerde tedavi görmeyi tercih etmektedirler (Shabaninejad, Gorgi ve Niri, 2016: 203). Glinos, Baeten, Helble ve Maarse (2010: 1147)'e göre ise sağlık turizminin popüler hale gelmesindeki faktörler bulunabilirlik, satın alınabilirlik, bilinirlik (aşinalık) ve algılanan

sağlık hizmeti kalitesidir. Yazarlara göre bu faktörler aynı zamanda uluslararası hasta hareketliliğinde seyahat etmeye etken olan motivasyonları da ifade etmektedir. Uluslararası hasta hareketliliğinde kişileri sağlık hizmet almak için motive eden diğer unsurlar; daha üstün nitelikte sağlık hizmeti almak, az masraflı (maliyeti yaşanan ülkeden düşük) sağlık hizmeti almak ve temel sağlık hizmetini almak şeklinde olmaktadır (Shabaninejad, Gorgi ve Niri, 2016: 203).

Birçok farklı motivasyonla başka bir ülkeye ya da bölgeye giderek tedavi almaya yönelen hastalar, tedavi görecekları tıp merkezini seçerken genellikle maliyet, kurum akreditasyonu, verilen hizmetin kalitesi ve eğitimli/uzman personel özelliklerine öncelik vermektedir (Shabaninejad, Gorgi ve Niri, 2016: 203).

Çalışmanın Yöntemi ve Sınırlılıkları

Bu derlemede salgın hastalıkların sağlık turizmiyle olan ilişkisi ve salgın hastalıkların sağlık turizmine etkisi ikincil kaynaklardan elde edilen bilgiler doğrultusunda genel bir çerçevede verilmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda çalışma, literatür taraması gerçekleştirilmiş ve çalışma kapsamında konuyla ilgili yerli ve yabancı literatür (makale, bildiri, tez vb.) taranmış, resmi internet sitelerinin (TÜİK; WHO (DSÖ); USHAŞ; TÜRSAB)¹ istatistiki bilgilerinden faydalanılmıştır. Söz konusu resmi siteler konuyla ilgili ve sağlık turizmiyle ilgili verilerin ve açıklamaların yer aldığı siteler olması nedeniyle tercih edilmiştir. Bu çalışma salgın hastalıkların sağlık turizmiyle ilişkisinin ele alınması nedeniyle salgın hastalıkların görüldüğü tarih aralıkları öncelik alınmış ve hastalıkların Türkiye’de etkili olduğu yıllarda yayınlanan istatistiki veriler belirtilen resmî kurumların sitelerinden elde edilmiştir. Ayrıca resmî kurumların geriye dönük verileri belirli bir döneme kadar yer almaktadır. Bu durum çalışmanın sınırlılığını oluşturmakla birlikte bu nedenle bu kurumlardan elde edilen veriler, literatürde hastalıkların görüldüğü dönemler temel alınarak elde edilebilen (2010-2022) en geriye dönük tarihlerde incelenmiştir. Daha geriye ait veriler ise doküman analizi sonucu literatürde daha önce yapılmış çalışmalar incelenerek elde edilmiştir.

Resmî kurumlardan ve literatür taramasından veriler elde edilirken “*salgın hastalıklar, salgın hastalık, sağlık turizmi, medikal turizm, pandemi, turizmde salgın hastalıklar, turizmde pandemi*” anahtar kelimeleriyle incelemeler gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda Dünya Sağlık Örgütü’ne (openwho.org; 2023) göre salgın ya da salgına yatkın hastalıklar olarak belirtilen

¹ TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu; WHO: World Health Organization (DSÖ: Dünya Sağlık Örgütü); USHAŞ: Uluslararası Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketleri; TÜRSAB: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği.

hastalıklardan, aynı zamanda dünya genelinde gerçekleşmiş salgın hastalıkların verilmiş olduğu baz çalışmalardan (Türk, Ak Bingül ve Ak, 2020; Akın, 2018) hareketle dünya genelinde insan sağlığını ve aynı zamanda ülkelerin turizm sektörünü de etkilemiş olan salgın hastalıklara (veba, kolera, çiçek hastalığı, sıtma hastalığı, şap hastalığı 'ayak ve ağız hastalığı', ebola, kuş gribi, domuz gribi, SARS virüsü, MERS virüsü, Covid-19) çalışma kapsamında yer verilmiştir. Bu kriterler doğrultusunda ilgili resmî web siteleri, haber siteleri ile ilgili dokümanlar taranmış ve incelenmiştir. Buradan hareketle, detaylı literatür taramasıyla konuyla ilişkili ulaşılabilir literatür kaynakları ve resmi istatistiklerin incelenmesi sonucu elde edilen bilgiler, çalışma kapsamında derlenerek salgın hastalıkların turizme etkisinden yola çıkarak sağlık turizmine etkisi ve sağlık turizmiyle ilişkisi açıklanmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmanın sınırlılıkları aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Çalışma, resmi verilere dayalı yorumlarında Türkiye ile sınırlı olup diğer ülkelerin resmi verilerine yönelik yorumları kapsamamaktadır.
- Çalışma, literatür taramasıyla ulaşılabilir tez, resmi kaynaklar (site, rapor vb.), makale, bildiri, haber vb. kaynaklar kapsamakta olup erişim izni olmayan ve erişim süresi bitmiş kaynakları kapsamamaktadır.
- Çalışma, literatürde turizm sektörüyle ilişkisi incelenmiş olan salgın hastalıkları kapsamakta olup, turizm sektörüyle ilişkisi ele alınmamış salgın hastalıkları (Tifüs, Kızamık, Sarı Humma vb.) kapsamamaktadır.
- Çalışma, salgın hastalıkların turizm sektörüyle ilişkisinin incelendiği çalışmaları kapsamakta olup, salgın hastalıkların turizm sektörüyle ilişkisinin incelenmediği çalışmaları kapsamamaktadır.
- Çalışma, salgın hastalıklar dönemlerinde yayınlanan ulaşılabilir Türkiye kaynaklı resmi turizm verilerini kapsamakta olup, daha geriye dönük ulaşılabilir olmayan (2010 öncesi) verileri kapsamamaktadır.

Çalışmanın Bulguları

Çalışmanın bu kısmında literatür taraması sonucu elde edilen çalışmalar ve bulguları ile resmi istatistiki veriler derlenerek genel bir çerçevede verilmeye çalışılmıştır. Çalışmada konunun daha iyi anlaşılabilmesi adına genelden özele gidilen bir yol izlenmiş olup, öncelikle literatür taraması doğrultusunda salgın hastalıkların turizm sektörüne etkisi ile ilgili yapılmış olan çalışmalardan bahsedilmiştir. Böylelikle salgın hastalıkların turizm sektörüne etkisi hakkında genel bir bilgi verilmesi sonrasında bu çalışmanın konusu olan sağlık turizmine yönelik

etkilerini ele alan çalışmalara ve bulgularına yer verilmiş, resmî kurumların istatistik bilgilerinden faydalanılmıştır.

Salgın hastalıklar ve turizm ilişkisi

Wen, Huimin ve Kavanaugh (2005)'un SARS salgını döneminin Çinli turistlerin tüketici davranışları üzerindeki etkilerini ve kriz ortamına karşı duyarlılığını araştırdıkları çalışma kapsamında SARS salgınının insanların yaşam, iş ve seyahatlerini büyük ölçüde etkilediği, boş zaman gezi tercihleri ile seyahat etme eğilimlerinde ve hijyen kaygıları üzerindeki etkilerinin farklılık gösterdiğini bulgulamışlardır.

2002-2003 kış döneminde SARS hastalığının ortaya çıkmasıyla başta turizm olmak üzere ekonomik faaliyetlerde etkisini hemen ve keskin bir şekilde hissettirmiştir (Bell ve Lewis, 2004: 137). Çin'in Guangdong Eyaletinde 2002 yılında başlayan SARS, Pekin, Hebei, İç Moğolistan ve komşu ülkeler de dahil olmak üzere Çin'de 26 ili etkilemiş ve 2003 yılında iyi bir başlangıç yapmış olan Çin turizmi, Mart-Temmuz ayları arasında ciddi düşüş yaşamıştır. SARS dolayısıyla Çin turizmindeki ekonomik kayıplar iç turizm hareketlerinde 24.98 ABD Doları, uluslararası turizm gelirleri ise 8.794 ABD Doları azalmıştır (Wen, Huimin ve Kavanaugh, 2005: 22). SARS'ın Çin'de 3.5 milyar ABD doları, Malezya'da 1.7 milyar ABD doları bir kayba yol açtığı bulgulanmıştır (Delivorias ve Scholz, 2020: 4). Kanada'da ise 2003 yılında 251 vaka ve 43 ölümlle sonuçlanan SARS salgını, konaklama ve yeme-içme sektöründe 4.3 milyar dolarlık bir kayba neden olmuştur (Joo vd., 2019: 1).

Covid-19'un turizm endüstrisine etkisini, ekonomik değişiklikleri arz talep doğrultusunda değerlendiren (Bakar ve Rosbi, 2020), salgının halk arasında turizm endüstrisinde talebi düşüren bir panik oluşturduğunu belirtmişlerdir. Talep fiyatının düştüğü bu nedenle de sektördeki arz fiyatının talebe bağlı olarak düşüş yaşadığını, azalan talebin yönetilmesi için politikalar geliştirilmesini önermişlerdir.

Turak (2021) ise pandemi döneminde (Covid-19) demografik özellikler ile tatil satın alma arasındaki ilişkiye baktığı çalışma kapsamında pandemi döneminde tatil satın alırken bireylerin eğitim durumu ve gelir ile satın alma faktörlerinden psikolojik faktör arasında farklılık olduğu bulunmuştur. Çalışma sonuçlarında bir diğer husus ise covid-19 salgını sonrası yurt içinde yılda 2-3 kez tatile çıkan katılımcıların sosyal faktörlerden etkilendikleri yönündedir.

Salgın hastalıklara bağlı krizlerin turizm sektörü üzerindeki etkisini inceleyen Muğan Ertuğral ve Gedik Arslan (2020) literatür taraması çerçevesinde istatistiki verilerin analiziyle gerçekleştirdikleri çalışmada salgınların dünya genelinde turist sayılarının düşmesinde etkili

olduğunu belirtmişlerdir. İspanyol gribi, domuz gribi, SARS ve Covid-19 salgınlarında hem turist sayısı olarak turizm hareketlerinde azalma ve sektörel gelir kayıpların hem de turizmde iş kayıpların yaşandığını belirlemişlerdir.

H1N1 domuz gribinin ise Meksika'nın turizm sektörüne etkisi yaklaşık 1 milyon denizaşırı turist ve 2.8 milyar ABD doları kaybı şeklinde olmuştur (Delivorias ve Scholz, 2020: 4). Meksika'nın turizm sektörü domuz gribinden sadece iptal edilen seyahatlerle etkilenmemiştir. Aynı zamanda seyahat endüstrisi ile ilgili diğer işletmelerin ve birçok kamusal alan ve turistik mekânın kapatılması da süreci olumsuz etkilemiştir. İngiliz seyahat acenteleri TUI Travel, Virgin Holidays ve Thomas Cook, salgının en yoğun olduğu dönemde Meksika'ya tüm uçuşlarını ve paket tatillerini iptal etmiştir. Arjantin ve Küba gibi diğer ülkeler de bu süreçte Meksika'dan gelen tüm uçuşlarını askıya almıştır (Garg, 2013: 51). Salgın öncesi Meksika'da otel dolulukları %60 iken salgın sonrasında %10'a düşmüştür. Bu düşüş, kıyı tatil yerlerinde bulunan otellerde ve dış turizm talebinde daha belirgin hissedilmiştir. Dış turizm %55-60, iç turizm ise %45 oranında düşmüştür. Ancak bu keskin düşüş 1 ay kadar sürmüştür sonrasında daha hafif olmuştur. Genel olarak Meksika domuz gribinden 2009 yılında keskin ama kısa vadeli olarak etkilenmiştir (Menegaki, 2020: 5).

MERS salgınında ise Dünya Sağlık Örgütü, Güney Kore için herhangi bir seyahat kısıtlaması yayınlamamasına rağmen, Tayvan ve Çin (Sichuan, Shandong, Guangzhou ve Hong Kong) gibi bazı bölgelere seyahat uyarılarında bulunmuştur. Bu durum uluslararası seyahat edenlerin sayısında 2015 yılı içinde düşüşe yol açmıştır. Kore Cumhuriyeti için turist varışlarında en büyük kayıp Temmuz 2015'te gözlemlenmiştir. Aynı zamanda MERS salgını nedeniyle Kore Cumhuriyeti'nde yaklaşık 2.1 milyon turist ve 2.6 milyar ABD Doları turizm gelirlerinde kayıp yaşanmıştır (Joo vd., 2019: 2-3).

2003 yılında Birleşik Krallık'ta şap salgının yayılmasıyla İngiltere'ye yönelik seyahatlerde küresel çapta bir endişe oluşmuştur. Öyle ki İngiltere'ye seyahat edilmesi ile ilgili New York çağrı merkezi salgınla ilgili endişeler hakkında günde ortalama 700 soruyla karşılaşmıştır. Ayrıca başta Amerika olmak üzere Avrupa ve uzak mesafeli diğer birçok ülkeden İngiltere'ye yönelik rezervasyonlar iptal edilmiştir (Frisby, 2003: 90). Ülke genelinde birçok turistik mekân kapanmış, kırsal alanlar karantina altına alınmış, pek çok alana erişim azalmıştır (Leslie ve Black, 2005: 36). Nisan 2001 ortasına kadar, rezervasyonlarda Cumbria'da %80, Dumfries ve Galloway'de %60, Kuzey İrlanda'da %50 ve Birleşik Krallık'ta %10'a varan düşüşler yaşanmıştır. 2001 yılında Birleşik Krallık genelinde toplam turizm gelirininin 7.7 milyar sterlin azaldığı, bunun %30'u iç turizm, %36'sı günübirlik geziler, %34'ü uluslararası turizm

hareketlerinden gerçekleşmiştir (Blake, Sinclair ve Sugiyarto, 2003: 450, 456-457). Hatta Birleşik Krallık'taki Norfolk bölgesi hiçbir kayıtlı şap hastası vakası olmamasına rağmen kırsal turist sayısında %30'luk bir düşüş yaşamıştır (Smorfitt, Harrison ve Herbohn, 2005: 415).

Ebola salgını ise Afrika turizmine büyük zarar vermiştir. Nijerya'da otel dolulukları Ebola haberleri nedeniyle yarı yarıya düşmüştür. Güney Afrika ve Kenya gibi virüsün bulunmadığı Batı Afrika'ya yönelik seyahatler bile iptal edilmiş virüs Batı Afrika'nın çok az ülkesinde gerçekleşmesine rağmen tüm Afrika kıtasında potansiyel tehdit olarak algılanmıştır (Maphanga ve Henama, 2019: 4). Fas yetkilileri virüsün yayılmasından endişe ederek 2015 Afrika Uluslar Kupası Futbol Turnuvası'nı iptal etme kararı almıştır. Başlangıçta Fas'ın ev sahipliği yapması düşünülen futbol turnuvası, Ekvator Gine'ye taşınmıştır (Blumberg vd., 2016: 39).

Rezervasyonların iptal olması/ertelenmesi ve turistik seyahatlerin azalmasına bağlı olarak turizm gelirlerinde azalma meydana gelmiştir. Ülke ekonomisinde turizmin önemli bir paya sahip olduğu ülkeler için turizmin engellenmesi önemli bir gelir kaybıdır. Örneğin 2012 yılında Sahra altı Afrika bölgesindeki milli gelirler içerisinde turizm gelirlerinin 36 milyar dolarlık (milli gelirin %2.8) bir payı bulunmuştur. Ebola salgını nedeniyle Batı Afrika'da sınır kapıları kapanmış ve hava ulaşımı durdurulmuştur. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'ne göre turist varışları 2014 yılında yarı yarıya azalmıştır. Ebola tüm Afrika'da görünmemesine rağmen turistler Afrika kıtasını riskli bulmuştur ve Batı Afrika'da ebola salgınından uzakta bulunan Kenya gibi bazı ülkelerde turizmde ciddi düşüş yaşanmıştır (mercycorps.org, 2019).

Salgın hastalıklar ve sağlık turizmi

Sarman ve Sarman (2021), Covid-19'un sağlık turizmi üzerindeki olası etkilerinin neler olabileceğiyle ilişkili derleme çalışması gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada sağlık turizmin öncü yerlerinden olan Güneydoğu Asya bölgesindeki bazı ülkelerin, Covid-19 pandemisinde nitelikli sağlık bakımı alan hasta sayılarında ve medikal turizm gelirlerinde azalma nedeniyle ciddi sorunlar yaşadıklarını belirtmişlerdir. Benzer şekilde Maldivler gibi sağlık turizminin yoğun olduğu yerlerde salgın hastalıklar sonrası sağlık turizmini için başvuran hastaların %43'e yakını sağlık turizmini yarıda bırakmak zorunda kalmaları, pandemilerin devam ettiği durumlarda yaşanan olumsuz etkilerin göstergesi olabilmektedir.

Gürleyen ve Çınar (2021), salgın hastalıkların bulaşmasını önlemek için ülkelere alınan tedbirlerin medikal turizmi etkilediğini, bu durumun kişilerin seyahatlerini kısıtladığını ya da tamamen seyahatlerinden vazgeçmek zorunda kaldıklarını vurgulamakla birlikte medikal turizmde bu olumsuzluğun salgın sonrası fırsata dönüştürülebileceğini ifade etmişlerdir. Salgın

hastalıkların ülkeleri nasıl etkilediği ve ülkelerin sağlık sistemlerinin pandemiyle mücadele başarısının kişilerin medikal turizmde ülke seçimini etkileyebileceğini belirtmişlerdir.

Covid-19 ve sağlık turizmi konusunu ön görü niteliğinde inceleyen Bağcı, Uzun ve Bostan (2020), tıptaki gelişmeleriyle iyi konumda olan Türkiye'nin, şifalı su ve mağaracılık açısından zengin kaynaklara da sahip olması gibi avantajlarını da turizmle birleştirerek ekonomik alanda uluslararası ivme kazanabileceğini ifade etmişlerdir. Ayrıca Türkiye'nin birçok ülkeye kıyasla tedavi ücretlerinin uygun olması tercih edilebilirliği artıran bir unsur olabileceği için sağlıkla ilgili ürünlerde talep esnekliğinin düşük olduğu göz önünde bulundurulursa Türkiye'de sağlık turizminde pandemi sonrasında talep esnekliğinin daha da düşük olmasının beklenilebileceğini belirtmişlerdir.

Güney Kore'de pandemi sonrası medikal turizmi canlandırma planı ile ilgili inceleme yapan Seo ve Kim (2021), medikal turizm sektörü yönetimi için çıkarım yapabilmek amacıyla bulaşıcı hastalıkların Kore'de turizmi nasıl etkilediğine bakmışlardır. Çalışmada son salgınlara odaklanılmış olup MERS ve Covid-19 küresel salgınların turizm üzerindeki etkisini Güney Kore'de incelemişlerdir. Salgının Güney Kore'de turizm pazarını nasıl etkilediğini mevcut bilgileri toplayarak incelemiş ve hükümetin konuyla ilgili aldığı önlemleri araştırarak medikal turizm pazarına pandemi sonrası canlandırma planı için çıkarımlarda bulunmuşlardır. Turist sayısında düşüşe neden olan SARS, MERS ve Covid-19 salgınlarından Covid-19 salgınında hükümetin kriz müdahale sistemiyle başarılı sonuç elde edildiğini, bu nedenle gelecekte başka bir pandemiye önleyici yanıt olabilecek karantina modeline dayalı politikasının medikal turizmin yeniden canlanmasına katkı sağlayacağını belirtmişlerdir.

Hindistan'daki verilerden yola çıkarak Covid-19 pandemisinin medikal turizm üzerindeki etkisini inceleyen ve teknolojinin uzun vadeli kalkınmada nasıl kullanılabileceğini analiz eden çalışmada Chhabra vd. (2021), sağlık sektörünün pandemi sırasında büyüme yaşarken, seyahatin aksamaması nedeniyle medikal turizm pazarının olumsuz etkilendiğini ifade etmişlerdir. Çalışma kapsamında yüz yüze hizmetlerin kısa vadede ciddi şekilde etkilenmesiyle uzaktan tıbbi muayenelerin kolaylaştırılması için tıbbi hizmetlerde teknolojik adaptasyonun önemi ortaya çıkmıştır.

Herhangi bir amaçla seyahate giden turistlerin seyahat sırasında sağlık hizmeti alma durumunda kalmaları kapsamında diğer bir ifadeyle turist sağlığı açısından seyahat ve bulaşıcı hastalık riskini ele alan bir çalışmada (Rack vd., 2005), seyahat koşullarına ve destinasyona bağlı olarak görülen en sık hastalığın ishale bağlı olarak görülen sağlık sorunları olduğu belirlenmiştir.

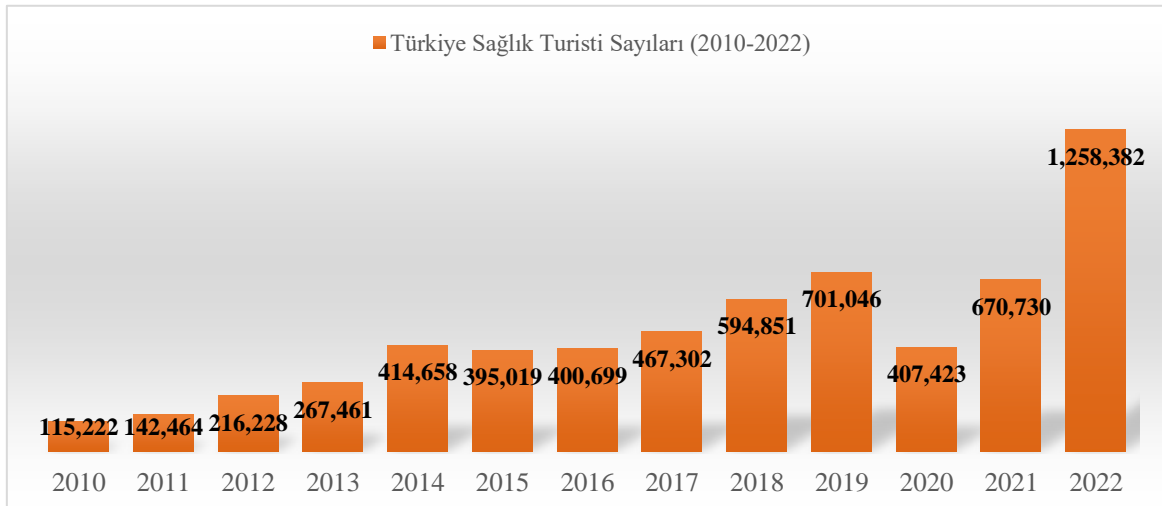
Seyahat esnasında sıtma ve dang humması, yaşamı tehdit eden potansiyel hastalıklar arasında yer almaktadır. Araştırmada seyahatleri sırasında turist sağlığı kapsamında hastalık veya kaza nedeniyle tıbbi hizmet alma durumunda olan turistlerin en çok gastroentrit, farenjit, bronşit ve cilt hastalıklarında tıbbi yardım aradıkları ve %43'ünün aldıkları tedaviden memnun kaldıklarını tespit etmişlerdir. Seyahat edenlerin %5.2'sinin ise kaza nedeniyle yaralanma sonucu sağlık hizmeti almaya ihtiyaç duydukları ve bunların %23,5'i araç kazası olurken %67,6'sı dalış, şnorkelli yüzme gibi spor faaliyetleri kaynaklı gerçeklemiştir.

Douglas ve Gushulak (2001) insan hareketliliği ve nüfus sağlığı üzerine yaptıkları çalışmada direkt sağlık turizmine yönelik bir çalışma gerçekleştirilmemiş olmasına rağmen çiçek hastalığı, kolera ve sarı humma gibi halk sağlığını etkileyen bulaşıcı hastalıkların uluslararası seyahatleri sınırlandıran durumlar olarak nitelendirmişlerdir. Dolayısıyla genel seyahat hareketini etkileyen bu durumlar, sağlık turizminde de seyahat hareketlerine etki edebilmektedir.

Resmi verilerle salgın hastalıklar ve sağlık turizmi

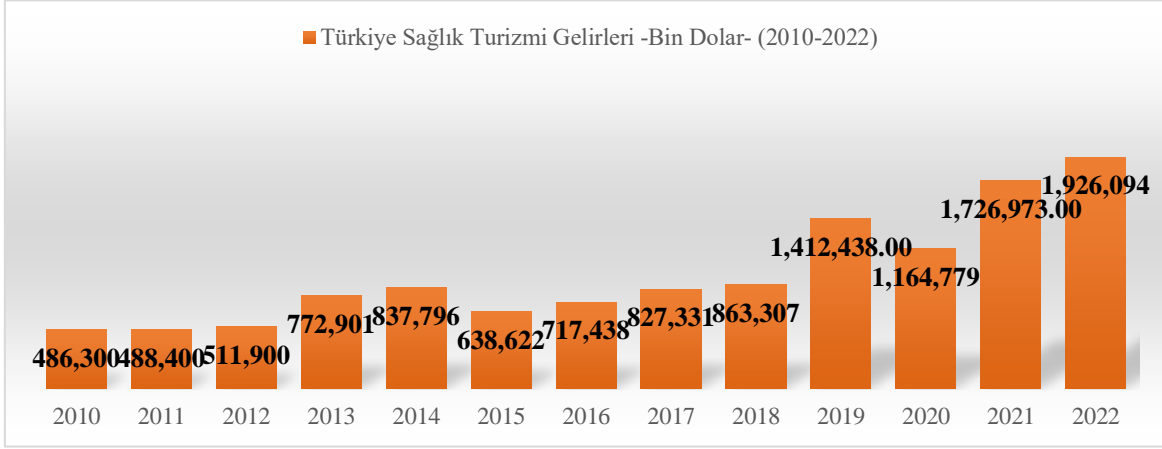
Görülebileceği gibi salgın hastalıkların sağlık turizmiyle olan ilişkisini inceleyen çalışmalar sınırlı olup neredeyse hemen hepsi Covid-19 pandemisine yönelik yapılmıştır. Ebola, şap hastalığı, veba, kolera, kuş gribi, domuz gribi gibi diğer salgınların sağlık turizmine etkisi ya da ilişkisiyle ilgili çalışmaların bulunamaması nedeniyle resmî kurumların sağlık turizmi verilerinden hareketle salgın hastalıklar ve sağlık turizm ilişkisi değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda sağlık turist sayıları ile sağlık turizmi gelirlerinden ulaşılabilen resmi sayılar çerçevesinde salgın hastalıkların sağlık turizmine etkisi aşağıdaki gibi yorumlanmıştır.

Türkiye İstatistik Kurumu'ndan elde edilen verilere göre (TÜİK, 2023) Türkiye'nin sağlık turizminde durumu incelendiğinde Türkiye'de 2010 ve 2022 yılları arasındaki süreçte sağlık turisti sayıları ile sağlık turizmi gelirleri Şekil 1 ve Şekil 2'de gösterilmektedir.



Şekil 1. Türkiye sağlık turisti sayıları (2010-2021)

Kaynak: USHAŞ, (2022); TÜİK, (2023); Biri (2021: 45).



Şekil 2. Türkiye sağlık turizmi gelirleri -bin dolar- (2010-2022)

Kaynak: USHAŞ, (2022); TÜİK, (2023); Biri, (2021: 45).

Dünya genelinde 2010-2015 yıllarında veba nedeniyle 3248 vaka ve 548 ölüm gerçekleşmiştir. 2017 yılına gelindiğinde ise Madagaskar'da veba salgını baş göstermiş ve 1 Ağustos 2017 tarihinden 10 Kasım 2017 tarihine kadar 2.119 vaka ile 171 ölüm bildirilmiştir (Akın, 2018: 57-59). Kolera, endemik olarak güney ve Güneydoğu Asya'da ve Sahra altı Afrika'da görülmektedir. Dünya genelinde, 2015 yılında 42 ülke, 1304 ölümlerle birlikte toplamda 172.454 kolera vakası Dünya Sağlık Örgütü'ne bildirilmiştir (Ganesan, Gupta ve Legros, 2019: 1-2). 2022 yılı içerisinde 26 ülkede kolera görülmüş, Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) verilerine göre 2017'den 2021'e kadar dünya genelinde kolera vakalarının görüldüğü ülke sayısı 20'nin altındayken sadece 2022 yılında 26 ülkede kolera salgını görülmüştür (tr.euronews.com, 2022).

Çiçek hastalığının ise 8 Mayıs 1980 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) hastalığın tamamen yok edilmesini açıklamasıyla (tr.euronews.com, 2020) çiçek hastalığı vakalarına artık görülmemekle birlikte bu hastalık yerini maymun çiçeği hastalığına bırakmış gibi görünmektedir. İnsanlar arasında ilk defa 1970 yılında Demokratik Kongo Cumhuriyeti'nde görülen virüs, Afrika dışında ilk olarak 2003'te Amerika'da yayılmıştır. 2018'de İngiltere ve İsrail, 2019'da Singapur ve 2021 yılında Amerika'da maymun çiçeği virüsüne rastlanmıştır. 14 Aralık 2022 yılında yayınlanan son durum raporundan sonra ise 1.319 yeni vaka ve 10 ölüm bildirilmiştir. 1 Ocak 2022-01 Ocak 2023 tarihleri arasında en çok vakaların görüldüğü yerler Amerika (56.694), Avrupa (25.705), Afrika (1200) kıtaları olmuştur (tr.euronews.com, 2022; seyahatsagligi.gov.tr, 2023).

Ebola virüsü 5 Aralık 2014 tarihinde Kuzey Afrika’da 6.928 ölümlü vakaya ulaşmıştır (Çiftçi, 2015: 38-39). Ebola salgınında Dünya Sağlık Örgütü verilerine göre Mart 2016 tarihine kadar toplamda 28.646 vaka ve 11.323 ölüm bildirilmiştir. Vaka sayılarının en çok görüldüğü ülkeler sırasıyla Sierre Leone (14.124), Liberya (10.675), Gine (3811), Nijerya (20) ve Mali (8) şeklindedir (Ünlüöner ve Çeti, 2019: 121). 20 Eylül 2022’de Uganda’da toplamda 164 vaka ve 77 ölüm rapor edilmiştir (seyahatsagligi.gov.tr, 2023).

Kuş gribi salgını, Doğu ve Güneydoğu Asya’da başlayıp dünya geneline yayılmıştır. Vietnam, Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)’ne vakalara ve ölümlere ilişkin ilk verileri bildiren ülke olmuştur. Dünya genelinde kuş gribi nedeniyle 319 vaka ve 192 ölüm gerçekleşmiştir. Çin, Irak ve Azerbaycan’da ölüm oranları %60’ı geçerken, Vietnam ve Türkiye’deki ölüm oranları sırasıyla %44 ve %33’tür (McAleer vd., 2010: 100). Güneydoğu ve Asya ülkeleri kuş gribinden ilk etkilenen bölgeler olmuştur. 2003 yılı sonu ile 2004 yılının başı arasında 8 Asya ülkesinde (Çin, Japonya, Güney Kore, Laos, Tayland, Kamboçya, Vietnam ve Endonezya) kümes hayvanlarında kuş gribi enfeksiyonları aniden görülmeye başlanmıştır. Potansiyel turistlerin halk sağlığı endişesi duymaları nedeniyle Asya turizmi etkilenmiştir (Kuo vd., 2009: 501-504, 508).

Domuz gribi (H1N1) salgınından dünya genelinde en çok etkilenen bölge Kuzey Amerika ve Güney Amerika bölgeleri olmuştur. Arjantin, Şili, Paraguay ve Uruguay özellikle yüksek etkiye sahip olmuştur (Türk, Ak Bingül ve Ak, 2020: 624). Dünya Sağlık Örgütü verilerine göre Mayıs 2009’a kadar 48 ülkede toplam 13.398 domuz gribi vakası görülmüş ve 95 kişi hayatını kaybetmiştir. 6764 vaka sayısı ile en fazla vaka Amerika Birleşik Devletleri’nde görülmüştür. Meksika 4541, Kanada 921, Japonya 360 ve İspanya 138 vaka sayısı ile en fazla vakaların görüldüğü ülkeler olmuştur (Ünlüöner ve Çeti, 2019: 119).

Türkiye’de ise ilk vaka 15 Mayıs 2009 tarihinde termal kamera aracılığıyla hava alanında tespit edilmiş ABD kökenli vaka olup, ilk yerli vaka 18 Haziran 2009’da tespit edilmiştir. Pandeminin başlangıcından itibaren 40’ı gebe ve lohusa olmak üzere 627 ölüm vakası ile ölenlerin %35’inin kronik bir rahatsızlığının bulunmadığı Sağlık Bakanlığı tarafından 19.01.2010 tarihinde bildirilmiştir (Aktaş, 2010: 201).

Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) 18 Nisan 2003 itibariyle toplam 5 kıtada 25 ülkeden 3461 SARS vakası bildirildiğini ve 170 ölüm meydana geldiğini duyurmuştur (ttb.org.tr, 2003). Hastalık dünya genelinde 6 kıtada 30 ülkeye yayılarak 8096 vaka ile 774 ölüme neden olmuştur. 8096 vakanın 7783’ü Asya ülkelerinde 313’ü geri kalan ülkelerde meydana gelmiştir (McAleer vd.,

2010: 100) ve ölenlerin çoğunluğu (%21) sağlık çalışanları olmuştur (Al-Tawfiq, Zumla ve Memish, 2014: 2).

MERS salgınında vakaların büyük bir kısmı hastalığın tanısının alındığı Suudi Arabistan'dır. Ayrıca, Katar, Ürdün, Umman, Lübnan, Yemen, İran ve Kuveyt'te hastalık tespit edilmiştir. Arap Yarımadası dışında vakaların bildirildiği diğer ülkeler Mısır, Tunus, Cezayir, Almanya, İtalya, Fransa, Birleşik Krallık, Yunanistan, Malezya, Filipinler, ABD, Hollanda, Avusturya, Türkiye, Tayland, Çin ve Güney Kore Cumhuriyeti'dir (İnal, 2016: 39). Arap Yarımadası dışındaki en büyük MERS salgını 2015 yılında 186 vaka ve 38 ölümlle Güney Kore'de ortaya çıkmıştır (Zhou vd., 2019: 1). Kore Cumhuriyeti'ndeki MERS salgınının doğrulanan ilk vakası 20 Mayıs 2015 tarihinde görülmüştür. Mayıs 2015'te başlayan salgın için Dünya Sağlık Örgütü 23 Aralık 2015 tarihinde bittiğini duyurmuştur (Joo vd., 2019: 1-2).

11 Mart 2020 tarihinde Covid-19'un pandemi olarak ilan edilmesiyle (Dünya Sağlık Örgütü-DSÖ) dünya genelinde ciddi boyutlarda vaka ve ölüm sayılarına ulaşmıştır. 21 Şubat 2023 tarihi itibarıyla küresel olarak Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)'ne bildirilen Covid-19 vaka sayısı 757.264.511 ve 6.850.594 ölüm olmuştur. Türkiye'den ise 3 Ocak 2020'den 21 Şubat 2023 tarihine kadar DSÖ'ye 101.419 ölüm ile birlikte 17.004.677 vaka bildirilmiştir (covid19.who.int, 2023). Bu durum salgın hastalığın devam etmekte olduğunu göstermekle birlikte ileriki dönemlerde olası başka hastalıkların da yaşanabileceği çıkarımını vermektedir.

Salgın hastalıklar ve sağlık turizminin ileriye dönük ilişkisi

Yukarıda verilen bazı örneklerden anlaşılacağı üzere dünya genelinde salgın hastalıkların devam ettiği görülmektedir. İleriki dönemlerde de salgın hastalıkların yaşanacağı olası bir durumdur. Bu çerçevede salgın hastalıkların sağlık turizmiyle ilişkili durumu önceki çalışmaların bulguları ve Şekil 1 ile Şekil 2'deki sağlık turisti ve sağlık turizmi gelir verileriyle birlikte aşağıdaki gibi değerlendirilebilir:

Sağlık turistleri, Türkiye ekonomik hedeflerinden önemli bir paya sahiptir. 2023 yılı için Türkiye'de hedeflenen sağlık turisti sayısı 2 milyondur (Özçelik, Gül ve Kızılırmak, 2021: 60; TÜRSAB sağlık turizmi raporu, 2014). Ancak daha sonra bu hedef 1.5 milyon sağlık turisti ve 10 milyar dolar sağlık turizmi geliri olarak güncellenmiştir (ushas.com.tr, 2023). Bunun muhtemel nedeni 2019 yılı sonlarında dünya genelinde görülmeye başlayan Covid-19 pandemisinin özellikle 2020 ve 2021 yıllarında kendini oldukça hissettirmesine bağlı düşen seyahat hareketlerinin 2022 yarısından itibaren ilk etkisini kaybetmeye başlasa da kısa sürede hedeflenen sayıda seyahat hareketlerinin gerçekleşemeyecek olmasına yönelik düşünce olabilir.

Nitekim Nisan 2020 tarihinde dünya genelinde turizm hareketlerinde ilk kez dış hat uçuşlarının durdurulmuştur (Ertaş, 2021).

Covid-19 nedeniyle tüm dünya karantinaya girmiştir. 2019 yılında Türkiye’de yaklaşık 52 milyon olan ziyaretçi sayısı 2020 yılında yaklaşık 16 milyon olmuş bir önceki yıla göre -%69.14 azalmıştır (yigm.ktb.gov.tr, 2020). 2021 yılında ise 30.03 milyon ziyaretçi sayısına ulaşılmış 2022 itibariyle 51 milyon üzeri ziyaretçi Türkiye’ye gelmiştir (yigm.ktb.gov.tr, 2022). Buna bağlı seyahat hareketliliğinde ve turizmde 2019 yılında Covid-19’a bağlı büyük bir düşüş yaşandığı ancak 2021 yılında seyahat kısıtlamalarına getirilen bazı esnekliklere bağlı ziyaretçi sayısının artmaya başladığı ve 2022’den itibaren artık salgının etkisini ilk dönemlerine göre yitirmeye başladığı söylenebilir.

Şekil 1 incelendiğinde, 2013 yılından itibaren en düşük turist sayısı 2020 yılında gerçekleşmiştir. 2019 yılında Türkiye’nin sağlık turisti sayısının 701.046 olduğu ve 2020 yılında bu sayının 407.423’e düştüğü görülmektedir. Bu durumun muhtemel nedeninin 2019 yılı sonunda dünya genelinde yaşanan Covid-19 salgını olduğunu söylemek mümkündür. Salgın hastalık nedeniyle öncelikle ülkeler arası seyahatlerin kısıtlanması, yasaklanması ve insanların salgından ötürü endişe ve korku yaşamaları, seyahatlerini ertelemelerine ya da iptal etmelerine neden olmuştur. Yine de 407 bin üzerinde turist sağlık kapsamında Türkiye’ye seyahat etmiş olmalarında sağlıklarıyla ilgili ciddi sorunlarının ve zorunlu tedavilerinin olması etkili olmuş olduğu söylenebilir. Dolayısıyla seyahat kısıtlamalarına ve dış hat uçuşlarının durdurulmasına rağmen sağlık turizminde düşüş yaşansa da insanların sağlıkla ilgili seyahatlerinden kolay kolay vazgeçmediği ifade edilebilir. Başka bir deyişle gerekli tedbirler ve resmi izinler çerçevesinde seyahat engellerine rağmen sağlık turizmi hareketleri gerçekleşmeye devam etmiştir.

2015 yılında Mayıs-Aralık döneminde dünya genelinde yaşanan MERS salgının Türkiye’de sağlık turisti sayısında ve sağlık turizmi gelirlerinde düşüşe neden olan etkenlerden biri olduğu söylenebilir. Çünkü bir önceki yıla kıyasla sağlık turisti sayısında ve sağlık turizmi verilerinde düşüş yaşanmıştır. 2015 yılında sağlık turisti sayısı 395.019 ve sağlık turizmi geliri 638.622 bin dolar olmuştur (Şekil 1; Şekil 2). Ancak bu nedenle sağlık turizmi hareketleri, tamamen bir durma noktasına gelmemiş olup hemen takip eden bir sonraki yılda yeniden yükseliş görülmüştür. 2016 yılında sağlık turisti sayısı 400.699, sağlık turizmi geliri ise 717.438 bin dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu durum yine gerekli tedbirler çerçevesinde sağlık turizmi hareketlerinin gerçekleşmeye devam ettiğini ve insanların sağlıkla ilgili seyahatlerinden kolay kolay vazgeçmediği görüşünü desteklemektedir.

Şekil 1'e göre 2022 yılında Türkiye'ye gelen sağlık turisti sayısı 1.258.382 olmuştur. Buradan hareketle Türkiye'nin, 2023 yılı içerisinde hedeflenen 1.5 milyon turist sayısına ulaşma ihtimalinin olduğu ifade edilebilir. Her ne kadar salgının görülmeye başlandığı 2019 yılından itibaren sağlık turisti sayısında düşüş yaşanmış olsa da (2020 yılı 407.423) 2021 yılında salgının ilk dönemindeki düşüşe nazaran yükseliş (670.730) yaşanmış ve 2022 yılı itibariyle de 1.258.382 sağlık turisti sayısına ulaşılmıştır. Bu da 2023 yılında hedeflenen 1.5 milyon sağlık turistine ulaşılabilmesinin göstergesi olabilir.

Yukarıda belirtilen salgın hastalıklara ilişkin bilgilerden anlaşılacağı gibi Türkiye'de kuş gribi, domuz gribi, MERS ve Covid-19 daha çok vakalarının görüldüğü bunlardan ise Covid-19'un etkisinin çok fazla hissedildiği görülmektedir. Dünya genelinde 2010-2015 yılları arasında veba, 2015 itibariyle 2022 yılında da görülen kolera, 2018-2023 maymun çiçeği, 2014-2022 ebola, 2009 yılı domuz gribi, 2015 MERS salgınlarının yaşandığı dönemler göz önüne alınarak Şekil 1'de Türkiye'ye gelen sağlık turisti sayıları incelendiğinde 2010 yılından 2015 yılına kadar her yıl artış gösterdiği görülmektedir. Buradan Türkiye için salgın hastalıkların önemli derecede risk taşımadığı ve ciddi boyutlarda vaka görülmediği, bu nedenle Türkiye'nin yüksek risk taşıyan bölge olmadığı için turist sayılarında salgına bağlı bir düşüşün yaşanmadığı söylenebilir.

2015 yılında ise bir önceki yıla göre yaklaşık %4.74'lük bir düşüş gerçekleşmiştir. Bu düşüşte söz konusu dönemde MERS salgının, Türkiye de dahil birçok ülkede görülmesinin etkisinin olabileceği gibi sadece salgın nedeniyle olduğunu söylemek de doğru değildir. Çünkü sadece salgın hastalıklar değil savaş, doğal afetler, siyasi gerginlikler, terör olayları gibi farklı etkenler de seyahatleri engellemektedir. 2015 yılı Kasım ayında Türk hava sınırını ihlal etmesi gerekçesiyle Rus savaş uçağının düşürülmesi ve Rus Dışişleri Bakanı tarafınca Rus vatandaşların Türkiye'ye gitmemelerini tavsiye etmesi, Rus turizm şirketi Natali Tours'un Türkiye'ye turlarını iptal etmesi (bbc.com, 2015), aynı şekilde Ekim 2015'te Ankara garında gerçekleşen ve 103 kişinin ölümüyle sonuçlanan saldırı (bbc.com, 2022) ile Ocak 2017'de yabancı uyruklu kişilerin de içinde bulunduğu İstanbul Reina gece kulübüne yapılan terör saldırıları (Deniz ve Savaşkan, 2018: 99) bu duruma örnek olarak verilebilir. Ayrıca Türkiye deprem, sel gibi doğal afetlerin görüldüğü dinamik ve riskli ülkeler arasında da yer almaktadır (jmo.org.tr, 2015).

Dolayısıyla bazı dönemler Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısında ve seyahat hareketlerindeki azalmada kişilerin salgın hastalıklarda yaşadığı kaygı ve korku nedeniyle seyahatlerinden

vazgeçmeleri ya da seyahat kısıtlamalarının etkili olması kadar Türkiye’de görülen doğal afetler ve terör gibi olaylar da etkili olmaktadır.

Türkiye’ye gelen sağlık turistlerinin verilerine bakıldığında (Şekil 1) 2015 yılındaki düşüştense itibaren ise 2020 yılına kadar her yıl artış yaşandığı görülmektedir. Bu durumda Türkiye’de salgın hastalıklardan etkilenme durumunun ve riskinin çok yüksek olmadığı, kişilerin Türkiye’yi gelmek için riskli bulmadığı ve Türkiye’nin sağlık hizmetlerinde iyi bir imaj çizdiğini bu nedenle kişilerin sağlık hizmetlerinde Türkiye’ye güvenerek gelmeye devam ettikleri yönünde çıkarımlar yapılabilir. Aynı zamanda terör, doğal afetler, siyasi gerginlikler gibi diğer durumların da kişilerin sağlıkla ilgili Türkiye’ye ziyaret etmelerinde çok fazla etkili olmadığı, kişilerin sağlıkla ilgili seyahatlerinden kolay kolay vazgeçmediği ve bu konuda Türkiye ile ilgili olumlu imaj algılarına sahip oldukları belirtilebilir. 2020 yılındaki azalmanın ise belirtildiği gibi Covid-19 nedeniyle tüm dış hat uçuşların yasaklanması, Covid-19’a bağlı ölümlerin ciddi boyutlarda yaşanması ve Türkiye’de de salgının oldukça etkili olmasına bağlı yaşanan ölüm korkusu ve tedirginlik etkili olmuştur. 2021 yılı itibariyle ise alınan tedbirler ile aşılmalara bağlı hastalığın riskinin azalmaya başlamasıyla kısıtlamaların yavaş yavaş kaldırılması doğrultusunda tekrar sağlık turisti sayılarında artışlar görülmeye başlanmıştır.

Sağlık turisti sayısındaki değişimle orantılı olarak sağlık turizmi gelirlerinde de 2010-2022 yılları arasında değişim söz konusu olmuştur (Şekil 2). Söz konusu yıllarda turist sayısındaki artış ve azalışla orantılı olarak 2015 ve 2020 yıllarında sağlık turizmi gelirleri azalmıştır. 2015 yılında yaklaşık -%23.78’lik bir azalma söz konusu iken 2020 yılında yaklaşık -%17.54’lük bir azalış yaşanmıştır. 2020 yılında tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de etkili olan Covid-19 pandemisi nedeniyle turist sayısındaki değişim turist harcamalarına da yansımıştır. Bir önceki yıla göre sağlık turizmi gelirlerinde de düşüş yaşanmıştır (Şekil 2). Her ne kadar 2021 yılında sağlık turizmi gelirinde artış görülse de (1.726.973\$) Covid-19 pandemisinin etkilerinden sonra 2023 yılı için hedeflenen 10 milyar dolar seviyesindeki gelire (ushas.com.tr, 2023) ulaşmak kısa sürede mümkün olmayabilir.

Öyle ki salgın hastalıkların aniden nerede ve ne zaman çıkacağı öngörülemediği gibi 2019 yılı için 1 milyon, 2020 yılı için 1.300.000 hasta hedefleyen Türkiye’de (TÜRSAB sağlık turizmi raporu, 2014) bu sayı 2019 yılında 701.046 olurken 2020 yılında ise 407.423 olmuştur (Şekil 1). Bu durumun en önemli etkeninin Covid-19 nedeniyle seyahat kısıtlamaları ve hastalık ile ölüm kaygısı olduğu söylenebilir. Buna bağlı olarak turist sayısındaki düşüşle beraber sağlık turizmi gelirlerinde de istenilen hedeflerin gerçekleşmediği ifade edilebilir.

Sonuç

Çalışmanın konusunu salgın hastalıkların sağlık turizmiyle ilişkisi oluşturmaktadır. Sağlık turizminin Türkiye'ye gerek turizm gelirlerinde gerekse ekonomik anlamda katkı sağlaması (Öz, 2022: 22-23), Türkiye'nin sağlık turizminde çekici güce sahip olması (Selvi, 2008: 276) ve sağlık amaçlı seyahatlerin genelde zorunlu olarak gerçekleşmesi (Öztürk ve Bayat, 2011: 142) bu çalışmada, turizm endüstrisine etkisi olan salgın hastalıkların sağlık turizmi kapsamında ele alınmasında etken olmuştur.

Önceki araştırmalardan (Abdullah vd., 2004; Kongoley, 2015; Partoip, 2016; Şengül ve Çora, 2020; Ertaş, 2021) da görülebileceği gibi salgın hastalıkların özellikle görüldükleri ülkeler başta olmak üzere küresel açıdan turizm hareketlerini olumsuz etkilediği, turist varış sayılarında ve turizm gelirlerinde düşüşe neden olduğu hatta turizmde istihdamı da olumsuz etkileyerek iş gücü kaybına da yol açtığı hemen hemen her çalışmada belirtilen ve tespit edilen bir sonuç olmuştur. Örneğin, Connor vd. (2019)'e göre kolera hastalığına maruz kalma iş, tıbbi veya herhangi bir nedenle seyahat eden kişiler için olası bir risk taşımaktadır. Benzer şekilde Ertaş (2021), 2000'li yıllardan itibaren turizm sektörünün SARS, kuş gribi, ebola, domuz gribi, MERS ve zika gibi birçok salgın hastalıktan etkilendiğini, salgın hastalıklardan Covid-19 pandemisinin diğer salgınlardan farklı olduğunu, Nisan 2020 tarihinde dünya genelinde turizm hareketlerinde ilk kez dış hat uçuşlarının durdurulmasıyla uluslararası turizmi derinden etkilediğini belirtmiştir.

Gerek yapılan çalışmalar gerekse sağlık turizmi verilerinden anlaşılacağı üzere salgın hastalık sırasında seyahat hareketlerinin kısıtlandığı, buna bağlı olarak sağlık turisti sayısında azalma meydana geldiği görülmektedir. Kişilerin salgın kaynaklı hastalık ve ölüm endişesine girmeleri de hayati önem taşıyan seyahatler dışında kalan sağlık uygulamalarına yönelik seyahatlerin ertelenmesine ya da tamamen vazgeçilmesine neden olabilmektedir.

Türkiye açısından ele alındığında çalışma kapsamında elde edilen verilere göre 2010-2022 yılları arasında en fazla etkisini gösteren salgın hastalığın Covid-19 olduğu, diğer dönemlerde dünya genelinde yaşanan salgın hastalıklar olsa da 2015 yılı hariç olmak üzere turist sayısında bir azalma olmadığı her yıl arttığı görülmektedir. 2015 yılında MERS salgını ile Türkiye'de yaşanan siyasi olayların düşüşte etkili olmuş olabileceği söylenebilir. Nitekim Türkiye'ye en çok turist gönderen ülkelerin başında gelen Rusya, 2015 yılında Rus savaş uçağının düşürülmesi üzerinde Rus vatandaşlarına Türkiye'ye gitmemelerini tavsiye etmiştir. Bu durum Türkiye'deki turist sayısına yansımış olabilir. Öyle ki 2015'in son çeyreğinde (Ekim-Kasım-

Aralık) bir önceki yılın aynı çeyreğine göre turist sayısı -% 3.89 azalmıştır (tursab.org.tr, 2023). Dolayısıyla 2015 yılında düşen sağlık turisti sayılarının da bundan kaynaklı olduğu ifade edilebilir. İleriki dönemlerde ise sağlık turisti sayılarının ve buna paralel sağlık turizmi gelirlerinin 2020 yılına kadar artış gösterdiği görülmektedir. 2020 yılında ise tekrardan sağlık turisti sayısı ve sağlık turizmi gelirindeki azalmanın en önemli etkeni Covid-19 pandemisi nedeniyle seyahate getirilen kısıtlamalar ile insanların hastalık ve ölüm korkusuna kapılarak seyahatlerini iptal etmeleri veya ileriki tarihe ertelenmelerinden kaynaklı yaşanmıştır.

Benzer bir sonuç Altıkulaç ve Emir (2022) tarafından gerçekleştirilmiş olan çalışma kapsamında da bulgulanmıştır. Çalışmada, ülkelerin pandemi etkisini azaltmak için seyahati kısıtlayıcı tedbirlerle birlikte kişilerin hastalanma korkusuyla güvenlik kaygısının sağlık amaçlı ziyaretleri azalttığı, bunun da sağlık turizmine yönelik ekonomik gelir kaybına neden olduğunu belirterek pandemi sırasında doğru stratejiler izlenirse pandemi sonrasında sağlık turizminde önemli gelişmelerin yaşanabileceği öngörülmektedir. Ayrıca çalışmada sağlık turizminde önemli potansiyele sahip Eskişehir'in Covid-19 pandemisiyle olumsuz etkilendiğini ifade etmişlerdir.

Salgın hastalıklar sırasında doğru strateji izlemek, dolayısıyla salgın sürecini yönetme başarısı bir ülkenin sağlık turizmi imajı için önem kazanmaktadır. Abd Manaf (2010)'ın, konuyla ilgili çalışmasında 2003 yılında görülen SARS salgınını kontrol altına alabilen Malezya'nın, bu konuda itibarını artırmış olduğunu ifade etmesi örnek olarak gösterilebilir. Buradan hareketle salgın hastalıklar, sağlık turizmi açısından ele alındığında, salgınla mücadele etme deneyimine sahip olan ve salgın hastalığı başarıyla kontrol altına almayı becerebilen ülkelerin güvenilir bir sağlık hizmeti sağlayıcısı olarak itibarlarını artırdığını söylemek mümkündür. Böylelikle salgın sonrası sağlıklı turizmde talep ve gelir artışı yaşanabileceği olasıdır.

İncelenen araştırmalar doğrultusunda salgın hastalıkların turistlerin tercihlerini etkilediği ve satın alma kararlarında çok önemli rol oynadığı görülmektedir. Salgın hastalıkların insan sağlığını ciddi oranda tehlike etmesinin doğal bir sonucu olarak insanlar güvende hissetmedikleri ve tehlikede olacaklarını düşündükleri destinasyonlara seyahat etmeyi ya erteleyecek ya da tamamen iptal edecektir. Bu durumun sadece, kişinin kendi sağlığı ile ilgili zorunlu bir tedaviyi alması gerektiği gibi bir durumda istisnası olabilir ve kişi her ne kadar endişe duysa da gitmediği ölçüde sağlığını kaybetme durumuyla karşı karşıya kalınacak olursa gerekli tedbirlerle seyahatini gerçekleştirecektir.

Bu noktada salgın hastalıkların yaşandığı süreçte turizm sektöründe seyahatlerin az da olsa gerçekleşmesine katkı sağlayan hatta belki de tek gerçekleşen turizm türünün sağlık turizmi olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca salgın hastalık dönemlerini başarıyla atlatabilme becerisinin sağlık hizmetlerinde ülkeye itibar kazandırarak salgın sonrasında sağlık turizminde ivme kazandırabileceği de ifade edilebilir. Dolayısıyla bu etkenlerle birlikte sağladığı ekonomik kazançları göz önünde bulundurulursa sağlıkla turizmi birleştiren bu turizm türünün altyapı, personel, teknoloji, sağlık hizmetleri kalitesi ve turizm gibi her türlü bileşeniyle önemsenmesi, eksikliklerinin giderilmesi ile tanıtımların daha fazla gerçekleştirilmesi önerilebilir. Aynı zamanda akreditasyon alan sağlık kurumları ve sağlık turizminde yetkili kurum sayısının artması, sağlık kurumlarında personel ile tıbbi ve teknolojik alt yapı gelişiminin daha fazla sağlanması sağlık turizminde öne çıkabilmek adına önerilebilir. Salgın hastalıkların görülmeye devam ettikleri ve ileride farklı salgın hastalıkların çıkmasının olası olduğu düşünülürse ileride herhangi salgın hastalık sırasında sağlık turistlerine yönelik gerçekleştirilerek yapılacak olan akademik çalışmaların, konuyla ilgili literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Abd Manaf, N. H. (2010). Health tourism in Malaysia: Prospects and challenges. In *Second International Conference on Arab-Malaysian Islamic Global Business and Entrepreneurship, Jordan and Syria.(Unpublished)*.
- Abdullah, A. S. M., Thomas, G. N., McGhee, S. M. & Morisky, D. E. (2004). Impact of severe acute respiratory syndrome (SARS) on travel and population mobility: Implications for travel medicine practitioners. *Journal of Travel Medicine*, 11(2), 107–111.
- Akbaba, M. (2020). Covid-19 salgını kapsamında turist yorgunluğunun turistlerin satın alma, tavsiye etme ve daha fazla ödeme niyetlerine etkisinin belirlenmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(2), 225-240.
- Akın, L. (2018). *Tarihte görülen bulaşıcı hastalık salgınlarından alınan dersler*. Erişim adresi: <http://www.halksagligi.hacettepe.edu.tr/duyurular/tarihtekibulasicihastaliklar.pdf>, 19.01.2022 tarihinde erişildi.
- Aktaş, F. (2010). H1N1 aşısı yapılсын mı? Yapılmasın mı?. *ANKEM*, 24(2), 201- 205.
- Aktaş, S. G. (2020). Küresel sağlıktan sağlık turizmine Covid-19. *Türk Coğrafya Dergisi*, 76, 107-114.

- Al-Tawfiq, J. A., Zumla, A. & Memish, Z. A. (2014). Travel implications of emerging coronaviruses: SARS and MERS-CoV. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 12(5), 422–428.
- Altıkulaç, S. ve Emir, O. (2022). Evaluation of the effects of the coronavirus (Covid-19) pandemic on health tourism: The case of Eskişehir. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 102-112.
- Arık, F. Ş. (1991). Selçuklular zamanında Anadolu’da veba salgınları. *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 15(26), 27-57.
- Ayoubian, A., Tourani, S. & Dehaghi, Z. H. (2013). Medical tourism attraction of Tehran hospitals. *Int J Travel Med Glob Health*, 1(2), 95-98.
- Bağcı, E., Uzun, C. ve Bostan, A. (2020). Covid-19 ve sağlık turizmi. *Journal of Awareness*, 5(3), 331-348.
- Bahar, O. ve İlal, N. Ç. (2020). Coronavirüsün (Covid-19) turizm sektörü üzerindeki ekonomik etkileri. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 125-139.
- Bakar, N. A. & Rosbi, S. (2020). Effect of coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 7(4), 189-193.
- Barry, J. M. (2009). White paper on novel H1N1: Prepared for the MIT center for engineering systems fundamentals. *Massachusetts Institute of Technology Engineering Systems Division*, 1-18.
- Baxter, E. & Bowen, D. (2004). Anatomy of tourism crisis: Explaining the effects on tourism of the UK foot and mouth disease epidemics of 1967–68 and 2001 with special reference to media portrayal. *International Journal of Tourism Research*, 6(4), 263–273.
- Bell, C. & Lewis, M. (2005). The economic implications of epidemics old and new. *SSRN Electronic Journal*, 5(4), 137–174.
- Biri, G. (2021). Türkiye’nin sağlık turizmi gelirini etkileyen faktörlerin eşbütünlüşme analizi. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 73-82.
- Blake, A., Sinclair, M. T. & Sugiyarto, G. (2003). Quantifying the impact of foot and mouth disease on tourism and the UK economy. *Tourism Economics*, 9(4), 449–465.

- Blumberg, L., Regmi, J., Endricks, T., McCloskey, B., Petersen, E., Zumla, A., Barbeschi, M. (2016). Hosting of mass gathering sporting events during the 2013–2016 ebola virus outbreak in West Africa: Experience from three African countries. *International Journal of Infectious Diseases*, 47, 38–41.
- Budak, F. ve Korkmaz, Ş. (2020). COVID-19 pandemi sürecine yönelik genel bir değerlendirme: Türkiye örneği. *Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi*, (1), 62-79.
- Bulun, M. A. ve Yarar, O. (2021). The effects of COVID-19 on health tourism and tourist health. *Inside Handbook of Research on the Impacts and Implications of COVID-19 on the Tourism Industry*, pp. 747-767, IGI Global.
- Chhabra, A., Munjal, M., Mishra, P. C., Singh, K., Das, D., Kuhar, N. & Vats, M. (2021). Medical tourism in the Covid-19 era: opportunities, challenges and the way ahead. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 13(5), 660-665.
- Connor, B. A., Dawood, R., Riddle, M. S. & Hamer, D. H. (2019). Cholera in travellers: a systematic review. *Journal of Travel Medicine*, 26(8), taz085.
- Çeti, B. ve Ünlüönen, K. (2019). Salgın hastalıklar sebebiyle oluşan krizlerin turizm sektörü üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(2), 109-128.
- Çiftçi, G. (2015). Turizm işletmelerinde kriz yönetimi uygulamalarının örgütsel öğrenme ve işletme performansı açısından ampirik olarak analizi. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Namık Kemal Üniversitesi, Tekirdağ.
- Çoban, E. (2020). Eskişehir'deki otel yöneticilerinin Koronavirüs (Covid-19) salgını boyunca uyguladıkları kriz yönetimi stratejilerinin belirlenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Damijanic, A. T. (2019). Wellness and healthy lifestyle in tourism settings. *Tourism Review*, 74(4), 978–989.
- Delivorias, A. & Scholz, N. (2020). Economic impact of epidemics and pandemics. *European Parliamentary Research Service*, 1-10.
- Deniz, T. ve Savaşkan, Y. (2018). Taşınmaz kültür varlıkları kapsamında Ayasofya Müzesi'nin İstanbul kültür turizmine katkısı. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 92-103.

- Diamond, J. (2010). *Guns, germs, and steel – the fates of human societies*. İnce, Ü. (Çev.) Ankara: TÜBİTAK Popüler Bilim Kitapları Yayınları.
- Douglas W. M. & Gushulak, B. D. (2001). Human mobility and population health: New approaches in a globalizing world. *Perspectives in Biology and Medicine*, 44(3), 390–401.
- Dunn, H. L. (1959). High-level wellness for man and society. *American Journal of Public Health and the Nations Health*, 49(6), 786–792.
- Elsayeh, Y. (2020). Post-COVID-19: Potential effects on Egyptians' travel behavior. *Global Journal of Management and Business Research: (F) Real Estate, Event and Tourism Management*, 20(3), 25-31.
- Ertaş, M. (2021). Comparing the effects of COVID-19 pandemic on the tourism industry with other epidemics: A conceptual review. Kulshreshtha, S.K. (Ed.) *Virus Outbreaks and Tourism Mobility (Tourism Security-Safety and Post Conflict Destinations)*, pp. 161-175, Bingley: Emerald Publishing Limited.
- Fan, E. X. (2003). *SARS: Economic impacts and implications*. Asian Development Bank in Policy Brief Economics and Research Department Series No.15.
- Fenichel, E. P., Kuminoff, N. V. & Chowell, G. (2013). Skip the trip: Air travelers' behavioral responses to pandemic influenza. *PLOS ONE*, 8(3), 1–10.
- Frisby, E. (2003). Communicating in a Crisis: The British tourist authority's responses to the foot-and-mouth outbreak and 11th September, 2001. *Journal of Vacation Marketing*, 9(1), 89–100.
- Ganesan, D., Gupta, S. S. & Legros, D. (2019). Cholera surveillance and estimation of burden of cholera. *Vaccine*, 1-5.
- Ganguli, S. & Ebrahim, A. H. (2017). A qualitative analysis of Singapore's medical tourism competitiveness. *Tourism Management Perspectives*, 21, 74-84.
- Garg, A. (2013). A study of tourist perception towards travel risk factors in tourist decision making. *Asian Journal of Tourism and Hospitality Research*, 7(1), 47-57.
- Glinos, I. A., Baeten, R., Helble, M. & Maarse, H. (2010). A typology of cross-border patient mobility. *Health & Place*, 16(6), 1145-1155.

- Gül, S. (2019). A qualitative research on medical tourism of Samsun (Turkey) in the context of international patients. *International Journal of Geography and Geography Education*, (40), 283-294.
- Gürleyen, B. ve Çınar, F. (2021). Türkiye'nin medikal turizm SWOT analizi: Covid-19 örneği. *Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 51-60.
- Han, H. (2013). The healthcare hotel: Distinctive attributes for international medical travelers. *Tourism Management*, 36, 257–268.
- Haque, T. H. & Haque, M. O. (2017). The swine flu and its impacts on tourism in Brunei. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 1-10.
- <https://covid19.who.int/> Erişim Tarihi: (23.02.2023).
- <https://openwho.org/courses/pandemic-epidemic-diseases> Erişim Tarihi: (08.02.2023).
- <https://tr.euronews.com/2020/05/08/cicek-hastal-g-n-n-yok-edilisinin-k-rk-nc-y-l-donumunde-dunya-covid-19-salg-n-yla-mucadele> Erişim Tarihi: (08.02.2023).
- <https://tr.euronews.com/2022/12/16/dso-kolera-salgini-yeniden-artista-asi-stoklarimiz-kritik-seviyede> Erişim Tarihi: (08.02.2023).
- <https://tr.euronews.com/next/2022/05/20/dunya-sagl-k-orgut-maymun-cicegi-virusunun-avrupa-da-yay-lmas-uzerine-acil-toplan-yor> Erişim Tarihi: (08.02.2023).
- <https://web.shgm.gov.tr/tr/genel-duyurular/6344-covid-19-tedbirleri-kapsaminda-27-mart-tarihli-ucus-kisitlamalari-hakkinda> Erişim Tarihi: (18.05.2023).
- <https://www.bbc.com/turkce/articles/clmgndprxg8o> Erişim Tarihi: (09.02.2023).
- https://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/12/151204_rusya_krizin_10_gunu Erişim Tarihi: (09.02.2023).
- https://www.ikv.org.tr/ikv.asp?ust_id=3631&id=3766 Erişim Tarihi: (18.05.2023).
- https://www.jmo.org.tr/resimler/ekler/cb5590ed725b536_ek.pdf Erişim Tarihi: (09.02.2023).
- <https://www.mercycorps.org/blog/ebola-outbreaks-africa-guide/chapter-4> Erişim Tarihi: (11.01.2022).
- <https://www.seyahatsagligi.gov.tr/Site/HaberListesi?search=%C3%A7i%C3%A7ek+hastal%C4%B1%C4%9F%C4%B1> Erişim Tarihi: (08.02.2023).

<https://www.seyahatsagligi.gov.tr/Site/HaberListesi?search=ebola> Erişim Tarihi: (08.02.2023).

https://www.ttb.org.tr/eweb/sars/sars_5.htm Erişim Tarihi: (08.02.2023).

<https://www.tuba.gov.tr/files/images/2020/kovidraporu/T%C3%9CBA%20Covid-19%20Raporu%206.%20G%C3%BCncelleme.pdf> Erişim Tarihi: (18.05.2023).

<https://www.tursab.org.tr/istatistikler> Erişim Tarihi: (09.02.2023).

<https://www.who.int/about/governance/constitution> Erişim Tarihi: (12.11.2021).

<https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/81939,3103turizmistatistikleri2020-4pdf.pdf?0> Erişim Tarihi: (18.02.2023).

<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-11492/saglik-ve-termal-turizmi-tanimi.html> Erişim Tarihi: (12.11.2021).

<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> Erişim Tarihi: (18.02.2023).

Ivanova, M., Ivanov, I. K. & Ivanov, S. (2020). Travel behaviour after the pandemic: The case of Bulgaria. *Anatolia*, 32(1), 1-11.

İnal, S. (2016). Middle east respiratory syndrome-coronavirus (MERS-CoV) enfeksiyonu: Ortadoğu solunum yetmezliği sendromu-Koronavirüs enfeksiyonu. *Okmeydanı Tıp Dergisi*, 32(Ek sayı), 37-45.

Joo, H., Maskery, B. A., Berro, A. D., Rotz, L. D., Lee, Y. K. & Brown, C. M. (2019). Economic impact of the 2015 MERS outbreak on the republic of Korea's tourism-related industries, *Health Security*, 17(2), 1-9.

Kadıoğlu, Y. (2021). Türkiye'de sağlık turizmi kapsamında medikal turizm ve ekonomik yönü: İstanbul örneği. (Doktora tezi). T. C. Maltepe Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

Kılıç, P. ve Çınar, F. (2021). Pandemi ve medikal turizme genel bakış. *Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 77-86.

Kongoley-MIH, P. S. (2015). The impact of ebola on the tourism and hospitality industry in Sierra Leone. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 5(12), 542-550.

Kumar, G. S. & Raj, R. K. (2015). Status, growth and impact of medical tourism in India. *Int. J. Pharm. Sci. Rev. Res.*, 34(1), 284-291.

- Kuo, H-I., Chang, C-L., Huang, B-W., Chen, C-C. & McAleer, M. (2009). Estimating the impact of avian flu on international tourism demand using panel data. *Tourism Economics*, 15(3), 501–511.
- Lee, C. C. & Chen, C. J. (2011). The reaction of elderly Asian tourists to avian influenza and SARS. *Tourism Management*, 32(6), 1421–1422.
- Leslie, D. & Black, L. (2005). Tourism and the impact of the foot and mouth epidemic in the UK. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(2-3), 35–46.
- Lyon, A. & Worton, A. (2007). *A proposed model for tourism crisis management: The UK's foot and mouth disease crisis analysed*. Inside Crisis Management in Tourism, pp. 200-216, Wallingford UK: CABI.
- Mainil, T., Eijgelaar, E., Klijs, J., Nawijn J. & Peeters, P. (2017). Research for TRAN committee-health tourism in the EU: A general investigation. European Parliament, Brussels.
- Maital, S. & Barzani, E. (2020). Global economic impact of COVID-19: A summary of research. Samuel Neaman Institute for National Policy Research. Erişim adresi: https://www.neaman.org.il/EN/Files/Global%20Economic%20Impact%20of%20COVID-19_20200322163553.399.pdf 08.01.2022 tarihinde erişilmiştir.
- Maphanga, P. M. & Henama, U. S. (2019). The tourism impact of ebola in Africa: Lessons on crisis management. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(3), 1-13.
- McAleer, M., Huang, B. W., Kuo, H. I., Chen, C. C. & Chang, C. L. (2010). An econometric analysis of SARS and avian flu on international tourist arrivals to Asia. *Environmental Modelling & Software*, 25(1), 100–106.
- Menegaki, A. N. (2020). Hedging feasibility perspectives against the COVID-19 for the international tourism sector. *Preprints*, 1-18.
- Muğan Ertuğral, S. ve Gedik Arslan, S. (2020). Salgın hastalıklardan kaynaklanan krizlerin turizm sektörü üzerindeki ekonomik etkileri. *Journal of Institute of Economic Development and Social Researches*, 6(24), 438-447.
- Mulder, N. (2020). The impact of the Covid-19 pandemic on the tourism sector in Latin America and the Caribbean and options for a sustainable and resilient recovery. International Trade Series, No. 157 (LC/TS.2020/147), Santiago: Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC).

- Öksüz, B. ve Altıntaş, V. (2017). Sağlık turizminde dijital iletişim kanallarının kullanımı. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(1), 59-75.
- Öz, G. (2022). Türkiye'nin Covid-19 pandemi tecrübesinin sağlık turizminin tanıtımında kullanılması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Özçelik Heper, F. (2022). Covid-19 salgınının dünya turizm hareketleri ve turist tercihlerinde meydana getirdiği değişimlere genel bir bakış. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(1), 1-18.
- Özçelik, A., Gül, İ. ve Kızılırmak, İ (2021). Sağlık turizmi işleyiş sürecinin seyahat acentaları açısından değerlendirilmesine yönelik bir uygulama, İstanbul örneği. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 3(1), 55-69.
- Özdemir, M. A. ve Yıldız, S. (2020). How Covid-19 outbreak affects tourists' travel intentions? A case study in Turkey. *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 6(32), 1101-1113.
- Öztürk, M. ve Bayat, M (2011). Uluslararası turizm hareketlerinde sağlık turizminin rolü ve kalite çalışmalarının önemi bir literatür çalışması. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2), 135-156.
- Page, S. & Yeoman, I. (2006). How VisitScotland prepared for a flu pandemic: Lessons for businesses. *Journal of Business Continuity & Emergency Planning*, 1(2), 1-16.
- Partoip, E. (2016). Impact of the outbreak of ebola virus in West Africa on performance of tourism industry in Kenya (2014-2016). Doctoral dissertation, University of Nairobi.
- Pine, R. & McKercher, B. (2004). The impact of Sars on Hong Kong's tourism industry. *Int. J. Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 139-143.
- Rack, J., Wichmann, O., Kamara, B., Günther, M., Cramer, J., Schönfeld, C., Henning, T., Jelinek, T. (2005). Risk and spectrum of diseases in travelers to popular tourist destinations. *Journal of Travel Medicine*, 12(5), 248-253.
- Rogerson, C.M. & Rogerson, J.M. (2021). Covid-19 and changing tourism demand: Research review and policy implications for South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 10(1), 1-21.

- Ross, K. (2001). Health tourism: An overview. HSMIAI marketing review. Erişim adresi: <https://www.hospitalitynet.org/news/4010521.html?query=%22health+tourism%22>, 31.01.2022 tarihinde erişildi.
- Santus, K. D. & Shohel, M. N. (2020). Impact of covid-19 pandemic on tourism: perceptions from Bangladesh. *Article in SSRN Electronic Journal, Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=3632798*.
- Sarman, A. ve Sarman, E. (2021). Covid-19 pandemisinin sağlık turizmi üzerindeki etkisi. *Journal of Applied Tourism Research*, 2(2), 117-124.
- Selvi, M. S. (2008). *Sağlık turizmi*. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi İçinde. Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (Ed.), ss.275-294. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Semenova, Z. A., Chistobaev, A. I. & Grudtcyn, N. A. (2020). Management of the Public-Private Partnership in Health Tourism. *Revista ESPACIOS*, 41(15).
- Seo, B-R. & Kim, K-L. (2021). The post pandemic revitalization plan for the medical tourism sector in South Korea: A brief review. *Iranian Journal of Public Health*, 50(9), 1766-1772.
- Shabaninejad, H., Gorgi, H. A. & Niri, A. Z. (2016). Ranking the effective factors in attracting health tourists in Tehran: Application of multi-criteria decision-making model. *Journal of Biology and Today's World*, 5(11), 203-208.
- Smorfitt, D. B., Harrison, S. R. & Herbohn, J. L. (2005). Potential economic implications for regional tourism of a foot and mouth disease outbreak in North Queensland. *Tourism Economics*, 11(3), 411-430.
- Speakman, M. (2017). Revisiting the 2001 foot and mouth tourism crisis from a complexity theory perspective. *Ottoman Journal of Tourism and Management Research*, 2(3), 102-118.
- Şengel, Ü., Işkın, M., Genç, G. ve Çevrimkaya, M. (2020). Covid-19 ile ilgili ölüm kaygısının seyahat davranışına etkisi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 105-121.
- Şengül, C. ve Çora, H. (2020). Healthcare tourism in second decade of 21st century-a review of Turkey as the new global center for international patients. *Journal of Health Systems and Policies*, 2(1), 56-86.

- Terziyska, I. & Dogramadjieva, E. (2021). Should I stay or should I go? global COVID19 pandemic influence on travel intentions of Bulgarian residents. In SHS Web of Conferences (Vol. 92, No. 010, p. 2021). 21 – 22 October 2020 EDP Sciences. Slovak Republic, Rajecké Teplice.
- Tontuş, H. Ö. (2017). Sağlık turizmi nedir?. Erişim adresi: <https://shgmturizmdb.saglik.gov.tr/Eklenti/10944/0/02pdf.pdf>, 12.11.2021 tarihinde erişilmiştir.
- Turak, G. (2021). Salgın hastalıkların turistik satın alma kararlarına etkisi: Covid-19 pandemisine ilişkin bir çalışma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- TÜİK. (2023). *Türkiye'ye sağlık amacıyla gelen yabancı turist sayıları*. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=egitim-kultur-spor-ve-turizm-105&dil=1>, 02.02.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Türk, A., Ak Bingül, B. ve Ak, R., (2020). Tarihsel süreçte yaşanan pandemilerin ekonomik ve sosyal etkileri. *Gaziantep University Journal Of Social Sciences 2020 Special Issue*, 19(Covid-19), 612-632.
- TÜRSAB. (2014). *2014 sağlık turizmi raporu*. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/saglikturizmiraporu_11430_3841225.pdf, adresinden 15.02.2023 tarihinde erişilmiştir.
- USHAŞ, (2022). *Sağlık turizmi verileri*. Erişim adresi: <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/>, 06.02.2023 tarihinde erişilmiştir.
- Wachyuni, S. S. & Kusumaningrum, D. A. (2020). The effect of COVID-19 pandemic: How are the future tourist behavior?. *Journal of Education, Society and Behavioural Science*, 33(4), 67-76.
- Wen, Z., Huimin, G. & Kavanaugh, R. R. (2005). The impacts of SARS on the consumer behaviour of Chinese domestic tourists. *Current Issues in Tourism*, 8(1), 22–38.
- Wong, B. K. M. & Sa'aid Hazley, S. A. (2020). The future of health tourism in the industrial revolution 4.0 Era. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 267-272.
- Yaşar, İ. (2020). Pandemi (Covid 19 Salgını) sürecinin bireylerin tatile çıkma eğilimlerine etkisi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 2(2), 1-14.

Savaşkan, Y. (2023). Salgın Hastalıklar Ve Turizm: Sağlık Turizmine Yönelik Bir Derleme Anadolu Üniversitesi Mesleki Eğitim ve Uygulama Dergisi (ANAMEUD), 2(1): 26-58.

Zhou, Y., Yang, Y., Huang, J., Jiang, S. & Du, L. (2019). Advances in MERS-CoV vaccines and therapeutics based on the receptor-binding domain. *Viruses*, 11(1), 1-18.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ MESLEKİ EĞİTİM VE UYGULAMA DERGİSİ

Volume: 2, Issue: 1, p. 59-76, 2023

SATINALMA YÖNETİMİNDE İŞLETME TEDARİKÇİ İLİŞKİLERİNİN TEKRAR SATIN ALMADAKİ ROLÜ: İMALAT SANAYİNDE NİTEL BİR ÇALIŞMA

THE ROLE OF BUSINESS AND SUPPLIER RELATIONS ON REPURCHASING DECISIONS IN PURCHASING MANAGEMENT: A QUALITATIVE STUDY ON MANUFACTURING INDUSTRY

Dora UZKESİCİ¹
Mehmet Gökhan TURAN²

(Received 03.07.2023 Accepted 18.07.2023) – Research Article

Özet

Günümüzün rekabetçi piyasalarında işletmeler varlıklarını sürdürmek, verimli, etkin ve düşük maliyetlerle üretim gerçekleştirmek, üretimde sürdürülebilirliği devam ettirmek ve finansal performanslarını artırmak amacıyla çalışmaktadır. Bu süreçte, işletmelerin tedarikçileriyle olan ilişkilerinin önemi artmakta, nihai ürün üretimi için satın alınan mal ve hizmetlerin mevcut veya yeni tedarikçilerle gerçekleştirilmesi noktasında birçok önemli boyut etkin rol oynamaktadır. Satın alma işlemlerinde işletmenin tedarikçilerle ve tedarikçi işletmelerdeki personelle olan ilişkilerin tekrar satın alma niyeti üzerindeki etkisi olabileceği anlaşılmaktadır. Araştırmanın amacı, işletme tedarikçi arasındaki işlemlerin ve ilişkilerin tekrar satın alma davranışı üzerindeki rolünün büyük işletmelerde anlamlı bir farklılık yaratıp yaratmadığını tespit edebilmektir. Araştırmanın verileri, Eskişehir Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren büyük işletme statüsündeki imalat işletmelerinin satın alma departmanı yöneticileriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilerek toplanmıştır. Elde edilen veriler NVivo yazılımında içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırma bulguları işletmelerin tedarikçileri tercih etmelerine neden olan birçok faktörün olduğunu ve işletmelerin tedarikçi tercihinde bazı ortak faktörlerden etkilendiğini ortaya koymaktadır. İşletmelerin çalıştığı tedarikçi sayısının fazlalığına göre farklı tedarikçilere yönelmesinin arttığı ve tedarik edilen ürünlerin önem derecesinin aynı tedarikçiden tekrar satın almayı devam ettirmesinde etkisinin olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Satınalma Yönetimi, İşletme Tedarikçi İlişkileri, Tekrarlanan Satın alma, İmalat Sanayi, Tedarik Zinciri.

¹ Kıbrıs İlim Üniversitesi İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ORCID: 0000-0002-9624-7483, dorauzkesici@anadolu.edu.tr

² Anadolu Üniversitesi Eskişehir Meslek Yüksek Okulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, ORCID: 0000-0001-8952-0149, mgt@anadolu.edu.tr

Abstract

In today's competitive markets, businesses are trying to maintain their existence, to maintain production sustainability and to increase their financial performance by producing efficiently, effectively and at low costs. During this process, the importance of the relations of the enterprises with their suppliers is increasing, and many important factors play a role in the realization of the goods and services purchased for the production of the final product with existing or new suppliers. It is understood that the relations of the business with the suppliers and the personnel in the supplier businesses may have an impact on the intention to repurchase again. The aim of the research is to determine whether the effect of transactions and relationships between business-suppliers on repurchasing behavior makes a difference in companies of different sizes. The data of the research were collected by conducting semi-structured interviews with the relevant managers of large enterprise manufacturing enterprises operating in Eskişehir Organized Industrial Zone. Data was analyzed with NVivo software. Research findings reveal that the size of the firm and the operating situation in domestic and foreign markets differentiate the approach to repurchasing. However, it has been understood that there are many factors that cause businesses to prefer suppliers by some common factors in supplier preference. It has been found that the tendency of the enterprises to gravitate towards suppliers increases according to the excess number of suppliers they work with and the importance of the products supplied has an effect on the continuation of the intention repurchase from the same supplier.

Keywords: Purchasing Management, Repurchasing, Production Industry, Supplier Relations, Supply Chain.

Giriş

İmalat işletmelerinde üretimin verimli, tam ve zamanında yapılabilmesi için en temel unsurlardan biri satın alma işlemleridir. Üretim için gerekli mal ve hizmetlerin zamanında ve tam olarak tedarik edilememesi, üretimin aksamasına neden olmaktadır (Demirdöğen, 2017; s.140). Satın alma kararları maliyetlerin düşürülmesi ve rekabet gücünün artmasında önemli bir rol oynamaktadır. Alan yazında satın almaya ilişkin çeşitli çalışmalar bulunmakla birlikte, özellikle müşteri sadakatini inceleyen çalışmaların yoğunluk kazandığı görülmektedir. Günümüzde işletmeden işletmeye (B2B) pazarlarda gerçekleştirilen satın alma işlemlerinin kompleks bir yapıya bürünmesi, satın alma yönetiminin başlı başına bir araştırma konusu haline gelebilmesine ve işletmelerin bünyelerinde satın alma departmanları kurulması ile satın alma yönetimine yönelik araştırmaların artmasına sebebiyet verebilmektedir. Alan yazında yapılan araştırmalara ek olarak rekabetin sürekli olarak artması ve sektörlerin devingen yapısı nedeniyle işletmeden işletmeye pazarlarda satın alma yönetiminin incelenmesi gerekebilmektedir.

İmalat işletmeleri nihai ürün üretmek amacıyla, farklı tedarikçilerden birçok ara mal ve hizmet satın almaktadır. Bu mal ve hizmetlerle ilgili satın alma kararlarını belirleyen farklı boyutlar bulunmaktadır. Bu durum, yöneticiler ve araştırmacılar açısından tekrar satın alma niyetini etkileyen boyutları tespit etmeyi önemli hale getirmektedir. Satın alma işlemlerinin etkili ve verimli bir düzeyde gerçekleşebilmesi için işletmelerin bünyelerinde satın alma departmanları oluşturulmakta ve departmanlarda alan uzmanları istihdam edilmektedir. Satın alma departmanında çalışan uzmanlar üretim için gerekli olan mal ve hizmetleri satın almadan önce diğer departmanlarla görüşüp ihtiyaç duyulan mal ve hizmetleri müzakere ettikten sonra, üst yönetimle de görüşmeler gerçekleştirerek satın alma işlemlerinin koordinasyonu ve organizasyonunu yürütürler. Satın alma işlemleri zamanla rutin bir boyut kazanabilmekte ve aynı tedarikçilerle uzun süreli ilişkilere devam edilebilmektedir. Bu süreçte, satın alma kararlarında objektif kriterlerin yanı sıra subjektif kriterlerin de sürece dahil olması insan faktörü nedeniyle söz konusu olabilmektedir.

Ülkemizde, imalat işletmelerinin tedarikçileriyle olan ilişkilerinin niteliğine ilişkin çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çalışma; bir taraftan işletme tedarikçi ilişkilerinin niteliğinin belirlenmesi, diğer taraftan bu ilişkilerin tekrar satın alma üzerindeki rolünün ortaya konulmasının amaçlanması açısından önem taşımaktadır. Bu çalışmada, Eskişehir Organize Sanayi Bölgesindeki büyük işletmelerden oluşan yedi işletmenin satın alma yöneticileriyle yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. İşletme ve tedarikçi ilişkilerinin tekrar satın alma niyetine etkisi dört farklı açıdan ele alınmıştır. Bunlar; daha önce satın alma yapılan

tedarikçiyi tercih etme nedenleri, aynı tedarikçiyi tercih etme oranları, işletmenin kaç farklı tedarikçiden ürün tedarik ettiği, ürünün önem derecesinin tekrar satın almadaki rolüdür. Çalışmada alan yazın incelemesinden sonra, araştırma yöntemi ve örnekleme ele alınmış, son olarak elde edilen bulgular ile tartışma ve sonuç bölümüne yer verilmiştir.

Alan Yazın Taraması

İşletmeden işletmeye pazarlardaki alıcı ve tedarikçi ilişkileri, satın alma işlemlerinin önemini ve bu işlemler neticesinde elde edilebilecek rekabet avantajını anlamak adına alan yazında önemli bir boyut olarak değerlendirilmektedir (Zhumaznova, 2022). Günümüzde işletmelerin müşterileriyle ilişkilerini geliştirmelerinin yanı sıra, tedarikçileriyle de ilişkilerini geliştirmeleri önemli bir gerekliliktir. Tedarikçilerle ilişkiler daha uzun vadeli olması nedeniyle, özellikle endüstriyel pazarlarda daha fazla ön plana çıkmaktadır (Cannon ve Perrault, 1999; Grönroos, 1990). İşletme tedarikçi ilişkileri, tedarik zinciri sürecinin başarılı olmasında etkilidir. Konuya ilişkin alan yazında, işletme tedarikçi ilişkileri ile ilgili ikili bir sınıflandırma yapıldığı tespit edilmiştir. Bu sınıflandırma geleneksel ilişkiler ve iş birliğine dayalı ilişkiler olarak açıklanmaktadır. Uygulamada genellikle bu iki sınıflama etrafında, işletme tedarikçi ilişkilerinin yoğunlaştığı görülmektedir (Çağlıyan, 2009; s.465). İşletme tedarikçi ilişkilerine ilişkin alan yazın incelendiğinde konuya farklı boyutlarda yaklaşan birçok çalışmaya ulaşılmaktadır. Bu boyutlar; tatmin, güven, çatışma, bağlılık, bilgi paylaşımı, iletişim, iş birliği gibi konulardır (Tektaş ve Kavak, 2010; Halis ve Türkay, 2010; Solmaz, 2019). Bu çalışmaların önemli bir kısmında güven boyutunun yer alması dikkat çekmektedir (Solmaz, 2019; s.431).

Tekrar satın alma, tüketici davranışı alanında hem işletmeden işletmeye hem de işletmeden tüketiciye pazarlarda üzerinde durulan konulardan biridir. Tekrar satın alma değişkenine yönelik alan yazında ulaşılan çalışmalarda ağırlıklı olarak nicel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı görülmektedir. Bu çalışmada ise işletmelerin satın alma yöneticileriyle derinlemesine görüşme metodunun daha anlamlı sonuçlar elde edileceği öngörülerek nitel araştırma deseni tercih edilmiştir. Tekrar satın alma niyeti, bireysel veya endüstriyel tüketicinin bir işletme ya da markaya bağlılığının sonuçlarından biri olarak kabul edilmekte, müşterinin olası koşullar altında, belirli bir mal ya da hizmeti aynı işletmeden devamlı olarak satın alma konusundaki yargısını ifade etmektedir (Hellier vd., 2003). Oliver (1999; s.34) tekrar satın alma niyetini, tercih edilmiş ürünü gelecekte tutarlı bir biçimde tekrar satın almak veya öncelikli olarak tercih etmek olarak tanımlamıştır. Kotler ve Keller (2012) ise, müşterilerin tekrar satın alma niyeti göstermesinde, satın alma sonrası tatmin ve tedarikçinin performans boyutlarının önemine işaret etmiştir. Wu vd. (2014) alışveriş eylemi sonucunda müşterinin, maliyet ve fayda

değerlendirmesi ile tekrar satın alma davranışına yönelik bir değerlendirme süreci yaşadığını ifade etmiştir.

Tüketici Tatmini Teorisi ve araştırmaları, tatmin ve tekrar satın alma niyeti arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunduğunu ortaya koymaktadır (Howard ve Sheth, 1969; Oliver, 1980). Tüketici Tatmini Teorisi, tüketicilerin ürün özelliklerine olan ilgisinin göreceli olarak değiştiğini belirterek, oluşacak tatminin ve tekrar satın alma niyetinin farklılaşacağını ifade etmektedir (Sheth, 1983). Halstead ve Page Jr., (1992) tatmin düzeyinin yüksek olmasının, tekrar satın alma niyetini artırdığını savunmuşlardır. Tüketici tatmini ve tekrar satın alma niyeti arasındaki ilişkiyi inceleyen Cleff vd. (2013), bu iki değişken arasında pozitif ve doğrudan ilişki bulunduğunu ifade etmiştir. Bu bulgulara karşılık Yi ve La (2004), tüketici tatmininin öncü değişken olarak tekrar satın alma niyetini etkilediği görüşünü geleneksel bularak, bu iki değişken arasındaki ilişkinin daha kompleks bir yapıya büründüğünü iddia etmiştir. İbzan, Balarabe ve Jakata (2016) da tüketici tatmini ve tekrar satın alma niyeti arasındaki ilişkinin doğrusal olup olmadığını tartışmalı bularak; tekrar satın alma seviyesinin farklılaşabileceğini, dolayısıyla işletme tedarikçi ilişkilerinde tatmin boyutu dışındaki faktörlerin tespit edilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Zineldin ve Nessim (2014) ise ürünün türü, sektörü ve satın alma koşullarının, müşteri sadakatine etkisini farklılaştıracağını savunarak, tatmin ve tekrarlanan satın alma niyetinin ürün kategorisi ve sektörden etkileneceğini savunmuştur.

Özellikle son yıllarda işletme ve tedarikçi ilişkileri ile ilgili çalışmaların sayısında önemli bir artış görülmektedir. Bu durum işletme ve tedarikçi ilişkileri ile ilgili mevcut durumun anlaşılabilmesi ve gelecekte yapılacak çalışmalara yön vermesi açısından önemli bir nokta olarak görülebilir. İşletmelerin, tedarikçileri ile olan ilişkilerini değerlendirmesi ve değerlendirme sonrası bu işletmeden tekrar satın alma işlemlerini sürdürmeye karar vermesi söz konusudur. Burada temel husus, işletmelerin temel hedefine varmak için çizilen yol haritasıdır. Dolayısıyla işletmelerin tedarikçileri ile olan ilişkileri hammadde, yarı mamul veya mamul tedarik etmenin ötesine geçebilmektedir. İşletme, hedefe giden yolda tedarikçisini iş ortağı olarak değerlendirmektedir (Hoş ve Demirer, 2022). Rahaman'a (2017) göre, işletmelerin tedarik zincirlerindeki en önemli konulardan biri satın alma işlevidir. Buna gerekçe olarak bir ürünün toplam maliyetinin yüzde 80 oranda o ürünün üretilmesi için gerekli olan materyallerin tedarikçiden satın alınması sonucu oluştuğu ifade edilmiştir. Bununla beraber tedarikçilerin satın alma yapan işletmelere sunmaya çalıştığı boyutlar arasında düşük fiyat, dayanıklı ve güvenilir ürünler, ürün çeşitliliği ve teslimat tarihine uyulması boyutları bulunmaktadır (Hoş ve Demirer, 2022). Coşkun, Yıldız ve Bayraktar (2022) işletmelerin tedarikçi tercihinde 3 ana boyut olduğunu belirterek bu boyutları ekonomik, çevresel ve sosyal

faktörler olarak paylaşmışlardır. Aynı zamanda fiyat, kalite, esneklik ve teslimat kriterlerinin de ürünün toplam maliyeti dışındaki boyutları meydana getirdiğine değinmişlerdir. Zhumazhanova (2022) ise, tedarikçi performansının kriterleri arasında teslimat hızı, fiyatlandırma, ödeme şekli, yenilikçilik, kalite ve satış sonrası hizmet boyutları olduğuna değinmiştir. Bunun yanında maliyet, sipariş ve teslimat programının yerine getirilmesi ve operasyonun başarısı gibi dahili göstergelerin bulunduğu aktarılmıştır. İşletmeler ve tedarikçi arasındaki ilişkilerde sözleşme koşullarının ayrı bir boyut olduğuna değinen Karadağ (2022) işletmenin yaptığı sözleşmede aynı anda birden fazla tedarikçi ile çalışma olanağına değinmiştir. Ayrıca işletmelerin yeni bir ürün geliştirirken daha önce hiç çalışmadığı bir tedarikçiyi tercih ederek alan yazında daha önce ortaya konan tedarikçi değerlendirme boyutlarını kullanmayabileceğini iddia etmiştir. İşletmelerin tedarikçilerini değiştirme maliyetini inceleyen Yılmaz ve Kaplan (2022; s.42) algılanan tedarikçi değiştirme maliyeti nedeniyle alıcıların tedarikçi değiştirmekten kaçındıklarını tespit etmişlerdir. Çalışmada tedarikçi ve işletme arasındaki ilişkinin boyutları arasında güven, bağlılık ve tatmin gösterilmiştir. Aynı çalışmada tedarikçi değiştirme maliyeti, bir tedarikçiden diğerine geçiş sürecinde müşterilerin bir defalık katlandıkları ekonomik ve ilişkisel maliyetler bütünü olarak tanımlanmıştır. Araştırmaya göre ilişki kalitesi müşterinin algıladığı değeri doğrudan etkilemektedir. Alan yazındaki çalışmalar işletmeden işletmeye pazarlarda tedarikçilerle olan ilişkiler ve tekrar satın alma boyutlarında zenginleştirilmesi gerektiğini önermektedir (Nasootorn vd. 2023; Yang, Tang ve Tang, 2017).

Yöntem

Araştırmanın problemi, imalat sanayinde satınalma yönetimi alanında işletme tedarikçi ilişkilerinde rolü bulunan tekrar satın alma faktörlerinin neler olduğunun bilinmemesi problemidir. Araştırmanın amacı, imalat sanayinde faaliyet gösteren büyük ölçekli işletmeler ile bu işletmelere ürün tedarik eden tedarikçiler arasındaki ilişkilerde tekrar satın alma niyetinde rolü olan faktörlerin tespit edilmesidir. Bu çalışmada verilere içerik analizi yöntemi uygulanarak faktörler tespit edilmeye çalışılmıştır. Nitel araştırma desenlerinden olan içerik analizi yönteminde temel amaç toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. Bu yöntemde toplanan verilerin önce kavramsallaştırılması gerekmektedir. Ardından kavramların düzenlenmesi ve veriyi açıklayan temaların saptanması gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Araştırma süreci başlamadan evvel Kıbrıs İlim Üniversitesi etik kurulundan gerekli izin alınmıştır. Araştırma kapsamında sesli kayıt olarak toplanan veriler öncelikle deşifre edilmiştir. Deşifre sonrası verilerin tanımlanması, verilerin içinde bulunan belirli tema ve kavramların bir araya getirilerek düzenlenmesi ve yorumlanması aşamalarına

geçilmiştir. Kavramların düzenlenmesi ve temaların saptanması için kodlama yönteminden faydalanılmıştır. Bu yöntemde veriler arasında yer alan anlamlı bölümlere isim verilerek elde edilen veriyi bölümlere ayırabilme, inceleme, karşılaştırma yapma, kavramlaştırma ve ilişkilendirme yapılabilmesi mümkündür. Çalışma kapsamında ilk olarak veriler kodlanmıştır. Ardından temalar tespit edilerek, kodların ve temaların düzenlenilmesi aşamasına geçilmiştir. Son olarak bulguların tanımlanması ve yorumlanması gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın içerdiği çoklu durum, Eskişehir ilinde faaliyet gösteren imalat sektöründeki işletmelerde nitel boyutta çalışılmıştır. İşletmelerin büyüklüklerine göre araştırmada örneklem maksimum çeşitlilik¹ prensibine göre ele alınmıştır. Eskişehir Sanayi Odasına kayıtlı toplam üye işletme sayısı 918 olarak tespit edilmiştir. Bu işletmeler 16 farklı meslek grubu altında kayıtlıdır (http-1). Türkiye İş Kurumu İş Piyasası Araştırması Eskişehir İli Sonuç Raporuna göre bu işletmelerin 306'sı imalat sektörüne kayıtlıdır. İmalat sektöründeki işletmeler diğer sektörlerle birlikte sektörün %37,5'ini temsil etmektedir. Aynı rapora Eskişehir iline kayıtlı imalat sanayi işletmelerin toplam içindeki ağırlığı Türkiye ortalamasının üstünde bulunmaktadır (http-2). Görüşme yapılan işletmelerin tümünde satın alma departmanı bulunmaktadır. Araştırma evreni olarak Eskişehir Sanayi Odasına kayıtlı ve imalat sektöründe faaliyet gösteren büyük ölçekli işletmeler seçilmiştir. Bu işletmeler arasından yedi büyük ölçekli işletmenin satın alma departmanı yöneticileri araştırmanın örneklemine oluşturmaktadır. Yapılan görüşmelerden elde edilen verilere NVivo yazılımı ile içerik analizi yapılmıştır. Görüşmeler için seçilen işletmelerin görüşme talebine verilen olumlu cevap durumu belirleyiciler arasındadır. Bazı işletmeler, iş yoğunluğu veya bilgi paylaşımında bulunamayacaklarını gerekçe göstererek, görüşme talebine olumsuz cevap vermiştir. Bu çalışmada, görüşme yapılan işletmelerin unvanları gizli tutularak, işletmelere birer harf ve rakam atanmış ve görüşme yapılan satın alma departmanı yöneticilerinin isimlerine yer verilmemiştir.

Nitel araştırmada güvenilirlik ve geçerlilik için alınan birtakım önlemler bulunmakla birlikte nitel araştırmada araştırılan olgu ve olayın niteliği ön plana çıkarılmaktadır. Araştırma probleminin yanıtlanması amacıyla ölçme aracı araştırmacılar tarafından geliştirilmiştir. Geçerlilik, araştırma sonuçlarının doğruluğunu dış ve iç geçerlilik ile kontrol eder. Güvenilirlik ise araştırma sonuçlarının tekrar edilebilirliğini dış ve iç güvenilirlik ile kontrol etmektedir. Nitel araştırmada geçerlilik araştırmacının araştırdığı olguyu, olduğu biçimiyle ve olabildiğince yansız gözlemesi anlamına gelir (Kirk ve Miller, 1986). Araştırma alanına olan yakınlık, yüz

¹ Amaçlı örnekleme yöntemlerinden olan maksimum çeşitlilik örneklemede görece olarak küçük bir örneklem oluşturmak ve bu örneklemede çalışılan probleme taraf olabilecek bireylerin (işletmelerin) çeşitliliğini maksimum düzeyde yansıtmak amaçlanmıştır.

yüze görüşmeler yoluyla ayrıntılı ve derinlemesine bilgi toplama ve olayın gerçekleştiği doğal ortam içinde bilgi toplanması nitel araştırmada geçerliliği sağlayan ilkeler arasındadır.

Güvenilirlikte zamana bağlı güvenilirlik ve gözleme bağlı güvenilirlik olmak üzere iki yaklaşım bulunmaktadır. Zamana bağlı güvenilirlik, ölçülen olgunun zaman içinde aynı biçimde ölçülebilmesini; gözleme bağlı güvenilirlik ise aynı zaman diliminde birden fazla araştırmacının aynı olguyu aynı biçimde ölçebilmesidir. Bu araştırmada dış güvenilirliğin sağlanması için katılımcı gözlemci konumu alınmış, araştırmada veri kaynağı olan kişiler açıkça tanımlanmış, araştırma sürecinde oluşan sosyal ortamlar ve süreçler tanımlanmış, kavramsal çerçeve meydana getirilmiş ve veri toplama ile analiz yöntemleri yöntem bölümünde açıklanmıştır. Son olarak önceden oluşturulmuş kavramsal çerçeveye bağlı olarak veri analizi gerçekleştirilerek iç güvenilirlik sağlanmıştır. Mülakat, sosyal bilimlerde en sık başvurulan veri toplama araçları arasında yer almaktadır. Bu çalışmada araştırmacıların önceden hazırladığı soruları içeren görüşme protokolü barındırdığından yarı yapılandırılmış bir görüşme tekniği tercih edilmiştir. Bogdan ve Biklen (1998), yarı yapılandırılmış görüşmede araştırmacının görüşmenin akışına göre farklı yan ya da alt sorular sorarak, görüşmenin akışını etkilediğini ve katılımcının yanıtlarını açıklamasını sağladığını ifade etmiştir.

Araştırma sürecinde yedi büyük ölçekli işletme statüsünde yer alan işletmelerin satın alma departmanı yöneticileriyle derinlemesine görüşme ve yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Toplam görüşme süresi 255 dakikadır. Katılımcıların yaş ortalaması 41 iken, mesleki tecrübe olarak ortalaması 8,5 yıl olarak bulunmuştur. Araştırma verilerinin güvenilirliği açısından, katılımcıların yeterli tecrübe ve yaş ortalamasına sahip olduğu söylenebilir. Katılımcılar arasında en düşük yaş 33 iken, en yüksek yaş 62 olarak bulunmuştur. Katılımcıların en düşük mesleki tecrübe yılı 1 ve en yüksek tecrübe yılı ise 30 olarak tespit edilmiştir. Katılımcılara ait demografik bilgiler araştırmacılar tarafından not alınarak elde edilmiştir. Yapılan mülakatların tamamında ses kayıt cihazı kullanılmış ve katılımcıların sesleri kaydedilmiştir.

Tablo.1 İşletmelerin görüşme süresi, katılımcı yaşı ve cinsiyeti, mesleki tecrübe yılı tablosu.

İşletme	Görüşme Süresi (dakika)	Katılımcı Yaşı	Mesleki Tecrübe Yılı	Cinsiyet
K1	36	36	1	Kadın
K2	22	62	30	Erkek
K3	15	34	3	Erkek
K4	17	44	11	Erkek
K5	30	50	15	Erkek

K6	26	41	7	Erkek
K7	45	40	7	Erkek

Araştırma verileri derinlemesine görüşme ve yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi ile elde edilmiştir. Araştırmada yedi soru bulunmaktadır ve kullanılan görüşme formu Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Görüşme formu

1	İşletmenizden kısaca bahsedip, faaliyet gösterdiği sektördeki konumu hakkında bilgi verebilir misiniz?
2	İşletmenizin nihai ürün üretmek üzere yaptığı satın alma faaliyetleri hakkında bilgi verebilir misiniz?
3	İşletmenizde satın alma yönetimi işlemlerini ifa etmek üzere bir departman bulunuyor mu? Bulunuyorsa bu departmanın görevlerini kısaca açıklar mısınız?
4	İşletmenizin yurtiçi ve yurtdışı pazarlardaki faaliyet durumu hakkında bilgi verebilir misiniz?
5	Daha önce satın alma yaptığımız bir işletmeden tekrar satın alma yapma kararı alacak olsanız, bu işletmeyi tercih etmenize neden olan faktörler neler olacaktır? Satın alma işlemlerini önceden çalıştığımız bir tedarikçi ile devam ettirme oranınız kaçtır?
6	Üretim için satın alma yaparken kaç farklı işletmeden ürün tedarik edilmektedir?
7	Tedarik edilecek ürünün önem derecesinin aynı işletme üzerinden tekrar ara ürün satın almaya etkisi konusunda bilgi verebilir misiniz?

Nitel veri analizine görüşmelerin yazıya dökülerek deşifre edilmesiyle başlanmıştır. Ses kayıtlarının tamamı elektronik ortamda dinlenerek MS Office Word metnine dönüştürülmüştür. Toplanan verileri açıklayabilmek için veriler üzerinde detaylı çalışma gerçekleştirilmiştir. İçerik analizi yöntemine uygun olarak veriler dikkatlice birçok kez okunmuş, yorum ve düşüncelerle genel bir kanı elde edilmiş, temalar belirlenmiş ve yapı oluşturularak yorumlanma işlemine geçilmiştir. Analize verilerin kodlanmasıyla başlanmıştır. Kodlama işlemi, görüşme soruları ve gelen cevaplar üzerinden yapılmıştır. Kodlama sonrasında, görüşmelerdeki cevaplar üzerinden temalarla daha yakından olan ifadeler seçilmiştir. Böylece kodlar sınıflandırılmıştır. Ortaya çıkan kodları açıklayan temalar belirlenmiştir. Temaların seçiminde araştırma soruları temel alınmıştır. Kodlar ve temalar arasındaki ilişkiler belirlenip, tanımlanması sağlanarak bulguların yorumlanması mümkün hale gelmiştir.

Bulgular

Araştırma verilerinin analizi sonucunda, mülakatlarda sorulan sorular ve sorulara verilen yanıtlar kodlanmıştır. Soru kategorisinden elde edilen yanıtlardan elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

Birinci Soru: İşletmenizden kısaca bahsedip, faaliyet gösterdiği sektördeki konumu hakkında bilgi verebilir misiniz?

Tablo 3. İşletmelerin Sektörü ve Konumu

Katılımcı	Sektör ve Konumu
K1	"Petek panel üretimi, Pazarda ve sektörde yeni bir işletme"
K2	"Endüstriyel temizlik malzemeleri, 30 yıllık işletme, işletmeden işletmeye satış ve pazarlama"
K3	"Makine Sanayi, 26 yıllık yan sanayi kuruluşu"
K4	"Kek Bisküvi Çikolata İşletmesi ve Hızlı Tüketim Malları. Türkiye'nin lider firmalarından"
K5	"Kimya sektörü, Boya, vernik, inceltici, polyester, alkid üretimi"
K6	"Gıda sektörü, Süt ve Süt ürünleri, 40 yıllık holding kuruluşu"
K7	"Tekstil sektörü, Hazır giyim ve ev tekstili, 150 fiziksel mağazaya sahip, 1940'lı yıllarda kurulan atölyeden 3 fabrikaya ulaştık."

İkinci Soru: İşletmenizin nihai ürün üretmek üzere yaptığı satın alma faaliyetleri hakkında bilgi verebilir misiniz?

Tablo 4. İşletmelerin Satınalma Faaliyetleri

Katılımcı	Satınalma Faaliyeti
K1	"Kağıt ve tutkal, streç, balonlu naylon, şiring film satın alma işlemleri"
K2	"Kağıt havlu ve tuvalet kağıdı satın alma işlemleri, İşletme adına farklı işletmelere ürün yaptırılması, 2.000 kalem ürün envanteri"
K3	"Yarı mamul üretmek için çelik ve makine yedek parça satın alımı, sarf malzemesi satın alımı"
K4	"Bakım ve yedek parça hizmetleri, Teknik satın alma, Catering hizmetleri, Personel servisleri ve araç kiralama, Sarf malzemesi, kimyasal ve hijyenik temizlik malzemeleri, Tesis yatırımları, Mekanik elektronik taahhüt hizmetleri, İşlem teknolojileri satın alımı, Reklam, prodüksiyon hizmetleri alımı, Lojistik hizmet satın alımı, Satış personeli kıyafeti satın alımı."
K5	"Kimyasal ürün satın alımı"
K6	"Tarım ürünleri, süt satın alımı, Hayvansal gıda üretimi için gerekli satın alma işlemleri."
K7	"Kumaş üretimi için gereken hammadde satın alımı."

İkinci soruda işletmelere nihai ürün üretmek için yaptığı satın alma işlemleri sorulmuştur. Tüm işletmelerin nihai ürün meydana getirmek veya ara ürün üreterek nihai ürün üretimine katkı sağladığı anlaşılmaktadır. K1 işletmesi iki ürün grubu başta olmak üzere toplam altı ürün grubunda ağırlıklı olarak satın alma işlemi gerçekleştirmektedir. K2 işletmesi ürün envanterinde iki bin dolayında ürün çeşidi olduğunu ifade etmiştir. K3 işletmesi yarı mamul ürettiğini belirterek çelik ve sarf malzemesi satın alımı yaptıklarını ifade etmiştir. K4 işletmesi nihai ürün üretimi için yapılan satın alma işlemleri ile ilgili işletmelerinin üç farklı satın alma departmanının görevli olduğunu belirtmiştir. Mülakat gerçekleştirilen endirekt hizmet satın alma departmanı müdürü, kendi departmanları bünyesinde dört ana grup oluşturduklarını ve binlerce farklı ürün grubunda satın alma işlemi gerçekleştirdiğini ifade etmiştir. Çalışan

personel sayısı ve işletme içinden gelen talep miktar bilgisi paylaşılmıştır. K5 işletmesi kimyasal madde satın alımı yaptıklarını belirtmiştir. K6 işletmesi yerli kaynak kullanımını vurgulayarak tarım ürünleri, süt ve hayvansal gıda üretimi için satın alma işlemleri yapmaktadır. K7 işletmesi ithalat dahil olmak üzere satın alma işlemleri yürütmekte ve kumaş üretimi için hammadde satın alımı yapmaktadır.

Üçüncü Soru: İşletmenizdeki satın alma yönetimi işlemlerini ifa etmek üzere bir departman bulunuyor mu? Bulunuyorsa bu departmanın görevlerini kısaca açıklar mısınız?

Tablo 5. Satın Alma Departmanının Görevleri

Katılımcı	Departmanın Görevleri
K1	"Satın alma departmanı var. İkinci sorudaki ürünlerin satın alma işlemlerini gerçekleştiriyor."
K2	"Satın alma departmanı bulunuyor. Satın alma ve finans işlemleri birlikte yürütülüyor."
K3	"İşletmede üç farklı satın alma departmanı var: Üretim Girdileri, Ambalaj Malzemeleri, Endirekt Malzeme ve Hizmet. Bütün işletme içindeki tüm satın alma işlemleri gerçekleştiriliyor."
K4	"İşletmenin satın alma departmanı özellikle hammadde ve ara mal tedarikini üstleniyor."
K5	"İşletmede satın alma departmanı bulunuyor. Tüm hammadde ve ara malların satın alma işlemlerinden sorumlu".
K6	"Departman ürün üretimi için gereken tüm hammadde ve ara malların tedarik işlemlerinden sorumlu. Ayrıca fabrikamızın doğru ve verimli çalışabilmesi için gereken endirekt satın alma işlemleri de var. Bu işlemler de işletmemizin merkezindeki ilgili departmanlarca yürütülür."
K7	"İşletmede iki farklı satın alma departmanları bulunuyor. Hammadde satın alımı ve personel ihtiyaçları bu departmanlarca karşılanıyor."

Üçüncü soruda satın alma departmanının görevleri hakkında bilgi paylaşılması istenmiştir. Tüm işletmelerde en az bir adet satın alma departmanı bulunmaktadır. İşletme organizasyonlarının yapıları nedeniyle işletmelerde birden fazla satın alma departmanı kurulabildiği anlaşılmaktadır. İşletme bünyesinde farklı satın alma departmanları olan işletmelerin belirli fonksiyonları yerine getirebilmek amacıyla yüksek sayıda mal ve hizmet satın alması yaptıkları görülmektedir.

Dördüncü Soru: İşletmenizdeki yurtiçi ve yurtdışı pazarlardaki faaliyet durumu hakkında bilgi verebilir misiniz?

Tablo 6. İşletmelerin Yurtiçi ve Yurtdışındaki Faaliyet Durumu

Katılımcı	Pazarlardaki Faaliyet Durumu
K1	"Genel olarak yurtiçine hizmet veriyor."
K2	"Yurtdışı direkt satış bulunmuyor. Satışı yurtiçi pazarlara yapıyoruz."
K3	"Faaliyet alanının %90 yurtiçi."
K4	"İhracat ve ithalat gerçekleştiriliyor. Yurtdışı tesis yatırımı bulunuyor."
K5	"Üretimin dörtte üçü ihraç ediliyor".
K6	"Yurtiçi ve yurtdışı pazarlarda faaliyet gösteriyor."

K7	“Yurtiçi ve yurtdışı pazarlarda varız.”
----	---

Dördüncü soruda işletmelerin yurtiçi ve yurtdışı pazarlardaki faaliyet durumu tespit edilmeye çalışılmıştır. İşletmelerin büyük oranda yurtiçi pazarlarda faaliyette olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerin faaliyet gösterdiği bölgeler başta olmak üzere faaliyetlerini sürdürdüğü ve yurtiçindeki farklı coğrafi bölgeler ve sonrasında ihracata doğru bir politika izlediği söylenebilir.

Beşinci Soru: Daha önce satın alma yaptığımız bir işletmeden tekrar satın alma yapma kararı alacak olsanız, bu işletmeyi tercih etmenize neden olan faktörler neler olacaktır? Satın alma işlemlerini önceden çalıştığımız bir tedarikçi ile devam ettirme oranınız kaçtır?

Tablo 7. İşletmelerin Tedarikçiyi Seçme Faktörleri

Katılımcı	İşletmeyi tercih etme faktörleri ve aynı tedarikçiyi tercih etme oranı
K1	“Kalite, Ahde Vefa, Uygun Fiyat, Kullanım süresi, Kilogramı, Laboratuvar sonuçları, Ödeme.”
K2	“Fiyat, İnsan faktörü, Ödeme koşulları, Vade-kalite-ürün, Zamanlama”
K3	“Zamanlama, Dürüstlük, Sertifikalı ürün”
K4	“Uzun vadeli ilişkiler, Tedarikçi performansı değerlemesi, Alternatif tedarikçi keşfedilmesi, Ürün fiyatı, Tedarik, Mal grubu ve kategorisi, Tutar, Tedarik riski”
K5	“Teminatların yerine getirilmesi, Kalite ve ödeme koşulları, Planlamaya uygunluk”
K6	“Uzun vadeli taahhüt, Aynı tedarikçi ile devam oranı %90”
K7	“Fiyat, Kalite, Ürün performansı”

Beşinci soruda satın alma yapılan bir işletmeden tekrar satın alma yapılması için mevcut tedarikçiyi tercih etme nedenleri ve satın alma işlemini önceden çalışılan tedarikçilerle gerçekleştirme oranı sorulmuştur. İşletmelerden sadece biri aynı tedarikçilerle %90 oranında devam ettiklerini belirtmiştir. Diğer işletmeler oran verme konusunda çekimser kalmışlardır. Alan yazında düşük fiyat, dayanıklı ve güvenilir ürünler, teslimat tarihi (Hoş ve Demirer, 2022); esneklik ve teslimat kriterleri (Coşkun, Bayraktar ve Yıldız, 2022); ödeme şekli, yenilikçilik, kalite ve satış sonrası hizmet (Zhumaznova, 2022); yüksek ilişki kalitesi (Ercan ve Doğaner, 2022) boyutlarının işletmelerinin tedarikçilerle devam etmesini etkileyen faktörler olduğunu tespit etmişlerdir. Bu çalışmada ahde vefa, satın alma miktarı, zamanlama, teminatların yerine getirilmesi, planlamaya uygunluk, ürün grubu ve kategorisi, tedarikçi performansı, sertifikalı ürün boyutlarının da işletmelerin tedarikçilerden tekrar satın alma kararı almasında etkili olduğu anlaşılmaktadır. Yılmaz ve Kaplan (2022), işletmelerin tedarikçi değişiminden kaçındığını ortaya koymaktadır. Bu çalışma bulguları işletmelerin tedarikçi değişiminden kaçınabilmesinin yanı sıra tedarikçi performansının izlendiğini, pazarda yer alan diğer tedarikçilerin takip edildiğini ve değerlendirildiğini ortaya koymaktadır.

Altıncı Soru: Üretim için satın alma yaparken kaç farklı işletmeden ürün tedarik edilmektedir?

Tablo 8. İşletmelerin Satın Alma Yaptığı Tedarikçi Sayısı

Katılımcı	Satın alma yapılan tedarikçi sayısı
K1	"Kesin bir sayı veremeyiz. Tedarik edilen sektöre göre işletme sayısı değişiyor."
K2	"Yüksek ürün sayısından ötürü çok fazla tedarikçi var. Kesin bir sayı verilemez".
K3	"Tekrar çalışılmayacak tedarikçiler, mevcut tedarikçilerin %10-15'i seviyesinde. Tedarikçilerin %80'i belli."
K4	"Çok fazla tedarikçi var. 1000'in üzerinde aktif tedarikçi var."
K5	"100'ün üzerinde aktif tedarikçi var."
K6	"Türkiye'nin her bölgesinden tedarikçiler var. Kesin sayı vermek zor."
K7	"200'ün üzerinde tedarikçi bulunuyor."

Altıncı soruda satın alma yapılan işletme sayısı sorulduğunda işletmelerin yüksek sayıda tedarikçi ile çalıştıkları görülmektedir. İşletme operasyonlarının büyüklüğü, üretilen ürün sayısı ve sektörde yer alan işletmelerin sayısına göre tedarikçi sayısının değişebildiği anlaşılmaktadır. İşletmelerin bu soruda insan faktörüne değindikleri görülmektedir. İşletmelerin çalışılan tedarikçi sayısının yüksek olduğu anlaşılmakla birlikte tedarikçilerin iş yapış şekilleri ve performanslarının tekrar satın almaya etkileyebildiği söylenebilir.

Yedinci Soru: Tedarik edilecek ürünün önem derecesinin aynı işletme üzerinden tekrar ara ürün satın almaya etkisi konusunda bilgi verebilir misiniz?

Tablo 9. Tedarik Edilen Ürünün Önem Derecesinin Tedarikçi Seçimindeki Rolü

Katılımcı	Tedarik edilecek ürünün önem derecesinin aynı tedarikçiyi tercih etmedeki rolü
K1	"Önem derecesi tekrar satın alma kararında etkili."
K2	"Her ürün önemli. Daha hızlı koşan malların önem derecesi var. Sözleşme süresi ve tedarikçinin tekrar satın almada etkisi var. Tedarikçi değişimi ekstrem şartlarda gerçekleşir."
K3	"Sertifikalı ürünlerin önem derecesi var. Ürünün kullanım yeri önem derecesini belirler."
K4	"Güvenilir tedarikçi – tekrar satın alma ilişkisi, Ürünün referans noktalarındaki uygulamalarını ve performansını gözlemek, Uzun dönemli tedarik, Güvenli tedarik."
K5	"Ürünün önem derecesi bulunmuyor."
K6	"Taahhütün yerine getirilmesi, Ürünün kalitesini koruması."
K7	"Hammaddeler ve tedarikçileriyle ilişkileri daha kritik ve önemli."

Yedinci soruda tedarik edilecek ürünün önem derecesinin aynı tedarikçiden tekrar satın almaya etkisinin olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Bir işletme haricinde tüm işletmeler ürünlerin önem derecesinin bulunduğu dair görüşlerini paylaşmışlardır. Hammaddeler, satışı diğerlerine göre hızlı olan ürünler, sertifikalı ürünler, ürünlerin kullanım yeri faktörleri ürünlerin önem derecesine etki edebilmektedir. Sözleşme süreleri ve tedarikçinin önem derecesi

ile ürünlerin referans noktalarını ve uygulamalarını görmek de taahhüt ve performans boyutları açısından ulaşılan boyutlar arasındadır.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu araştırmanın amacı satınalma yönetiminde işletme tedarikçi ilişkilerinin tekrar satın alma niyetine etkisini incelemektir. Çalışma amacı doğrultusunda, Eskişehir ilinde faaliyet gösteren imalat işletmelerinin satın alma yöneticileriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler yaparak, sektördeki tekrar satın alma işlemlerinde tedarikçi ile ilişki boyutunun sürece etkisi saptanmaya çalışılmıştır. İşletmelerden veri işletmelerin kendi merkezlerinde gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmelerle toplanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler neticesinde sorulan sorulara ek olarak katılımcıların açık uçlu olarak verdiği bilgiler de saptanmıştır. Veri toplanan yedi işletmenin tamamı farklı sektörlerde faaliyet göstermektedir. Petek panel üretimi, endüstriyel temizlik malzemeleri, makine sanayi, hızlı tüketim malları, kimya, gıda ve tekstil sektörleri işletmelerin buldukları sektörlerdir.

İşletmelerin satın alma faaliyetleri ile satın aldıkları ürün miktarları arasında paralellik bulunmaktadır. K1, K2 ve K3 işletmelerinin satın alma faaliyetleri ve ürün envanterlerine yönelik bilgiler ile K4, K5, K6 ve K7 işletmelerinin satın alma faaliyetlerinin kapsamı, faaliyetleri sürdüren personel sayısı ve günlük işlenen talep miktarlardan bu sonuca ulaşılmaktadır. Toplanan veriler işletmelerin yurtiçi ve yurtdışı pazarlardaki faaliyet durumu ile satın alma yönetimine olan yaklaşımın farklılaşabildiğini ortaya koymaktadır. K1, K2 ve K3 işletmeleri sadece yurtiçi veya ağırlıklı olarak yurtiçi pazarlarda faaliyet göstermektedir. K4, K5, K6 ve K7 işletmelerinin hem yurtiçi hem de yurtdışı pazarlarda faaliyetleri ve yatırımları vardır. Dolayısıyla yurtdışı pazarlarda faaliyet ve yatırım boyutlarının satınalma yönetimi uygulamalarını etkilediği görülmüştür. İşletmelerin tekrar satın alma kararı vermesinde, tedarikçileri tercih etme sebeplerinde ve aynı tedarikçilerle devam etme oranlarında birçok farklı boyut ortaya çıkarılmıştır. Tedarikçiyi tercih etme sebeplerinde dört işletme kalite boyutunu; üç işletme fiyat boyutunu, iki işletme ödeme koşullarını boyutlar arasında göstermiştir. İşletmelerin tekrar satın alma kararında ahde vefa, insan faktörü, dürüstlük, zamanlama, tedarik riski, planlamaya uygunluk boyutları etkili olmaktadır. Aynı tedarikçilerle çalışmaya devam etme oranı konusunda işletmeler yüzde vermemiş, buna karşılık tedarikçilerle devam etme sebeplerine yönelik faktörlere değinmişlerdir. Alan yazında düşük fiyat, dayanıklı ve güvenilir ürünler, teslimat tarihi (Hoş ve Demirer, 2022); esneklik ve teslimat kriterleri (Coşkun, Bayraktar ve Yıldız, 2022); ödeme şekli, yenilikçilik, kalite ve satış sonrası hizmet (Zhumaznova, 2022); yüksek ilişki kalitesi (Ercan ve Doğaner, 2022) boyutlarının işletmelerinin tedarikçilerle devam etmesini etkileyen faktörler olduğu saptanmıştır. Bu

çalışmanın sonuçları ise ahde vefa, satın alma miktarı, zamanlama, teminatların yerine getirilmesi, planlamaya uygunluk, ürün grubu ve kategorisi, tedarikçi performansı, sertifikalı ürün boyutlarının da işletmelerin tedarikçilerden tekrar satın alma kararı almasında etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

İşletmelerin çalıştıkları tedarikçi sayısının işletme fark etmeksizin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ürünün önem derecesinin tekrar satın almaya etkisi olduğu araştırma sonuçlarından anlaşılmaktadır. Bir işletme dışında, tüm işletmeler satın aldıkları ürünler arasında hiyerarşik bir durum olduğunu ve ürünün önem derecesinin tekrar satın alma niyetini etkilediğini ifade etmişlerdir. Bu aşamada ürün numunesinin performansı, “hızlı koşan” ürün olarak ifade edilen ve sık kullanılan veya siparişi verilen ürünler, ürünlerin referans noktadaki uygulamaları, ürünün kalitesini koruması boyutları tekrar satın alma boyutunu etkilemektedir.

Bu araştırmanın birtakım kısıtları ve sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırmada veri toplama süreci için yaklaşık üç ay ayrılmıştır ve yalnızca randevu alınabilen işletmelerden veri toplanabilmiştir. Bunun yanı sıra, randevu istenilen bazı işletmelerden olumsuz geri dönüşler alınmıştır. Araştırma, Eskişehir ilinde faaliyet gösteren ve farklı sektörlerde bulunan işletmelerle gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın derinliği sektörler ve görüşülen işletme sayısı ile orantılı olarak değişebilir. Araştırmada cinsiyet, mesleki tecrübe yılı ve katılımcı yaşı faktörlerinin satın alma niyeti üzerindeki rolüne ilişkin farklılıkları incelenmemiştir. İlerleyen çalışmalarda aynı şehirde bulunan ve aynı sektörlerde bulunan işletmelerle gerçekleştirilerek daha homojen sonuçlara ulaşılabilir. Bununla birlikte, farklı şehirlerde bulunan ve imalat sektöründe faaliyet gösteren işletmelerle yapılacak çalışmalar farklılıkların ele alınması alan yazına katkı sağlayabilecektir.

Kaynakça

- Bogdan, R., & Biklen, S. K. (1998). *Qualitative Research for Education: An introduction to theories and methods*. Boston: Allyn and Bacon, Inc.
- Cannon, J. P. & W. D. Perrault, Jr. (1999). Buyer-Seller Relationships in Business Markets. *Journal of Marketing Research*, Vol. 36, No. 4, pp. 439-460.
- Çağlıyan, Ö. (2009). Alıcı-tedarikçi ilişkilerinin işletme performansına etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (3), 461-479.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance; The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81-93.

- Chiu, Chao-M., Chang, Chen-Chi C., Hsiang-L. & Fang, Y. (2014). Determinants of customer repurchase intention in online shopping. *Online Information Review*, 33, 761-784.
- Cleff, Thomas. (2013). Cleff, T., Dörr, S., Vicknair, A. & Walter, N. (2013). Brand experience – how it relates to brand personality, consumer satisfaction and consumer loyalty. An empirical analysis of the Adidas brand, in: Bacher, U. et al. (Eds.): *Interdisciplinary Management Research*, 731-754.
- Coşkun, B., Yıldız, M. S. ve Bayraktar, M. (2022). Sürdürülebilir tedarik zinciri yönetiminde tedarikçi değerlendirme kriterlerinin DEMATEL yöntemiyle incelenmesi ve ahşap sektöründe bir uygulama. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 18 (2), 618-648.
- Cronin Jr JJ, Brady M.K. & Hult G.T.M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environment. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218.
- Demirdöğen, S. (2021). Tedarik Zinciri Entegrasyonunun Operasyonel Performans Üzerine Etkisi: TRA1 Bölgesi İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 21 (2), 131-144.
- Ercan, A.S. ve Doğaner, M. (2022). İlişki kalitesinin müşteri sadakatine etkisi: Endüstriyel pazarda bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 43, 217-251.
- Fournier, S. & Yao J.L. (1997) Reviving brand Loyalty: A Reconceptualization within the Framework of Consumer-Brand Relationships, *International Journal of Research in Marketing*, 14(5), 451-472.
- Grönroos, C. (1990). Relationship Approach to the Marketing Function in Service Contexts: The Marketing and Organizational Behavior Interface. *Journal of Business Research*, 20, 3-12.
- Halis, M. ve O. Türkay (2010). Konaklama İşletmelerinde Tedarikçi İşletme İlişkileri: Türk Şehir Otellerinden Bulgular. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 7(1), 6-16.
- Halstead, P. & Page, T. (1992). The Effects of Satisfaction and Complaining Behavior on Consumer Repurchase Intentions. *The Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 5, 8-20.
- Han, H., & Back, K. J. (2008). Relationships among image congruence, consumption emotions, and customer loyalty in the lodging industry. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 32(4), 467-490.
- Hoş, S. ve Demirer, Ö. (2022). Tedarikçi değerlendirmede oyun teorisi yaklaşımı: Alıcı-tedarikçi oyunu. *Karadeniz Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 81-111.

- Howard, J. ve Sheth, J. (1969). The Theory of Buyer Behavior. *Journal of American Statistical Association*, 467-487.
- Karadağ, T. (2022). Tedarikçi Seçiminde İş Sağlığı ve Güvenliği Malzemelerinin Alımına Yönelik Bir Uygulama. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(7): 978-987.
- Kato, T. (2019). Loyalty management in durable consumer goods: trends in the influence of recommendation intention on repurchase intention by time after purchase. *Journal of Marketing Analytics*, 7 (2), 76-83.
- Kotler, P. ve Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*. 14th Edition, Pearson Education.
- Kirk, J., ve Miller, M. L. (1986). *Reliability and validity in qualitative research*. SAGE Publications.
- Kwong, M. Z., ve Candinegara, I. (2014). Relationship between Brand Experience, Brand Personality, Consumer Satisfaction , and Consumer Loyalty of DSSMF Brand. *iBuss Management*, 2(2), 89-98.
- Nasoontorn, A., Waiyawet, S., Saengchat, P & Nonthapot, S. (2023). Supply chain management for water tourism in northeast Thailand. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(3), 1149-1158.
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Oliver, Richard L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 46-49.
- Rahaman, F. J. (2017). *A Qualitative Study into the Supplier Selection Decision-Making Process in the Malaysian SME Manufacturing Industry*, (Doctoral dissertation, University of Westminster).
- Sheth, J. N. (1983). An integrative theory of patronage preference and behavior. In Darden, W. R. & Lusch, R. F. Eds. *Patronage Behavior and Retail Management*, 9-28.
- Solmaz, S. A. (2019). Alıcı-Tedarikçi İlişkilerinde İşbirliği ve İletişimin Tedarikçilere Duyulan Güven ve Bağlılık Üzerindeki Etkileri: İstanbul'daki 4 ve 5 Yıldızlı Oteller Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (1), 428-449.
- Tektaş, Ö. Ö. ve B. Kavak (2010). Endüstriyel Ürünlerin Satın Alınması Sürecinde Tedarikçi İle Olan İlişki Kalitesinin Algılanan Değer Üzerindeki Etkisi: Beş Yıldızlı Otellerde Bir Araştırma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(1), 51-63.
- Wu Y., Kuan-Yang C., Po-Yuan, C. ve Shu-Ling, C. (2014). Perceived value, transaction cost, and repurchase-intention in online shopping: A relational exchange perspective, *Journal of Business Research*, 67(1), 2768-2776.

Yang Ying, Tang Xialing, and Tang Wei. (2017). Study on Governmental Cultural Resources Purchase Management Based on Public Information Behavior Big Data. *8th International Conference on E-Education, E-Business, E-Management and E-Learning (IC4E '17)*, 72–75.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. 5. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, M. ve Kaptan, B. (2022). Endüstriyel Pazarda İlişki Kalitesi ve Müşterinin Algıladığı Değer İlişkisinde Tedarikçi Değişirme Maliyetinin Aracı Etkisi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14 (1), 33-53.

Yoo, B. & Donthu, N. (2001), Developing and Validating a Multidimensional Consumer-Based Brand Equity Scale. *Journal of Business Research*, 52 (4), 1-14.

Zhumaznova, M. (2022). *Tedarikçi Seçim Kararlarında Bulanık Çok Kriterli Karar Verme Kriterli Tekniklerinin Kullanımı: Mobilya Sektöründe Bir Uygulama*. Yüksek Lisans Tezi: Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi.

Zineldin, M., Nessim, K.S., Thurn, E., & Gustafsson, D. (2014). Loyalty, Quality And Satisfaction In FMCG Retail Market Does Loyalty In Retailing Exist? *Journal of Business and Financial Affairs*, 3.

http-1 <https://www.eso.org.tr/uyelerimiz> (Erişim Tarihi: 07.11.2022).

http-2 <https://media.iskur.gov.tr/52071> (Erişim Tarihi 07.11.2022)