



Received: March 26, 2018  
Accepted: September 07, 2018  
Published Online: October 01, 2018

AJ ID: 2018.06.02.STAT.01  
DOI: 10.17093/alphanumeric.409491

## Evaluation of Business Manager's Reverse Logistics Perspectives: Sample of Malatya Organized Industrial

Mevlüt Türk, Ph.D.



Assoc. Prof., Department of Business Administration, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Inonu University, Malatya, Turkey, [mevlut.turk@inonu.edu.tr](mailto:mevlut.turk@inonu.edu.tr)

Kadir Keke



Inonu University, Malatya, Turkey, [kadirkeke@gmail.com](mailto:kadirkeke@gmail.com)

Mustafa Deste, Ph.D. \*



Assist. Prof., Department of Business Administration, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Inonu University, Malatya, Turkey, [mustafa.deste@inonu.edu.tr](mailto:mustafa.deste@inonu.edu.tr)

\* İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İnönü Üniversitesi Merkez Kampüsü Elazığ yolu 15. Km. Malatya, Türkiye

### ABSTRACT

The fact that technology has become an inseparable part of human life has led to an increase in the consumption and waste amount, a decrease in natural resources, and environmental pollution to reach important dimensions. Along with these improvements, protection of the environment and wastes have become a legal obligation in front of the enterprises, and as the society becomes conscious about the protection of the environment, it has become very important in terms of customer satisfaction. In the case of logistics, the concept of reverse logistics, which refers to the collection, storage and transport activities, which include the processes of recycling, reprocessing and destruction in general, became important. In this study, a descriptive research has been carried out on the business executives' evaluation of the reverse logistics perspective and their application to the reverse logistics. In this framework, first the theoretical framework for the concept of reverse logistics was established and the importance of reverse logistics for the country, society, environment and enterprises was emphasized and reverse logistics applications in our country were given place. In the application part of the study, face-to-face interviews were carried out with executives of 110 companies operating in the Malatya Organized Industrial Zone, and a survey was conducted. In the light of the obtained data, it is seen that the business executives see the level of reverse logistics as a social responsibility towards the environment and collectivity; how to look at the way in which reverse logistics can be used as an advertising tool and to give an environmental image to enterprises; the competitive advantage of reverse logistics, the contribution to customer satisfaction, and the degree of participation in the views that benefit the business economy are evaluated and analyzed whether the executives differ in terms of demographic characteristics and some basic characteristics of the enterprises.

### Keywords:

Reverse Logistics, Executive Viewpoint, Malatya Organized Industrial Zone

## İşletme Yöneticilerinin Tersine Lojistiğe Bakış Açılarının Değerlendirilmesi: Malatya Organize Sanayi Örneği

### ÖZ

Teknolojinin insan hayatının ayrılmaz bir parçası haline gelmesi, tüketim ve atık miktarının artmasına, doğal kaynakların azalmasına, çevre kirliliğinin önemli boyutlara ulaşmasına sebep olmuştur. Bu gelişmelerle birlikte çevrenin korunması ve atıkların değerlendirilmesi işletmelerin karşısına başta yasal zorunluluk olarak çıkmış, toplumların çevrenin korunması konusunda bilinçlenmesi ile birlikte müşteri memnuniyeti açısından da son derece önemli bir hale gelmiştir. Bu durum lojistik alanında ise genel olarak geri dönüşüm, yeniden işleme ve imha süreçlerini içine alan toplama, depolama ve taşıma faaliyetlerini ifade eden tersine lojistik kavramının önem kazanmasını sağlamıştır. Bu çalışmada, işletme yöneticilerinin tersine lojistiğe bakış açılarının değerlendirilmesine ve işletmelerin tersine lojistik ile ilgili uygulamalarına yönelik tanımlayıcı bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede, öncelikli olarak tersine lojistik kavramının kapsamına yönelik teorik bir çerçeve oluşturularak ülke, toplum, çevre ve işletmeler için tersine lojistiğin önemi ortaya konulmuş ve ülkemizdeki tersine lojistik uygulamalarına yer verilmiştir. Çalışmanın uygulama kısmında ise Malatya Organize Sanayi bölgesinde faaliyet göstermekte olan 110 işletmenin yöneticileri ile yüz yüze görüşmeler yapılarak anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler ışığında işletme yöneticilerinin, tersine lojistiği hangi düzeyde çevreye ve topluma karşı sosyal bir sorumluluk olarak gördüğü; tersine lojistiğin işletmelere çevreci bir imaj kazandırma ve bu imajın bir reklam aracı olarak kullanılabilme durumuna nasıl baktıkları; tersine lojistiğin rekabet avantajı, müşteri memnuniyetine katkı ve işletme ekonomisine fayda sağladığı düşüncelerine katılım durumları değerlendirilerek yöneticilerin demografik özellikleri ve işletmelerin temel bazı özellikleri açısından farklılık gösterip göstermedikleri analiz edilmiştir.

### Anahtar Kelimeler:

Tersine Lojistik, Yönetici Bakış Açısı, Malatya Organize Sanayi

## 1. Giriş

Günümüzde sanayileşmenin gelişmesi ile üretim miktarlarının artması, çevresel problemleri ve kaynakların giderek azalmasını da beraberinde getirmiştir. Atıkların düzenli olarak toplanmasını ve atıklardan tekrar değer elde etmeyi sağlayan tersine lojistik faaliyetlerin ise hem çevrenin korunması hem de kaynaklardan tasarruf edilmesi konusunda sağlayabileceği faydalar sebebiyle önemi giderek artmaktadır.

İşletmeler tersine lojistiği uygulayarak, çevresel yükümlülüklerini yerine getirmekle beraber atık olarak düşünülen malzemelerden tekrar değer elde ederek ekonomik faydalar, satış sonrası hizmette iyileşme, müşteriye geri alım garantisi verebilme gibi faaliyetlerle ve kazanabileceği çevreci imaj ile de müşteri ilişkileri yönetiminde önemli faydalar sağlamaya başlamışlardır. Bu sebeple tersine lojistik, işletmeler için günümüzde önemli bir rekabet unsuru haline gelmeye başlamıştır. Artan rekabet ortamında tersine lojistiğin yarattığı fırsatların farkına varan işletmeler bir taraftan sorumluluklarını yerine getirirken, aynı zamanda da rakiplerine karşı önemli avantajlar elde etmeye başlamışlardır.

## 2. Tersine Lojistik

### 2.1. Tersine Lojistik Kavramı ve Kapsamı

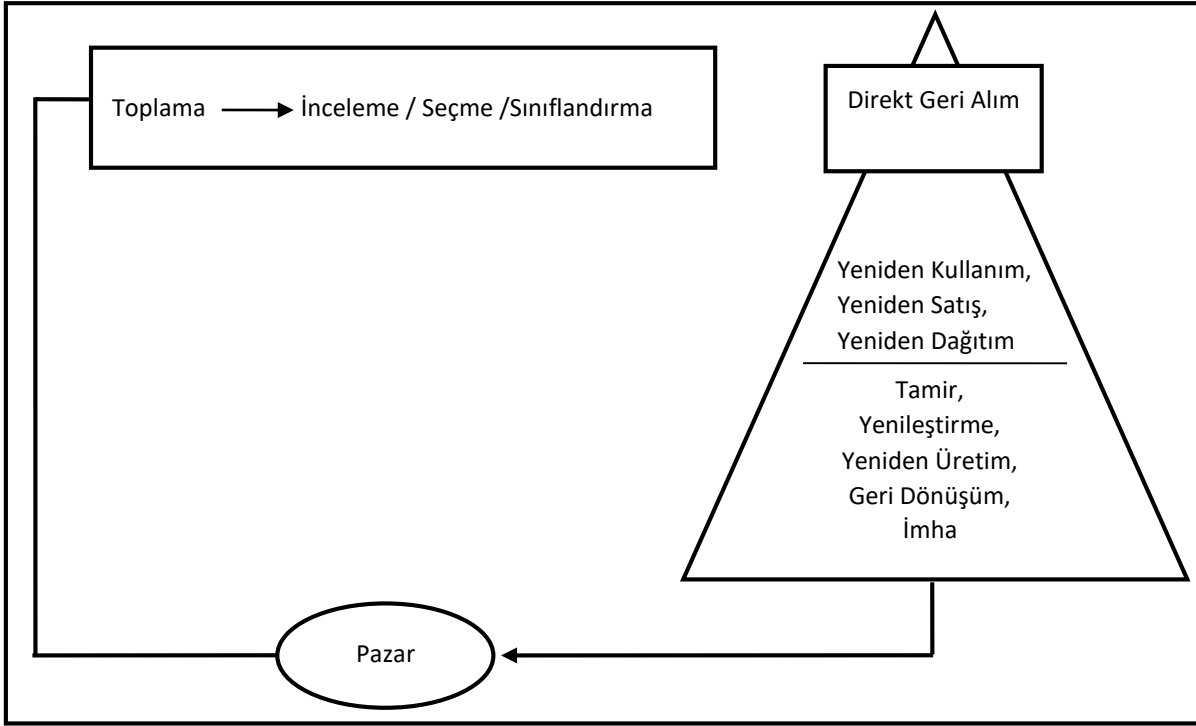
Tersine lojistik kavramı literatürde "Tersine Akış" veya "Tersine Kanal" olarak 1970'lerde görünmeye başlamış, ancak bu kavramlar genellikle geri dönüşümle alakalı olmuştur (Brito ve Dekker, 2002:2) Özellikle 1990'lı yıllardan sonra tersine lojistik kavramı ile tanımlamaların değiştiği görülmektedir.

Kroon ve Vrijens (1995:56)'e göre tersine lojistik, ürünlerden ve ambalajlardan zararlı olan ya da olmayan atıkların azaltılmasını, yönetilmesini ve imha edilmesini içeren lojistik yönetim becerileri ve faaliyetlerini ifade eden bir kavram olup, normal lojistik faaliyetlerdeki ürünlerin ve bunlarla ilgili bilgilerin tersine yönde akışını ifade eden tersine dağıtımı da kapsamaktadır.

Fleischmann vd. (1997:2) göre ise tersine lojistik, kullanıcıya artık gerekmeyen kullanılmış üründen, pazarda yeniden kullanılabilen ürüne kadar tüm lojistik aktiviteleri kapsayan bir süreçtir. Her şeyden önce bu süreç dağıtım planlaması açısından, kullanılmış ürünün son kullanıcıdan üreticiye doğru fiziksel nakliyesini içerir. Sonraki adım ise, geri dönmüş ürünün üretici tarafından yeniden kullanılabilir ürün haline dönüştürülmesidir.

Bu tanımlamalar arasındaki farka bakıldığında başta sadece geri dönüşüm ile kısıtlı olan tersine lojistik kavramının, önemi ve uygulamalarının artmasıyla birlikte kapsamının da geliştiği ve sürecin lojistiğin tersine akışından ibaret olmadığı anlaşılmaktadır.

Bu çerçevede, tersine lojistik sürecini genel olarak, toplama, inceleme/seçme/sınıflandırma, geri alım veya tekrar işleme ve yeniden dağıtım olmak üzere dört ana süreçten meydana geldiğini söyleyebiliriz. Üretim ve dağıtım esnasında ortaya çıkan veya müşteriden dönen ürünler öncelikle incelenerek sınıflandırılmakta, ürün özelliklerine göre tersine lojistik faaliyetlerden gerekli olan işlem uygulanmakta ve son olarak yeniden kullanımı, dağıtımı veya satışı yapılmaktadır.



Şekil 1. Tersine Lojistik Süreci ve Faaliyetleri

Kaynak: BRITO, Marsia P. de, DEKKER, Rommert (2004), "A Framework for Reverse Logistics"; Dekker, R., Fleischmann, M. Inderfurth, K. ve Wassenhove, L. (2004); "Reverse Logistics, Quantitative Models for Closed-Loop Supply Chains, Springer-Verlag, Berlin, Heidelberg, s.15. içinde.

Tersine lojistikte geri kazanım seçeneklerinin tümü, ürünlerin toplanması, yeniden işlenmesi ve yeniden dağıtılması aşamalarını içerir. Asıl farklılık yeniden işleme aşamasında kendini gösterir. Bu aşamada yapılabilecek işlemler genel olarak Şekil 1'de görüldüğü üzere tamir, yenileştirme, yeniden üretim, geri dönüşüm veya imha işlemleridir.

Tamir işlemi, geri dönmüş ve kullanılmış ürünü yeniden çalışır ya da kullanılabilir hale getirmek; ürün yenileştirme ise kullanılmış ürünü, standart bir kalite düzeyine getirebilmek için kullanılmaktadır. Ürün yenileştirmede kullanılmış ürün, sökme işlemi ile modüllerine ayrıldıktan sonra kritik modüller kontrol edilir ve gerekiyorsa değiştirilir. Yeniden üretimde, kullanılmış ürünü, yeni ürüne uygulanan kalite standartlarına göre uygun hale getirmek söz konusu olduğundan, hem tamir hem de parça değişimi yapılabilmektedir. Tamir, yenileştirme ve yeniden üretimde amaç, kullanılmış ürünlerin ve bileşenlerin fonksiyonlarının ve özelliklerinin mümkün olduğunca korunmasıdır. Geri dönüşümde ise ürün ve bileşenlerin özellik ve fonksiyonları kaybolur. Geri dönüşümün amacı, kullanılmış ürün ve bileşenlerinin yeniden kullanılabilmesidir (Thierry vd, 1995: 118-119).

Tersine lojistik içerisindeki bu süreçlerin genel olarak uygulanma sebepleri doğrudan ve dolaylı ekonomik faktörler, yasal zorunluluklar ve sosyal sorumluluklar olmak üzere üç ana başlık altında toplanabilir (Brito ve Dekker, 2002:6).

İşletmeler tersine lojistiği uygulayarak müşteri ve tedarik zinciri ortakları ile daha iyi ilişkiler, önemli miktarda maliyetten tasarruf, yeni üretilmiş ürün yerine kullanılmış ürün kullanımından doğan kâr artışı ve geri dönen ürünlerin veya bunlardan elde edilen parçaların satılmasıyla oluşacak ekonomik fayda ve fırsatlara sahip olabilmektedirler (Avittathur ve Shah, 2004:84). İşletmeler, artık ürünlerin tekrar kullanılarak işletme

maliyetlerinin düşürülmesi fırsatının anlaşılması ile birlikte tersine lojistiğe daha fazla önem vermeye başlamışlardır (Guide ve Wassenhove, 2003:25).

Dünyada artan çevre kirliliği ve azalan doğal kaynaklar, ülkelerin çevre konusunda hassasiyetlerinin artmasına ve tersine lojistik konusunu yasal düzenlemeler ile kontrol altına alarak işletmelere bir zorunluluk haline getirilmesini sağlamıştır. Ülkemizde de, 2872 sayılı Çevre Kanunu ve bu kanun kapsamındaki yönetmeliklerle işletmeler, tersine lojistik faaliyetlerini uygulamakla veya yetkilendirilmiş firmalara uygulamakla sorumlu tutulmuşlardır.

İşletmeler için sosyal sorumluluk, herhangi bir organizasyonun hem iç hem de dış çevresindeki tüm paydaşlara karşı "etik ve sorumlu" davranması, bu yönde kararlar alması ve uygulaması şeklinde ifade edilebilir (Aktan ve Börü, 2007:13). İşletmeler, tersine lojistik faaliyetleriyle, ürettikleri ürünlerin son kullanıcıdan sonra çevreye atılmasını engelleyerek, çevreye karşı belirli sorumluluklarını yerine getirmiş olmaktadır.

## 2.2. Türkiye’de Tersine Lojistik Uygulamaları

Tersine lojistiğin sağladığı faydaların işletmeler tarafından anlaşılmasıyla birlikte, tersine lojistik uygulamalarının ülkemizde giderek yaygınlaştığı görülmektedir. Başta 2872 sayılı Çevre Kanunu ve bu kapsamda atık özelliklerine göre çıkarılan yönetmeliklerin işletmelere yüklemiş olduğu sorumluluklar işletmeleri tersine lojistiği uygulamaya zorlarken, elde edilebilecek doğrudan ve dolaylı birçok fayda, tersine lojistiğin işletmeler açısından önemini artmasını sağlamıştır.

Ülkemizde tersine lojistiğin durumunun anlaşılması açısından, özel veya kamu kuruluşlarının önemli tersine lojistik uygulamalarının incelenmesi faydalı olacaktır.

Arçelik A.Ş., "Dünyaya Saygılı, Dünyada Saygın" sloganı ile Eskişehir ve Bolu’da kurduğu Atık Elektrikli ve Elektronik Eşya geri dönüşüm tesisleriyle Türkiye’de hem üretici olup hem de AEEE geri dönüşüm tesisi kuran ilk firma olmuştur. Geri dönüşüm kampanyasıyla Arçelik, markası ne olursa olsun eski teknoloji ürünleri piyasadan toplayarak enerji verimliliği yüksek ürünlerle değiştirmiştir. Eski teknoloji ürünleri tesislerinde geri dönüştürerek elde edilen malzemeleri ekonomiye geri kazandırmıştır. Böylece eski teknoloji ürünlerin şebekeden çektiği yüksek elektrik tüketimi önlenmiş, atık haline gelen elektrikli ve elektronik aletlerin çevreye zarar vermesi engellenmiş ve bu atıklardan değer elde edilmiştir. Bu sayede 2014-2016 yılları arasında ülke ekonomisine 40 GWh yani 5 milyon hanenin günlük elektrik tüketimi kadar tasarruf sağlandığı değerlendirilmiştir (www.arcelikas.com).

ŞİŞECAM, ÇEVKO Vakfı ve yerel yönetimlerle yapılan işbirliğiyle 2011 yılından bu yana sürdürülen "Cam Yeniden Cam" Projesi ile 2011-2015 döneminde 203 bin ilköğretim öğrencisine geri dönüşüm konusunda eğitimler vermiş, 578.400 ton cam ambalaj atığının geri dönüşümünü sağlamıştır. Böylece 208 bin otomobilin trafikten çekilmesine eşdeğer karbon emisyonu önlenmiş, 24 bin konutun ısınma ve sıcak su ihtiyacını karşılayacak seviyede enerji tasarrufu elde edilmiştir (www.sisecam.com.tr).

H&M firması, istenmeyen ve artık kullanılmayan tekstil ürünlerini, kurmuş olduğu tersine lojistik ağı ile öncelikle depo ve toplama noktalarına, ardından ayrıştırma yerleşkesine götürmekte ve burada 350’yi aşkın farklı kategoriye ayrıştırmaktadır. İyi durumda olan ve tekrar kullanılabilir tekstil ürünleri dünya genelinde ikinci-el

olarak dağıtmakta, ikinci el olarak kullanılmayacak derecede olan tekstil ürünlerini ise ya başka ürünlere (temizlik bezleri vb.) dönüştürmekte, ya da öğütme işlemi ile inşaat ya da otomotiv endüstrisinde dolgu ve izolasyon malzemesi olarak kullanılmasını sağlamaktadır. Bazı ürünler tekstil lifi olarak ip olarak değerlendirilmekte ve yeni H&M ürünlerinde kullanılmaktadır (www2.hm.com).

Taşınabilir Pil Üreticileri ve İhracatçıları Derneği, ülke çapında belediyeler, okullar, marketler ve kamu kurumları gibi birçok alanda işbirliği yaparak uygulamalar gerçekleştirmektedir. 2014 yılı içerisinde mavi bayraklı otellerin pil toplaması ve ilk 10 otele ödül verilmesi, MEB ile yapılan işbirliği ile Adana, Kocaeli, Kütahya gibi birçok ilde düzenlenen okullar arası pil toplama yarışmaları ve sonucunda verilen teşvik ödülleri, İstanbul-Sultangazi Belediyesinde atık pil getirenlere buz pateni bileti verilmesi gibi birçok belediye uygulamaları başarılı tersine lojistik uygulamalarından bazılarıdır (www.tap.org.tr).

AKÇANSA çimento firmasının, 2011 yılında Çanakkale Fabrikası'nda gerçekleştirdiği Atık Isıdan Enerji Geri Kazanımı Projesi kapsamında kurduğu 15 MW gücündeki santralle, ilk yılında yaklaşık 119 bin GJ enerji tasarrufu ve 15,7 bin ton CO2 emisyon azaltımı gerçekleştirilmiştir. Yıllar içinde enerji üretiminin büyümesiyle, 2015 yılı itibarıyla geri kazanılan enerji 346 bin GJ, azaltılan emisyon miktarı ise 51,4 bin ton CO2 düzeyine yükselmiştir (www.akcansa.com.tr).

### 3. Araştırma

#### 3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Çalışmanın amacı, işletme yöneticilerinin tersine lojistiğe bakış açılarının değerlendirilmesi ve bu değerlendirmelerin katılımcıların demografik özelliklerine ve işletmelerin temel özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesidir.

Araştırmanın ana kümesini, Malatya Organize Sanayi Bölgelerinde faaliyet gösteren ve Malatya Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı 234 işletme oluşturmaktadır. Araştırmanın ana kümesini oluşturan işletmelerin listesine ulaşıldığı için örnekleme yöntemi olarak, tesadüfi örnekleme yöntemlerinden "basit tesadüfi örnekleme" yöntemi uygulanarak 110 işletme seçilmiştir. Örnekleme oranının  $110/234 = 0,47$  olması örneklem hacminin ana kümeyi yüksek oranda temsil ettiğini göstermektedir.

Araştırma için gerekli verilerin elde edilmesinde yüz yüze görüşme ve anket yöntemi kullanılmıştır. Anketin başlangıç kısmında katılımcıların cinsiyet, yaş, konum ve eğitim durumlarını ölçmeye yönelik demografik değişkenler tanımlanmıştır. Sonrasında araştırmaya katılan işletmelerin yapısal özelliklerini belirleyebilmek için işletmenin büyüklüğü, hedef pazarı ve faaliyet gösterdiği sektör şeklinde değişkenler tanımlanmıştır.

Yöneticilerin tersine lojistiğe bakış açılarını ölçmeye yönelik olarak ise altı yargı oluşturulmuştur. Bu yargılar;

- Tersine lojistik, işletmeler için çevreye ve topluma karşı sosyal bir sorumluluktur.
- Tersine lojistik, işletmelere çevre imajı kazandırır.
- Çevreye ve topluma karşı duyarlı olmak işletmeler için iyi bir reklam aracıdır.

- Tersine lojistik, müşteri memnuniyetine katkı sağlar.
- Çevreye ve topluma karşı duyarlı olmak, işletmelere rekabet avantajı sağlar.
- Tersine lojistik, işletme ekonomisi açısından önemlidir.

şeklinde tanımlanmıştır. Bu yargılara yöneticilerin katılım durumlarını tespit edebilmek için beşli likert ölçeği kullanılmıştır.

Yargılara katılım durumu tek örneklem t testi ile sınınanarak analiz edilecektir. Ayrıca bu yargılara katılım durumunun yöneticilerin demografik, işletmelerin ise yapısal özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği varyans analizi ve bağımsız örneklem t testi ile araştırılacaktır.

### 3.2. Tanımlayıcı İstatistikler

Katılımcıların cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, konumları açısından ve işletmelerin büyüklüğü, faaliyet gösterdikleri pazar ve sektör açısından verilerin dağılımı Tablo 1'deki gibidir.

	Demografik/Temel Özellikler		Veri Dağılımı	
			Frekans	Yüzde
KATILIMCILARIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİ	CİNSİYET	Erkek	75	68
		Bayan	35	32
	YAŞ GRUBU	26-35	45	41
		36-45	47	43
		46 ve Üstü	18	16
	ÖĞRENİM DURUMU	İlköğretim	8	7,3
		Lise	36	32,7
		Ön Lisans	14	12,7
		Lisans	49	44,6
	KONUM	Lisansüstü	3	2,7
		Yönetici/Müdür/Patron	67	61
		Muhasebe	19	17
		İdari İşler	6	13
Satış/Pazarlama		14	5,5	
İŞLETMELERİN TEMEL ÖZELLİKLERİ	BÜYÜKLÜK	Usta	4	3,5
		Çalışan Sayısı < 100	67	61
		100-199	21	20
		200-499	11	10
	FAALİYET GÖSTERİLEN PAZAR	Çalışan Sayısı >= 500	11	10
		Sadece Yerel Pazar	54	49,1
	FAALİYET GÖSTERİLEN SEKTÖR	Hem Uluslar Arası Hem Yerel Pazar	56	50,9
		Gıda	35	31,8
		Tekstil	24	21,8
		Makine	13	11,8
		Plastik	11	10
		Kağıt	6	5,5
		İnşaat	6	5,5
Demir/Çelik	5	4,5		
Diğer	10	9		

**Tablo 1.** Tanımlayıcı İstatistikler

Katılımcıların yaklaşık üçte ikisini erkeklerin, üçte birini ise bayanların oluşturduğu, genel olarak genç ve orta yaş grubunda oldukları, çoğunluğunun (yaklaşık %60) ön lisans ve üstü mezunu olduğu ve yönetici/müdür/patron (%61) konumunda çalıştıkları görülmektedir. İşletmelerin ise önemli bir bölümünü (%61) "1-99" arası sayıda çalışanı olan işletmelerin oluşturduğu, sadece yerel pazarda faaliyet gösteren işletmelerin sayısı ile hem yerel hem de uluslararası pazarda faaliyet gösteren işletmelerin

sayısının birbirine yakın olduğu ve işletmelerin yaklaşık %59'unun gıda ve tekstil sektöründe faaliyet gösterdikleri görülmektedir.

### 3.3. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik analizi için Cronbach Alfa katsayısı kullanılmıştır. Cronbach Alfa katsayısının istatistik temelleri tutarlı ve tüm soruları dikkate alarak hesaplandığından genel güvenilirlik yapısını en iyi yansıtan katsayıdır (Özdamar, 2002: 663). Cronbach Alfa katsayısı şu şekilde değerlendirilir: 0-0.4 güvenilir değil, 0.4-0.6 düşük güvenilirlik, 0.6-0.8 oldukça güvenilir, 0.8-1.0 yüksek güvenilirlik (Alpar, 2003: 382).

Güvenilirlik Analizi	
Standartlaştırılmış Maddelere (Sorulara) Dayalı Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
0,844	6

**Tablo 2.** Güvenilirlik Analizi

Beşli Likert tipi ölçek olarak sorulan 6 soruya ilişkin olarak yapılan güvenilirlik analizi sonucunda, Cronbach's Alfa katsayısı 0,844 olarak bulunmuştur. Dolayısıyla ölçme aracının güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğu söylenebilir.

### 3.4. Bulgular ve Analiz

Bu bölümde tersine lojistik ile ilgili yargıların, işletme yöneticilerinin demografik özellikleri ve işletmelerin temel özellikleri açısından farklılık gösterip göstermediği incelenecektir.

#### 3.4.1. İşletme Yöneticilerinin Tersine Lojistik ile İlgili İfadelere Katılım Durumu

İşletme yöneticilerinin tersine lojistik ile ilgili yargılara katılım durumunun incelenebilmesi maksadıyla yapılan Tek Örneklem T-Testi analizi sonuçları Tablo 3'de gösterilmiştir.

Yargılar	Test Değeri = 3			
	Ortalama	t	Serbestlik Derecesi	p
Tersine lojistik işletmeler için çevreye ve topluma karşı sosyal bir sorumluluktur.	3,7727	12,300	109	,000
Tersine lojistik işletmelere çevreci imajı kazandırır.	3,1545	2,077	109	,040
"Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak" işletmeler için iyi bir reklam aracıdır.	3,0727	,807	109	,422
Tersine lojistik müşteri memnuniyetine katkı sağlar.	3,3273	4,277	109	,000
"Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak", işletmelere rekabet avantajı sağlar.	3,1000	1,118	109	,266
Tersine lojistik işletme ve ülke ekonomisi açısından önemlidir.	4,0364	16,758	109	,000

**Tablo 3.** Yöneticilerin Tersine Lojistik ile İlgili Yargılara Katılma Durumuna İlişkin Tek Örneklem T-Testi Analizi Sonuçları

Tablo 3 incelendiğinde; işletme yöneticilerinin, tersine lojistiğin çevreye ve topluma karşı sosyal bir sorumluluk olduğu, işletmelere çevreci imaj kazandırdığı, müşteri memnuniyetine katkı sağladığı, işletme ve ülke ekonomisi açısından önemli olduğu görüşünde oldukları, ancak çevreye/topluma karşı duyarlı olmanın işletmeler için iyi bir reklam olacağı ve işletmelere rekabet avantajı sağlayacağı görüşüne katılmadıkları anlaşılmaktadır.

### 3.4.2. İşletme Yöneticilerinin Cinsiyetlerine Göre Tersine Lojistik İle İlgili İfadelere Katılım Durumu

Tersine lojistik ile ilgili ifadelerle katılım durumunun, işletme yöneticilerinin cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi maksadıyla yapılan Bağımsız Örneklem T-testi analizi sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir.

		Levene's Testi		T-testi Sonuçları				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Ortalama Fark	Standart Hata Farkı
Tersine lojistik işletmeler için çevreye ve topluma karşı sosyal bir sorumluluktur.	Varyansların Eşit Olduğu Varsayımı	6,5	0,01	-1,23	108	0,221	-0,1657	0,13456
	Varyansların Eşit Olmadığı Varsayımı			-1,31	77,65	0,194	-0,1657	0,1266
Tersine lojistik işletmelere çevreci imajı kazandırır.	Varyansların Eşit Olduğu Varsayımı	1,78	0,18	-0,15	108	0,878	-0,0248	0,16046
	Varyansların Eşit Olmadığı Varsayımı			-0,17	82,04	0,867	-0,0248	0,14778
"Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak" işletmeler için iyi bir reklam aracıdır.	Varyansların Eşit Olduğu Varsayımı	2,7	0,1	-1,63	108	0,107	-0,3124	0,19208
	Varyansların Eşit Olmadığı Varsayımı			-1,51	55,63	0,137	-0,3124	0,2073
Tersine lojistik müşteri memnuniyetine katkı sağlar.	Varyansların Eşit Olduğu Varsayımı	1,26	0,26	0,37	108	0,712	0,06095	0,16496
	Varyansların Eşit Olmadığı Varsayımı			0,383	72,99	0,703	0,06095	0,15898
"Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak", işletmelere rekabet avantajı sağlar.	Varyansların Eşit Olduğu Varsayımı	0,54	0,47	-0,98	108	0,328	-0,1886	0,19204
	Varyansların Eşit Olmadığı Varsayımı			-0,93	58,6	0,356	-0,1886	0,2025
Tersine lojistik işletme ekonomisi açısından önemlidir.	Varyansların Eşit Olduğu Varsayımı	0,12	0,73	0,086	108	0,932	0,01143	0,13338
	Varyansların Eşit Olmadığı Varsayımı			0,085	64,89	0,933	0,01143	0,1347

**Tablo 4.** Tersine Lojistik İle İlgili İfadelere Katılım Durumunun, İşletme Yöneticilerinin Cinsiyetlerine Göre Dağılımına Yönelik Bağımsız Örneklem T-Testi Analizi Sonuçları

Bağımsız Örneklem T-testi testi analiz sonuçlarına göre; "p-2" değerlerinin tamamının 0,05'den büyük olması sebebiyle, tersine lojistik ile ilgili ifadelerle katılım durumunun, işletme yöneticilerinin cinsiyetlerine göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

### 3.4.3. İşletme Yöneticilerinin Yaş Gruplarına Göre Tersine Lojistik İle İlgili İfadelere Katılım Durumu

Tersine lojistik ile ilgili ifadelerle katılım durumunun, işletme yöneticilerinin yaş gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi maksadıyla yapılan varyans analizi sonuçları Tablo 5'de gösterilmiştir.



Tersine Lojistik İle İlgili Yargılar	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	p
Tersine lojistik işletmeler için çevreye ve topluma karşı sosyal bir sorumluluktur.	Gruplar Arası	,304	3	,101	,229	,876
	Grup İçi	47,014	106	,444		
	Toplam	47,318	109			
Tersine lojistik işletmelere çevreci imajı kazandırır.	Gruplar Arası	,088	3	,029	,047	,987
	Grup İçi	66,285	106	,625		
	Toplam	66,373	109			
“Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak” işletmeler için iyi bir reklam aracıdır.	Gruplar Arası	2,506	3	,835	,933	,428
	Grup İçi	94,913	106	,895		
	Toplam	97,418	109			
Tersine lojistik müşteri memnuniyetine katkı sağlar.	Gruplar Arası	4,668	3	1,556	2,516	,062
	Grup İçi	65,550	106	,618		
	Toplam	70,218	109			
“Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak”, işletmelere rekabet avantajı sağlar.	Gruplar Arası	3,094	3	1,031	1,178	,322
	Grup İçi	92,806	106	,876		
	Toplam	95,900	109			
Tersine lojistik işletme ekonomisi açısından önemlidir.	Gruplar Arası	,994	3	,331	,783	,506
	Grup İçi	44,861	106	,423		
	Toplam	45,855	109			

**Tablo 5.** Tersine Lojistik İle İlgili İfadelere Katılım Durumunun, İşletme Yöneticilerinin Yaş Gruplarına Göre Dağılımına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Varyans analizi sonuçlarına göre; “p” değerlerinin tamamının 0,05’den büyük olması sebebiyle, tersine lojistik ile ilgili ifadeler katılıma katılım durumunun, işletme temsilcilerinin yaş gruplarına göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

### 3.4.4. İşletme Yöneticilerinin Öğrenim Durumlarına Göre Tersine Lojistik İle İlgili İfadelere Katılım Durumu

Tersine lojistik ile ilgili ifadeler katılıma katılım durumunun, işletme yöneticilerinin öğrenim durumlarına göre farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi maksadıyla yapılan varyans analizi sonuçları Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tersine Lojistik İle İlgili Yargılar	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	p
Tersine lojistik işletmeler için çevreye ve topluma karşı sosyal bir sorumluluktur.	Gruplar Arası	4,404	4	1,101	2,694	,035
	Grup İçi	42,914	105	,409		
	Toplam	47,318	109			
Tersine lojistik işletmelere çevreci imajı kazandırır.	Gruplar Arası	5,185	4	1,296	2,224	,071
	Grup İçi	61,188	105	,583		
	Toplam	66,373	109			
“Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak” işletmeler için iyi bir reklam aracıdır.	Gruplar Arası	10,172	4	2,543	3,061	,020
	Grup İçi	87,246	105	,831		
	Toplam	97,418	109			
Tersine lojistik müşteri memnuniyetine katkı sağlar.	Gruplar Arası	3,147	4	,787	1,232	,302
	Grup İçi	67,071	105	,639		
	Toplam	70,218	109			
“Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak”, işletmelere rekabet avantajı sağlar.	Gruplar Arası	10,954	4	2,739	3,385	,012
	Grup İçi	84,946	105	,809		
	Toplam	95,900	109			
Tersine lojistik işletme ekonomisi açısından önemlidir.	Gruplar Arası	3,204	4	,801	1,972	,104
	Grup İçi	42,651	105	,406		
	Toplam	45,855	109			

**Tablo 6.** Tersine Lojistik İle İlgili İfadelere Katılım Durumunun, İşletme Yöneticilerinin Öğrenim Durumlarına Göre Dağılımına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Varyans analizi sonuçlarına göre;

- Tersine lojistik işletmeler için çevreye ve topluma karşı sosyal bir sorumluluktur.
- “Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak” işletmeler için iyi bir reklam aracıdır.
- “Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak”, işletmelere rekabet avantajı sağlar.

yargılarına katılım durumunun, işletme yöneticilerinin öğrenim durumlarına göre farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır.

Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit edebilmek için yapılan Post-Hoc analizinde, tersine lojistiğin çevreye ve topluma karşı sosyal bir sorumluluk olarak değerlendirilme düzeyinin, yüksek lisans mezunları ile lise mezunları arasında anlamlı bir farklılık gösterdiği; genel itibarıyla ön lisans ve üstü mezunu katılımcıların ilköğretim ve lise mezunlarına göre katılım düzeylerinin daha yüksek olduğu değerlendirilmektedir.

### 3.4.5. İşletme Yöneticilerinin Konumlarına Göre Tersine Lojistik İle İlgili İfadelere Katılım Durumu

Tersine lojistik ile ilgili ifadelere katılım durumunun, işletme yöneticilerinin konumlarına göre farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi amacıyla yapılan varyans analizi sonuçları Tablo 7’de gösterilmiştir.

Varyans analizi sonuçlarına göre; “p” değerlerinin tamamının 0,05’den büyük olması sebebiyle, tersine lojistik ile ilgili ifadelere katılım durumunun, işletme yöneticilerinin konumlarına göre farklılık göstermediği anlaşılmaktadır.

Ters Lojistik İle İlgili Yargılar	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	p
Tersine lojistik işletmeler için çevreye ve topluma karşı sosyal bir sorumluluktur.	Gruplar Arası	1,162	4	,290	,661	,621
	Grup İçi	46,156	105	,440		
	Toplam	47,318	109			
Tersine lojistik müşteri memnuniyetine katkı sağlar.	Gruplar Arası	,828	4	,207	,313	,869
	Grup İçi	69,390	105	,661		
	Toplam	70,218	109			
“Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak”, işletmelere rekabet avantajı sağlar.	Gruplar Arası	1,748	4	,437	,487	,745
	Grup İçi	94,152	105	,897		
	Toplam	95,900	109			
Tersine lojistik işletmelere çevreci imajı kazandırır.	Gruplar Arası	1,076	4	,269	,433	,785
	Grup İçi	65,297	105	,622		
	Toplam	66,373	109			
Tersine lojistik işletme ekonomisi açısından önemlidir.	Gruplar Arası	,713	4	,178	,415	,798
	Grup İçi	45,141	105	,430		
	Toplam	45,855	109			
“Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak” işletmeler için iyi bir reklam aracıdır.	Gruplar Arası	2,686	4	,671	,744	,564
	Grup İçi	94,732	105	,902		
	Toplam	97,418	109			

**Tablo 7.** Tersine Lojistik İle İlgili İfadelere Katılım Durumunun, İşletme Yöneticilerinin Konumlarına Göre Dağılımına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

### 3.4.6. İşletme Büyüklüklerine Göre Tersine Lojistik İle İlgili İfadelere Katılım Durumu

Tersine lojistik ile ilgili ifadelere katılım durumunun, işletmelerin büyüklüklerine göre farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi amacıyla yapılan ve sonuçları Tablo 8’de gösterilen varyans analizine göre;

- Tersine lojistik işletmeler için çevreye ve topluma karşı sosyal bir sorumluluktur.
- Tersine lojistik işletmelere çevreci imajı kazandırır.
- “Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak” işletmeler için iyi bir reklam aracıdır.
- “Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak”, işletmelere rekabet avantajı sağlar.

yargılarına katılım durumunun, işletme büyüklüğüne göre anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır.

Tersine Lojistik İle İlgili Yargılar	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	p
Tersine lojistik işletmeler için çevreye ve topluma karşı sosyal bir sorumluluktur.	Gruplar Arası	3,784	3	1,261	3,071	,031
	Grup İçi	43,534	106	,411		
	Toplam	47,318	109			
Tersine lojistik işletmelere çevreci imajı kazandırır.	Gruplar Arası	5,830	3	1,943	3,403	,020
	Grup İçi	60,543	106	,571		
	Toplam	66,373	109			
“Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak” işletmeler için iyi bir reklam aracıdır.	Gruplar Arası	14,765	3	4,922	6,312	,001
	Grup İçi	82,653	106	,780		
	Toplam	97,418	109			
Tersine lojistik müşteri memnuniyetine katkı sağlar.	Gruplar Arası	1,270	3	,423	,651	,584
	Grup İçi	68,949	106	,650		
	Toplam	70,218	109			
“Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak”, işletmelere rekabet avantajı sağlar.	Gruplar Arası	14,827	3	4,942	6,462	,000
	Grup İçi	81,073	106	,765		
	Toplam	95,900	109			
Tersine lojistik işletme ekonomisi açısından önemlidir.	Gruplar Arası	,826	3	,275	,648	,586
	Grup İçi	45,028	106	,425		
	Toplam	45,855	109			

**Tablo 8.** Tersine Lojistik İle İlgili İfadelere Katılım Durumunun, İşletme Büyüklüklerine Göre Dağılımına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Farklılığın hangi gruplar arasında oluştuğunu tespit edebilmek için yapılan Post-Hoc analizinde; tersine lojistiğin “çevreye ve topluma karşı sosyal bir sorumluluk olarak değerlendirilme düzeyinin, “100-199” ile “500 ve üzeri” çalışanı olan işletmeler arasında; “Tersine lojistik işletmelere çevreci imajı kazandırır.” ve “Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak İşletmeler İçin İyi Bir Reklam Aracıdır ve İşletmelere Rekabet Avantajı Sağlar” düşünceleri için ise “1-99 ve 100-199” ile “500 ve üzeri” çalışanı olan işletmeler arasında anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır.

### 3.4.7. İşletmelerin Faaliyet Gösterdikleri Sektöre Göre Tersine Lojistik İle İlgili İfadelere Katılım Durumu

Tersine lojistik ile ilgili ifadeler katılım durumunun, işletmelerin faaliyet gösterdikleri sektöre göre farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi amacıyla yapılan varyans analizi sonuçları Tablo 9'da gösterilmiştir.

Tersine Lojistik İle İlgili Yargılar	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	p
Tersine lojistik işletmeler için çevreye ve topluma karşı sosyal bir sorumluluktur.	Gruplar Arası	5,594	9	,622	1,490	,162
	Grup İçi	41,724	100	,417		
	Toplam	47,318	109			
Tersine lojistik işletmelere çevreci imajı kazandırır.	Gruplar Arası	11,078	9	1,231	2,226	,026
	Grup İçi	55,294	100	,553		
	Toplam	66,373	109			
"Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak" işletmeler için iyi bir reklam aracıdır.	Gruplar Arası	24,748	9	2,750	3,784	,000
	Grup İçi	72,670	100	,727		
	Toplam	97,418	109			
Tersine lojistik müşteri memnuniyetine katkı sağlar.	Gruplar Arası	7,112	9	,790	1,252	,273
	Grup İçi	63,106	100	,631		
	Toplam	70,218	109			
"Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak", işletmelere rekabet avantajı sağlar.	Gruplar Arası	24,894	9	2,766	3,895	,000
	Grup İçi	71,006	100	,710		
	Toplam	95,900	109			
Tersine lojistik işletme ekonomisi açısından önemlidir.	Gruplar Arası	10,742	9	1,194	3,399	,001
	Grup İçi	35,113	100	,351		
	Toplam	45,855	109			

**Tablo 9.** Tersine Lojistik İle İlgili İfadelere Katılım Durumunun, İşletmelerin Faaliyet Gösterdikleri Sektöre Göre Dağılımına Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

İşletmelerin faaliyet gösterdikleri sektöre göre;

- Tersine lojistik işletmelere çevreci imajı kazandırır.
- "Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak" işletmeler için iyi bir reklam aracıdır.
- "Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak", işletmelere rekabet avantajı sağlar.
- Tersine lojistik işletme ekonomisi açısından önemlidir.

yargılarına katılım durumunun, anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır.

Farklılığın hangi gruplar arasında oluştuğunu tespit edebilmek için yapılan Post-Hoc analizi sonuçlarına göre; tersine lojistiğin işletmelere çevreci imaj kazandıracağı, çevreye/topluma karşı duyarlı olmanın işletmeler için iyi reklam olacağı ve işletmelere rekabet avantajı sağlayacağı düşüncelerine Tekstil firmalarının Gıda firmalarına göre anlamlı düzeyde daha çok katıldığı; tersine lojistiğin işletmelerin ekonomisi açısından önemli olduğu düşüncesine ise plastik ve tekstil firmalarının gıda firmalarına göre daha çok katıldığı görülmektedir.

### 3.4.8. İşletmelerin Faaliyet Gösterdikleri Pazara Göre Tersine Lojistik İle İlgili İfadelere Katılım Durumu

Tersine lojistik ile ilgili ifadeler katılım durumunun, işletmelerin faaliyet gösterdikleri pazara göre farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi amacıyla yapılan Bağımsız Örneklem T-testi analizi sonuçları Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tersine Lojistik İle İlgili Yargılar		Levene's Testi		T-Testi Sonuçları				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Ortalama Fark	Standart Hata Farkı
Tersine lojistik işletmeler için çevreye ve topluma karşı sosyal bir sorumluluktur.	Varyansların Eşit Olduğu Varsayımı	1,659	,201	-7,788	108	,432	-,09921	,12588
	Varyansların Eşit Olmadığı Varsayımı			-7,787	106,69	,433	-,09921	,12605
Tersine lojistik işletmelere çevreci imajı kazandırır.	Varyansların Eşit Olduğu Varsayımı	,045	,833	-2,070	108	,041	-,30357	,14663
	Varyansların Eşit Olmadığı Varsayımı			-2,062	101,92	,042	-,30357	,14720
"Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak" işletmeler için iyi bir reklam aracıdır.	Varyansların Eşit Olduğu Varsayımı	4,695	,032	-4,336	108	,000	-,72487	,16717
	Varyansların Eşit Olmadığı Varsayımı			-4,354	104,11	,000	-,72487	,16647
Tersine lojistik müşteri memnuniyetine katkı sağlar.	Varyansların Eşit Olduğu Varsayımı	,801	,373	-2,093	108	,039	-,31548	,15076
	Varyansların Eşit Olmadığı Varsayımı			-2,092	107,75	,039	-,31548	,15079
"Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak", işletmelere rekabet avantajı sağlar.	Varyansların Eşit Olduğu Varsayımı	2,145	,146	-4,241	108	,000	-,70569	,16640
	Varyansların Eşit Olmadığı Varsayımı			-4,252	106,72	,000	-,70569	,16596
Tersine lojistik işletme ekonomisi açısından önemlidir.	Varyansların Eşit Olduğu Varsayımı	,315	,576	-1,167	108	,246	-,14418	,12350
	Varyansların Eşit Olmadığı Varsayımı			-1,164	103,87	,247	-,14418	,12387

**Tablo 10.** Tersine Lojistik İle İlgili İfadelere Katılım Durumunun, İşletmelerin Faaliyet Gösterdikleri Pazara Göre Dağılımına Yönelik Bağımsız Örneklem T-Testi Analizi Sonuçları

Bağımsız Örneklem T-testi analizi sonuçları incelendiğinde, işletmelerin faaliyet gösterdikleri pazara göre;

- Tersine lojistik işletmelere çevreci imajı kazandırır.
- "Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak" işletmeler için iyi bir reklam aracıdır.
- Tersine lojistik müşteri memnuniyetine katkı sağlar.
- "Çevreye ve Topluma Karşı Duyarlı Olmak", işletmelere rekabet avantajı sağlar.

yargılarına katılım durumunun, anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır.

Hem uluslararası hem de yerel pazarda faaliyet gösteren işletmelerin, sadece yerel pazarda faaliyet gösterenlere göre; tersine lojistiğin işletmelere çevre imajı kazandırabileceği ve müşteri memnuniyetine katkı sağlayabileceği, çevreye/topluma karşı duyarlı olmanın, işletmeler için iyi bir reklam aracı olduğu ve işletmeye rekabet avantajı sağlayacağı düşüncelerine anlamlı düzeyde daha yüksek seviyede katıldığı görülmektedir. Bunun sebebinin ise uluslararası pazarda bulunan müşterilerin çevre/topluma karşı duyarlılık ve tersine lojistik ile ilgili beklenti düzeyinin daha yüksek olduğu şeklinde değerlendirilebilir.

## 4. Sonuç

Tersine lojistiğin çevreye olan olumlu etkileri nedeniyle devletler ve toplumlar açısından önemi artmaya devam ederken, tersine lojistiğin sürdürülebilirliği için işletmeler açısından da etkin bir şekilde değerlendirilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Çünkü sadece yasal zorunluluklar işletmelerin tersine lojistiği tam anlamıyla uygulaması için yeterli olmamaktadır. Tersine lojistiğin işletmelere sağlayabileceği faydaların özellikle yöneticiler tarafından anlaşılması ile birlikte daha çok yaygınlaşacağı ve daha fazla önemsenererek daha iyi şekilde uygulanabileceği söylenebilir.

Bu çalışmada, işletmeler açısından önemi giderek artan tersine lojistik konusunda işletme yöneticilerinin düşüncelerinin incelenmesi araştırma konusu olarak belirlenmiştir.

Malatya Organize Sanayi Bölgelerinde faaliyet gösteren işletmelerde yapılan uygulama neticesinde; tersine lojistiğin işletme yöneticileri tarafından, çoğunlukla çevreye ve topluma karşı sosyal bir sorumluluk olarak değerlendirildiği, yüksek lisans mezunları ile lise mezunları arasında anlamlı bir fark olduğu ve genel olarak ön lisans ve üstü mezunu katılımcıların bu değerlendirmeye katılım düzeylerinin ilköğretim ve lise mezunlarına göre daha yüksek olduğu görülmüştür. İşletme özellikleri açısından ise tersine lojistiğin, çalışan sayısı yüksek olan işletmelerde, daha az çalışanı olan işletmelere göre daha yüksek düzeyde “çevreye ve topluma karşı sosyal bir sorumluluk” olarak görüldüğü anlaşılmıştır.

Tersine lojistiğin, işletmelere çevreci bir imaj kazandırıp kazandıramayacağı konusunda ise işletme yöneticileri olarak kararsız oldukları, yöneticilerin demografik özellikleri açısından yapılan değerlendirmelerde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. İşletme özellikleri açısından ise çalışan sayısının yüksek olduğu ve hem uluslararası hem de yerel pazarda faaliyet gösteren işletmelerin tersine lojistiğin, işletmelere çevreci bir imaj kazandıracığı düşüncesine daha yüksek düzeyde katıldıkları anlaşılmıştır.

Çevreye ve topluma karşı duyarlı olmanın işletmeler için iyi bir reklam aracı olabileceği konusunda işletme yöneticilerinin genel olarak kararsız oldukları ve yöneticilerin bu konudaki değerlendirmeleri demografik özellikleri açısından incelendiğinde anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Bu konudaki değerlendirmeler, işletmelerin özellikleri açısından incelendiğinde ise tekstil sektöründeki işletme yöneticilerinin, gıda sektörlerindekilere göre; çalışan sayısı yüksek olan işletmelerdeki yöneticilerin de, daha az çalışanı olan işletmelerdekilere göre çevreye ve topluma karşı duyarlı olmanın işletmeler için iyi bir reklam aracı olabileceği görüşüne daha yüksek düzeyde katıldıkları görülmüştür.

Çevreye/topluma karşı duyarlı olmanın, işletmelere rekabet avantajı sağlayabileceği konusunda genel olarak işletme yöneticilerinin kararsız oldukları, lisans mezunu yöneticilerin, ilköğretim mezunlarına göre bu değerlendirmeye daha yüksek düzeyde katıldıkları görülmüştür. İşletme özellikleri açısından ise tekstil sektöründeki işletme yöneticilerinin, gıda sektörlerindekilere göre; çalışan sayısı yüksek olan işletmelerdeki yöneticilerin de, daha az çalışanı olan işletmelerdekilere göre; hem uluslararası hem de yerel pazarda faaliyet gösteren işletme yöneticilerininse sadece yerel pazarda faaliyetlerini yürüten işletmelerdekilere göre çevreye/topluma karşı duyarlı olmanın,

işletmelere rekabet avantajı sağlayabileceği düşüncesine daha yüksek düzeyde katıldıkları görülmüştür.

İşletme yöneticilerinin tersine lojistiğin müşteri memnuniyetine katkı sağlayabileceği konusunda genel olarak kararsız oldukları veya olumlu yönde düşündükleri, olumsuz düşünenlerin oranının yaklaşık %12 gibi oldukça düşük seviyede olduğu ve yöneticilerin demografik özellikleri açısından yapılan analizlerde, anlamlı bir farklılık bulunmadığı anlaşılmıştır. İşletme özellikleri açısından ise hem uluslararası hem de yerel pazarda faaliyet gösteren işletme yöneticilerinin, sadece yerel pazarda faaliyetlerini yürüten işletmelerdekilere göre tersine lojistiğin müşteri memnuniyetine katkı sağlayabileceği konusuna daha yüksek düzeyde katıldıkları görülmüştür.

İşletme yöneticilerinin yaklaşık %83 gibi önemli bir bölümünün, tersine lojistiğin işletmeye ekonomik fayda sağlayabileceğini düşündükleri, bu sebeple işletmelerde tersine lojistiğin sağlayacağı ekonomik faydalar konusunda farkındalığın üst düzeyde olduğu değerlendirilmektedir. Yöneticilerin demografik özellikleri açısından yapılan analizlerde anlamlı bir farklılık bulunmadığı, İşletme özellikleri açısından ise plastik ve tekstil sektöründeki işletme yöneticilerinin, gıda sektörlerindekiilere göre daha yüksek düzeyde tersine lojistiğin işletmeye ekonomik fayda sağlayabileceği düşüncesine katıldıkları görülmüştür.

Sonuç itibarıyla, yöneticilerin eğitim seviyesinin yükselmesi ve yerel pazarda da müşteri beklentisinin artmasıyla beraber, işletmelerde tersine lojistik konusunda bilinç ve farkındalık düzeyinin de artabileceği söylenebilir. Yöneticilerin tersine lojistiğin, işletmelere çevreci bir imaj kazandırabilmesi, bu imajın iyi bir reklam aracı olarak kullanılabilmesi, rekabet avantajı sağlayabilmesi, müşteri memnuniyeti ve işletme ekonomisine sağlayacağı faydalar konusunda farkındalıklarının artması, daha etkin bir şekilde işletmelerinin hareket etmesi için çaba gösterecekleri şeklinde değerlendirilebilir.

## Kaynakça

- AKÇANSA <http://www.akcansa.com.tr/downloads/surdurebilirlik/surdurulebilirlik2015.pdf>
- Aktan, C. C., Börü, D., (2007). Kurumsal Sosyal Sorumluluk"; Kurumsal Sosyal Sorumluluk, İşletmeler ve Sosyal Sorumluluk, İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği Yayınları, Yayın No:4, İstanbul 2007 içinde.
- Alpar, R. (2003). Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemlere Giriş 1, 2. Baskı, Nobel Yayınevi, Ankara.
- ARÇELİK  
[http://www.arcelikas.com/sayfa/2106/Arcelik\\_A\\_S\\_\\_Surdurulebilirlik\\_Alanindaki\\_Faaliyetlerine\\_Dikkat\\_Cekiyor](http://www.arcelikas.com/sayfa/2106/Arcelik_A_S__Surdurulebilirlik_Alanindaki_Faaliyetlerine_Dikkat_Cekiyor)
- Avitathur, B.; Shah, J., (2004). "Tapping Product Returns through Efficient Reverse Supply Chains: Opportunities and Issues". IIMB Management Review, Vol. 16, No : 4, pp. 84-93.
- De Brito, M. P., & Dekker, R. (2002). A framework for reverse logistics. In Reverse logistics (pp. 3-27). Springer, Berlin, Heidelberg..
- De Brito, M. P., & Dekker, R. (2004). A framework for reverse logistics. In Reverse logistics (pp. 3-27). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Fleischmann, M., Bloemhof-Ruwaard, J., Dekker, R., Van der Laan, E., van Nunen, J., & Van Wassenhove, L. (1997). Quantitative models for reverse logistics. European journal of operational research, 103, 1-17.
- Guide, J. V., & Van Wassenhove, L. N. (2002). The reverse supply chain. Harvard business review, 80(2), 25-26.

- H&M [http://www2.hm.com/tr\\_tr/kadin/ozellige-gore-satin-al/8eb-bring-it-on.html](http://www2.hm.com/tr_tr/kadin/ozellige-gore-satin-al/8eb-bring-it-on.html)
- Kroon, L., & Vrijens, G. (1995). Returnable containers: an example of reverse logistics. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 25(2), 56-68.
- Nakıboğlu, G. (2007). "Tersine Lojistik: Önemi ve Dünyadaki Uygulamaları", *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, No: 9 / 2, Sayfa: 181 – 196.
- Özdamar, K. (2002). *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi-1, SPSS-MINITAB*, 4. Baskı, Kaan Kitabevi, Eskişehir.
- ŞİŞECAM <http://www.sisecam.com.tr/tr/surdurulebilirlik/kurumsal-sosyal-sorumluluk>
- TAP [http://tap.org.tr/duyuru\\_ve\\_haberler---34.html](http://tap.org.tr/duyuru_ve_haberler---34.html)
- Thierry, M., Salomon, M., Van Nunen, J., & Van Wassenhove, L. (1995). Strategic issues in product recovery management. *California management review*, 37(2), 114-136.