



SOSYAL PAZARLAMA KAPSAMINDA ENGELLI BIREYLERİN SOSYAL YAŞAMA İLİŞKİN ALGILAMALARI

PERCEPTIONS OF DISABLED PEOPLE INTO SOCIAL LIFE WITHIN THE SCOPE OF THE SOCIAL MARKETING

Ali TATAR*
Mehmet Nesip ÖĞÜN**
Ahmet AKDENİZ***

Öz

İşletmelerin pazarlama süreçleri tüketicilerin ihtiyaç, istek ve beklentilerinin belirlenmesi ile başlar. Günümüzde kar amacı gütsün veya gütmeyen tüm işletmeler tüketicilerin gerçekte ne gere ihtiyaç duyduklarını belirlemelidirler. Tüketicilerin azımsanmayacak bir grubunu oluşturan engellilere yönelik yürütmesi planlanan sosyal pazarlama çalışmalarının amacına ulaşabilmesi için de öncelikli olarak engelli bireylerin gerçek ihtiyaç, istek ve beklentilerinin tespit edilmesi gerekecektir. Aksi takdirde sosyal pazarlama kapsamında sunulan ürünler tatminden uzak kalma riskiyle karşı karşıya kalacaktır. Bu araştırmada KKTC’de yaşayan engelli bireylerin sosyal yaşama ilişkin algılamaları belirlenmesi hedeflenmiştir. Bu kapsamda engellilere yönelik sosyal pazarlama faaliyetlerinin başarılı olma şansı artacak ve sonuçta engelli bireylerin ihtiyaçlarının tatmin edilmesi mümkün olacaktır. Bu araştırmada, amaçları açısından “keşfedici (exploratory)”, yöntem sınıflandırması açısından “nitel araştırma deseni” kullanılmıştır. Elde edilen bulgular kapsamında, engellilerin günlük hayatlarında yaşamış oldukları sorunların temelinde toplumu oluşturan bireylerin engellilerle empati kurmada başarılı olamadıkları ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda engellilerin toplumda normal bireyler gibi kabul görmedikleri, yaşamsal alanların bedensel engellileri dikkate almadan yapılandırılması nedeniyle diğer bireylere muhtaç hale gelme, hizmet aldıkları yerlerde engellilerin unutulmuş olduklarını farketme ve bunun sonucunda da toplumun dışına itilme gibi sorunlar yaşadıkları, toplum tarafından tam anlamıyla kucaklanmadıkları, eşit bireyler olarak algılanmadıkları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Pazarlama, Engelliler, Tüketici İhtiyaçları, Sosyal Yaşama Dönük Beklentiler, Engellilerin İstek ve İhtiyaçları.

Abstract

The marketing processes of businesses start with determining the needs, demands and expectations of consumers. Nowadays, all businesses should decide what consumers actually need. The real needs, wishes and expectations of the disabled individuals will have to be determined in order to achieve the purpose of the social marketing activities planned for the handicapped, which constitute a group of consumers. Otherwise, products offered under social marketing will be at risk of being away from satisfaction. In this study, it is aimed to determine the perceptions of people with disabilities living in TRNC regarding social life. In this context, the chances of success of social marketing activities to be directed towards disabled people will increase and as a result, it will be possible to satisfy the needs of disabled individuals. In this research, exploratory research design was used in terms of its aims, qualitative research design was used in terms of method classification. In the context of the findings, it was revealed that the individuals who formed the society did not succeed in empathy with the disabled people. In this context, people with disabilities are not accepted as normal individuals in the society, living spaces are structured without taking into consideration the physical disability, other people are in need of being disabled, where they are disabled, they realize that people with disabilities are forgotten, and as a result of being pushed out of society, they have problems such as not being fully embraced by society, equal individuals has not been detected as.

Keywords: Social Marketing, Disabled People, Consumer Needs, Expectations for Social Life, Desires and Needs of Disabled People.

1. GİRİŞ

İletişim ve bilişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler ve yenilikler toplumsal ve sosyal değişimleri de beraberinde getirmiştir (Kara ve Şener, 2008, 604-605). Bu durum işletmelerin pazarlama politikalarında da değişime yol açmıştır. İşletmelerde pazarlama süreci hedef pazarlarının ihtiyaç ve beklentilerinin belirlenmesi ile başlar. Tüketicilerinin ihtiyaç ve beklentilerinin doğru olarak saptanması ve bu ihtiyaç ve beklentilerin dinamik birer olgu olarak kabul edilerek geleceğe yönelik olarak projeksiyonlarının ortaya konulması işletmelerin uzun vadeli yaşamlarına devam edebilmeleri için hayati önem taşımaktadır. Bu kapsamda tüketicilerin görünen değil gerçek ihtiyaçlarının ne olduğuna odaklanmak gerekecektir. Bazen tüketicilerin tükettikleri ürünle gerçek ihtiyaçları arasında doğrudan bağ kurmak anlamsız olabilir. Tüketiciler günümüzde tükettikleri ürün ve markalarla kişilikleri arasında kuvvetli bağlar

* Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Karpaz Üniversitesi, İşletme Fakültesi, ali.tatar@akun.edu.tr

** Doç. Dr., Akdeniz Karpaz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, mehmet.ogun@akun.edu.tr

*** Akdeniz Karpaz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, ahmet_akdeniz1@hotmail.com



oluşturmaktadırlar. Bu bağlamda tüketicileri doğru anlamak işletmelerin pazarlama stratejilerinin doğruluğunu sağlayacaktır.

Günümüzde pazarlama faaliyetleri çevresel ve sosyal duyarlılık temeli üzerine inşa edilmeye başlamıştır. Sosyal pazarlama olarak da adlandırılabilir bu olgu işletmelerin görmezden gelemediği şekilde pazarlama literatüründeki yerini almıştır. Gerek tüketicilerin gerçek ihtiyaçlarının belirlenmesi gerekse tüketicilerin çevresel ve sosyal hassasiyetlerinin dikkate alınması pazarlama stratejilerinin belirlenmesinde öncül kuvvet haline gelmiştir.

Toplumun azımsanmayacak bir bölümünü oluşturan engellilerin toplumsal yaşama katılma konusunda ciddi sorunlarla karşılaştıkları bilinen bir gerçektir. Engelli bireylerin toplumsal yaşama katılmalarının sağlanamaması (eğitim, istihdam vb.) engelli bireyin yoksunluk ve yoksulluk içerisinde olmasına neden olmaktadır. Engellilerin toplumsal yaşam içerisinde, insana yakışır standartlarda yaşamasını sağlayacak eğitim ve istihdam hizmetlerinin düzenlenmesi gerekmektedir. Sosyal pazarlama bakış açısı gereği işletmelerin engellileri doğru bir şekilde anlamaları ve pazarlama politikalarını bu istikamette şekillendirmeleri önem taşımaktadır.

Bu araştırmada engelliler ile işletmeler arasında var olduğu varsayılan iletişim noksanlığını gidermek amacıyla engelli bireylerden toplanan veriler ışığında engellilerin yaşamı algılayışları ve bu bağlamda gerçek ihtiyaçlarının ne olduğu belirlenmeye çalışılmıştır.

2. TEORİK ÇERÇEVE

2.1. Sosyal Pazarlama

Hedeflenen grubun bireysel faydası ve içinde bulunduğu toplumun daha iyi olabilmesi için gönüllü davranışlarını etkilemek ve pozitif yönde değiştirmek amacıyla pazarlama teknikleri kullanılarak yapılan pazarlamaya sosyal pazarlama denir (Hürmeriç, 2009: 27). Sosyal pazarlama, topluma fayda sağlayan hedef kitle davranışlarını etkilemek amacıyla değer yaratmak, iletmek ve sunmak için pazarlama ilkelerini, araçlarını ve tekniklerini uygulayan bir süreçtir (Kotler and Lee, 2008). Sosyal pazarlamanın ana hedefi, bireyleri etkilemek ve davranış değişikliği oluşturmaktır. Sosyal pazarlamanın toplumsal konularda insanlara fayda sağlama hedefi bulunmaktadır. Andreasen (1995), sosyal pazarlamayı "ticari pazarlama teknolojilerinin, kişisel refahlarını ve süratlerini geliştirmek amacıyla hedef kitlelerin gönüllü davranışlarını etkilemek üzere tasarlanan programların planlanması, uygulanması ve değerlendirilmesi için uygulanması" olarak tanımlamaktadır.

Genellikle kar amacı gütmeyen kuruluşlarca (vakıflar, sendikalar, hayır kurumları vb.) kullanılan sosyal pazarlama, pazarlama prensiplerinin ve yöntemlerinin sosyal bir sonuç, fikir veya davranışa ulaştırılması ihtiyacından hareketle gündeme gelmektedir (Nayman, 2008: 16).

Kotler ve Zaltman (1971: 5), sosyal pazarlamayı, sosyal fikirlerin kabul edilebilirliğini etkilemek ve ürün planlama, fiyatlandırma, iletişim, dağıtım ve pazarlama araştırması konularını dikkate almak için hesaplanan programların tasarımı, uygulanması ve kontrolü olarak tanımlamıştır. Yıllar geçtikçe, sosyal pazarlamanın tanımında değişiklikler yapılmıştır (örneğin, Andreasen, 1995; French & Blair-Stevens, 2005; Kotler ve Roberto, 1989).

Sosyal pazarlamanın tanımlarındaki ifadeler değişmekle birlikte, sosyal pazarlamanın özü değişmeden kalmaktadır. Sosyal pazarlama, toplumun ve hedef kitlenin yararına olan hedef kitleleri etkilemek amacıyla değer yaratmak, iletmek ve sunmak için pazarlama ilkelerini ve tekniklerini uygulayan bir süreçtir (P. Kotler, N. R. Lee, & M. Rothschild, 2006).

Sosyal pazarlamanın anahtar özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Tükel, 2008: 42):

- Tüketici davranışı en üst çizgidir.
- Programlar maliyet etkili olmalıdır.
- Bütün stratejiler tüketici ile başlar.
- Pazarlama karmasını (4P) içerir.

Sosyal pazarlamanın amaçları ise şu şekilde sıralanabilir (Lokhande, 2003:17):

- Müşteri ihtiyaçlarının karşılanması.
- Yaşam kalitesinin iyileştirilmesi.
- Müşteriler ve toplumun refahı için uzun vadeli politikanın uygulanması.
- Her türlü kirlilikten ve ekolojik yıkımlardan kurtulma.

Sosyal pazarlama, politika geliştirme, strateji geliştirme ve hizmet geliştirme ve tasarım dahil olmak üzere ilgili uygulama ve dağıtımın bilgilendirilmesi ve desteklenmesi için kullanılabilir. Sosyal



pazarlamanın işe nasıl yardımcı olabileceğini göz önünde bulundururken, onu stratejik olarak kullanmakla operasyonel olarak kullanmak arasında ayırım yapmak faydalı olacaktır (<http://www.thensmc.com>).

2.2 Engellilik Kavramı

Tahmini olarak dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 15'inin bir tür engelliliği vardır (WHO ve Dünya Bankası, 2011). Engellilik, düşük ve orta gelirli ülkelerde, yüksek gelirli ülkelerden ve daha büyük yaş gruplarından daha yaygındır (Mitra ve Sambamoorthi, 2014). Eşitsizliklerin ve kişisel faktörlerin kesişmesi, engellilik deneyimini etkileyebilir. Yaşamın bir noktasında neredeyse tüm insanlar geçici veya kalıcı olarak hasar görecektir ve yaşlanmayla birlikte artan zorluklarla karşılaşacaklardır (www.who.int). Engellilik, bir bireyin veya grubun normal standardına göre önemli ölçüde bozulmuş olduğu düşünülen bir durum veya işlev olarak tanımlanır. Bu kavram, fiziksel bozukluk, duyuşsal bozukluk, bilişsel bozukluk, zihinsel bozukluk, zihinsel hastalık ve çeşitli kronik hastalık türleri de dahil olmak üzere bireysel işlevi anlamına gelir (www.disabled-world.com).

Engellilik karmaşık, dinamik, çok boyutlu ve tartışmalıdır. Tek bir engellilik tanımı yoktur (Mitra, 2006, s. 236). Son on yılda, engellilerin sosyal ve sağlık bilimlerinden sayısız araştırmacı ile birlikte hareketleri engellilikte sosyal ve fiziksel engellerin rolünü belirlemiştir. Bireysel, tıbbi bir perspektiften yapısal, sosyal bir perspektife geçiş, insanların vücutlarından ziyade toplum tarafından engellendiğini gördükleri bir "tıbbi modelden" "sosyal bir modele" geçiş olarak tanımlanmıştır. Engellilik, günlük faaliyetleri kısıtlayan sürekli bir durumdur.

Engellilik, ilgili kişi için çok boyutlu bir deneyim olarak kavramsallaştırılmıştır. Organlarda veya vücut kısımlarında etkiler olabilir ve bir kişinin yaşam alanlarına katılımı üzerinde etkiler olabilir. Buna bağlı olarak, Uluslararası İşlevi Sınıflandırmasında üç çeşit sakatlık boyutu tanınmaktadır: vücut yapısı ve işlevi (ve bunun bozulması), faaliyet (ve faaliyet kısıtlamaları) ve katılım (ve katılım kısıtlamaları). Sınıflandırma ayrıca fiziksel ve sosyal çevresel faktörlerin engellilik sonuçlarını etkilemedeki rolünü de kabul etmektedir (www.disabled-world.com).

Sakatlığın oldukça karmaşık olabileceğini ve aynı sakatlığa sahip iki kişinin aynı deneyimlere sahip olamayabileceğini unutmamak önemlidir. Ayrıca, engellilerin %90'ı görünmezdir, bu nedenle herhangi bir görünür işaret görmese de, engellilik hala birilerinin günlük yaşamının bir parçası olabilir.

Engellilerin karşılaştığı sorunlar aşağıdaki gibi özetlenebilir (www.refworld.org):

Engelli bireylerin genel nüfusa kıyasla daha kötü sağlık hizmetlerine tabi olması,

Engelli çocukların okula başlama ihtimalinin engelli olmayanlara göre daha düşük olması,

Engellilerin okul başarı durumlarının göreceli olarak düşük olması,

Engellilerin işsiz olma olasılıklarının daha yüksek olması, istihdam edilseler bile daha az kazanmaları,

Engelli insanların daha yüksek yoksulluk oranlarına sahip olması,

Engelli bireylerin diğer bireylere bağımlılıklarının yüksek olması,

Toplumsal yaşama katılımında sınırlılıkların olması.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

İşletmelerin pazarlama süreçleri tüketicilerin ihtiyaç, istek ve beklentilerinin belirlenmesi ile başlar. Günümüzde kar amacı gütsün veya gütmesin tüm işletmeler tüketicilerin gerçekte nelere ihtiyaç duyduklarını belirlemelidirler. Tüketicilerin azımsanmayacak bir grubunu oluşturan engellilere yönelik yürütmesi planlanan sosyal pazarlama çalışmalarının amacına ulaşabilmesi için de öncelikli olarak engelli bireylerin gerçek ihtiyaç, istek ve beklentilerinin tespit edilmesi gerekecektir. Aksi takdirde sosyal pazarlama kapsamında sunulan ürünler tatminden uzak kalma riskiyle karşı karşıya kalacaktır.

Bu araştırmada KKTC'de yaşayan engelli bireylerin sosyal yaşama ilişkin algılamaları belirlenmesi hedeflenmiştir. Bu kapsamda engellilere yöneltilen sosyal pazarlama faaliyetlerinin başarılı olma şansı artacak ve sonuçta engelli bireylerin ihtiyaçlarının tatmin edilmesi mümkün olacaktır.

Tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının belirlenmesine yönelik keşfedici yöntemle yapılacak bu tür araştırmalar işletme bilim literatürü açısından önem taşımaktadır. Aynı zamanda işletmelerin sosyal pazarlama faaliyetlerinde verimliliğin artırılmasına da katkıda bulunacağı varsayılmaktadır.

3.2 Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma, amaçları açısından "keşfedici (exploratory)" araştırma sınıfı içerisinde yer almaktadır. Bu araştırma deseni araştırma sorunsalının doğasına ilişkin daha fazla bilgiye ihtiyaç olması nedeniyle



seçilmiştir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 103). Araştırmanın neticesinde ortaya konacak bulgular yürütülmesi planlanan diğer araştırmalar için bir başlangıç noktası teşkil edebilecektir.

Bu araştırmada yöntem sınıflandırması açısından “nitel araştırma deseni” tercih edilmiştir. Nitel araştırma tercih edilmesinin gerekçeleri şunlardır:

- Nitel yöntem kullanılarak yürütülen araştırmalarda ele alınan konu hakkında derin bir kavrayışa ulaşma çabası vardır. Bu araştırmacıya önemli esneklik alanları tanımaktadır, araştırmacı araştırma deseni içerisinde duruma göre yeni yöntem ve yaklaşımlar geliştirerek, değişiklikler yapma özgürlüğüne sahiptir.

- Araştırmacı ele alınan konu hakkında ilave sorularla gerçekliğin izini sürer. Böylece nitel araştırmalarda standart ve tekil yöntemler yerine, duruma uygun çoklu yöntemlerin kullanılması mümkündür.

- Sonuç olarak engellilerin davranışlarının derinliğinde yatan gerçekliğin keşfedilmesinin amaçlanması nitel araştırma deseninin tercih edilmesine neden olmuştur (Gürbüz ve Şahin, 2016: 400).

3.3 Problem Cümlesi

Araştırmanın temel problem cümlesi şu şekilde ifade edilmiştir: **KKTC’de ikamet etmekte olan engelli bireylerin sosyal pazarlamaya konu temel ihtiyaç, istek ve beklentileri nelerdir?** Bu bağlamda araştırmanın diğer soruları şu şekildedir:

- Günlük yaşamda engelli bireylerin hayatını en çok zorlayan şey/şeyler nelerdir?
- Engelli bireylerin öncelikli olarak giderilmesini beklediği ihtiyaçları nedir/nelerdir?
- Bir engelli olarak;
 - ✓ Çevrelerindeki insanlardan (ailenizden, arkadaşlarınızdan, toplumdan) beklentileri nelerdir?
 - ✓ Kamu kurum ve kuruluşlarından (Belediye, MEB, Sağlık Bakanlığı, vb.) beklentileri nelerdir?
 - ✓ Hizmet aldıkları özel işletmelerden beklentileri nelerdir?
- Engelli bireylerin hayatlarında memnun olmadıkları ve değiştirmek istedikleri şeyler nelerdir?
- Engelli bireylerin hayallerinde yapmayı arzu ettikleri projeler nelerdir?

3.4 Sınırlılıklar:

Araştırmaya ilişkin sınırlılıklar aşağıda belirtildiği gibidir:

- Araştırmanın anakütlesini KKTC’de yaşayan bedensel engelliler oluşturmaktadır. Dolayısıyla anakütleden seçilen örneklemden elde edilen bulguların genellenebileceği evren KKTC ile sınırlıdır.

- Araştırmada bedensel engelli bireyler örneklem grubuna dahil edilmiştir. Diğer engelliler araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır.

- Araştırma 2018 yılında yapıldığından müteakip yıllarda engelli bireylerin yaşamı algılayış tarzlarında meydana gelebilecek olası değişimler nedeniyle araştırma sonuçları söz konusu dönem için geçerlidir.

3.5 Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini KKTC’de ikamet eden bedensel engelli bireyler oluşturmaktadır. Örneklem grubu araştırmanın kıstaslarına uygun deneklerin tespit edilebilmesi amacıyla deneklerden elde edilen bilgi ve tavsiyelerden hareket ederek “kartopu örnekleme” yöntemiyle seçilmiştir. Toplamda 13 kişilik bir örneklem grubundan veriler toplanarak analize tabi tutulmuştur. Araştırmanın analiz birimi bireylerdir.

3.6 Veri Toplama Araçları

Veri toplama yöntemi olarak “derinliğine mülakat tekniği (in-depth interview)” ve “gözlem” tercih edilmiştir. Ek-1’de sunulan yarı yapılandırılmış görüşme formunda yer alan sorular görüşme esnasında bireylere yöneltilmiş, ayrıca görüşme esnasında ihtiyaç duyulan ilave sorulara da başvurulmuştur. Görüşme formundaki sorular Öztapak’ın (2017) makalesinden türetilmiştir. Görüşme formu iki bölümden oluşturulmuştur. Birinci bölümde engelli bireylerin algılamalarını belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde ise engel türleri ve engel yüzdeleri öğrenmeye dönük iki adet soru mevcuttur. Yarı yapılandırılmış görüşme formu 3 ana temadan oluşmaktadır. Bunlar;

A. Tema I: Günlük yaşamda bedensel engellilerin hayatlarını zorlaştıran etmenler,

B. Tema II: Bedensel engellilerin yakın ve uzak çevreden beklentileri,



C. Tema III: Bedensel engellilerin gelecekle ilgili hayalleri.

Katılımcılara araştırmada isimlerinin kullanılmayacağı ifade edilmiştir. Bu nedenle katılımcılara ilişkin veriler (A1,A2,.....,A13) şeklinde kısaltılmış bir şekilde belirtilmiştir. Araştırmada yapılandırılmış sorulara ilave sorular sorulmasının nedeni, araştırmacının mülakatlarında aklına gelmeyen noktalara da değinebilmesidir.

3.7 Verilerin Analizi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak kullanılan derinlemesine mülakat ve gözlem sonucunda elde edilen verilerin analizinde "betimsel analiz yöntemi" kullanılmıştır. Yıldırım ve Şimşek (2008)'e göre betimsel analiz, dört aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar, betimsel analiz için bir çerçeve oluşturulması, tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanmasını içerir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 224).

3.8 Araştırmanın Bulguları

Katılımcılardan toplam üç temaya ilişkin toplanan veriler sonucunda ulaşılan bulgular aşağıya çıkarılmıştır. Verilerin işlenmesi ve analizi neticesinde bedensel engelli bireylerin düşünce ve algılamaları iki ana başlık altında toplanmıştır:

- Maddi Temelli Konular: Bedensel engelli bireylerin hayatları zorlaştıran maddi temelli hususlar,
- Manevi Temelli Konular: Bedensel engellilerin toplumun diğer bireyleri tarafından kabul görmesini engelleyen manevi konulu hususlar.

3.8.1 Tema I: Günlük Yaşamda Bedensel Engellilerin Hayatlarını Zorlaştıran Etmenler

Bedensel engelli katılımcılar tarafından günlük hayatlarında onları en çok zorlayan konulara verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde alınan yanıtlar aşağıdaki başlıklar altında toplanmıştır:

3.8.1.1 Maddi Temelli Konular

- ✓ Bazı aktiviteleri yaparken diğer bireylere olan bağımlılık, engelliler düşünülmeden hazırlanan yapı ve tesislerden normal insanlar gibi faydalanmama,
- ✓ Yapıların mimarisinin bedensel engellileri dikkate almadan yapılması nedeniyle karşılaşılan güçlükler,
- ✓ Kentte normal insanlar gibi dolaşamamanın verdiği sıkıntılar,
- ✓ Ulaşım sisteminin bedensel engellileri düşünmeden tasarlanması.

3.8.1.2 Manevi Temelli Konular

- ✓ Engelli olmayanların ayrımcı bakış ve düşünceleri.

Katılımcıların cevaplarına birey bazında göz atıldığında;

"Günlük yaşamda insanların engelli bireyleri zavallıymış, bir işe yaramazmış gibi görmeleri ve gereksiz sorular sormaları (nasıl engelli oldun, ağrın var mı gibi) ve eve gidip protezi çıkardıktan sonra yürüme ihtiyacı duyduğumda tekrar protezi takmak beni günlük hayatta en çok zorlayan konuların başında geliyor" (A1),

"Alışveriş için gittiğim yerlerin giriş kısımları günlük hayatta beni en çok zorlayan konuların başında geliyor" (A2) ve (A9)

"İnsanların engelli bireylerin hayata bakışı ile ilgili fikir sahibi olmaması hayatımızı en çok zorlaştıran unsurdur" (A4),

"Geçim sıkıntısı hayatımızı zorlaştırmaktadır" (A5) ve (A6),

"Mimari yapıların bedensel engellileri dikkate almadan yapılması biz engellilerin en yoğun karşılaştığı sorundur" (A7), (A8) ve (A11),

"Ulaşım sisteminin bedensel engellileri düşünmeden tasarlanması en büyük sorundur" (A13) şeklinde ifade etmişlerdir.

Veriler değerlendirildiğinde engellilerin günlük hayatlarında yaşamış oldukları sorunların temelinde toplumu oluşturan bireylerin engellilerle empati kurmada başarılı olmadıkları, bu bağlamda engellilerin toplumda normal bireyler gibi kabul görmedikleri konusu ön plana çıkmaktadır.

3.8.2 Tema II: Bedensel Engellilerin Öncelikli Olarak Giderilmesini Beklediği İhtiyaçlarının Belirlenmesi

Bedensel engelli katılımcıların öncelikli olarak giderilmesini beklediği ihtiyaçlar kapsamında verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde alınan yanıtlar aşağıdaki başlıklar altında toplanmıştır:

3.8.2.1 Manevi Temelli Konular



- ✓ Toplum tarafından ötekileştirilmemek ve toplumun bir parçası olarak görülmek,
- ✓ Engellileri kucaklayacak ve topluma entegre edecek tarzda bir toplum anlayışının egemen kılınması,
- ✓ Normal bireyler gibi kabul görmek ve davranılmak,

3.8.2.2 Maddi Temelli Konular

- ✓ Kamuya açık alanların engelli bireylerin hayatlarını kolaylaştıracak tarzda tasarlanması,
- ✓ Bina girişlerinin engellilerin geçişini kolaylaştıracak şekilde tasarlanması,
- ✓ Engellilerin araçlarını kolaylıkla park edebilecekleri şekilde yer ayrılması,
- ✓ Sağlık alanında verilen hizmet kalitesinin artırılması,
- ✓ Ekonomik olarak kendi kendine yeterli olabilme.

Katılımcıların cevaplarına birey bazında göz atıldığında;

“Öncelikli olarak giderilmesini beklediklerim, tüm bina ve kamuya açık alanların tüm engelli bireylerin hayatlarını kolaylaştıracak tarzda tasarlanması ve toplum tarafından ötekileştirilmemek ve toplumun bir parçası olarak görülmek” (A1),

“Alışveriş merkezlerinin kapılarının otomatik açılır kapı şeklinde olması” “Engellilere fırsat eşitliği sağlayacak uygulamalar geliştirilmesi”, “Engellileri kucaklayacak ve topluma entegre edecek tarzda bir toplum anlayışının egemen kılınması” (A5),

“Otoparklarda engelliler için alan ayrılması” (A3),

“Öncelikli olarak giderilmesini beklediğiniz ihtiyacım, tüm bina ve kamuya açık alanların tüm engelli bireylerin hayatlarını kolaylaştıracak tarzda tasarlanması” (A4), (A5), (A11), (A12),

“Birey olarak kabul görmek, öteki gibi davranılmaması” (A9),

“Kemik erimesi ile ilgili iğneyi Sağlık Bakanlığında alabilmek” (A13),

“Kimseye muhtaç olmadan yaşayabilmek” (A10),

“Engelsizmiş gibi tüm işlerimi kendi başıma yapabilmek” (A7) görüşleri ifade edilmiştir.

Veriler değerlendirildiğinde, yaşamsal alanların bedensel engellileri dikkate almadan yapılandırılması nedeniyle diğer bireylere muhtaç hale gelme, hizmet aldıkları yerlerde engellilerin unutulmuş olduklarını farketme ve bunun sonucunda da toplumun dışına itilme temel sorunlar olarak ortaya çıkmaktadır.

3.8.3 Tema II: Bedensel Engellilerin Çevrelerindeki İnsanlardan (Aile, Arkadaşlar, Yakın ve Uzak Çevre) Beklentilerinin Belirlenmesi

Bedensel engelli katılımcıların çevrelerindeki insanlardan (aile, arkadaşlar, yakın ve uzak çevre) beklentileri kapsamında verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde alınan yanıtlar manevi temelli konular başlığı altında toplanmıştır. Katılımcılar yakın ve uzak çevrelerinden maddi temelli bir beklenti içinde olmadıklarını ifade etmişlerdir.

3.8.3.1 Manevi Temelli Konular

- ✓ Engelli bireylerin ötekileştirilmemesi,
- ✓ Empati kurulabilmesi,
- ✓ Engelli bir birey gibi değil de normal bir birey gibi görülmek,
- ✓ Engellilerin toplumla entegrasyonunun sağlanması.
- ✓ Engellilere fırsat eşitliği sağlanması.

Katılımcıların cevaplarına birey bazında göz atıldığında;

“Engelli bireylere defolu bir ürünmüş gibi, işe yaramayan bir varlık gibi davranılmaması, ötekileştirilmemek beklentimdir” (A1),

“Engelli bir birey gibi değil de normal bir birey gibi görülmek” (A3), (A4), (A8), (A12),

“Engellilere karşı duyarlı olunması, farkındalık yaratılması ve fırsat eşitliği sağlanması” (A5), (A9), (A10), (A11), (A13),

“Engellilere fırsat eşitliği sağlanması ve toplumla entegrasyonunun sağlanması” (A7),

“Empati kurulması, sıkıntı ve sorunlarıma karşı anlayışlı olunması” (A6) görüşleri ifade edilmiştir.

Veriler değerlendirildiğinde, toplum tarafından tam anlamıyla kucaklanmadıkları, eşit bireyler olarak algılanmadıkları ortaya çıkmaktadır.

3.8.4 Tema II: Bedensel Engellilerin Kamu Kurum ve Kuruluşlarından (Belediyeler, MEB, Sağlık Bakanlığı, vb.) Beklentilerinin Belirlenmesi



Bedenssel engelli katılımcıların kamu kurum ve kuruluşlarından (Belediyeler, MEB, Sağlık Bakanlığı, vb.) beklentileri kapsamında verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde alınan yanıtlar aşağıdaki başlıklar altında toplanmıştır:

3.8.4.1 Manevi Temelli Konular

Toplumun engellileri normal bir birey olarak görebilecek şekilde eğitilmesi,
Engellilere eğitimde fırsat eşitliği sağlanması,

3.8.4.2 Maddi Temelli Konular

- ✓ Kamu kurum ve kuruluşlarının öncü rolüne soyunarak engelli bireylerin de kolaylıkla hizmet alabileceği şekilde fiziki düzenlemeler yapması,
- ✓ Belediyelerin altyapı ve üstyapıyı engellileri düşünerek tasarlaması,
- ✓ Engellilerin vatandaşlık haklarını koruyacak şekilde yasalarda gerekli düzenlemelerin yapılması,
- ✓ Engelli bireylerin iş imkanlarının artırılması,
- ✓ Toplu taşıma araçlarının engelliler düşünülerek tasarlanması,
- ✓ İlaç ve tıbbi malzemelere daha ucuz ve kolay erişimin sağlanması.

Katılımcıların cevaplarına birey bazında göz atıldığında;

“Devlet sektörünün engellilerle ilgili politikalar üretmeleri ve uygulamalarını bekliyorum. Öncelikle toplumun engellileri normal bir birey olarak görebilecek şekilde eğitilmesinin sağlanması, kamu kurum ve kuruluşlarının öncü rolüne soyunarak engelli bireylerin de kolaylıkla hizmet alabileceği şekilde fiziki düzenlemeler yapması, engellilere eğitimde fırsat eşitliği sağlanması, engelli bireylerin eğitim hizmetinden eşit bir şekilde yararlanmasının sağlanması, özellikle belediyelerin altyapı ve üstyapıyı engellileri düşünerek tasarlaması diğer beklentilerimdir” (A1)

“Engellilerin vatandaşlık haklarını koruyacak şekilde yasalarda gerekli düzenlemelerin yapılması” (A2) ve (A3).

“Kamu kurum ve kuruluşlarının normal bireylere verilen hizmetin engellilere de verilecek şekilde çalışmalarını bekliyorum” (A4).

“Fiziki koşulların engelli dostu olarak tasarlanması, bunula birlikte toplumun engellileri dışlamayacak şekilde eğitilmesi” (A5).

“Özellikle belediyelerden kaldırımların bedenssel engellilerin rahatça kullanabileceği şekilde tasarlamasını, ayrıca rampa sayılarını arttırmasını isterim” (A6).

“Engellilere eğitimde fırsat eşitliği sağlanması, engelli bireylerin eğitim hizmetinden eşit bir şekilde yararlanmasının sağlanması” (A7).

“Kent içerisinde daha rahat dolaşabilmek için yeni oluşturulan mekanların engelli dostu olarak inşa edilmesi” (A8).

“Kamu kurum ve kuruluşlarının normal bireylere verilen hizmetin engellilere de verilecek şekilde çalışmalarını bekliyorum” (A9) ve (A11).

“Engelli bireylerin iş imkanlarının artırılmasını bekliyorum” (A10).

“Özellikle belediyelerden engellilere yönelik toplu taşıma araçlarının olmasını isterim” (A12).

“Devamlı kullanmak zorunda olduğumuz ilaç ve malzemelere daha ucuz ve kolay erişim isterim” (A13)

Veriler değerlendirildiğinde, toplumun engellileri normal bireyler olarak görebilecek şekilde eğitilmesi, engellilerin kamu imkanlarından engelli olmayan bireylerle eşit şekilde faydalanabilmesi, belediye ve ilgili diğer kamu kurum ve kuruluşları tarafından engellilerin hak ve hukukunun korunmasına yönelik tedbirlerin alınması konuları ön plana çıkmaktadır.

3.8.5 Tema II: Bedenssel Engellilerin Hizmet Aldıkları Özel İşletmelerden Beklentilerinin Belirlenmesi

Bedenssel engellilerin hizmet aldıkları özel işletmelerden beklentileri kapsamında verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde alınan yanıtlar aşağıdaki başlıklar altında toplanmıştır:

3.8.5.1 Manevi Temelli Konular

- ✓ Müşterileri arasında engellilerin de bulunduğu gerçeğinin farkında olmaları ve vermiş oldukları hizmetlerini bu kapsamda gözden geçirmeleri,
- ✓ Engelli haklarına saygı göstermeleri,

3.8.5.2 Maddi Temelli Konular



- ✓ Engellilerin çalıştığı işyerlerde engellilerin yaşamlarını zorlaştıran hususların düzentilmesi,
- ✓ Tuvalet, asansör gibi yerleri engellileri düşünerek işletmeleri,
- ✓ Engelli rampalarının geçilmeyi zorlaştırmayacak yükseklikte olması.

Katılımcıların cevaplarına birey bazında göz atıldığında;

“Mobil telefon operatörlerinden engellilerin hayatını kolaylaştıracak uygulamalar geliştirmelerini isterdim” (A1),

“Çalıştığım bankaya girişimi yardımsız yapamıyorum. Çünkü giriş kısmı engellilere uygun değil” (A2),

“Hizmet işletmelerinin engellileri de düşünerek hizmet planlamalarını isterdim” (A3), (A5), (A8), (A9), (A11) ve (A12),

“Haklarımıza saygı göstermelerini beklerdim” (A7),

“Tuvalet, asansör gibi yerleri engellileri düşünerek işletmelerini beklerdim” (A10),

“Engelli rampalarının geçilmeyi zorlaştırmayacak yükseklikte olmasını isterdim” (A13).

Veriler değerlendirildiğinde, kar amacı güden işletmelerin vermiş oldukları hizmetlerinde engellilerin dikkate alınmadığı gerçeği ön plana çıkmaktadır. Hatta (A2)'nin ifadesiyle çalışılan işletmenin girişinde bile problem yaşandığı belirtilmiştir.

3.8.6 Tema III: Bedensel Engellilerin Gelecekle İlgili Hayalleri (Elinizde Sihirli Değnek Olsa Hayatınızda Neyi/Neleri Değiştirmek İstersiniz?)

Bedensel engellilerin gelecekle ilgili hayal ve beklentilerini belirleyebilmek maksadıyla “elinizde sihirli değnek olsa hayatınızda neyi/neleri değiştirmek istersiniz” sorusuna verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde alınan yanıtlar aşağıdaki başlıklar altında toplanmıştır:

3.8.6.1 Manevi Temelli Konular

- ✓ Kimseye muhtaç olmadan yardımsız yaşayabilmek,
- ✓ Hayatı normal insanlar gibi sürdürebilmek,
- ✓ Dünyaya yeniden gelmek,
- ✓ Engellerini ortadan kaldırmak.

3.8.6.2 Maddi Temelli Konular

- ✓ Yaşam koşullarını düzeltebilmek,
- ✓ Sağlıklı bir birey olarak yaşamak.

Katılımcıların cevaplarına birey bazında göz atıldığında;

“Elimde sihirli değnek olsa engelli bireylerin hayata normal insanlar gibi dahil olması için büyük bir organizasyon şirketi kurar, her engellinin en az bir spor, kültür ve sanat gibi etkinliklerle uğraşmasına imkan sağlamayı isterdim” (A1),

“Dünyaya yeniden gelmek” (A3),

“Engelimi ortadan kaldırırdım” (A4), (A5), (A6), (A7), (A9), (A12) ve (A13),

“Yaşam şartlarımı düzeltirdim” (A8),

“Sağlığımı düzeltmek isterdim” (A13),

“Kimseye muhtaç olmadan yaşayabilmek isterdim” (A10).

Veriler değerlendirildiğinde, engellilerin toplumun engellileri de içine alacak şekilde düzenlenmemesinden kaynaklı yaşam koşullarından memnun olmadıkları, toplumsal yaşama adaptasyonda yaşamış oldukları sıkıntılar neticesinde engellerinden kurtulabilmeyi hayal ettikleri tespit edilmiştir. (A1) numaralı katılımcının da benzer sorunları tespit ettiği görülmekle beraber, engellilerin toplumsal adaptasyonunu sağlamak maksadıyla dış kaynaklı düzenlemeleri beklememeleri, spor ve sanat gibi etkinliklere aktif katılımında bulunarak iç motivasyonla davranış göstermeleri tavsiyesinde bulunulmuştur.

3.8.7 Tema III: Bedensel Engellilerin Gelecekle İlgili Hayalleri (Hayalinizde Yapmayı Arzu Ettiğiniz Bir Projeniz Var mıdır?)

Bedensel engellilerin gelecekle ilgili hayal ve beklentilerini belirleyebilmek maksadıyla “hayalinizde yapmayı arzu ettiğiniz bir projeniz var mıdır” sorusuna verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde alınan yanıtlar aşağıdaki başlıklar altında toplanmıştır:

3.8.7.1 Manevi Temelli Konular

- ✓ Çocukları kimseye muhtaç olmadan yetiştirmek,



- ✓ Sağlık koşullarını düzeltip daha sonra hayalleri gerçekleştirmek,

3.8.7.2 Maddi Temelli Konular

- ✓ Engellileri temsilen Meclis'te yer alıp engellilerin toplumla bütünleşmesini sağlayacak yasaları hayata geçirmek,
- ✓ Engelliler için sosyal bir köy oluşturmak,
- ✓ Dünya turu yapmak,
- ✓ İstanbul turu yapmak,
- ✓ Tüm bireylerin eşit koşullarda yaşayabileceği yaşam alanları inşa etmek.

Katılımcıların cevaplarına birey bazında göz atıldığında;

"Hayalimde KKTC Meclisinde yer alıp engellilerin toplumla bütünleşmesini sağlayacak yasaları hayata geçirmek isterdim" (A1),

"Yoktur" (A2),

"Çocuklarımı kimseye muhtaç olmadan yetiştirmek" (A3),

"Çiftlik kurmak" (A4),

"Engelliler için sosyal bir köy oluşturmak" (A5),

"Yeşil alanları çoğaltmak isterdim" (A6),

"Dünya turu yapmak" (A7),

"Zengin olursam yardıma muhtaç ve kimsesiz çocuklara yardım etmek" (A8),

"Tüm bireylerin eşit koşullarda yaşayabileceği bir yaşam alanı inşa etmek" (A9),

"Biran önce eski sağlığıma kavuşup hayallerimi gerçekleştirmek" (A10),

"Yaptım, yapıyorum, yapacağım" (A11),

"Engellilere daha güzel bir ortam hazırlamak" (A12),

"İstanbul turu yapmak" (A13).

Veriler değerlendirildiğinde, çoğunluk engellilerin yaşadıkları sorunların çözümüne yönelik hayal ve beklentiler içinde iken, bir grup engellinin umutsuzluk içinde olduğu, küçük bir grubun ise hayallerini gerçekleştirmek engelini sorun olarak görmediği ve hayallerini gerçekleştirmeye devam edeceği tespit edilmiştir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

İçinde bulunduğumuz iletişim ve bilişim çağında insanlığın geldiği nokta itibarıyla sosyal değişimler tarih boyunca hiç olmadığı kadar hız kazanmıştır. Bu gerçeklik işletmelerin strateji ve politikalarında da değişikliklere yol açmıştır. İşletmelerin hedef kitleleriyle olan etkileşimi hayati öneme sahiptir. Bu etkileşimi kurma ve sürdürme görevi işletmelerde pazarlama fonksiyonlarına verilmiştir. Pazarlama sürecini başlatan en önemli olgu hedef kitlenin, tüketicilerin ihtiyaç ve beklentilerinin belirlenmesi aşamasıdır. Tüketicilerinin ihtiyaç ve beklentilerini doğru olarak saptayan ve bunların geleceğe yönelik olarak projeksiyonlarını belirleyebilen işletmeler uzun vadeli yaşamlarına devam etme şansını da yakalayabilmektedirler. Bu kapsamda tüketicilerin gerçek ihtiyaçlarının ne olduğuna odaklanmak bir zorunluluktur.

Tüketicilerin gerçek ihtiyaçlarının ne olduğunu tespit etmenin önemi şu örnekle daha iyi anlaşılabilir. Çin menşeli Alibaba e-ticaret işletmesi 2018 yılında "bekarlar günü" adı ile gerçekleştirmiş olduğu kampanyada yaklaşık 30 milyar dolarlık günlük satış cirosuna ulaşmıştır. Bu durum tüketicilerin gerçek ihtiyaçlarını tahmin edebilmesi ile açıklanabilir. Sevgililer gününü kutlayamayan bekarların hissettikleri yalnızlık duygusunun tüketicilerin tatmin edilmesi gereken en önemli ihtiyaçlarından biri olduğu farkedilen e-ticaret firması bir anlamda tüketiciler tarafından ödüllendirilmiştir. Yalnızlıklarını hatırlayan ve bunu bir şekilde tatmin etmek isteyen firma satış rekoru kırmıştır.

Günümüzde pazarlama faaliyetleri çevresel ve sosyal duyarlılık temeli üzerine inşa edilmeye başlamıştır. Sosyal pazarlama olarak da adlandırılabilir bu olgu işletmelerin görmezden gelemeyeceği şekilde pazarlama literatüründeki yerini almıştır. Gerek tüketicilerin gerçek ihtiyaçlarının belirlenmesi gerekse tüketicilerin çevresel ve sosyal hassasiyetlerinin dikkate alınması pazarlama stratejilerinin belirlenmesinde öncül kuvvet haline gelmiştir.

Yukarıda yapılan değerlendirmeler ışığında, kar amacı güden veya gütmeyen tüm işletmeler engelli popülasyonla ilgili pazarlama stratejilerini belirlerken bu kitlenin hayatı nasıl algıladıklarını ve gerçek ihtiyaç ile beklentilerinin ne olduğunu bilmek durumundadır. Bu çözümler işletmelerin engelli



bireylerin gerçek ihtiyaçlarına odaklanmalarını kolaylaştıracak ve değer yaratma süreçlerinin doğruluğuna katkı sağlayacaktır.

Engellilerin toplumsal yaşama katılma konusunda ciddi sorunlarla karşılaştıkları bilinen bir gerçektir. Engelli bireylerin toplumsal yaşama katılımlarının sağlanamaması (eğitim, istihdam vb.) engelli bireyin yoksunluk ve yoksulluk içerisinde olmasına neden olmaktadır. Engellilerin toplumsal yaşam içerisinde, insana yakışır standartlarda yaşamasını sağlayacak eğitim ve istihdam hizmetlerinin düzenlenmesi gerekmektedir. Engelliler için ulaşılabilir toplumdan söz etmek devletlerin engelli politikalarını sosyal konulardan farklılaştırmaması ile mümkündür (Cillo, 2009:21).

KKTC'de yürütülen bu çalışmada bedensel engelli bireylerin sosyal yaşama ilişkin algılamalarının belirlenmesi hedeflenmiştir. Bu kapsamda engellilere yönelik sosyal pazarlama faaliyetlerinin başarılı olma şansı artacak ve sonuçta engelli bireylerin ihtiyaçlarının tatmin edilmesi mümkün olacaktır.

Engelli bireylerden toplanan veriler ışığında engellilerin yaşamı algılayışları ve bu bağlamda gerçek ihtiyaçlarının ne olduğu belirlenmeye çalışılmıştır.

Katılımcılardan toplam üç temaya ilişkin toplanan veriler sonucunda ulaşılan bulgular iki ana başlık altında toplanmıştır. Bu ana başlıklar kapsamında elde edilen bulgular aşağıya çıkarılmıştır:

4.1 Maddi Temelli Karşılaşılan Güçlükler ve İhtiyaç/Beklentiler

- ✓ Bazı aktiviteleri yaparken diğer bireylere olan bağımlılık, engelliler düşünülmeden hazırlanan yapı ve tesislerden normal insanlar gibi faydalanamama,
- ✓ Yapı mimarilerinin bedensel engellileri dikkate almadan yapılması nedeniyle karşılaşılan güçlükler,
- ✓ Kentte normal insanlar gibi dolaşamamanın verdiği sıkıntılar,
- ✓ Ulaşım sisteminin bedensel engellileri düşünmeden tasarlanması,
- ✓ Kamuya açık alanların engelli bireylerin hayatlarını kolaylaştıracak tarzda tasarlanmaması,
- ✓ Bina girişlerinin engellilerin geçişini zorlaştırması,
- ✓ Engellilerin araçlarını kolaylıkla park edebilecekleri şekilde yer ayrılmaması,
- ✓ Sağlık alanında verilen hizmet kalitesinin düşük olması,
- ✓ Ekonomik olarak kendi kendine yeterli olamamak,
- ✓ Toplumun engellileri normal bir birey olarak görebilecek şekilde eğitilmemesi,
- ✓ Eğitimde fırsat eşitliğinin sağlanmaması,
- ✓ Engellilerin çalıştığı işyerlerde engellilerin yaşamlarını zorlaştıran hususların bulunması,
- ✓ İşletmelerin tuvalet, asansör gibi yerleri engellileri düşünerek düzenlememeleri,
- ✓ Engelli rampalarının geçilmeyi zorlaştıracak yükseklikte olması,
- ✓ Maddi imkansızlar.

4.2 Manevi Temelli Karşılaşılan Güçlükler ve İhtiyaç/Beklentiler

- ✓ Engeli olmayanların ayrımcı bakış ve düşünceleri,
- ✓ Toplum tarafından ötekileştirilmek ve toplumun bir parçası olarak görülmemek,
- ✓ Engellileri kucaklayacak ve topluma entegre edecek tarzda bir toplum anlayışının olmaması,
- ✓ Normal bireyler gibi kabul görmemek,
- ✓ Engellilerin toplumla entegrasyonunun sağlanması konusunda ilerleme olmaması,
- ✓ Engellilere fırsat eşitliği sağlanmaması,
- ✓ Engelli haklarına saygı gösterilmemesi,
- ✓ Kimseye muhtaç olmadan yarımsız yaşama imkanından yoksun olmak,
- ✓ Hayatı normal insanlar gibi sürdürememek.

Toplanan verilerin değerlendirilmesi neticesinde elde edilen bulgular kapsamında, engellilerin günlük hayatlarında yaşamış oldukları sorunların temelinde toplumu oluşturan bireylerin engellilerle empati kurmada başarılı olamadıkları, bu bağlamda engellilerin toplumda normal bireyler gibi kabul görmedikleri, yaşamsal alanların bedensel engellileri dikkate almadan yapılandırılması nedeniyle diğer bireylere muhtaç hale gelme, hizmet aldıkları yerlerde engellilerin unutulmuş olduklarını farketme ve bunun sonucunda da toplumun dışına itilme gibi sorunlar yaşadıkları, toplum tarafından tam anlamıyla kucaklanmadıkları, eşit bireyler olarak algılanmadıkları tespit edilmiştir.

Engellilerin yaşamış oldukları problemlerin çözümü bağlamında; toplumun engellileri normal bireyler olarak görebilecek şekilde eğitilmesi, engellilerin kamu imkanlarından engelli olmayan bireylerle



eşit şekilde fayadalanabilmesi, belediye ve ilgili diğer kamu kurum ve kuruluşları tarafından engellilerin hak ve hukukunun korunmasına yönelik tedbirlerin alınması önerilmektedir. Toplumun engellileri normal bireyler olarak görebilecek şekilde eğitilmesinin kolay bir husus olmadığı açıktır. Ancak dünyada bunun olumlu uygulamalarını yapan ülkeler de mevcuttur. Bu tür uygulamaların araştırılarak KKTC'ye adapte edilmesi olumlu sonuçlar verilecektir. Örneğin lise ve üniversitelerde öğrenimini sürdüren öğrencilere diplomalarını almadan evvel "topluma hizmet projeleri"ne belirli bir saat limitinde katılma zorunluluğu getirilmesi, hem engelsiz bireylerin engellileri daha yakından tanımalarına hem de engelli bireylerin toplumla entegrasyonuna katkıda bulunacaktır.

Bununla birlikte engellilerin toplumsal adaptasyonunu sağlamak amacıyla dış kaynaklı düzenlemeleri beklememeleri, spor ve sanat gibi etkinliklere aktif katılımında bulunarak iç motivasyonla davranış göstermeleri ve bunun neticesinde yaşamış oldukları olumsuzlukları en aza indirmeleri sorunlarının çözülmesine pozitif katkı yapacaktır.

KAYNAKÇA

- Andreasen, Alan R. (1995). *Marketing Social Change: Changing Behaviour to Promote Health, Social Development, and the Environment*. San Francisco: Jossey Bass.
- Arı, İzzettin (2018). *Sosyal Sigorta Kapsamı Dışında Kalan Engellilerin Sosyal Güvenliği_Tokat Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.
- Baker, Suzan; Holt, Sue (2004). Making Marketers Accountable: A Failure of Marketing Education?. *Marketing Intelligence & Planning*, 22(5), s.557-567.
- Cillo, Deniz (2009). *Avrupa Birliği Giriş Sürecinde Engellilerin Eğitimi ve İstihdamı*. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Ankara.
- Filmer, Deon (2008). Disability, Poverty, and Schooling in Developing Countries: Results From 14 Household Surveys. *The World Bank Economic Review*, 22, s.141-163. doi:10.1093/wber/lhm021.
- Gevrek, İsmet (2018). *Hafif Düzeyde Zihinsel Engelli Öğrencilerin Okuma Ve Anlama Becerilerinin Tekrarlı ve Renkli Metinlerle Okuma Yöntemiyle Geliştirilmesi_Bir Eylem Araştırması*, Yüksek Lisans Tezi. Dumlupınar Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Kütahya.
- Nuriyeva, Vusala (2018). *Sosyal Pazarlama Kampanyalarında Kamu Spotu Kullanımının İncelenmesi_Sigarayı Bırak Hayatı Bırakma Kampanyası*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gürbüz, Sait; Şahin, Faruk (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Groce, Nora; Kumbhavi, Gayatri; Wirz, Shelia; Lang, Raymond; Trani, Jean F. (2011a). *Poverty and Disability: A critical Review of the Literature in Low and Middle-Income Countries*. London: Leonard Cheshire Disability and Inclusive Development Centre.
- Groce, Nora; Kett, Maria (2014). *Youth With Disabilities*. London: Leonard Cheshire Disability and Inclusive Development Centre.
- Heymann, Jody; Stein, M. Ashley; Moreno, Gonzalo (2014). *Disability and Equality at Work*. New York: Oxford University Press.
- Hürmeriç, Pelin (2009). *Sosyal Pazarlama Yönelimi Olarak Karşılıklı Yarar Odaklı Sponsorluk (Neden İlişkili Pazarlama) Uygulamalarının Tutumlar Üzerine Etkisi*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ju'beh, Al Kathy (2015). *Disability Inclusive Development Toolkit*. Bensheim: CBM. <https://www.cbm.org/article/downloads/54741/CBM-DID-TOOLKIT-accessible.pdf>
- Kara, Mehmet; Şener, Turan (2009). Globalleşmenin Pazarlama Stratejileri Üzerine Etkileri ve Türk Dünyasına Yansımaları, *Journal of Azerbaijani Studies*, ss.604-621.
- Karakan, Başak (2018). *Türkiye'de Sosyal Dışlanma ve Dezavantajlı Gruplar_Engelliler Üzerine Tanımlayıcı Bir Çalışma*, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kaplan, Deborah (2000). The Definition of Disability: Perspective of the Disability Community. *Journal of Health Care Law and Policy*. 3, s.352-364. <http://digitalcommons.law.umaryland.edu/jhclp/vol3/iss2/5>
- Kaya, Ömer (2018). *Sosyal Belediyecilik Çerçevesinde Engellilere Sunulan Hizmetler_Istanbul Büyükşehir Belediyesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kılıç, Elif (2018). *Üniversite Hastanesinde Engelli Bireylere Yönelik Uygulamalar ve Sağlık Personelinin Engellilere Yönelik Tutumları*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- Küçükali, Adnan (2014). Engellilere Uygulanan Sosyal Politikaların Değerlendirilmesi_Atatürk Üniversitesi Örneği. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 1. ss.59-86.
- Laturkar V.N., (2001). Social Marketing_A Holistic Concept of Management. *Indian Journal of Marketing*, vol. XXXI, June, P.No. 14.
- Lollar Donald J.; Crews John E., (2003). Redefining The Role of Public Health in Disability. *Annual Review of Public Health*, 24, s.195-208. doi:10.1146/annurev.publhealth.24.100901.140844 PMID:12668756
- Lokhande, Murlidhar A., (2003). *Social Marketing*. Indian Journal of Marketing XXXIII (3), s.16-19.
- Masset, Edoardo; White, Howard (2004). Are Chronically Poor People Being Left Out of Progress Towards the Millennium Development Goals? A Quantitative Analysis of Older People, Disabled People and Orphans. *Journal of Human Development*, 5(2), s.279-297.
- Mitra, Sophie (2006). The Capability Approach And Disability. *Journal of Disability Policy Studies*, 16(4), s.236-247. <http://dx.doi.org/10.1177/10442073060160040501>
- Mitra, Sophie; Sambamoorthi, Usha (2014). Disability Prevalence Among Adults: Estimates For 54 Countries and Progress Toward a Global Estimate. *Disability and Rehabilitation*, 36(11), s.940-947. <http://dx.doi.org/10.3109/09638288.2013.825333>
- Morgon Banks, L.; Polack, Sarah (2014). *The Economic Costs of Exclusion and Gains of Inclusion of People With Disabilities: Evidence From Low and Middle Income Countries*. London: CBM, International Centre for Evidence in Disability.
- Öztabak, Ü. Muhammet (2017). Engelli Bireylerin Yaşamdan Beklentilerinin İncelenmesi. *FSM İlmî Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*, Sayı: 9. ss.355-375.
- Öztürk, Gökhan (2018). *İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılıkta Psikolojik Sermayenin Rolü Engelliler Üzerine Görgül Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.



- Palmer, Micheal G. (2014). Inequalities in Universal Health Coverage: Evidence From Vietnam. *World Development*, 64, s.384-394. <http://dx.doi.org/10.1016/j.worlddev.2014.06.008>.
- Park, Menlo (2003). *Understanding the Health-Care Needs And Experiences of People With Disabilities*. CA: Kaiser Family Foundation.
- Schulze, Marianne (2010). *Understanding The UN Convention On The Rights Of Persons With Disabilities*. New York: Handicap International. http://www.hiproweb.org/uploads/tx_hidrtdocs/HICRPDManual2010.pdf.
- Srivastava, Meenakshi; De Boer, Anke; Pijl, Sip Jan (2015). Inclusive Education In Developing Countries: A Closer Look At Its Implementation In The Last 10 Years. *Educational Review*, 67(2), s.179-195. <http://dx.doi.org/10.1080/00131911.2013.847061>
- Şahan, Emre Can (2018). *Çalışma Hayatına Katılımda Engellilerin Yaşadıkları Sorunlar_Tekirdağ Süleymanpaşa Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tekirdağ.
- Tınar, Yaşar (2018). *Engellilere Yönelik Hizmetlerin Yönetimi ve Sunumu_Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Trani, J. François; Cannings, I. Tim (2013). Child Poverty In An Emergency And Conflict Context: A Multidimensional Profile And An Identification Of The Poorest Children In Western Darfur. *World Development*, 48, s.48-70.
- Trani, J. François; Bakhshi, Parul; Nandipati, Anand (2012). Delivering Education; Maintaining Inequality. The Case of Children With Disabilities In Afghanistan. *Cambridge Journal of Education*, 42(3), s.345-365. <http://dx.doi.org/10.1080/0305764X.2012.706259>.
- Trani, J. François; Loeb, Mitchell (2012). Poverty And Disability: A Vicious Circle? Evidence From Afghanistan And Zambia. *Journal of International Development*, 24(S1), s.19-552. <http://dx.doi.org/10.1002/jid.1709>.
- Toker, Burak (2007). *İşletmelerde Sosyal Pazarlama Faaliyetlerinin Performansa ve Marka Bilinirliğine Etkileri Üzerine Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Toprak, Ferit (2018). *Zihinsel Engelli ve Üstün Yetenekli Çocuğa Sahip Ailelerin Yaşam Doyumları Yaşam Kaliteleri ve Sosyal Destek Algılarının Karşılaştırılması*, Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- UNCRDP. (2006). *Convention On The Rights Of Persons With Disabilities And Optional Protocol*. New York: UN.
- Şahiner, V. Üstün (2018). *Engelli Çocuğa Sahip Ailelerin Sosyal Sorunlarının Değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Varinli İnci; Çatı, Kahraman (2008) *Güncel Pazarlama*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yenişehirlioğlu, Emirhan (2013). *Engelli Turistlerin Konaklama İşletmelerinde Kabul Görme Düzeyine Yönelik Algılama ve Sorunlar_Karşılaştırmalı Nitel Bir Araştırma*, Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Yeo, Rebecca; Moore, Karen (2003). Including Disabled People In Poverty Reduction Work: 'Nothing About Us, Without Us'. *World Development*, 31(3), s.571-590
- Yıldırım, Ali; Şimşek, Hasan (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Wapling, Lorraine; Downie, Bruce (2012). *Beyond Charity: A Donor's Guide To Inclusion -Disability Funding In The Era Of The UN Convention On The Rights Of Persons With Disabilities*. Boston: Disability Rights Fund.
- WHO and World Bank (2011). *World Report On Disability*. Geneva: WHO. http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/report.pdf.
- www.disability.wa.gov.au/understanding-disability1/understanding-disability/what-is-disability/
- www.health.wa.gov.au/publications/daip/training_package/fscommand/Disability.pdf
- www.disabled-world.com/disability/types/